



**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«ΤΟΠΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»

ΤΗΣ ΧΡΥΣΟΥΛΑΣ ΣΟΥΦΛΙΑ

ΑΜ:2005128

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΛΕΩΝΙΔΑΣ ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ

ΚΑΛΑΜΑΤΑ 2013

Ευχαριστίες

Ολοκληρώνοντας την εργασία μου αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω όλους εκείνους που με βοήθησαν για την εκπόνηση της και για τις χρήσιμες πληροφορίες που μου παρείχαν.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον καθηγητή μου κ. Παπακωνσταντινίδη Λεωνίδα για τις κατευθύνσεις που μου έδωσε, τον χρόνο που αφιέρωσε, αλλά και για την εμπειριστατωμένη μαθητεία που μου πρόσφερε όλα αυτά τα χρόνια των σπουδών μου στο τμήμα Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Θερμά ευχαριστώ την οικογένεια μου, που με στηρίζει και βρίσκεται στο πλευρό μου σε όλες τις προσπάθειές μου κατά τη φοιτητική μου πορεία.

Περίληψη – Λέξεις κλειδιά

Η Ελλάδα με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, με την πολυνησιακή της συγκρότηση, με την αποκεντρωμένη μνημειακής της τοπογραφία, με το εναλλασσόμενο τοπίο, με τις μορφολογικές της αντιθέσεις και με τις διαφοροποιημένες κλιματολογικές της συνθήκες, συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη μιας πλατιάς κλίμακας μορφών αγροτουρισμού.

Γενικότερα ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται και ερευνά κατά πόσο ο αγροτουρισμός αποτελεί μια πραγματικά σημαντική μορφή τουριστικής ανάπτυξης για τη χώρα μας και κατά πόσο γνωρίζουμε ότι ο αγροτουρισμός είναι στη ουσία ένα εργαλείο στα χέρια της πολιτείας προκειμένου να επιτευχθούν στόχοι τοπικής ανάπτυξης. Επιπλέον πραγματοποιείται έρευνα στο νομό Τρικάλων σχετικά με την ενθάρρυνση των τοπικών πρωτοβουλιών, για την παραγωγή, την προώθηση, την ανάδειξη και την διάθεση τοπικών παραδοσιακών προϊόντων μέσω Αγροτουριστικών Συνεταιρισμών και ειδικότερα γυναικείων που δραστηριοποιούνται στη περιοχή.

Βιβλιογραφία, διαδικτυακοί τόποι, άρθρα από εφημερίδες και περιοδικά που έκαναν αναφορά σχετικά με το θέμα, συντέλεσαν στη δημιουργία μιας γενικής στο θεωρητικό μέρος καθοδήγησης και πληροφόρησης για τη διεκπεραίωση της έρευνας.

Τέλος πραγματοποιείται η πρωτογενής έρευνα (μικρό εισαγωγικό δείγμα), σε γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς που δραστηριοποιούνται στο νομό Τρικάλων, προσδιορίζοντας έτσι τις αναπτυξιακές, τοπικές πρωτοβουλίες και πολιτικές του. Καθορίζοντας το σημαντικό ρόλο καθώς και συμβολή της γυναίκας στην αύξηση του αγροτικού εισοδήματος από εξωαγροτική απασχόληση, μετά από εκμετάλλευση συγκεκριμένων ωφελημάτων που προέρχονται από την ύπαιθρο.

Λέξεις Κλειδιά

Αγροτουρισμός, τοπικές πρωτοβουλίες, γυναικείοι συνεταιρισμοί, τοπική ανάπτυξη.

Συντομογραφίες – Ακρωνύμια

ΟΟΣΑ	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
ΕΛΛ.Κ.Α	Ελληνικό Κέντρο Αγροτουρισμού
ΕΣΠΑ	Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ)
ΕΣΣΑΑ	Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης
ΠΑΑ	Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης
LEADER	Liaisons Entre Actions pour la Developpement des Economies Rurales: Δεσμοί μεταξύ των Δράσεων για την Ανάπτυξη της Αγροτικής Οικονομίας
ΟΠΕΓΕΠ	Οργανισμός Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ευχαριστίες	i
Περίληψη – Λέξεις κλειδιά	ii
Λέξεις Κλειδιά	iii
Συντομογραφίες – Ακρωνύμια.....	iii
Κατάλογος Πινάκων	vi
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	vii
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο	8
1.1 Οριοθέτηση θέματος.....	8
1.2 Περιγραφή μεθοδολογίας.....	9
1.3 Πηγές.....	9
1.4 Περιορισμοί Έρευνας.....	9
1.5 Συμπεράσματα	10
1.6 Συνοπτική παρουσίαση κεφαλαίων	10
ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	12
ΕΝΟΤΗΤΑ 1^η	12
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ	12
2.1.1 Εισαγωγή.....	12
2.1.2 Έννοια του αγροτουρισμού.....	12
2.1.3 Μορφές του Αγροτουρισμού	13
2.1.4. Δραστηριότητες Αγροτουρισμού στον Ελλαδικό Χώρο	15
2.1.5. Στόχοι του Αγροτουρισμού.....	18
2.1.6 Στρατηγική και Τακτικές για τον Αγροτουρισμό	19
2.1.7 Πλεονεκτήματα και Οφέλη.....	22
ΕΝΟΤΗΤΑ 2^η	24
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	24
2.2.1. Ανθρώπινος παράγοντας – Προφίλ του Αγροτουρίστα.....	24
2.2.2 Πολιτικές Ανάπτυξης του Αγροτουρισμού	25
2.2.3 Η Γυναικεία Εναλλακτική Απασχόληση.....	27

2.2.3 Προϊόντα Τοπικής Παραγωγής (παραδοσιακά)	28
2.2.4 Περιβαλλοντική και Κοινωνική Υπευθυνότητα	29
2.2.5 Άλλες Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού	30
2.3.1 Φορείς που Ασχολούνται με τον Αγροτουρισμό	38
2.3.2 Οι επιχειρήσεις αγροτικού τουρισμού.....	40
2.3.2.1 Συνεταιρισμοί αγροτουρισμού	42
2.3.2.2 Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί	46
Αλλαγές από τον νόμο 4015 και στους γυναικείους συνεταιρισμούς	48
2.3.3 Πηγές Χρηματοδότησης Επενδύσεων Αγροτουρισμού	49
2.3.3.1 Κοινοτική Πρωτοβουλία “LEADER”	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	56
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΤΡΙΚΑΛΩΝ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ	56
3.1 Εισαγωγή.....	56
3.2 Η αναπτυξιακή εταιρεία ΚΕΝΑΚΑΠ	56
3.2.1 Στόχοι του Τοπικού Προγράμματος.....	58
3.2.2 Στρατηγική του Τοπικού Προγράμματος.....	59
3.3 Τοπικά προϊόντα στον νομό Τρικάλων	61
Αποτελέσματα έρευνας.....	62
3.4.1 Ανάλυση ερωτηματολογίων	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο	89
4.1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	89
ΠΗΓΕΣ.....	94
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	96
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ «Α».....	97

Κατάλογος Πινάκων

Αρίθμηση Πινάκων	Ονοματολογία Πινάκων	Σελίδα
3.4.1.1	Αριθμός γυναικών ανά έτη απασχόλησης	63
3.4.1.2	Ηλικιακή ομάδα	64
3.4.1.3	Ενεργά μέλη συνεταιρισμού	65
3.4.1.4	Οικογενειακή κατάσταση	66
3.4.1.5	Αριθμός τέκνων	67
3.4.1.6	Επίπεδο εκπαίδευσης	68
3.4.1.7	Επαγγελματική απασχόληση	69
3.4.1.8	Τόπος καταγωγής	69
3.4.1.9	Πηγή κονδυλίων	71
3.4.1.10	Γνώση του όρου «Αγροτουρισμού»	72
3.4.1.11	Γνώση της κοινοτικής πρωτοβουλίας “LEADER”	73
3.4.1.12	Γνώση της Ομάδας Τοπικής Δράσης	74
3.4.1.13	Διάθεση αποθηκευτικού χώρου συνεταιρισμού	75
3.4.1.14	Διάθεση μεταφορικού μέσου συνεταιρισμού	75
3.4.1.15	Αγορές διάθεσης προϊόντων	76
3.4.1.16	Παραδοσιακά προϊόντα που προωθούνται από τους συνεταιρισμούς	77
3.4.1.17	Αλλαγές στα είδη εμπορευμάτων	79
3.4.1.18	Αντιμετώπιση δυσκολιών συνεταιρισμού	79
3.4.1.19	Προμήθεια πρώτων υλών	80
3.4.1.20	Πιστοποιημένες πρώτες ύλες	81
3.4.1.21	Υλικά συσκευασίας των προϊόντων	82
3.4.1.22	Ετικέτα προϊόντος	83
3.4.1.23	Αποτελεσματικός τρόπος διαφήμισης	84
3.4.1.24	Συμμετοχή σε εκδηλώσεις	85
3.4.1.25	Λόγοι προτίμησης των τοπικών προϊόντων	86
3.4.1.26	Στρατηγικές με θετικά αποτελέσματα για το συνεταιρισμό	87

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Αρίθμηση Διαγραμμάτων	Τίτλος Διαγράμματος	Σελίδα
3.4.1.1	Αριθμός γυναικών ανά έτη απασχόλησης	63
3.4.1.2	Ηλικιακή ομάδα	64
3.4.1.3	Ενεργά μέλη συνεταιρισμού	65
3.4.1.4	Οικογενειακή κατάσταση	66
3.4.1.5	Αριθμός τέκνων	67
3.4.1.6	Επίπεδο εκπαίδευσης	68
3.4.1.7	Επαγγελματική απασχόληση	69
3.4.1.8	Τόπος καταγωγής	70
3.4.1.9	Πηγή κονδυλίων	71
3.4.1.10	Γνώση του όρου «Αγροτουρισμού»	72
3.4.1.11	Γνώση της κοινοτικής πρωτοβουλίας “LEADER”	73
3.4.1.12	Γνώση της Ομάδας Τοπικής Δράσης	74
3.4.1.13	Διάθεση αποθηκευτικού χώρου συνεταιρισμού	75
3.4.1.14	Διάθεση μεταφορικού μέσου συνεταιρισμού	76
3.4.1.15	Αγορές διάθεσης προϊόντων	77
3.4.1.16	Παραδοσιακά προϊόντα που προωθούνται από τους συνεταιρισμούς	78
3.4.1.17	Αλλαγές στα είδη εμπορευμάτων	79
3.4.1.18	Αντιμετώπιση δυσκολιών συνεταιρισμού	80
3.4.1.19	Προμήθεια πρώτων υλών	81
3.4.1.20	Πιστοποιημένες πρώτες ύλες	82
3.4.1.21	Υλικά συσκευασίας των προϊόντων	83
3.4.1.22	Ετικέτα προϊόντος	84
3.4.1.23	Αποτελεσματικός τρόπος διαφήμισης	85
3.4.1.24	Συμμετοχή σε εκδηλώσεις	86
3.4.1.25	Λόγοι προτίμησης των τοπικών προϊόντων	87
3.4.1.26	Στρατηγικές με θετικά αποτελέσματα για το συνεταιρισμό	88

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

Ο αγροτουρισμός ως έννοια εμφανίστηκε λίγο μετά τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πόλεμου, όταν αναπτυγμένες χώρες άρχισαν να κατευθύνουν μέρος εγχώριων τουριστών προς την ύπαιθρο τους, για να απολαύσουν τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες που παρείχαν οι κάτοικοι των αγροτικών περιοχών με τις αγροτουριστικές μονάδες τους ή τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις τους με σκοπό να αυξήσουν τα αγροτικά τους εισοδήματα.

Γενικότερα ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση.

1.1 Οριοθέτηση θέματος

Αντικείμενο της έρευνας αποτελεί το γεγονός, αν και κάτω από ποια οπτική γωνία ο αγροτουρισμός αποτελεί μια πραγματικά σημαντική μορφή τουριστικής ανάπτυξης για τη χώρα μας και κατά πόσο γνωρίζουμε ότι ο αγροτουρισμός είναι στη ουσία ένα εργαλείο στα χέρια της πολιτείας προκειμένου να επιτευχθούν στόχοι τοπικής ανάπτυξης.

Σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση, σχετικά με την ενθάρρυνση των τοπικών πρωτοβουλιών, για την παραγωγή, την προώθηση, την ανάδειξη και την διάθεση τοπικών παραδοσιακών προϊόντων μέσω Αγροτουριστικών Συνεταιρισμών και ειδικότερα γυναικείων.

Η συγκεκριμένη πτυχιακή στο κυρίως θέμα και σε πρώτο στάδιο, επιχειρεί μια επισκόπηση προσδιορίζοντας την έννοια του αγροτουρισμού, καθώς και τους παράγοντες που επηρεάζουν την αγροτική τοπική ανάπτυξη (με έμφαση στη γυναικεία εναλλακτική απασχόληση), επιπλέον καθορίζονται οι φορείς υλοποίησης και χρηματοδότησης των τοπικών αυτών πρωτοβουλιών.

Σε δεύτερο στάδιο, πραγματοποιείται πρωτογενής έρευνα, (μικρό εισαγωγικό δείγμα) από γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς του νομού Τρικάλων, προσδιορίζοντας έτσι τις αναπτυξιακές, τοπικές πρωτοβουλίες και πολιτικές του.

1.2 Περιγραφή μεθοδολογίας

Η έρευνα η οποία πραγματοποιείται στο νομό Τρικάλων είναι ποσοτική και ποιοτική. Η συλλογή δεδομένων στηρίχτηκε πάνω σε ερωτηματολόγια πενήντα (26) ερωτήσεων και απάντησαν (30) μέλη γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών.

Οι ερωτήσεις που καλούνται τα μέλη να απαντήσουν είναι τριών (3) ειδών:

- α) Πολλαπλών απαντήσεων
- β) Μοναδικής απάντησης
- γ) Ανοικτού τύπου

Ερωτήσεις που απαντήθηκαν αφορούσαν, γενικά το προφίλ των μελών, πως χρηματοδοτείται ο συνεταιρισμός, αν γνωρίζουν την έννοια του αγροτουρισμού, πως κρίνουν την κοινοτική πρωτοβουλία LEADER και γενικότερα στην ετοιμότητα του συνεταιρισμού ώστε να ανταποκριθεί στην εμπορία και προώθηση των προϊόντων του.

1.3 Πηγές

Ως προς το θεωρητικό σκέλος για τους σκοπούς της εργασίας πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική έρευνα, η οποία περιλαμβάνει βιβλιογραφικές αναφορές από ελληνικά βιβλία. Επιπλέον, αντλήθηκαν πηγές από το Διαδίκτυο, χρήσιμες για την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας.

Ως προς το ερευνητικό σκέλος της εργασίας πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα με ερωτηματολόγια των 26 ερωτήσεων τα οποία συμπληρώθηκαν από 30 μέλη γυναικείων συνεταιρισμών του νομού Τρικάλων. Στην πορεία έγινε ανάλυση των πληροφοριών που συγκεντρώθηκαν, με μαθηματικές στατιστικές μεθόδους.

1.4 Περιορισμοί Έρευνας

Στη διεξαγωγή της έρευνας παρουσιάστηκαν κάποιες δυσκολίες κατά την διάρκεια της διαμόρφωσης και της συλλογής των δεδομένων, επισημαίνω δυσκολία στην

επικοινωνία και στη συνάντηση των μελών. Η προσέγγιση δεν έγινε μόνο στους χώρους του συνεταιρισμού αλλά και στις οικίες τους και στις εργασίες τους.

1.5 Συμπεράσματα

Ειδικότερα μέσα από την έρευνα, εξάγονται στοιχεία που αναδεικνύουν το σημαντικό ρόλο των Γυναικείων συνεταιρισμών στην Ελλάδα τα τελευταία 25 χρόνια και συγκεκριμένα στο νομό Τρικάλων. Δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη της υπαίθρου και στην τοπική ανάπτυξη, η οποία συμβάλει στην εξασφάλιση της απασχόλησης των μελών των γυναικείων συνεταιρισμών προάγοντας με αυτό τον τρόπο τα τοπικά προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας (αγροτικά, τοπικά, τουριστικά, πολιτιστικά κ.τλ.). Πράγματι, διαπιστώνεται μέσα από την έρευνα ότι το μοντέλο των Γυναικείων συνεταιρισμών, έδωσε διέξοδο απασχόλησης σε γυναίκες που αντιμετωπίζουν ανεργία και αποκλεισμό και ιδιαίτερα στην ύπαιθρο, διότι οι γυναίκες επιδεικνύουν αξιοζήλευτη επιχειρηματικότητα και οπωσδήποτε συλλογική, καθότι δραστηριοποιούνται τόσο στις αστικές όσο και στις ημιαστικές περιοχές του νομού Τρικάλων.

1.6 Συνοπτική παρουσίαση κεφαλαίων

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται η οριοθέτηση του θέματος και δίνεται έμφαση στις βασικότερες εισαγωγικές έννοιες της πτυχακής εργασίας.

Το δεύτερο κεφάλαιο χωρίζεται σε τρεις ενότητες.

Στη πρώτη ενότητα αναφέρονται στοιχεία που προσδιορίζουν την έννοια γενικότερα του «αγροτουρισμού».

Στη δεύτερη ενότητα αναφέρονται οι παράγοντες που πειράζουν την αγροτική τοπική αναπτύξει και ειδικότερα τις αγροτουριστικές γυναικείες τοπικές πρωτοβουλίες.

Συνεχίζοντας το δεύτερο κεφάλαιο ακολουθεί η τρίτη ενότητα η οποία παραθέτει τους φορείς υλοποίησης και χρηματοδότησης των τοπικών αυτών πρωτοβουλιών.

Στο τρίτο κεφάλαιο δίνεται η περιγραφή της τοπικής αναπτυξιακής ταυτότητας του νομού Τρικάλων και γίνεται η ανάλυση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας καθώς και ο σχολιασμός αυτών. Επίσης περιλαμβάνονται διαγράμματα και ποινικοποίηση ορισμένων βασικών στοιχείων για την βέλτιστη οπτικοποίηση τους ως προς τον αναγνώστη.

Τέλος στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται ειδικά συμπεράσματα που απορρέουν από την προαναφερθείσα πρωτογενή έρευνα η οποία διεξήχθη με τη μορφή ερωτηματολογίου 26 ερωτήσεων σε 30 μέλη γυναικείων συνεταιρισμών του νομού Τρικάλων.

ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΕΝΟΤΗΤΑ 1^η

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ

2.1.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύονται οι βασικότερες έννοιες που σχετίζονται με το θέμα της εν λόγω πτυχιακής. Ο σκοπός της ανάλυσης αυτής είναι η βέλτιστη κατανόηση του θέματος καθ' όλη την πορεία της ανάπτυξής του και της έρευνας που πρόκειται να ακολουθήσει. Οι έννοιες που θα αναφερθούν είναι οι εξής: Αγροτουρισμός – Τοπικές πρωτοβουλίες.

2.1.2 Έννοια του αγροτουρισμού

Για έννοιες σύνθετες και πολύπλοκες όπως αυτή του αγροτουρισμού θα πρέπει κανείς μάλλον να επιχειρήσει να προσδιορίσει, να προσπαθήσει δηλαδή να προσεγγίσει βασικές συνιστώσες της έννοιας αυτής, παρά να ορίσει αυστηρά και άκαμπτα τον αντίστοιχο όρο με τη λογική του μαθηματικού ορισμού που δεν επιδέχεται καμιάς αμφισβήτησης¹. Η έννοια αγροτουρισμός², ως ιδέα, φιλοσοφία, ιδεολογικό-πολιτικό ρεύμα αλλά και ως μορφή ήπιας παρέμβασης στο φυσικό χώρο, που δεν «οχλεί» διαχρονικά αποδόθηκε με πολλούς εναλλακτικούς, πολλές φορές συγκρουόμενους ορισμούς, για να καταλήξουμε τελικά, ότι δεν υπάρχει ορισμός. Και αυτό, επειδή ο αγροτουρισμός από τη φύση του ανήκει στις έννοιες που δεν είναι δεκτικές ορισμών. Είναι τέτοιο το εύρος της φύσης του, που δεν υπάρχει ένας γενικός ορισμός που να καλύπτει όλες τις συνιστώσες του.

Παρ' όλα αυτά ο αγροτουρισμός³ άρχισε να καθιερώνεται στην Ελλάδα στα χρόνια της δεκαετίας του 1990, αντικαθιστώντας τους ταυτόσημους όρους αγροτουρισμός και αγροτικός τουρισμός, οι οποίοι είχαν κάνει την εμφάνισή τους στη δεκαετία του 1980.

¹ Λεωνίδας Α. Παπακωνσταντινίδης: «Αγροτουρισμός Σταθμός στο δρόμο για την Τοπική Ανάπτυξη», Εκδόσεις Δωρικός (1993)

² <http://archive.in.gr/Reviews/chapter.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=90736> άρθρο του Δρ. Λεωνίδα Α. Παπακωνσταντινίδη Καθηγητή Περιφερειακής Ανάπτυξης στο in.gr >αγροτουρισμός > οδηγός αγροτουρισμού 20.10.2009. Βήματα προσέγγισης του αγροτουρισμού

³ <http://www.aerotourcrete.gr/el/mathete-gia/what-is-agrotourism.html>

Τελικά, ο όρος αγροτουρισμός πήρε αργότερα άλλο εννοιολογικό περιεχόμενο και σημαίνει σήμερα τουρισμός των αγροτών ενώ ο καθιερωμένος όρος αγροτουρισμός σημαίνει την επίσκεψη ανθρώπων στην ύπαιθρο, στον αγροτικό χώρο, με σκοπό την απόλαυση προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν οι αγρότες με οικογενειακές ή συνεταιριστικές μονάδες και επιχειρήσεις.

Επομένως, με τον αγροτουρισμό δημιουργείται αύξηση του αγροτικού εισοδήματος από εξωαγροτική απασχόληση, μετά από εκμετάλλευση συγκεκριμένων ωφελημάτων από την ύπαιθρο, όπως είναι το φυσικό περιβάλλον, η αρχιτεκτονική και η πολιτιστική κληρονομιά, τα τοπικά αγροτικά προϊόντα, η ανθρώπινη επαφή και οι ανθρώπινες σχέσεις, η παραδοσιακή φιλοξενία, αλλά και οτιδήποτε άλλο σχετίζεται με τη ζωή στην ύπαιθρο και στο οποίο ο σύγχρονος άνθρωπος των πόλεων μπορεί να αναζητήσει σε αυτό την απόλαυση, την ηρεμία, την ψυχαγωγία και τα οποία λείπουν από την ρουτίνα της καθημερινότητας του.

Επίσης η δραστηριότητα⁴ αυτή φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νοιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της αποκάλυψης. Παράλληλα, κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις ενός τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου. Ο σωστά σχεδιασμένος και καλά οργανωμένος αγροτουρισμός έχει αποδειχτεί ότι αποτελεί ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι σε αυτής της μορφής την τουριστική ανάπτυξη το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας περιοχής αποτελούν τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά τα οποία στηρίζονται στη διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της.

2.1.3 Μορφές του Αγροτουρισμού

Οι κυρίαρχες μορφές αγροτουρισμού⁵ σε διεθνές επίπεδο είναι οι διακοπές σε αγροκτήματα και οι διακοπές σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες) που βρίσκονται μέσα στον αγροτικό οικισμό.

⁴ <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer/agrotourism.html>

⁵ <http://agrotourism.wordpress.com/>

Η Ελλάδα με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, με την πολυνησιακή της συγκρότηση, με την αποκεντρωμένη μνημειακής της τοπογραφία, με το εναλλασσόμενο τοπίο, με τις μορφολογικές της αντιθέσεις και με τις διαφοροποιημένες κλιματολογικές της συνθήκες, συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη μιας πλατιάς κλίμακας μορφών αγροτουρισμού.

Οι μορφές αυτές μπορούν να καταταχθούν σε δυο κατηγορίες:

Ο αμιγής αγροτουρισμός, όπου οι φιλοξενούμενοι πέρα από τον κύριο προορισμό τους (διακοπές – ανάπαυση), ασχολούνται είτε με αγροτικές εργασίες κατά κανόνα στο αγρόκτημα (περιποίηση ζώων, άρμεγμα, τυροκομία, θερισμός, τρυγητός, λιομάζεμα, οπωροκηπευτική, μελισσοκομία, κτλ.), είτε και πολλές φορές παράλληλα, με ψυχαγωγικές δραστηριότητες, από αυτές που τους προσφέρει το περιβάλλον της αγροτικής περιοχής (κολύμπι, ψάρεμα, πεζοπορία, ορειβασία, κινήγι, υπασία, κτλ.).

Ο σύνθετος αγροτουρισμός, όπου οι τουρίστες, πέρα από τις παραπάνω δραστηριότητες, που μπορούν να αναπτύξουν μάλλον περιθωριακά, ικανοποιούν κύρια, κάποιες προσωπικές ανάγκες τους, που εξειδικεύουν τον αγροτουρισμό της περιοχής, όπως για παράδειγμα τουρισμός υγείας, αθλητισμού, φυσιολατρίας, θρησκείας, πολιτισμού.

Κύριες μορφές αμιγή αγροτουρισμού στην Ελλάδα

- Αγροτουρισμός σε χωριά ιδιαίτερου φυσικού κάλους (ορεινά και μη) που προσελκύουν τους επισκέπτες, αξιοποιώντας την ομορφιά της τοποθεσίας τους.
- Αγροτουρισμός σε νησιωτικές ή παραλιακές περιοχές οι οποίες αξιοποιούν κυρίως τους θερινούς μήνες τον ήλιο και τη θάλασσα.
- Αγροτουρισμός σε παραδοσιακούς οικισμούς οι οποίοι έχουν να αναδείξουν μια ξεχωριστή αρχιτεκτονική που προσελκύει τον κάτοικο των τσιμεντένιων αστικών κέντρων.
- Αγροτουρισμός κοντά σε προστατευόμενες περιοχές, όπως εθνικούς δρυμούς και υδροβιότοπους οι οποίες εκτός από φυσικό κάλλος, αναλαμβάνουν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις των επισκεπτών σε θέματα οικολογίας.

- Αγροτουρισμός σε καταλύματα συνεταιριστικής μορφής, όπου τα μέλη των συνεταιρισμών, κυρίως γυναίκες προσφέρουν προϊόντα δικής τους ή τοπικής παραγωγής και αυθεντική φιλοξενία.

Κύριες μορφές σύνθετου αγροτουρισμού στην Ελλάδα

- Αγροτουρισμός σε περιοχές με ιαματικές πηγές, γνωστές ως λουτροπόλεις, όπου σε ειδικά υδροθεραπευτήρια οι τουρίστες υπόκεινται σε κάποιες θεραπευτικές αγωγές, σε ένα συνδυασμό αποτοξίνωσης και σωματικής χαλάρωσης.
- Αγροτουρισμός σε ορεινά χωριά στην περιοχή των οποίων λειτουργεί οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο, που αποτελεί το στοιχείο έλξης των τουριστών.
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές με αθλητικές εγκαταστάσεις, όπου προσφέρονται όλες οι δυνατότητες για ανάπαυση και άθληση.
- Αγροτουρισμός σε κατασκηνωτικούς χώρους (camping), που βρίσκονται στον περίγυρο αγροτικών οικισμών με τους οποίους συνδέονται οικονομικά κοινωνικά και πολιτισμικά.
- Αγροτουρισμός για παιδιά μικρής ηλικίας, που πραγματοποιείται σε παιδικές κατασκηνώσεις με αθλητικές εγκαταστάσεις, πλήρη φιλοξενία και προσφορά μορφωτικού, ψυχαγωγικού προγράμματος.
- Αγροτουρισμός σε κέντρα διερχομένων τουριστών που βρίσκονται σε ειδικούς κόμβους και δέχονται περαστικούς για να τους προσφέρουν φιλοξενία
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές όπου υπάρχουν πολιτιστικά ενδιαφέροντα. Οι διακοπές στις περιοχές αυτές συνδέονται με πνευματικές ενασχολήσεις.

Όλες οι παραπάνω μορφές αγροτουρισμού στην Ελλάδα εντοπίζονται σε αγροτικές περιοχές, οι τύποι των καταλυμάτων είναι κυρίως δωμάτια εντός της οικίας της αγροτικής οικογένειας ή καταλύματα που αποτελούν προέκταση της κατοικίας, είτε τέλος ανεξάρτητα της οικίας δωμάτια, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ανεξαρτησία της ιδιωτικής ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών.

2.1.4. Δραστηριότητες Αγροτουρισμού στον Ελλαδικό Χώρο

Ο αγροτουρισμός πέρα από φιλοσοφία, πέρα από μέσο πολιτικής συνιστά την άμυνα, συνιστά την ασπίδα απέναντι στην όποια ξενόφερτη εισβολή, συνιστά στη τελική

ανάλυση, το μέσο και τη διατήρηση της Ελληνικότητας του χώρου μας, την μοναδικότητα του τοπίου μας, της επιβίωσης μας σαν λαός σαν έθνος⁶.

Ο αγροτουρίστας δεν αναζητά τις παθητικές διακοπές. Η παραμονή στην ύπαιθρο μπορεί να εμπλουτισθεί με ποικίλες δραστηριότητες, με τα λεγόμενα «σπορ κοντά στη φύση» ή «σπορ περιπέτειας». Ένα ορμητικό ποτάμι μπορεί να είναι μια θαυμάσια ευκαιρία για την διοργάνωση αθλημάτων όπως το ράφτινγκ ή τα κανώ. Τα περιπατικά μονοπάτια που διασχίζουν περιοχές της χώρας, όπως το E4 ή E9 αφορμή για την διοργάνωση ομάδων πεζοπορίας. Το Trekking, η ορειβασία, το ποδήλατο ή η κατάβαση βουνού, η τοξοβολία, η ιππασία όλες οι μορφές δραστηριοτήτων, που συνδυάζουν τον τουρισμό περιπέτειας με την ενεργή συμμετοχή και δράση στη φύση, μπορούν να συμβάλλουν στον εμπλουτισμό του αγροτουριστικού «πακέτου».

Ιδιαίτερη θέση όμως κατέχουν στον αγροτουρισμό οι δραστηριότητες που αξιοποιούν τα πολιτιστικά, θρησκευτικά, λαογραφικά, αρχιτεκτονικά, γαστρονομικά στοιχεία της περιοχής. Έτσι η αξιοποίηση για την δυνατότητα επίσκεψης και ξενάγησης σε παλιά μοναστήρια, εκκλησίες, γεφύρια, οινοποιεία, τυροκομία εργαστήρια χειροτεχνίας, η συμμετοχή σε πανηγύρια και τοπικές γιορτές, στο μάζεμα της ελιάς ή του τρύγου, ακόμα και τα μαθήματα τοπικής κουζίνας, όλα μπορούν να προσδώσουν στον Αγροτουρισμό την ξεχωριστή τοπική ταυτότητα και να τον αναδείξουν σε μοναδικό προϊόν.

Στον Αγροτουρισμό είναι σαφές πως αναζητάμε την αυθεντικότητα και την μοναδικότητα σε κάθε της μορφή και έκφραση. Η Ελλάδα διαθέτει μια σημαντική και αξιόλογη ποικιλομορφία στα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά, που την κάνουν μια χώρα μοναδική. Βασιζόμενη σε αυτό μπορεί να αναδείξει αυτή την πολυμορφία χωρίς λόγο να υιοθετεί αντιγραφές και να ομοιογενοποιεί το προϊόν του Αγροτουρισμού.

Στην Ελλάδα υπάρχει ένα ανεκμετάλλευτο δυναμικό που μπορεί να δημιουργήσει ένα εξειδικευμένο μοντέλο Αγροτουρισμού για κάθε περιοχή. Δεν υπάρχει λοιπόν κανένας τρόπος να μιμείται αντίστοιχα μοντέλα άλλα ούτε και να εφαρμόζει ένα συγκεκριμένο μοντέλο Αγροτουρισμού σε μια ενιαία κλίμακα. Είτε πρόκειται για καταλύματα, είτε για επιχειρήσεις ή για όποιες δραστηριότητες Αγροτουρισμού, η

⁶ Λεωνίδα, Α. Παλακωνσταντινίδης: «Αγροτουρισμός Σταθμός στο δρόμο για την Τοπική Ανάπτυξη», Εκδόσεις Δωρικός (1993)

διαφορά έγκειται στο να ανακαλύψουμε τα μοναδικά, πρωτότυπα στοιχεία της κάθε περιοχής, τους πόρους που κανείς ακόμα δεν έχει αναδείξει ή δεν έχει σκεφθεί να αξιοποιήσει.

Όσο πιο πρωτότυπα, τόσο καλύτερα αναδεικνύουμε τον Αγροτουρισμό στην ιδιαίτερη και ποιοτική μορφή του. Η φαντασία και η έρευνα παίζουν μεγάλη σημασία σ' αυτή την προσπάθεια. Η αναβίωση των παραδόσεων του τόπου, τα ξεχασμένα έθιμα ή τα μουσικά ακούσματα, οι αρχιτεκτονικές τάσεις, οι παλιές τέχνες, τα μνημεία που σκέπασε ο χρόνος, η συμβολή των ηλικιωμένων να θυμηθούν παλιές συνήθειες, ιστορίες, ίχνη, μονοπάτια, συνταγές, παρασκευή ποτών.

Τα πάντα στον Αγροτουρισμό έχουν σημασία και μόνο οι ντόπιοι μπορούν να τα εντοπίσουν και να τα αναδείξουν. Η χώρα έχει το μοναδικό προνόμιο να διαθέτει ανεξάντλητους πόρους που διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή, σπάνια φυσική ομορφιά, ιστορία, παράδοση, γαστρονομία, αρχιτεκτονική, παραδοσιακές τέχνες, μουσική παράδοση, πολιτισμό, θρησκευτικά μνημεία, χωριά, παραδοσιακούς οικισμούς, βιότοπους, υδροβιότοπους, χλωρίδα και πανίδα, θρύλους, παραδόσεις, τοπικές γιορτές, πανηγύρια, θάλασσες, δάση, βουνά, μονοπάτια, φαράγγια, όλα σχηματίζουν ένα σπάνιο μωσαϊκό, ένα πολύχρωμο καλειδοσκόπιο παραστάσεων, εικόνων και εμπειριών δημιουργώντας έναν τόπο ευλογημένο. Το πλεονέκτημα είναι πως, η Ελλάδα απ' άκρη σ' άκρη διαφέρει. Είναι μια χώρα με μοναδικότητα και ανομοιογένεια κι αυτό στον αγροτουρισμό δίνει το πλεονέκτημα ανάδειξης αυτής της μοναδικότητας.

Η γαστρονομία είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ποιοτικής και ολοκληρωμένης παροχής του Αγροτουρισμού. Το φαγητό το οποίο προσφέρεται στις περιπτώσεις αυτές, πρέπει πάντα να είναι καλής ποιότητας, ικανής ποσότητας και ποικιλίας, φτιαγμένο με τοπικά προϊόντα και παραδοσιακές συνταγές. Η παροχή δεν πρέπει να μπερδεύεται ποτέ με π.χ. προϊόντα που μπορεί κανείς να βρει στην ευρεία κατανάλωση. Για παράδειγμα, ο κάτοικος της πόλης επιθυμεί να έχει στο πρωινό του φρέσκο ζυμωτό ψωμί και όχι συσκευασμένες φρυγανιές, μυρωδάτο σπιτικό γλυκό και όχι αγορασμένο από το σούπερ μάρκετ.

Οι νοστιμιές του τόπου, οι παλιές συνταγές της γιαγιάς, τα προϊόντα που φτιάχνονται από απλά φυσικά, φρέσκα υλικά και μας θυμίζουν τη ζεστασιά του οικογενειακού τραπέζιου, όλα όσα λησμονήσαμε με τον τρόπο ζωής της πόλης

αποτελούν τον σύμμαχο μας στην επιτυχία του Αγροτουρισμού. Όταν μπορούμε αν ενισχύσουμε τα προϊόντα, με αυτά της πιστοποιημένης βιολογικής καλλιέργειας, τότε προωθούμε ακόμα περισσότερο την ποιότητα στις παροχές μας. Παράλληλα είναι γεγονός ότι οι περισσότεροι επισκέπτες που γεύονται τα εδέσματα και τα γευστικά προϊόντα ενός τόπου, επιθυμούν να αγοράσουν φεύγοντας αυτά που τους αρέσουν, ακόμα και να τα παραγγέλνουν τακτικά.

2.1.5. Στόχοι του Αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός στοχεύει σε δύο παράλληλους στόχους:

- Να δώσει τη δυνατότητα στον τουρίστα να περάσει ήρεμες διακοπές μέσα στη φύση, έξω από το πλαίσιο του ανεπτυγμένου τουρισμού, μέσα σε ένα φιλόξενο κλίμα που δημιουργεί η ίδια η φύση και οι άνθρωποί της.
- Να ενισχύσει τον επαγγελματία του αγροτικού εισοδήματος με την εκμετάλλευση καταλυμάτων και την τροφοδοσία των επισκεπτών, των καταλυμάτων, με προϊόντα της ντόπιας αγροτικής παραγωγής και της τοπικής λαϊκής τέχνης.

Κάτω από αυτήν την οπτική γωνία ο αγροτουρισμός αποτελεί μια πραγματικά σημαντική μορφή τουριστικής ανάπτυξης που στοχεύει:

- Στο συνδυασμό συνεργασίας των τριών τομέων της παραγωγής μιας χώρας (πρωτογενούς, δευτερογενούς και τριτογενούς).
- Στην περιφερειακή ανάπτυξη, αφού η ύπαρξη του αποτελεί σημαντικό λόγο δημιουργίας αναπτυξιακών έργων υποδομής και ανωδομής.
- Στην ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών και οικολογικών επιβαρύνσεων.
- Στην άνοδο του οικονομικού επιπέδου των περιοχών αυτών και στη συμπλήρωση του εισοδήματος των κατοίκων καθώς και στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού.
- Στη διασφάλιση και στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, έχοντας συγχρόνως θετική επίδραση στη συγκράτηση των πληθυσμών στον τόπο κατοικίας. Παράλληλα με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας επιβιώνουν συχνά επαγγέλματα που τείνουν να εκλείψουν και τέτοια στη χώρα μας θεωρούνται αυτά που σχετίζονται με χειρονακτικές τέχνες, όπως η ξυλογλυπτική, η αργυροχρυσοχοΐα, η κεραμική και η υφαντική.

- Στη βελτίωση και διάθεση των τοπικών και γεωργικών προϊόντων καθώς και στη γνωριμία τους με το κοινό.
- Στη διατήρηση, την προβολή και την αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής μας κληρονομιάς.
- Γνωριμία με τη φύση και ψυχολογική ικανοποίηση και ανάταση του τουρίστα από την επαφή του με αυτή.
- Στην ενεργοποίηση του τοπικού πληθυσμού με την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε περιοχές που μέχρι σήμερα παρέμεναν αναξιοποίητες, ενώ στη πραγματικότητα διαθέτουν δυναμική ανάπτυξης.

2.1.6 Στρατηγική και Τακτικές για τον Αγροτουρισμό

Με τον καθορισμό της αποστολής του αγροτουρισμού, την καθιέρωση των στόχων και τη διαρκή ετοιμότητα για την αντιμετώπιση της κάθε αλλαγής, συνδέεται αναπόσπαστα ο προγραμματισμός και η κατάσχεση στρατηγικών σχεδίων και οι τακτικές για αγροτουριστική δράση.

Η στρατηγική⁷ για μια ειδική μορφή τουρισμού όπως είναι ο αγροτουρισμός στην ευρύτερη έννοια του, είναι ένα δυναμικό σχέδιο για την επίτευξη της αποστολής και των λειτουργικών σκοπών της. Η στρατηγική είναι καταλύτης και οδηγός ενεργειών και περιέχει οπωσδήποτε μικροτακτικές για την αντιμετώπιση καθημερινών ή βραχυπρόθεσμων προβλημάτων.

Οι μικροτακτικές κάνουν χρήση των καθημερινών δυνάμεων της επιχείρησης με σκοπό την επίτευξη της γενικής στρατηγικής. Στο ενδεχόμενο της ύπαρξης αντίθετων επιχειρημάτων, παραμένει γεγονός ότι ο συστηματικός προγραμματισμός και η στρατηγική μάρκετινγκ κάνουν να ξεχωρίζει μια επιτυχημένη επιχείρηση από μια μέτρια.

Στην Ελλάδα, από τη δεκαετία του 1960, υπήρξε μια απρογραμματίστη και εμπειρική ανάπτυξη μορφών αγροτουρισμού, κυρίως σε παραθαλάσσιες περιοχές που αργότερα μετατράπηκαν σε κέντρα οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών. Η ανάπτυξη αυτή στηρίχθηκε στην προσπάθεια των ντόπιων κατοίκων να προσφέρουν στους τουρίστες τα σπίτια τους σαν φιλοξενία και συχνά και τα τοπικά τους προϊόντα. Η

⁷ <http://archive.in.gr/Reviews/chapter.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=47282>

έλλειψη συγκροτημένων εθνικών και τοπικών προγραμμάτων και η ταχύτατη ανάπτυξη του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών σε αυτές τις περιοχές, άφησε ανολοκλήρωτες τις όποιες προσπάθειες του σταδιακά μετατράπηκαν σε επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων.

Έτσι υπήρξε μια σημαντική χρονική υστέρηση σε σχέση με τις άλλες ανεπτυγμένες ευρωπαϊκές χώρες, οι οποίες εδώ και πενήντα χρόνια τουλάχιστον έχουν αναπτύξει τον αγροτουρισμό παράλληλα με τον κοινωνικό τουρισμό, χρησιμοποιώντας τους ουσιαστικά ως βασικά εργαλεία της περιφερειακής τους ανάπτυξης.

Στην Ελλάδα υπήρξαν απόπειρες εκπόνησης τέτοιων αναπτυξιακών προγραμμάτων κατά τη δεκαπενταετία 1975 – 1990, χωρίς όμως να δώσουν κάποια χειροπιαστά αποτελέσματα, γεγονός που οφείλεται κυρίως στους εξής λόγους:

- Στην ελλιπή νομοθεσία,
- Στην έλλειψη τεχνογνωσίας,
- Στις λανθασμένες χωροταξικές επιλογές και
- Στην χρηματοδότηση με ασαφή κριτήρια.

Λόγοι οι οποίοι καθιστούν επιτακτική την ανάγκη να υπάρξουν βραχυπρόθεσμα τα κάτωθι:

- Σύνταξη δύο ή τριών πιλοτικών προγραμμάτων για ορεινές και μεσογειακές περιοχές της χώρας, που θα βοηθήσουν στην εξαγωγή ορθολογικών και φερέγγυων συμπερασμάτων.
- Δημιουργία τεχνογνωσίας στα θέματα που σχετίζονται με την οικονομοτεχνική υποδομή, τις μορφές απασχόλησης, το μάρκετινγκ και την προβολή, τη φορολόγηση.
- Έμφαση στη χωροταξική διάσταση ανάπτυξης του αγροτουρισμού, λαμβάνοντας υπ' όψιν τους υφιστάμενους τύπους τουριστικής ανάπτυξης.

Ο αγροτουρισμός και ο τουρισμός στην ύπαιθρο μπορούν να αναπτυχθούν μόνο σε μεσόγειες, ορεινές ή ημιορεινές περιοχές της χώρας και όχι σε περιοχές που γειτνιάζουν με τόπους μαζικού τουρισμού. Καθοριστικό ρόλο σε αυτή την προσέγγιση έπαιξε το γεγονός ότι έχει αποδειχτεί στην πράξη πως η ανάπτυξη του αγροτουρισμού κοντά σε

περιοχές μαζικού τουρισμού δεν είναι επιτυχής, αφού συνήθως αντιγράφονται τα αναπτυξιακά πρότυπα των τουριστικά κορεσμένων περιοχών με συνέπεια οι αγροτουριστικές απόπειρες να καταλήγουν συχνά σε επιχειρήσεις ανάπτυξης «ενοικιαζόμενων δωματίων».

Μέσα από την οριοθέτηση της έννοιας του αγροτουρισμού μπορούν να διαφανούν τα βασικά στοιχεία τα οποία αποτελούν και τους βασικούς άξονες οποιουδήποτε προγράμματος αγροτουριστικής ανάπτυξης:

- Η συμπληρωματικότητα του εισοδήματος της αγροτικής οικογένειας.
- Αποτελεί θεμελιακό στοιχείο και εισάγει αυτομάτως την αναπτυξιακή και την κοινωνική διάσταση στην έννοια «αγροτουρισμός». Δεν αποτελεί ο αγροτουρισμός δραστηριότητα που θα υποκαταστήσει την απασχόληση στον αγροτικό τομέα, αλλά αντιθέτως είναι αυτός που θα στηρίξει και θα ενισχύσει τον τοπικό πληθυσμό στην κύρια ενασχόληση του που είναι και παραμένει η γεωργία.
- Ο αγροτουρισμός ως συμπληρωματικός πόρος στον προϋπολογισμό της αγροτικής οικογένειας, όπου σημαίνει μεγαλύτερο διαθέσιμο εισόδημα, βελτίωση των όρων ζωής, διεύρυνση των ευκαιριών πρόσβασης σε απασχόληση και μείωση των κινήτρων εγκατάλειψης του τόπου, δηλαδή συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού στις εστίες του.

Με δεδομένους τους δύο αυτούς βασικούς άξονες, είναι αυτονόητο πως ένα πρόγραμμα αγροτουριστικής ανάπτυξης μπορεί να ωφελήσει πολλαπλώς πολλές ταυτόχρονα αγροτικές οικογένειες, αφού θα συμβάλει στη δημιουργία συμπληρωματικών εσόδων γητευτές. Ωστόσο, η μικρή επιχειρηματική μονάδα οικογενειακού ή συνεταιριστικού χαρακτήρα δεν είναι σε θέση να μπορεί να ολοκληρώσει την προσπάθεια για δημιουργία ενός συντονιστικού οργάνου με αρμοδιότητες χάραξης αγροτουριστικής πολιτικής ή υπόδειξης προδιαγραφών ή επιβολής ελέγχου στην εφαρμογή αυτών των προγραμμάτων, με αποτέλεσμα να διαπιστώνεται εγγενής αδυναμία χρησιμοποίησης του αγροτουρισμού ως του μοναδικού μοχλού για την εφαρμογή μιας πολιτικής περιφερειακής ανάπτυξης των «άγονων» και εγκαταλελειμμένων ορεινών και ημιορεινών περιοχών της χώρας.

Τα όσα προβλήματα μπορούν να επισημανθούν, οφείλονται κατά κύριο λόγο στο πλέγμα των ειδικών μορφών τουρισμού και στο γεγονός ότι οι αγρότες πρέπει να δώσουν

έμφαση σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο αγροτουρισμός, ο περιηγητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός κλπ. Αυτά τα προβλήματα αφορούν ιδιαίτερα τις ηπειρωτικές ορεινές και ημιορεινές περιοχές που έχουν πλούσια πολιτιστική παράδοση και στις οποίες δεν έχει αναπτυχθεί, τουλάχιστον μέχρι σήμερα, ο μαζικός τουρισμός.

Σε τέτοιες περιοχές πρέπει τα προγράμματα αγροτουρισμού να στοχεύουν αρχικά στον οικογενειακό τουρισμό και στην παροχή αγροτουριστικών υπηρεσιών όχι μόνο κατά τους μήνες του καλοκαιριού, αλλά και κατά τους μήνες της χειμερινής περιόδου, οπότε και μπορεί να αποδειχθούν ιδιαίτερα επιτυχή. Η εκ παραλλήλου προβολή της περιήγησης και της πολιτιστικής παράδοσης των περιοχών αυτών πρόκειται να συμβάλει ακόμα περισσότερο στην ποικιλία των προσφερόμενων υπηρεσιών αυτού του πλέγματος.

2.1.7 Πλεονεκτήματα και Οφέλη⁸

Ο Αγροτουρισμός επιδιώκει τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων και ανταποκρίνεται στην ανάγκη των αγροτών να αποκτήσουν συμπληρωματικό εισόδημα απασχολούμενοι με τον τομέα των υπηρεσιών καθώς και στην ανάγκη των κατοίκων των αστικών κέντρων να επιστρέψουν στη φύση.

Ο Αγροτουρισμός αναπτύσσει την τοπική κοινωνία, συμβάλλει στη συνέχεια της παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων, διατηρεί τέχνες που διαφορετικά θα είχαν εξαφανισθεί, συμβάλλει στην αναβίωση εθίμων και παραδοσιακών εκδηλώσεων, στη διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, αποτελεί ένα μέσο επικοινωνίας των απομονωμένων περιοχών με τα μεγάλα αστικά κέντρα, αλλά και προσφέρει νέες προοπτικές ζωής στους νέους των περιοχών αυτών. Μέσω του Αγροτουρισμού προβάλλεται η πολιτιστική κληρονομιά, η μοναδικότητα της κάθε περιοχής.

Ο Αγροτουρισμός προσφέρει στον επισκέπτη την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, την πολιτιστική κληρονομιά κάθε περιοχής, με σεβασμό στο περιβάλλον και την παράδοση. Δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να έρθει σε επαφή με τη φύση και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει.

⁸ <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer/agrotourism.html>

Γενικότερα ο Αγροτουρισμός συμβάλλει:

- Στη συμπλήρωση και βελτίωση του αγροτικού εισοδήματος.
- Στη βελτίωση της ποιότητας ζωής και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού.
- Στη συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στον τόπο διαμονής του.
- Στη βελτίωση και διάθεση των τοπικών αγροτικών και βιοτεχνικών προϊόντων.
- Στη προστασία του περιβάλλοντος.
- Στη διατήρηση, προβολή κι αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Στη βελτίωση της ελκυστικότητας των αγροτικών περιοχών.
- Στη ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.

ΕΝΟΤΗΤΑ 2^η

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.2.1. Ανθρώπινος παράγοντας – Προφίλ του Αγροτουρίστα

Οι αγροτουρίστες⁹ αναζητούν ξεκούραση, χαλάρωση σε ένα ήρεμο περιβάλλον, σε μια προσπάθεια να αποκοπούν προσωρινά από την αστική τους καθημερινότητα.

- Όμως ποιο είναι το κοινό που επιλέγει τον αγροτουρισμό.
- Ποιες είναι οι προτιμήσεις και τα κίνητρα των ανθρώπων, που η διαμονή στη φύση και η επιστροφή σε έναν τρόπο ζωής πιο ήρεμο και παραδοσιακό τους συγκινεί τόσο ώστε, να αντιπροσωπεύουν ένα ολόκληρο τμήμα της αγοράς.

Είναι αυτοί που επιζητούν την επαφή με την φύση, προκειμένου να γνωρίσουν τόσο την αγροτική ζωή όσο και τους αγρότες, τους ντόπιους που θα τους μνήσουν σε ένα διαφορετικό και άγνωστο για πολλούς από αυτούς τρόπο ζωής. Θέλουν να απολαύσουν την αυθεντικότητα της επαρχιακής ζωής, την ανεπιτήδευτη φιλοξενία, την καθαρότητα του τοπίου και την καθαριότητα του περιβάλλοντος, τα παραδοσιακά, σπιτικά εδέσματα, να γίνουν κοινωνοί σε μια ζωή που έχει να τους πει πολλά για το κοντινό παρελθόν τους.

Οι τουρίστες αυτοί θεωρούνται πολυταξιδεμένοι και έμπειροι. Είναι άτομα που έχουν ήδη γευθεί τους τουριστικούς προορισμούς με την μορφή του μαζικού τουρισμού και κορεσμένοι από το συγκεκριμένο πρότυπο, αναζητούν στον προορισμό μια νέα διάσταση, εντρυφώντας στην πολιτιστική και φυσιολατρική του υπόσταση αλλά και στην δυνατότητα για ανθρώπινη επαφή και επικοινωνία.

Οι αγροτουρίστες ανήκουν σε ένα ευρύ ηλικιακό φάσμα. Σε χώρες της Ευρώπης που ο αγροτουρισμός έχει παράδοση δεκαετιών, αποτελεί έναν τρόπο ζωής ο οποίος απευθύνεται σε όλη την οικογένεια και διεκδικεί το ήμισυ των ετήσιων οικογενειακών διακοπών. Τα νεότερα άτομα είναι αυτά που προτιμούν να συνδυάζουν το πακέτο αγροτουρισμού με «σπορ περιπέτειας», ενώ οι μεγαλύτεροι με πιο ήπιες δραστηριότητες, με περιηγήσεις πολιτιστικού, θρησκευτικού, λαογραφικού κλπ. περιεχομένου.

⁹ <http://www.europa.eu.int>

Από τα σπουδαιότερα όμως χαρακτηριστικά που διακρίνουν τα άτομα που επιλέγουν τον αγροτουρισμό είναι το υψηλά οικονομικό αλλά και μορφωτικό τους επίπεδο. Τα άτομα αυτά θεωρούνται ότι έχουν αυξημένη οικολογική συνείδηση, πολυποίκιλα ενδιαφέροντα, διάθεση για μόρφωση και πολιτιστική προσέγγιση. Δεν παρασύρονται από τον μιμητισμό και τα πρότυπα της καταναλωτικής κοινωνίας, είναι εκλεπτυσμένοι και με υψηλές απαιτήσεις ως προς την ποιότητα και το επίπεδο των υπηρεσιών που τους παρέχονται. Σε όλο τον κόσμο ο αγροτουρίστας θεωρείται ποιοτικός, υψηλών προδιαγραφών και σημαντικής αγοραστικής δύναμης. Ξέρει ακριβώς τι ζητάει και δεν αρκείται σε καταστάσεις που δεν τον ικανοποιούν. Μήπως εν τέλει οι προοπτικές που δίνει ο αγροτουρισμός, μπορούν να γίνουν μεταξύ άλλων, η διέξοδος που αναζητάει ο ελληνικός τουρισμός στην προσέλκυση επιλεκτικού και υψηλού επιπέδου τουρισμό.

2.2.2 Πολιτικές Ανάπτυξης του Αγροτουρισμού

Πρέπει να υιοθετηθούν πολιτικές ανάπτυξης για να κρατήσουμε τον κόσμο στην ύπαιθρο, για να τονώσουμε την αγροτική ζωή, να ενισχύσουμε το οικονομικό εισόδημα, να σταματήσουν να ερημώνουν τα ορεινά χωριά και οι μειονεκτικές περιοχές της Ελλάδας, που για διάφορους λόγους δεν είχαν μέχρι πρόσφατα ευκαιρία ανάπτυξης και αξιοποίησης, και για να κρατήσουμε τους νέους στον τόπο τους και να δώσουμε διέξοδο από την ανεργία.

Δεν είναι τυχαίο ότι η πολιτική ανάπτυξης του αγροτουρισμού αποτελεί κεντρική κατευθυντήρια πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως απάντηση στα ζητήματα της πολυλειτουργικής γεωργίας, της ενίσχυσης του αγροτικού εισοδήματος, της περιφερειακής ανάπτυξης, της προστασίας του περιβάλλοντος, του αιτήματος του σύγχρονου ανθρώπου για την ποιότητα ζωής. Αυτό το μοντέλο ανάπτυξης που πολλοί «εταίροι» μας στην Ευρωπαϊκή οικογένεια έχουν υλοποιήσει εδώ και δεκαετίες στην Γαλλία, την Ιταλία, την Αυστρία, υπήρξε η απάντηση στην ερήμωση της περιφέρειας και στη μείωση του αγροτικού εισοδήματος. Σήμερα υπολογίζεται ότι το 70% των Αμερικανών, Αυστραλών, Αυστριακών και Γερμανών και όχι πολύ μικρότερο ποσοστό των κατοίκων των υπολοίπων χωρών του Ο.Ο.Σ.Α. κάνουν σε ετήσια βάση αγροτουρισμό.

Αντικειμενικός και μακροχρόνιος στόχος του αγροτουρισμού, έτσι όπως καταγράφεται στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είναι να συμβάλλει στην

αντιστροφή του κλίματος εγκατάλειψης που υπάρχει στην ύπαιθρο, εξαιτίας κυρίως της συρρίκνωσης της γεωργίας και στη συνέχεια, στη δημιουργία ευνοϊκότερων συνθηκών για την ανάπτυξη νέων οικονομικών δραστηριοτήτων. Μέσα από τη κινητοποίηση των τοπικών πόρων (ανθρώπινων, φυσικών, οικονομικών) επιχειρείται να τεθεί σε λειτουργία ένας μηχανισμός ενδογενούς ανάπτυξης.

Με τον αγροτουρισμό, πετυχαίνουμε την παραμονή των κατοίκων στις περιοχές τους, την διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, την ανακαίνιση σπιτιών και αρχοντικών που αφέθηκαν στον χρόνο. Μέσω του αγροτουρισμού προβάλλεται η πολιτιστική κληρονομιά, η μοναδικότητα της κάθε περιοχής που χάνεται και διαβρώνεται. Σήμερα υπάρχουν περί τις 5.000 ορεινές περιοχές που αντιμετωπίζουν το ενδεχόμενο, είτε να εξαφανιστούν ολοκληρωτικά, λόγω της αραιοκατοίκησης που συνδέεται με την μεγάλη ηλικία, είτε να αποκτήσουν ένα εντελώς νέο πληθυσμό που τυχαίνει να φτάσει εκεί σαν μετανάστης από κάποια άλλη χώρα, κινδυνεύοντας έτσι να χαθεί ένα μεγάλο κομμάτι ιστορικής συνέχειας. Σε συνδυασμό με την ανάγκη να συγκροτήσουν τις δυναμικές τους, σε μια διαδικασία ευαισθητοποίησης και ανάστροφης πορείας δραστηριοποίησης των νέων ανθρώπων, ο αγροτουρισμός θα αποτελέσει το μεγάλο κίνητρο. Παράλληλα δεν πρέπει να παραβλέψουμε το γεγονός ότι, αποτελεί μια ευκαιρία προσέγγισης των κατοίκων της Ευρώπης, καθώς και των κοινωνιών που αναπτύσσονται στα πλαίσια αυτά παρ' όλες τις διαφορετικές πολιτισμικές και θρησκευτικές παραδόσεις.

Τώρα που τα σημάδια κορεσμού του κλασικού μοντέλου τουρισμού έχουν αρχίσει να γίνονται εμφανή και τα οφέλη άρχισαν να ισοσκελίζουν τα προβλήματα, είναι φανερό πως πρέπει να αναζητήσουμε νέες διεξόδους και μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης. Σήμερα αρχίζει να γίνεται συνείδηση ότι η ανάπτυξη των ήπιων μορφών τουρισμού και ιδιαίτερα ο αγροτουρισμός, που χαρακτηρίζεται από τα στοιχεία του σεβασμού στον άνθρωπο και στο περιβάλλον είναι η πλέον κατάλληλη μορφή τουρισμού που συμβάλλει στην καλύτερη γνωριμία και επικοινωνία των κατοίκων της Ευρώπης, στην διαπαιδαγώγηση των πολιτών ως προς την ανεκτικότητα της όποιας διαφοράς τους και την προστασία των φυσικών πόρων της ηπείρου.

Η Ελλάδα δεν θα σταματήσει να είναι συνυφασμένη με τον μαζικό τουρισμό, αλλά όμως διαθέτει εξαιρετικούς και ποικίλους τουριστικούς πόρους που μπορούν να αξιοποιηθούν και να αναδείξουν ένα νέο εναλλακτικό πρόσωπο, ένα ήπιο τουριστικό

μοντέλο, ένα ποιοτικό προϊόν προσανατολισμένο σε ένα εξίσου ποιοτικό τμήμα της αγοράς.

Ο αγροτουρισμός δεν είναι απλώς μια μορφή τουρισμού. Είναι μια διαφορετική προσέγγιση στον τρόπο ζωής, μια νέα πραγματικότητα, ένα όραμα.

2.2.3 Η Γυναικεία Εναλλακτική Απασχόληση

Στόχος μας εδώ είναι η αναζήτηση των αναγκών εκείνων ερεθισμάτων για την ενεργοποίηση των γυναικών πάνω σε ένα σημαντικό πεδίο δράσης, στο τοπικό επίπεδο, μέσα από την υπόδειξη των στρατηγικών που είναι αναγκαίες, για την οργάνωση και επιτυχία του προγράμματος αγροτουρισμού. Γι αυτό και επικεντρώνουμε τη σκέψη μας εδώ στο θέμα απασχόληση της γυναίκας στον αγροτικό χώρο και ιδιαίτερα στη μειονεκτική αγροτική περιφέρεια¹⁰.

Οι συνεταιρισμοί¹¹ γυναικών έχουν παίξει στην Ελλάδα τα τελευταία 25 χρόνια ένα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της υπαίθρου και στην τοπική ανάπτυξη, εξασφαλίζοντας και απασχόληση στα μέλη τους και τοπικά προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας (αγροτικά, τοπικά, τουριστικά, πολιτιστικά κ.τ.λ.), ενώ συμβάλλουν αποφασιστικά και στην κατάρριψη των αναχρονιστικών αντιλήψεων περί «ανικανότητας» των γυναικών.

Τομείς δραστηριοποίησης των γυναικείων συνεταιρισμών.

Οι επικρατέστεροι τομείς δραστηριοποίησης είναι:

- Ο αγροτουρισμός [καταλύματα (ξενώνες, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, δωμάτια, κατοικίες κ.τ.λ.), πολιτιστικές, οικολογικές δραστηριότητες].
- Η χειροτεχνία (υφαντά, κεντήματα, παραδοσιακές στολές κ.ά.).
- Η μεταποίηση (παραγωγή αρτοσκευασμάτων και ειδών διατροφής).
- Η παραγωγή βιολογικών και τοπικών προϊόντων (τσίπουρο, λάδι, μαστίχα, τραχανάς, χυλοπίτες, κ.λπ.).
- Η παραγωγή γλυκών και προϊόντων εστίασης.
- Το catering.

Θετικά σημεία από την ανάπτυξη των γυναικείων συνεταιρισμών:

¹⁰ Λεωνίδας Α. Παπακωνσταντίνδης: «Αγροτουρισμός Σταθμός στο δρόμο για την Τοπική Ανάπτυξη», Εκδόσεις Δωρικός (1993)

¹¹ <http://blogs.sch.gr/kkiourtsis/files/2011/07/%CE%98.%CE%95.-1.62.pdf>

Για το άτομο

- Εξασφάλιση απασχόλησης.
- Εξασφάλιση συμπληρωματικού εισοδήματος και βελτίωση της προσωπικής και οικογενειακής ζωής.
- Εξασφάλιση χρηματοδοτήσεων από ευρωπαϊκά προγράμματα.
- Έξοδος από το σπίτι και τις οικογενειακές ευθύνες.
- Κοινωνικοποίηση των μελών και στη συνέχεια δυνατότητα για συμμετοχή σε Κέντρα Λήψης Αποφάσεων (Κ.Λ.Α.)

- Επιμερισμός ρίσκου και ευθυνών στην επιχείρηση.
- Αυτοανάπτυξη και απόκτηση αυτοπεποίθησης.
- Ανάπτυξη της κοινωνικότητας των γυναικών μέσω της κοινωνικής τους συναναστροφής, της συνεργασίας σε ομάδα και της απόκτησης κοινωνικών δεξιοτήτων.
- Επιμόρφωση, εκπαίδευση για την απόκτηση προσόντων στην κοινωνική επιχειρηματικότητα και βελτίωση του μορφωτικού τους επιπέδου.
- Ανάδειξη των κρυμμένων δεξιοτήτων από την παροχή αφανούς εργασίας στο σπίτι, ή στην οικογενειακή επιχείρηση.
- Απόκτηση επιχειρηματικής και επαγγελματικής συνείδησης και εμπειρίας.

Για την κοινωνία και οικονομία

- Εμπλουτισμός της οικονομικής και κοινωνικής ζωής με τις ικανότητες και δεξιότητες των γυναικών.
- Συμβολή και των γυναικών στην τοπική ανάπτυξη επιχειρηματικότητα και στη
- Συγκράτηση του πληθυσμού στα χωριά.
- Ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού.

2.2.3 Προϊόντα Τοπικής Παραγωγής (παραδοσιακά)

Σύμφωνα¹² με το άρθρο 5 του κανονισμού, θα πρέπει το τι είναι «παραδοσιακό» να καθορίζεται από τις εθνικές διατάξεις του κάθε κράτους – μέλους. Ποιες είναι αυτές οι παραδοσιακές πρώτες ύλες, η παραδοσιακή σύσταση, η παραδοσιακή παραγωγή κ.λπ., αναφέρονται στο άρθρο 4 που καθιστούν ένα προϊόν ή τρόφιμο παραδοσιακό.

¹²<http://archive.jn.gr/Reviews/article.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=1056&lngItemID=1059>

Στις αρχές του 2000 ο Οργανισμός Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (ΟΠΕΓΕΠ) συγκρότησε επιτροπή με αποκλειστικό έργο τη διατύπωση της ορολογίας και των τεχνικών προδιαγραφών των παραδοσιακών προϊόντων ή των Ειδικών Παραδοσιακών Προϊόντων Εγγυημένων, όπως είναι η επίσημη ονομασία τους. Η Επιτροπή είναι δεκαμελής και την απαρτίζουν επιστήμονες (χημικοί, γεωπόνοι, γιατροί) και εκπρόσωποι της βιομηχανίας. Τα αποτελέσματα των εργασιών της επιτροπής θα υποβληθούν στον ΟΠΕΓΕΠ, ο οποίος μαζί με τις δικές του προτάσεις των προδιαγραφών για τον έλεγχο, την επίβλεψη, την προστασία και την πιστοποίηση των Ειδικών Παραδοσιακών Προϊόντων Εγγυημένων θα τα υποβάλλει στο υπουργείο Γεωργίας, το οποίο με τη σειρά του θα εκδώσει την υπουργική απόφαση, η οποία θα επικυρώνει και θα ενεργοποιεί τον κανονισμό της ΕΟΚ. (Για όλα τα παραπάνω δεν υπάρχει χρονοδιάγραμμα).

Μέχρι την ολοκλήρωση όλων των διεργασιών, στο ερώτημα πόσο παραδοσιακά είναι τα προϊόντα που μας προσφέρονται ως παραδοσιακά, η απάντηση θα είναι άγνωστο. Ο Οργανισμός Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων δημιουργήθηκε το 1998, είναι ΝΠΙΔ, έχει διοικητική και οικονομική αυτοτέλεια και τελεί υπό την εποπτεία του υπουργού Γεωργίας. Στο άρθρο 32 του ιδρυτικού νόμου, διαβάζουμε: 'σκοπός του ΟΠΕΓΕΠ, ο οποίος λειτουργεί χάριν του δημοσίου συμφέροντος, είναι η προαγωγή και η διασφάλιση της ποιότητας των αγροτικών προϊόντων, η προστασία προέλευσής τους, με κάθε πρόσφορο τρόπο και μέθοδο, καθώς και η προώθηση συστημάτων προστασίας και διαχείρισης της αειφορίας των αγροτικών και δασικών εκμεταλλεύσεων'.

2.2.4 Περιβαλλοντική και Κοινωνική Υπευθυνότητα

Ο συνεταιρισμός συνιστά, την εγγύηση του ανθρώπου, που ζει σε ένα συγκεκριμένο χώρο όσο μικρός και αν είναι (π.χ. αγροτική κοινότητα) στην ανάπτυξη του τόπου του.

Από εκεί και πέρα, ο κάθε άνθρωπος τοποθετείται απέναντι στο διαρκώς μεταβαλλόμενο κοινωνικό γίγνεσθαι, που επηρεάζει και επηρεάζεται από το διαρκώς μεταβαλλόμενο κοινωνικό περιβάλλον, που με τη σειρά του αντανακλά τις επιμέρους φάσεις της πολιτιστικής εξέλιξης του ανθρωπίνου γένους. Λογικά ο κάθε άνθρωπος τοποθετείται είτε θετικά είτε αρνητικά είτε παραμένει αδιάφορος – απλός θεατής του

κοινωνικοοικονομικού γίνεσθαι, παθητικός αποδέκτης ιδεών και τεχνολογικών ανακαλύψεων.

Συνειδητοποιείται, ότι σύνολα ανθρώπων ομάδες κοινωνίες συνήθισαν να λειτουργούν μέσα σε συγκεκριμένα πρότυπα χωρίς την πρόθεση διαφοροποίησης, ή έστω τη προσαρμοστικότητα σε κάποιες νέες συνθήκες που ενδεχόμενα υπαγορεύονται από μεταβολές στο κοινωνικό ή στο φυσικό, πολιτιστικό κλπ περίγυρο. Για παράδειγμα η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος από την αλόγιστη ανθρώπινη δραστηριότητα συνιστά στις ημέρες μας υπαρκτό πλέον πρόβλημα. Και όμως τοποθετούμεθα στη θέση του απλού θεατή αυτής της καταστροφικής διαδρομής, με την ενδόμυχη σκέψη ότι τα συμπτώματα θα φανούν στη επόμενη γενιά.

Θα πρέπει να επισημανθεί η σημασία της στροφής στην τοπική ανάπτυξη στην ενεργοποίηση του ενδογενούς ανθρώπινου δυναμικού που δίνει τη δυνατότητα να προβληματιστούμε, να κρίνουμε, να συγκρίνουμε και να γυρίσουμε πίσω τότε που οι μικρές κοινωνίες ήταν αυτάρκειες, τότε που οι μικρές ομάδες που συνδέονταν με τους δεσμούς αίματος είχαν την ευθύνη για την ίδια τους την επιβίωση μέσα στο δικό τους χώρο όπου ο καθένας θα μπορούσε να φροντίζει για τα πάντα. Ο καταμερισμός και η εξειδίκευση αποτελούσαν έννοιες άγνωστες. Η υπευθυνότητα όμως ήταν γνωστή¹³.

2.2.5 Άλλες Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού¹⁴

Ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται αυτές πέραν του μαζικού τουρισμού, οι οποίες επιδιώκουν την αποφυγή αρνητικών και τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών παραγόντων και επιπτώσεων.

Κύρια χαρακτηριστικά των μορφών αυτών είναι:

- 1) Η μικρής κλίμακας, ελεγχόμενη και ρυθμιζόμενη ανάπτυξη,
- 2) Η ποικιλία δραστηριοτήτων σε ατομική / ανεξάρτητη βάση ή μικρής κλίμακας και
- 3) Η έμφαση στην απόκτηση εμπειριών για τις τοπικές κουλτούρες και στη διατήρηση των παραδοσιακών αξιών.

¹³ Λεωνίδας Α. Παπακωνσταντινίδης: «Αγροτουρισμός Σταθμός στο δρόμο για την Τοπική Ανάπτυξη», Εκδόσεις Δωρικός (1993)

¹⁴ <http://agrotourism.wordpress.com/>

Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται όλο και πιο συστηματικά οι ειδικές μορφές τουρισμού, που προσφέρουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους και με προγράμματα εξειδικευμένων δράσεων, όπως είναι ο θεραπευτικός – ιαματικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικολογικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός κ.λ.π. Έτσι, η χώρα αποτελεί πλέον έναν προσφιλή τουριστικό προορισμό όχι μόνο για διακοπές «κλασσικού τύπου», αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές, αναζητώντας εκτός από την ξεκούραση και την απόλαυση των αξιοθέατων της χώρας και τη μοναδική εμπειρία, που προσφέρουν η φύση και τα «προϊόντα» της, ο θρησκευτικός πολιτισμός της αλλά και οι εξειδικευμένες υποδομές της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.

Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες.

Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και οι μεταβυζαντινές εκκλησίες, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια, τα μοναστήρια, με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, με ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και την στενή και μακραίωνη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία. Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά κυρίως ευσεβείς περιηγητές, φιλέρευνους τουρίστες, αλλά και θαυμαστές της βυζαντινής τέχνης, οι οποίοι, μέσα από πολιτιστικά οδοιπορικά στον ελληνικό χώρο, έρχονται σε επαφή με την πνευματικότητα της ορθοδοξίας.

Θεραπευτικός – Ιαματικός Τουρισμός

Η φύση εκτός από σπάνια τοπία και ιδιαίτερες φυσικές ομορφιές, «χάρισε» στην Ελλάδα και πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες. Τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου της χώρας, ενώ οι θεραπευτικές τους ιδιότητες ήταν γνωστές, ήδη, από τους αρχαίους χρόνους.

Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ τα νερά των συγκεκριμένων πηγών διαφέρουν από τα συνηθισμένα, είτε λόγω της υψηλής

τους θερμοκρασίας είτε λόγω της παρουσίας σπάνιων δραστικών συστατικών. Τα νερά αυτά χαρακτηρίζονται ως μεταλλικά εξαιτίας της θερμοκρασίας ή της γενικής τους χημικής σύστασης. Εκτός από τις ψυχρές μεταλλικές πηγές υπάρχουν και οι θερμοπηγές, με τις οποίες οικοδομήθηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία (θερμαλισμός).

Η γεωγραφική κατανομή των πηγών δεν είναι τυχαία, καθώς συνδέεται είτε με τεκτονικά γεγονότα, όπως, για παράδειγμα, στις περιπτώσεις των πηγών του Καϊάφα, της Κυλλήνης και του Λαγκαδά, είτε με ηφαιστειακές δραστηριότητες όπως, για παράδειγμα, στις περιπτώσεις των πηγών των Μεθάνων, της Μήλου, της Λέσβου, της Σαμοθράκης και της Λήμνου.

Η υδροθεραπεία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την αντιμετώπιση πολλαπλών παθήσεων, όπως είναι τα αρθρικά και οι ρευματοπάθειες, και διακρίνεται σε δύο είδη:

- Την εσωτερική, η οποία περιλαμβάνει την ποσιθεραπεία (πόση ιαματικών νερών), εισπνοθεραπεία (εισπνοή των αερίων ή των σταγονιδίων των μεταλλικών νερών) και τις πλύσεις (στοματικές, ρινικές, γυναικολογικές)
- Την εξωτερική, η οποία περιλαμβάνει τα λουτρά, τις καταιωνίσεις (για ορισμένο χρόνο το σώμα δέχεται το θερμομεταλλικό νερό, που έρχεται με ψηλή ή χαμηλή πίεση) τις υδρομαλάξεις (το σώμα δέχεται την πίεση του νερού), την υδροκινησιοθεραπεία (συνδυασμός λουτροθεραπείας και κινησιοθεραπείας, όσο το σώμα βρίσκεται στο νερό) και την πηλοθεραπεία (εφαρμογή πηλού, που έχει «ωριμάσει», σε σημεία του σώματος με διάφορες παθήσεις).

Για την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού και γενικότερα, του τουρισμού υγείας, λειτουργούν ήδη δύο κέντρα θαλασσοθεραπείας στην Κρήτη, εφοδιασμένα με το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ. και είναι υπό κατασκευή άλλα δύο.

Σε αυτήν την κατηγορία τουριστικής υποδομής περιλαμβάνονται, επίσης, τα 14 υδροθεραπευτήρια¹⁵, στα οποία εξυπηρετούνται ετησίως περί τα 100.000 άτομα, με 1.400.000 θεραπευτικές αγωγές (λούσεις, κλπ.) καθώς και δεκάδες άλλες ιαματικές πηγές

¹⁵ ΕΑ.Ο.Τ. (2003) «Ελληνική Προδιαγραφή. Αγροτουρισμός - Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού», ΕΛΟΤ Α.Ε., Αθήνα

που λειτουργούν από τοπικούς φορείς και προσφέρουν στους επισκέπτες σύγχρονες υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών.

Γεωτουρισμός

Ο γεωτουρισμός θεωρείται μια νέα μορφή πολιτιστικό – περιβαλλοντικού τουρισμού, που μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πόλο προσέλκυσης τουριστών ειδικού ενδιαφέροντος. Κύριος στόχος του είναι η σύνδεση των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος με τη γεωλογική κληρονομιά κάθε τόπου, τα πολιτιστικά μνημεία και τις παραδόσεις του.

Μεμονωμένες περιπτώσεις ανάδειξης και αξιοποίησης γεωλογικών μνημείων υπάρχουν σε ολόκληρη την Ευρώπη. Κυριότερο παράδειγμα γεωτουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αποτελεί το απολιθωμένο δάσος Λέσβου και οι πολλαπλές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αυτό, από το μουσείο Φυσικής Ιστορίας της περιοχής (εκπαιδευτικές δραστηριότητες, διοργάνωση εκδηλώσεων και διεθνών συνεδρίων κ.τ.λ.). Το παράδειγμα αυτό αποδεικνύει τις θετικές επιδράσεις του γεωτουρισμού στην περιφερειακή αναπτυξιακή διαδικασία (αύξηση εισοδημάτων, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συγκράτηση του πληθυσμού, προσέλκυση επιστημονικού ενδιαφέροντος).

Η ανάπτυξη του γεωτουρισμού απαιτεί τη δημιουργία των απαραίτητων υποδομών (ενημερωτικά περίπτερα, σήμανση διαδρομών, δημιουργία κέντρων περιβαλλοντικής ενημέρωσης – εκπαίδευσης κ.τ.λ.) καθώς και παραγωγή γεωτουριστικών προϊόντων (ενημερωτικοί οδηγοί, αναμνηστικά είδη κ.τ.λ.). Για την ανταλλαγή εμπειριών και απόψεων σχετικά με το θέμα αυτό και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών συστάθηκε το δίκτυο ευρωπαϊκών γεωπάρκων, στο οποίο συμμετέχει και η Ελλάδα.

Οινοτουρισμός

Ο οινοτουρισμός ευνοεί την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και την ενδυνάμωση-ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας και των ιδιαίτερων ποιοτικών χαρακτηριστικών που συνθέτουν την εικόνα μιας περιφέρειας. Ο παραγωγός εντάσσεται και λειτουργεί στο ευρύτερο δίκτυο της τοπικής οικονομίας, βρίσκει εναλλακτικούς τρόπους στήριξης του εισοδήματός του και απαντήσεις σε πιεστικά διλήμματα που

τίθενται σε καιρούς σκληρού παγκόσμιου ανταγωνισμού. Ένα οργανωμένο και ποιοτικά διαρθρωμένο οινοτουριστικό πρόγραμμα μπορεί να λειτουργήσει ως ασπίδα για περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους από βίαιες περιβαλλοντικές επιθέσεις, συνέπεια του «πειρατικού» τουρισμού ή άλλων παρεμβάσεων».

Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός, ο οποίος παρουσιάζει και ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ, δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, που εκδηλώνεται σε ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τουρισμό.

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που δένουν με το φυσικό περιβάλλον και διαθέτουν όσο το δυνατόν περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, αίθουσες αναψυχής, κλπ. Οι περιοχές όπου αναπτύσσονται τέτοιες δραστηριότητες, θα πρέπει να εξυπηρετούνται συγκοινωνιακά όσον το δυνατόν πληρέστερα και καλύτερα.

Οικοτουρισμός

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού αποδίδεται και συναρτάται με ορισμένα προβλήματα που δημιούργησε η αύξηση και κυρίως ο τρόπος ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού, προβλήματα κυρίως περιβαλλοντικής και κοινωνικής – πολιτιστικής υποβάθμισης περιοχών ή χωρών, αλλά και άνισης κατανομής του προκαλούμενου οικονομικού οφέλους. Η αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του πληθυσμού, γενικά ή της τουριστικής αγοράς ειδικότερα και οι στόχοι για μια βιώσιμη και αειφόρο τουριστική ανάπτυξη που επιδιώκουν διάφοροι τομείς (διεθνείς, κρατικοί, επιχειρηματικοί) θεωρούνται οι κύριοι προωθητικοί παράγοντες του οικοτουρισμού.

Γενικά, ο οικοτουρισμός ορίζεται ως μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη ταξιδιωτική δραστηριότητα, σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές, με στόχο την απόλαυση και γνωριμία των φυσικών αλλά και ενταγμένων στο φυσικό περιβάλλον, αγαθών. Όντας μια περιορισμένων περιβαλλοντικών επιπτώσεων δραστηριότητα – ή μη καταναλωτική – ο οικοτουρισμός εκτός του ότι προσφέρει ευχαρίστηση / απόλαυση και γνώσεις / εμπειρίες στον επισκέπτη, διατηρεί και ενισχύει την ευημερία των τοπικών κοινοτήτων, που

θεωρούνται αναπόσπαστο τμήμα μιας τέτοιας δραστηριότητας και αναπτυξιακής διαδικασίας.

Ο οικολογικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή η οποία έχει άμεση σχέση με το αγροτικό περιβάλλον και είναι συνυφασμένος και με δραστηριότητες σε αγροτικούς χώρους, οι οποίες προωθούν την προστασία του περιβάλλοντος και προσφέρει στους τουρίστες θετικές εμπειρίες και ευκαιρίες για γνωριμία με το περιβάλλον και γενικότερα με την ύπαιθρο.

Άλλες έννοιες όπως ο τουρισμός φύσεως ή φυσιολατρικός και ο περιβαλλοντικός τουρισμός σχετίζονται με τον οικοτουρισμό και κατά συνέπεια με τον αγροτουρισμό. Αυτές οι μορφές εστιάζονται σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής που χρησιμοποιούν πόρους με ειδικά φυσικά χαρακτηριστικά όπως για παράδειγμα χιόνι, θάλασσα, αέρα ή δραστηριότητες συλλεκτικού χαρακτήρα (κυνήγι – σουβενίρ), με διάφορους βαθμούς επίδρασης στο περιβάλλον.

Σ' ορισμένες χώρες της Ευρώπης υπάρχουν διάφορες προσεγγίσεις του οικοτουρισμού που συναρτώνται με προσπάθειες που έγιναν την τελευταία δεκαετία και επικεντρώνονται:

- Στην αναβάθμιση του αναπτυξιακού μοντέλου μαζικού τουρισμού και στην προώθηση πολιτικών αειφορικής ανάπτυξης (κυρίως σε μεσογειακές χώρες)
- Σε ορισμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κυρίως αγροτουρισμού.

Αλλά και η Ελλάδα παρουσιάζει ευκαιρίες για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού και εντοπίζονται:

- Στον πλούτο και ποικιλία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων
- Στη στήριξη από το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο προστατευόμενων περιοχών
- Στα προσφερόμενα από τον κρατικό τομέα οικονομικά κίνητρα / κονδύλια, εθνικά και κοινοτικά
- Στην αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του κοινού
- Στη συσσώρευση σχετικών με τον οικοτουρισμό και αγροτουρισμό εμπειριών.
- Τουρισμός περιπέτειας

Εκτός από τους μακρινούς προορισμούς που δεν αφορούν τις ευρωπαϊκές αγροτικές περιοχές, η Μεσόγειος αντιπροσωπεύει σημαντικό μέρος μιας αγοράς που καλύπτει πολλές κατηγορίες προϊόντων και διαιρείται όλο και περισσότερο σε ειδικούς τομείς (πελατεία για εκδρομές, πελατεία των άκρων, του φυσιολατρικού αθλητισμού κ.λ.π.).

Στη Βόρεια Ευρώπη, χώρες όπως η Ιρλανδία, η Σκοτία ή η Ουαλία, γνωρίζουν μια ταχεία ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού.

Ο μακρινός περίπατος, συνιστώσα του τουρισμού περιπέτειας, δεν αποτελεί από μόνος του τουριστικό προϊόν. Είναι ένας τρόπος πρόσβασης στη φύση, στην ύπαιθρο, στην ανακάλυψη.

Δεν πωλείται ένα προϊόν «μακρινού περιπάτου» χωρίς συγκεκριμένο κίνητρο ανακάλυψης. Αυτή η ανακάλυψη ορίζεται σε μια σχέση με την εικόνα και το δυναμικό μιας περιφέρειας που εξηγείται σε ένα πρόγραμμα, απευθύνεται σε τομείς διαφοροποιημένης πελατείας και διακρίνεται:

- Σε αθλητικό μακρινό περίπατο
- Μακρινό περίπατο όπου δεσπόζει το πολιτισμικό στοιχείο
- Μακρινό περίπατο περιπέτειας σε περιοχές που δεν είναι πολύ γνωστές ή είναι απομακρυσμένες
- «Ευχάριστο» περίπατο, που απευθύνεται στο ευρύ κοινό, με μεταφορά, άνετα καταλύματα και γαστρονομική κουζίνα
- «Ελεύθερο» μακρινό περίπατο για το μεμονωμένο τουρίστα χωρίς συνοδεία

Σε αυτή τη μορφή τουρισμού μπορούν να συμπεριληφθούν και άλλες εναλλακτικές μορφές όπως ο περιηγητικός, ο ορειβατικός και ο αναρριχητικός τουρισμός. Για την ανάπτυξη αυτών των μορφών είναι απαραίτητη η δημιουργία κατάλληλης υποδομής. Για παράδειγμα είναι αναγκαία η ύπαρξη και βελτίωση μονοπατιών προσπέλασης και διαδρόμων, καταφυγίων, ορειβατικών κέντρων καθώς και καταλυμάτων. Απαραίτητη επίσης είναι η αναβάθμιση των υπολοίπων υπηρεσιών όπως ιατρεία κτλ. Ακόμα προτεραιότητα πρέπει να δοθεί και στη βελτίωση των επαρχιακών δικτύων.

Μια άλλη μορφή που βασίζεται στην προσφορά στους τουρίστες ευκαιριών παρατήρησης και απόκτησης εμπειριών σε περιοχές με άγρια πανίδα είναι και ο

τουρισμός άγριας ζωής (wildlife tourism). Η μορφή αυτή συναρτάται μ' ορισμένες δραστηριότητες και άλλων μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός και ο τουρισμός περιπέτειας, καθώς και συγκεκριμένες δραστηριότητες που σχετίζονται με την άγρια ζωή και την απόκτηση εμπειριών και σχέσεων με ζώα. Στο εν λόγω πλαίσιο εντάσσονται ορισμένα κίνητρα τουριστών όπως νατουραλιστικά (απόλαυση της φύσης / άγριας ζωής), οικολογικά (ενδιαφέρον για περιβαλλοντική ακεραιότητα), ανθρωπολογικά / μοραλιστικά (στοργή και φροντίδα για τα ζώα), επιστημονικά (ενδιαφέρον για τις φυσικές ιδιότητες και βιολογικές λειτουργίες των ζώων), αλλά και υλιστικά / κυριαρχικά (έλεγχος / χρήση ζώων για διασκέδαση, κυνήγι, θανάτωση ζώων κλπ.).

Πολιτιστικός τουρισμός

Λίγες περιοχές μπορούν να ισχυριστούν ότι αναπτύσσουν ένα marketing που έχει ως στόχο τα προϊόντα πολιτιστικού τουρισμού. Αυτός όμως ο προσανατολισμός προορίζεται για πολύ δυναμικούς χώρους που έχουν μια εξαιρετική κληρονομιά ή εντάσσονται στα μεγάλα λεκανοπέδια του πολιτιστικού τουρισμού ή στην περιφέρεια σε μεγάλους χώρους διεθνούς φήμης.

Για τις περισσότερες περιοχές, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μόνο ένα στοιχείο μιας ευρύτερης προσφοράς στην οποία εντάσσονται άλλες δραστηριότητες όπως μακρινοί περίπατοι, φυσιολατρικός αθλητισμός κ.λπ. Πρόκειται μάλλον για τη δημιουργία ενός πολιτιστικού περιβάλλοντος που βασίζεται στην τοπική ταυτότητα, χωρίς ωστόσο να απομονώνεται σε μια ιστορική και γεωγραφική περιγραφή, η οποία μετατρέπει την περιοχή σε περιφέρεια – μουσείο.

Εξάλλου χάρη σε αυτά τα προϊόντα πολιτιστικού περιβάλλοντος μπορούμε να πλησιάσουμε το μεγαλύτερο μέρος της πελατείας, εφόσον ο τουρισμός με αποκλειστικό πολιτιστικό ενδιαφέρον δεν αντιπροσωπεύει παρά ένα πολύ μικρό τμήμα της αγοράς.

ΕΝΟΤΗΤΑ 3^η

ΦΟΡΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΟΠΙΚΩΝ

ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

2.3.1 Φορείς που Ασχολούνται με τον Αγροτουρισμό¹⁶

Η ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε. ιδρύθηκε το 2001 ως Ανώνυμη Εταιρία δημοσίου συμφέροντος, προκειμένου να συμβάλει ενεργά στη διαμόρφωση μιας εναλλακτικής πρότασης στην προϊούσα κρίση του μαζικού τουρισμού, με την καθιέρωση ενός νέου, σύγχρονου τουριστικού προϊόντος.

Πλειοψηφικός μέτοχος είναι η Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΕΤΑ), η οποία εποπτεύεται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Η Ελλάδα, μια χώρα με εξαιρετικά πολύμορφο φυσικό περιβάλλον και με μακρά αγροτική παράδοση, παρουσιάζει τεράστια πλεονεκτήματα όσον αφορά την αγροτουριστική αξιοποίηση. Αν και τα τελευταία χρόνια έχουν παρατηρηθεί αρκετές προσπάθειες προς την κατεύθυνση της αγροτουριστικής ανάπτυξης, οι απόπειρες αυτές υπήρξαν μεμονωμένες, ελάχιστα προβεβλημένες και δεν συνέβαλαν στη δημιουργία ενός εθνικού αγροτουριστικού προϊόντος.

Γενικός στόχος της Εταιρείας είναι να ανταποκριθεί στις σημερινές απαιτήσεις για ολοκληρωμένη πολιτική ανάπτυξης και διαχείρισης του πλαισίου ανάπτυξης και προώθησης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα. Να αποτελέσει, δηλαδή, το μοχλό ανάδειξης και ανάπτυξης της «άλλης Ελλάδας», δημιουργώντας ένα εθνικό πλαίσιο αναφοράς σε θέματα αγροτουρισμού.

Οι επιμέρους σκοποί της Εταιρείας είναι:

- Να προσφέρει περισσότερη γνώση γύρω από την δυναμική του αγροτουρισμού και να ελκύσει δυνητικούς επενδυτές να στραφούν σε αυτό τον τομέα, καθοδηγώντας υπεύθυνα και αποτελεσματικά τα βήματα τους με την παροχή πληροφοριών και πρακτικών συμβουλών.

¹⁶ <http://archive.in.gr/Reviews/chapter.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=90736>

- Να αναβαθμίσει τις έννοιες «αγροτουρισμός» και «εναλλακτικές μορφές τουρισμού», που, παρά την ευρεία χρήση τους, καταλήγουν συχνά σε άστοχες εφαρμογές.
- Να καθιερώσει τον αγροτουρισμό ως ένα αναγνωρίσιμο ποιοτικό τουριστικό προϊόν ήπιας ανάπτυξης, με υψηλές προδιαγραφές στην παροχή υπηρεσιών.
- Να ενισχύσει τη δυναμική της ελληνικής υπαίθρου μέσα από την ανάπτυξη του αγροτουρισμού και τη συμβολή του στην διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, του πολιτισμού, της παράδοσης, με τελικό στόχο την ενίσχυση των τοπικών οικονομιών και κοινωνιών.
- Να εξασφαλίσει τις κατάλληλες συνθήκες για τη δημιουργία υγιών ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.
- Να παρέχει πληροφορίες και πρακτικές συμβουλές στους δυνητικούς επισκέπτες για την επιλογή του ταξιδιωτικού προορισμού τους.

Για την επίτευξη των στόχων της, η ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ έχει σχεδιάσει και υλοποιεί ένα ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Δράσης, το οποίο συνεχώς εμπλουτίζει και επικαιροποιεί. Στο πλαίσιο αυτό, η ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ, ως δυναμικός και ευέλικτος βραχίονας του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, είναι σε θέση να παίξει ρόλο-κλειδί στην όλη προσπάθεια για μια βιώσιμη περιφερειακή ανάπτυξη, στην οποία η σημερινή κυβέρνηση αποδίδει πρωτεύουσα σημασία.

Ελληνικό Κέντρο Αγροτουρισμού

Το Ελληνικό Κέντρο Αγροτουρισμού είναι Σωματείο μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Συστάθηκε τον Ιανουάριο του 2003 και απαρτίζεται από επιχειρηματίες, εκδότες, δημοσιογράφους, καθηγητές πανεπιστημίου, επιστήμονες, άτομα που ο καθένας στον τομέα του έχει να επιδείξει ένα σημαντικό έργο. Δημιουργήθηκε με σκοπό τη στήριξη, την ενίσχυση και την προώθηση της ιδέας του αγροτουρισμού στην Ελλάδα καθώς και τον πολιτικών για την προστασία και διαχείριση του περιβάλλοντος με κατεύθυνση την βιώσιμη τοπική και περιφερειακή τουριστική ανάπτυξη. Στα πλαίσια των σκοπών του, επιδιώκει τη συνεργασία με φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς καθώς και με διεθνείς και εθνικές αγροτουριστικές οργανώσεις.

Ο σκοπός του ΕΛΛ.Κ.Α είναι να δημιουργηθούν Δίκτυα Συνεργασίας για την ανάδειξη των πολιτισμικών χαρακτηριστικών της υπαίθρου και των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων. Μία από τις πρόσφατες δραστηριότητες του ΕΛΛ.Κ.Α είναι η διοργάνωση της Γιορτής Αγροτουρισμού της Επιδαύρου, μία γιορτή που όπως δείχνει το ενδιαφέρον πληθώρας Δήμων από όλη την χώρα, πρόκειται να καθιερωθεί με τοπικό χαρακτήρα σε πολλές περιοχές.

2.3.2 Οι επιχειρήσεις αγροτικού τουρισμού

Τα πρώτα χρόνια ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις παρείχαν μόνο κάποιο είδος καταλύματος και στην καλύτερη περίπτωση εστίαση στους επισκέπτες τους. Με την πάροδο του χρόνου, όμως, άρχισε να προσφέρεται ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών και αγαθών που ενσωματώθηκαν ομοιόμορφα με την κοινωνία, τον πολιτισμό, το περιβάλλον και το αγροτικό τοπίο της περιοχής¹⁷. Γι' αυτόν το λόγο σήμερα, η αγροτουριστική επιχείρηση ορίζεται ως ο παροχέας υπηρεσιών και αγαθών αγροτικού τουρισμού στους αγροτουριστικούς προορισμούς, οι εγκαταστάσεις και η λειτουργία του οποίου σέβεται το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον της περιοχής¹⁸.

Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις ή όπως αλλιώς ονομάζονται Επιχειρήσεις Ήπιων Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Ύπαιθρο¹⁹ για να χαρακτηριστούν έτσι, θα πρέπει να παρέχουν μια τουλάχιστον από τις παρακάτω υπηρεσίες: διαμονή, εστίαση, περιήγηση στη φύση, περιβαλλοντική εκπαίδευση, γνωριμία με τον πολιτισμό της περιοχής, με τα παραδοσιακά επαγγέλματα, με τις αγροτικές παραγωγικές και καλλιεργητικές μεθόδους, με τις καθημερινές ασχολίες και συνήθειες των κατοίκων της περιοχής, διάρθρωση και συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής και πώληση τοπικών και παραδοσιακών προϊόντων. Από την άλλη μεριά, ανάλογα με το αγροτουριστικό προϊόν που προσφέρουν κατατάσσονται σε: αγροτουριστικά καταλύματα, πρατήρια – εκθετήρια τοπικών και παραδοσιακών προϊόντων, κέντρα εστίασης, κέντρα αναψυχής, τουριστικά γραφεία, διοργανωτές προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος,

¹⁷ Στέλλα Ασκέλη: «Οδηγός της ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΕ». Εκδόσεις ΚΕΡΚΥΡΑ (2005)

¹⁸ ΕΛ.Ο.Τ. (2003) «Ελληνική Προδιαγραφή. Αγροτουρισμός - Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού», ΕΛΟΤ Α.Ε., Αθήνα

¹⁹ Παρταλίδου Μ - (2005) «Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού», Διδακτορική Διατριβή, Τομέας αγροτικής οικονομίας, Τμήμα Γεωπονίας, Α.Π.Θ., Θεσσαλονίκη

αγρόκτημα, επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων και επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών ανάδειξης της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς²⁰.

Στον αγροτουρισμό, η ανάπτυξη επιχειρηματικών παραγωγικών πρωτοβουλιών ανήκει κατά το μεγαλύτερο ποσοστό στον τοπικό πληθυσμό. Οι κάτοικοι του χωριού, μπορούν να έχουν επιχειρηματικές ικανότητες σε λανθάνουσα κατάσταση και απλά να μην τους είχε δοθεί η ευκαιρία μέχρι τώρα να τις αξιοποιήσουν. Με τον αγροτουρισμό μπορεί να επιτευχθεί η αφύπνιση αυτής της εν δυνάμει επιχειρηματικότητας²¹.

Η εφαρμογή του αγροτουρισμού είναι ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα ανάπτυξης ενός τόπου με πολλαπλές παρεμβάσεις που συγκλίνουν αλλά και οδηγούν στην ευημερία του τοπικού πληθυσμού²². Σύμφωνα με την αρχική²³ τουλάχιστον αντίληψη, αγροτουρισμός είναι μια μορφή δευτερεύουσας απασχόλησης που μπορεί να προσφέρει πολλές ευκαιρίες σε αγρότες κατά κύριο επάγγελμα. Στη συνέχεια, η δραστηριότητα αυτή διευρύνθηκε, για να καλύψει ένα ευρύτερο πεδίο, όπου ο αγροτουρισμός νοείται, πλέον ως κύρια και βασική δραστηριότητα, η οποία παράγει αποκλειστικό εισόδημα (το οποίο φορολογείται). Σε κάθε περίπτωση, ο αγροτουρισμός ορίζεται ως ένας συνδυασμός των φυσικών πόρων και προϊόντων των αγροτικών δραστηριοτήτων με μια τουριστική δραστηριότητα.

Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να βιώσουν ένα ευρύ φάσμα από αγροτικά προϊόντα και υπηρεσίες που εκτείνονται από παροχή φιλοξενίας ύπνου και πρωινού (παραδοσιακής μορφής παρασκευασμένο από τοπικά προϊόντα), μέχρι συμμετοχή των επισκεπτών σε εκδηλώσεις, εκδρομές, ή και εναλλακτικές δραστηριότητες που έχουν σχέση με τη φύση, το περιβάλλον, την αγροτική ζωή και άλλες διαστάσεις που απορρέουν από την ίδια λογική.

Η βασική ιδιαιτερότητα της πρακτικής αυτής της μορφής τουρισμού στις ανεπτυγμένες αγροτουριστικά χώρες (Ισπανία, Γερμανία, Γαλλία) είναι πως βασίζεται σε διαμονή σε φάρμες στην ύπαιθρο χώρα, κάτι το οποίο υπάρχει και στην Ελλάδα, όχι

²⁰ ΕΛ.Ο.Τ. (2003) «Ελληνική Προδιαγραφή. Αγροτουρισμός - Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού», ΕΛΟΤ Α.Ε., Αθήνα

²¹ Στέλλα Ασκέλη: «Οδηγός της ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΕ». Εκδόσεις ΚΕΡΚΥΡΑ (2005)

²² Λεωνίδα Α. Παπακωνσταντίνους. «Αγροτουρισμός Σταθμός στο δρόμο για την Τοπική Ανάπτυξη», Εκδόσεις Δωρικός (1993)

²³ http://www.dsnet.gr/Epikairothta/Nomothesia/n4015_2011.htm

όμως σε αυτή την έκταση, αν και διαθέτει μεγάλο αξιοποιήσιμο κεφάλαιο προς αξιοποίηση (λαϊκός και πολιτιστικό πλούτος, γεωφυσικά στοιχεία, κ.τ.λ.) Με τις κατάλληλες προσαρμογές στα δεδομένα του Ελληνικού τοπίου, ο Ελληνικός αγροτουρισμός μπορεί να βρεθεί σε υψηλή ανταγωνιστική θέση συμβάλλοντας έτσι στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα ενισχύει το εισόδημα των κατοίκων στις περιοχές – προορισμούς. (wiki-αγροτουρισμός)

Η δικτύωση αποτελεί ένα από τα βασικότερα στοιχεία που ευνοούν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού και συμβάλλουν θετικά στην αειφορία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτόν. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον αγροτικό χώρο είναι, στην πλειοψηφία τους, μικρές. Το γεγονός αυτό ευνοεί την δημιουργία δικτύων μικρών επιχειρήσεων, τα οποία μπορούν να συνεισφέρουν στη συνολική ανάπτυξη των προορισμών. Αυτό συμβαίνει τόσο σε περιφερειακό όσο και σε τοπικό επίπεδο. Ο επισκέπτης μαθαίνει από τον φιλοξενούντα ήθη, έθιμα, παραδόσεις του τόπου και ακόμα περισσότερο, μαθαίνει να σέβεται την παράδοση του τόπου. Πρόκειται για δύο διαφορετικούς τρόπους σκέψης και συμπεριφοράς ανάμεσα στα δύο αυτά.

2.3.2.1 Συνεταιρισμοί αγροτουρισμού

Νομικό πλαίσιο συνεταιρισμών

N.4015/ΦΕΚ 210/Α/21.9.2011²⁴

Άρθρο 1

Συλλογικές αγροτικές οργανώσεις

Για τους σκοπούς του νόμου αυτού:

α) Μητρώο είναι η συμβατική ή ηλεκτρονική βάση δεδομένων, η οποία ενημερώνεται και επικαιροποιείται σε τακτά χρονικά διαστήματα.

β) Συλλογικές Αγροτικές Οργανώσεις (ΣΑΟ) είναι:

αα) οι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί (ΑΣ),

ββ) οι Ομάδες Παραγωγών (ΟΠ) και

γγ) οι Αγροτικές Εταιρικές Συμπράξεις (ΑΕΣ).

²⁴ www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer/agrotourism/agricultural-association.html

γ) Αγροτικός Συνεταιρισμός (ΑΣ) είναι κάθε πρωτοβάθμιος αγροτικός συνεταιρισμός, ο οποίος λειτουργεί σύμφωνα με τις διατάξεις του ν. 2810/2000 (Α' 61) και έχει ως μέλη φυσικά πρόσωπα.

δ) Ομάδα Παραγωγών (ΟΠ) είναι κάθε ένωση που συγκροτούν παραγωγοί αγροτικών προϊόντων, η οποία έχει νομική οντότητα ή αποτελεί σαφώς οριζόμενο μέρος νομικής οντότητας, όπως για παράδειγμα ΑΣ ή μέρος ΑΣ με αντικείμενο δραστηριότητας ένα συγκεκριμένο προϊόν ή μια ομάδα ομοειδών προϊόντων και ανταποκρίνεται στις σχετικές διατάξεις του εθνικού και κοινοτικού δικαίου. Η ΟΠ:

αα) οργανώνει την παραγωγή συγκεκριμένων κατά περίπτωση αγροτικών προϊόντων, ιδίως του αγροδιατροφικού τομέα,

ββ) αναλαμβάνει την προμήθεια εισροών και εφοδίων,

γγ) παρέχει υπηρεσίες τυποποίησης, αποθήκευσης και διάθεσης αγροτικών προϊόντων.

ε) Αγροτικές Εταιρικές Συμπράξεις (ΑΕΣ) είναι οι ανώνυμες εταιρείες (ΑΕ), οι οποίες συγκροτούνται κατά πλειοψηφία από ΑΣ και έχουν διατομεακό και διακλαδικό αντικείμενο, στο πλαίσιο του οποίου:

αα) αναλαμβάνουν επιχειρηματική δραστηριότητα σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο αναφορικά με την παραγωγή, τυποποίηση, αποθήκευση, βιομηχανική επεξεργασία πρώτου και δεύτερου βαθμού και εμπορία αγροτικών προϊόντων,

ββ) αναλαμβάνουν την παραγωγή και προμήθεια εισροών και εφοδίων και

γγ) συνάπτουν για τους ανωτέρω σκοπούς διεθνικές συνεργασίες και συμπράξεις με φορείς παρόμοιου σκοπού.

στ) Δημοπρατήριο είναι μια συμβατικά ή ψηφιακά οργανωμένη αγορά αγροτικών προϊόντων, στο πλαίσιο της οποίας οι παραγωγοί προσφέρουν τα προϊόντα αυτά σε ενδιαφερόμενους αγοραστές με ελεύθερα διαπραγματεύσιμες τιμές, ενώ η διαπραγμάτευση, η διαμόρφωση της τελικής τιμής ανά προϊόν, οι σχετικές πωλήσεις και οι πληρωμές λαμβάνουν χώρα εντός και διά του Δημοπρατηρίου.

ζ) "Καλάθι της Περιφέρειας" είναι το επιχειρησιακό πρόγραμμα αγροτικής ανάπτυξης κάθε Περιφερειακής Αυτοδιοίκησης, με αντικείμενο τη χρηματοδότηση

υπηρεσιών και υποδομών σχετικά με την τυποποίηση, την πιστοποίηση, την εμπορία και τις εξαγωγές αγροτικών προϊόντων της Περιφέρειας.

Άρθρο 5

Ομάδες Παραγωγών Αγροτικών Προϊόντων (Ο.Π.)

1. Οι παραγωγοί συγκεκριμένων όμοιων ή ομοειδών αγροτικών προϊόντων μπορεί να συγκροτούν Ο.Π., οι οποίες αναγνωρίζονται σύμφωνα με το άρθρο 60 παρ. 1 του ν. 2637/1998 (Α' 200). Η λειτουργία των Ο.Π., οι σχέσεις μεταξύ των μελών που συγκροτούν μία Ο.Π., οι σχέσεις των Ο.Π. με τρίτους ρυθμίζονται από το καταστατικό τους.

2. Οι Ο.Π. οφείλουν να καταχωρίζονται στο Μητρώο, να λειτουργούν και να εκλέγουν τα όργανα της διοίκησης τους, αναλόγως προς τα ισχύοντα και για τους ΑΣ.

3. Το καταστατικό της Ο.Π. πρέπει να καθορίζει τουλάχιστον:

α) Τις διαδικασίες για τον καθορισμό, την έκδοση και την τροποποίηση των κανόνων του.

β) Την υποχρέωση των μελών να καταβάλλουν τις χρηματικές εισφορές που απαιτούνται για τη χρηματοδότηση της Ο.Π.

γ) Κανόνες που εξασφαλίζουν στα μέλη το δημοκρατικό έλεγχο της Ο.Π. και των αποφάσεων της.

δ) Κυρώσεις για την παράβαση των υποχρεώσεων που προκύπτουν από το καταστατικό και ιδίως από τη μη καταβολή των χρηματικών εισφορών ή των κανόνων που έχει θεσπίσει η Ο.Π.

ε) Κανόνες σχετικά με την εγγραφή νέων μελών, ιδίως όσον αφορά την ελάχιστη διάρκεια συμμετοχής στην Ο.Π., η οποία δεν μπορεί να είναι μικρότερη από ένα έτος.

στ) Τους λογιστικούς και δημοσιονομικούς κανόνες για τη λειτουργία της Ο.Π.

4. Το καταστατικό του νομικού προσώπου της Ο.Π. υποχρεώνει τα μέλη:

α) Να εφαρμόζουν τους κανόνες που θεσπίζει η οργάνωση παραγωγών όσον αφορά την παροχή στοιχείων σχετικών με την παραγωγή, την εμπορία και την προστασία περιβάλλοντος.

β) Να παρέχουν πληροφορίες για στατιστικούς λόγους σχετικά με τις καλλιεργούμενες εκτάσεις και τις εξελίξεις της αγοράς.

γ) Να καταβάλλουν χρηματικές ποινές για παραβίαση των υποχρεώσεων που απορρέουν από το καταστατικό.

δ) Να είναι μέλη μίας μόνο Ο.Π. όσον αφορά την παραγωγή οποιουδήποτε προϊόντος από μια δεδομένη εκμετάλλευση.

ε) Να διαθέτουν το σύνολο της σχετικής παραγωγής τους μέσω της Ο.Π. με εξαίρεση:

αα) Να πωλούν απευθείας στους καταναλωτές μέχρι ποσοστού 10% της παραγωγής τους.

ββ) Να διαθέτουν στο εμπόριο οι ίδιοι ή μέσω άλλης Ο.Π. που ορίζεται από τη δική τους Ο.Π. ποσότητες προϊόντων που είναι αμελητέες σε σχέση με τον όγκο της εμπορεύσιμης παραγωγής της Ο.Π. που ανήκουν.

γγ) Να διαθέτουν στο εμπόριο οι ίδιοι ή μέσω άλλης Ο.Π. που ορίζεται από τη δική τους Ο.Π. προϊόντα τα οποία λόγω των χαρακτηριστικών τους δεν εμπίπτουν στις εμπορικές δραστηριότητες της Ο.Π. που ανήκουν.

στ) Να καταβάλουν τις χρηματικές εισφορές που προβλέπονται από το καταστατικό για τη δημιουργία και τροφοδότηση του επιχειρησιακού ταμείου.

5. Οι Ο.Π., οι οποίες αναγνωρίζονται και καταχωρίζονται στο Μητρώο, οφείλουν να παρέχουν στοιχεία για:

α) Τον αριθμό των παραγωγών συγκεκριμένων αγροτικών προϊόντων, οι οποίοι είναι μέλη τους στο επίπεδο λειτουργίας τους (εθνικό, περιφερειακό, περιφερειακής ενότητας).

β) Το ποσοστό συγκέντρωσης της παραγωγής του συγκεκριμένου προϊόντος στο επίπεδο λειτουργίας τους.

γ) Την έκταση των παρεχόμενων από αυτές υπηρεσιών, καθώς και το μέγεθος των περιουσιακών στοιχείων τους.

δ) Τον κύκλο και το ύψος των σχετικών με το αντικείμενο τους συναλλαγών.

ε) Το μερίδιο της αγοράς του συγκεκριμένου προϊόντος που κατέχουν σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο,

στ) Την καταρχήν λειτουργία μιας ομάδας παραγωγών ανά αγροτικό προϊόν σε κάθε περιφερειακή ενότητα ή σε διαφορετική περίπτωση για τη συνεργασία των περισσότερων Ο.Π., στο πλαίσιο της διάταξης του άρθρου 6 του παρόντος νόμου.

6. Η πρώτη εγγραφή των Ο.Π. στο Μητρώο διενεργείται με απόφαση του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων ύστερα από αίτηση τους. Η επανεγγραφή τους διενεργείται σε ετήσια βάση και σύμφωνα με τις τακτικές ετήσιες δηλώσεις που υποβάλλονται από τις ίδιες τις Ο.Π. Με απόφαση του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων ύστερα από γνωμοδότηση του Συμβουλίου καθορίζονται ο τύπος και το ακριβές περιεχόμενο των αιτήσεων πρώτης εγγραφής και των τακτικών ετήσιων δηλώσεων, τα έγγραφα και δικαιολογητικά που επισυνάπτονται σε αυτές, η διαδικασία συμβατικής ή ηλεκτρονικής υποβολής και καταχώρισης των δηλώσεων αυτών, καθώς και η διαδικασία διαγραφής από το Μητρώο. Η υποβολή των τακτικών ετήσιων δηλώσεων γίνεται μέχρι την 1η Μαρτίου εκάστου έτους.

7. Οι Ο.Π., οι οποίες για τρία (3) συνεχόμενα έτη δεν εμφανίζουν καμιά δραστηριότητα ή δεν υποβάλλουν την ετήσια δήλωση της προηγούμενης παραγράφου, διαγράφονται από το Μητρώο.

2.3.2.2 Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί

Οι Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί²⁵ αποτελούν ένα σημαντικό οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό θεσμό, διότι προάγουν την ανάπτυξη της συλλογικής δράσης των γυναικών, συμβάλλουν ουσιαστικά στην αξιοποίηση των τοπικών πόρων, προσφέρουν συμπληρωματικό εισόδημα στην αγροτική οικογένεια, μεταλαμπαδεύουν τις διαχρονικές ποιοτικές ελληνικές διατροφικές συνήθειες, διατηρούν

25

http://eclass.farm.teithe.gr/claroline/garbage/FARM127/document/%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%20%CE%A5%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%9F/Entypo_Yliko8.pdf

και προβάλλουν την πολιτιστική κληρονομιά και δημιουργούν συνθήκες συγκράτησης του πληθυσμού στις εστίες του.

Στη χώρα μας λειτουργούν 141 Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί, οι οποίοι δραστηριοποιούνται στη μεταποίηση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών εστίασης, στην παραγωγή ειδών οικοτεχνίας – χειροτεχνίας και στην προσφορά υπηρεσιών αγροτουρισμού. Οι γυναίκες, αξιοποιώντας τα αγνά και ποιοτικά προϊόντα της ελληνικής γης, ξαναζωντανεύουν τον υπέροχο διατροφικό πολιτισμό που κληρονόμησαν και με παραδοσιακούς τρόπους παράγουν τρόφιμα υψηλής θρεπτικής αξίας, ασφαλή και υγιεινά. Αναβιώνουν την τοπική πολιτιστική παράδοση και προωθούν στην αγορά χειροτεχνήματα μοναδικά σε χρώματα και αισθητική, προσαρμόζοντας παραδοσιακά σχέδια σε σύγχρονες κατασκευές οικοτεχνίας – χειροτεχνίας και χρησιμοποιώντας υλικά απλά.

Στα αγροτουριστικά καταλύματά τους ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να απολαύσει μια άλλη μορφή φιλοξενίας, πιο κοντά στην τοπική κοινωνία και στους ρυθμούς του χωριού, καθώς έχει την ευκαιρία να γευτεί αυθεντικές παραδοσιακές γεύσεις και να γνωρίσει τον αγροτικό τρόπο ζωής.

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες στην Ελλάδα έγιναν σημαντικές προσπάθειες για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, ως μοχλό για την τοπική ανάπτυξη. Στα πλαίσια της ενδογενούς ανάπτυξης, καθώς η κινητοποίηση των τοπικών πλουτοπαραγωγικών πηγών αναδεικνύεται ως κύριος στόχος της περιφερειακής ανάπτυξης, η γυναίκα αποκτά ιδιαίτερο ρόλο στο σχεδιασμό των πολιτικών, επειδή αποτελεί μια σημαντική πηγή εργατικού δυναμικού σε εφεδρεία, με ιδιαίτερες ικανότητες στην ανάδειξη και κινητοποίηση ενδογενών πηγών πλούτου και στην υποστήριξη της ετερογένειας των αγροτικών περιοχών.

Έτσι, νέες εργασιακές ευκαιρίες αναδεικνύονται για τις γυναίκες της υπαίθρου σε διάφορους τομείς είτε άμεσα είτε έμμεσα συνδεδεμένους με το γεωργικό τομέα. Μεταξύ αυτών είναι και ο αγροτουρισμός, καθώς επίσης και ο τομέας της παρασκευής παραδοσιακών προϊόντων και ειδών της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο τομέας της παρασκευής μεταποιημένων προϊόντων της εκμετάλλευσης και η κατασκευή ειδών λαϊκής τέχνης βρίσκεται σε άμεση σχέση με τον αγροτουρισμό, αφού ο αγροτουρισμός ανοίγει ένα κύκλωμα αγοράς που διευκολύνει τη διοχέτευση των προϊόντων αυτών. Οι παραπάνω δραστηριότητες αποτελούν μια σημαντική επαγγελματική διέξοδο για τις

γυναίκες της υπαίθρου, δεδομένου ότι ο εκσυγχρονισμός της γεωργικής παραγωγής και η αναδιάταξη των εργασιακών σχέσεων στη γεωργία προκάλεσαν τη συρρίκνωση του εύρους των παραδοσιακών εργασιών με αποτέλεσμα την περιθωριοποίηση του ρόλου της γυναίκας στον τομέα της παραγωγής και την απώλεια της επαγγελματικής της ταυτότητας. Δραστηριότητες από τους 99 συνεταιρισμούς οι 17 είναι νεοσύστατοι και δεν έχουν καθορίσει ακόμα πλήρως τις δραστηριότητές τους.

Οι δραστηριότητες των υπόλοιπων 82 είναι οι εξής:

- 41: παραδοσιακά προϊόντα διατροφής
- 16: χειροτεχνία, οικοτεχνία
- 11: καταλύματα
- 6 : παραδοσιακές στολές
- 8 : διάφορα (αγγεία, ανθοκομία κλπ)

Όπως φαίνεται και από τα στοιχεία που παρατίθενται πιο πάνω, μια μικρή μόνο μειοψηφία των συνεταιρισμών είναι καθαρά αγροτουριστικοί, δηλαδή διαθέτουν καταλύματα και υποδέχονται τουρίστες, ενώ η μεγάλη πλειοψηφία είναι αγροβιοτεχνικοί, δηλαδή παρασκευάζουν προϊόντα. Τα προϊόντα αυτά είναι τοπικά παραδοσιακά και για τους περισσότερους συνεταιρισμούς είναι προϊόντα διατροφής, όπως γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά, κλπ . Οι περισσότεροι διαθέτουν εργαστήριο όπου παρασκευάζουν ή κατασκευάζουν τα προϊόντα τους.

Αλλαγές από τον νόμο 4015 και στους γυναικείους συνεταιρισμούς²⁶

Τις απαραίτητες προσαρμογές με βάση τον νόμο 4015/2011 θα πρέπει να κάνουν και οι γυναικείοι συνεταιρισμοί. Πιο αναλυτικά, σε εφαρμογή του νόμου 4015/2011 (ΦΕΚ Α' 210), οι Γυναικείοι Συνεταιρισμοί θα πρέπει:

α) να προβούν άμεσα σε τροποποίηση – προσαρμογή των καταστατικών τους, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 4015/2011, και υποβολή τους (από 1η Απριλίου έως και 30η Ιουνίου 2012) στο Εθνικό Μητρώο Αγροτικών Συλλογικών Οργανώσεων. Όσοι κατέθεσαν ήδη στο Εθνικό Μητρώο Αγροτικών Συλλογικών Οργανώσεων καταστατικό με βάση το Ν. 2810/2000 ή παλαιότερη νομοθεσία, θα πρέπει να καταθέσουν το

²⁶ <http://www.agronews.gr/agora/organoseis/arthro/79479/allages-apo-ton-nomo-4015-kai-stous-gunaikeious-sunetairismous/>

τροποποιημένο καταστατικό με την ίδια διαδικασία που ακολουθήθηκε κατά την πρώτη ηλεκτρονική εγγραφή τους.

Επισημαίνεται ότι για να χαρακτηριστεί από το Μητρώο ένας συνεταιρισμός ενεργός, είναι απαραίτητη, εκτός των άλλων, και η υποβολή καταστατικού σύμφωνα με το Ν. 4015/2011. Σε περίπτωση έλλειψής του καταχωρίζεται ως ανενεργός.

β) να προβούν άμεσα σε αρχαιρεσίες σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 4015/2011 και σε υποβολή του πρακτικού της Γενικής Συνέλευσης και της εφορευτικής επιτροπής, θεωρημένα από αρμόδιο δικαστικό λειτουργό, σε ηλεκτρονική μορφή pdf, στην παραπάνω ηλεκτρονική διεύθυνση με την ίδια ακριβώς διαδικασία που ακολουθήθηκε κατά την πρώτη ηλεκτρονική εγγραφή τους. Όσοι Γυναικείοι Συνεταιρισμοί κατέθεσαν ήδη στο Μητρώο Αγροτικών Συλλογικών Οργανώσεων πρακτικό αρχαιρεσιών, θα πρέπει να καταθέσουν το πρακτικό των νέων αρχαιρεσιών στην ίδια διεύθυνση και με την ίδια διαδικασία.

Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με το Ν. 4015/2011, από τις αρχαιρεσίες θα πρέπει να προκύψει πενταμελές Διοικητικό Συμβούλιο και τριμελές εποπτικό συμβούλιο το οποίο θα ελέγχει τις πράξεις του διοικητικού συμβουλίου και θα υποβάλλει σχετική ετήσια έκθεση προς τη γενική συνέλευση.

2.3.3 Πηγές Χρηματοδότησης Επενδύσεων Αγροτουρισμού

Όπως για κάθε επένδυση, έτσι και για τις επενδύσεις στον αγροτουρισμό υπάρχουν διάφορα χρηματοδοτικά εργαλεία, τα οποία έχουν σκοπό να βοηθήσουν τους επιχειρηματίες που θέλουν να κάνουν νέα επένδυση ή για να εκσυγχρονίσουν την υφιστάμενη επιχείρησή τους.

Τα προγράμματα που εφαρμόστηκαν στην Ελλάδα για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού ξεκίνησαν από τη δεκαετία του '80 και είχαν ως στόχο τη διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων της αγροτικής εκμετάλλευσης και τη συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Από αυτά, εκείνα που αφορούν στην ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού είναι ο κανονισμός 1257/99 (πρώην 950/97), η Κοινοτική Πρωτοβουλία Leader, (Leader I, II), τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα του Β' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης και τα Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης του Αγροτικού Χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ.). Απαραίτητη προϋπόθεση για να ζητήσει όμως κάποιος τη βοήθεια αυτών των

χρηματοδοτικών εργαλείων είναι να έχει προβληματιστεί σχετικά με το πραγματικό αντικείμενο της επένδυσής του.

Ισχύει και σήμερα ο Επενδυτικός Νόμος 3299/04

Ο Επενδυτικός Νόμος χορηγεί ελκυστικά κίνητρα για επενδύσεις άνω των 100.000 €, σε όλους τους τομείς της οικονομίας, που υλοποιούνται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας από επιχειρήσεις ανεξάρτητα μεγέθους, δίνοντας έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στους ανερχόμενους κλάδους της οικονομίας. Όσον αφορά στον τουρισμό υπαίθρου και τον αγροτουρισμό, σύμφωνα με τον Επενδυτικό Νόμο 3299/04 και μετά τις πρόσφατες τροπολογίες, ενισχύονται επενδυτικά σχέδια στον τομέα του τουρισμού, (ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχείων, εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων, μετατροπή παραδοσιακών κτιρίων σε κατάλυμα κλπ) αλλά και στον τομέα της μεταποίησης και τυποποίησης γεωργικών προϊόντων (οινοποιεία, τυροκομεία, τυποποίηση βιολογικού ελαιολάδου, κ.λ.π.). Τα Είδη ενισχύσεων που παρέχονται στα επενδυτικά σχέδια που εντάσσονται στις διατάξεις του Επενδυτικού Νόμου είναι τα παρακάτω:

(α) Επιχορήγηση που συνίσταται στη δωρεάν παροχή από το δημόσιο χρηματικού ποσού για την κάλυψη τμήματος της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου.

(β) Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνίσταται στην κάλυψη από το δημόσιο τμήματος των καταβαλλόμενων δόσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνάπτεται για την απόκτηση καινούργιου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού.

(γ) Φορολογική απαλλαγή ύψους μέχρι ενός ποσοστού ή του συνόλου της αξίας της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου ή και της αξίας της χρηματοδοτικής μίσθωσης καινούργιου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού του οποίου αποκτάται η χρήση. Η ενίσχυση αυτή συνίσταται στην απαλλαγή από την καταβολή φόρου εισοδήματος μη διανεμόμενων κερδών από το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης της πρώτης δεκαετίας από την πραγματοποίηση του επενδυτικού σχεδίου, με το σχηματισμό ισόποσου αφορολόγητου αποθεματικού.

(δ) Επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης από το επενδυτικό σχέδιο απασχόλησης που συνίσταται στην κάλυψη από το δημόσιο, για μια διετία, τμήματος του μισθολογικού κόστους των δημιουργούμενων, εντός της πρώτης τριετίας από την ολοκλήρωσή του επενδυτικού σχεδίου, θέσεων απασχόλησης.

Νέο πεδίο ανάπτυξης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων – Πιλοτικό πρόγραμμα i-Set

Οι μικρές αγροτουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διεισδύσουν στις διεθνείς αγορές με τη βοήθεια του Διαδικτύου. Για τον σκοπό αυτό η Αγροτουριστική συμμετέχει στο Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα «e-Ten», ως εταίρος στο Έργο i-Set integrated Suite for e-Tourism, που έχει σαν αντικείμενο να αναπτύξει νέες μεθόδους (ηλεκτρονικά εργαλεία) για τη διαχείριση και οργάνωση των μικρών επιχειρήσεων φιλοξενίας, έτσι ώστε να επιτύχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω της πρόσβασης στο Διαδίκτυο και της εξοικείωσης με τις δυνατότητες που παρέχει. Για την επίτευξη των στόχων του Προγράμματος, το ηλεκτρονικό εργαλείο i-Set θα δοκιμαστεί πιλοτικά σε εικοσιπέντε επιλεγμένους ξενώνες σε κάθε μία από τις τέσσερις χώρες (Ιταλία, Ελλάδα, Ισπανία, Κύπρος) που συμμετέχουν στο πρόγραμμα αυτό. Η Αγροτουριστική επέλεξε 25 πρότυπες μονάδες από διαφορετικές περιοχές της χώρας και ειδικότερα από του Νομούς Ιωαννίνων, Άρτας, Τρικάλων, Αρκαδίας, Κορινθίας, Σερρών, Ευρυτανίας, Μαγνησίας, Εύβοιας, Ηρακλείου κ.α. Σε ειδική διημερίδα ενημέρωσης και κατάρτισης, που πραγματοποιήθηκε στα γραφεία της εταιρίας, παρουσιάστηκε στους επιλεγμένους επιχειρηματίες το πρόγραμμα, ο σκοπός του, οι στόχοι αλλά και τα πλεονεκτήματα από τη συμμετοχή στο πιλοτικό πρόγραμμα i-Set. Οι επιχειρηματίες ενημερώθηκαν επίσης για τον τρόπο συμμετοχής τους, τη μεταξύ τους δικτύωση, τη δημοσιότητα που θα δοθεί στο πρόγραμμα και κατά συνέπεια και στις επιχειρήσεις τους.

Τα πλεονεκτήματα από τη συμμετοχή στο πιλοτικό αυτό Πρόγραμμα συνοψίζονται ως εξής:

- Εύκολη και δωρεάν ασύρματη πρόσβαση στο διαδίκτυο «HotSpot» για τους επισκέπτες του ξενώνα καθ' όλη τη διάρκεια του Προγράμματος
- Πρόσβαση σε λύσεις e-business (e-booking, newsletters κλπ) μέσω της ηλεκτρονικής πύλης i-Set
- Συμμετοχή στο Δίκτυο που θα δημιουργηθεί μέσω του προγράμματος με τη συμμετοχή των επιχειρήσεων και από τις τέσσερις χώρες.

2007-2013

Δράσεις ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, στις ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές, καθώς και στο νησιωτικό χώρο αναμένεται να προκύψουν κατά τη διάρκεια Δ'

Προγραμματικής Περιόδου 2007-2013 όπου και θα εφαρμοσθούν τα 6 τομεακά και 5 περιφερειακά προγράμματα του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ). Παράλληλα στο πλαίσιο του Εθνικού Στρατηγικού Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΣΣΑΑ) το οποίο θα υλοποιηθεί στους παρακάτω άξονες:

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τομέα της γεωργίας και της δασοκομίας.
- Βελτίωση του περιβάλλοντος και της υπαίθρου.
- Βελτίωση της ποιότητας ζωής στις αγροτικές περιοχές και διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας.

Συνεπικουρούμενους από ένα τέταρτο οριζόντιο άξονα LEADER, που βασίζεται στην εμπειρία που αποκτήθηκε από τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων. Ειδικότερα μέσω του άξονα 3 επιδιώκεται η εξυπηρέτηση συγκεκριμένων στόχων του ΕΣΣΑΑ όπως είναι η διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας, η στήριξη της επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο, η βελτίωση της ποιότητας ζωής και ο εκσυγχρονισμός των υποδομών στις αγροτικές περιοχές. Στο πλαίσιο του 4ου άξονα, στα πλαίσια της προσέγγισης LEADER, θα υλοποιηθούν δράσεις μεταξύ άλλων που αποσκοπούν:

- Στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των γεωργικών προϊόντων
- Στη διαφοροποίηση προς μη γεωργικές δραστηριότητες
- Στη στήριξη της δημιουργίας και ανάπτυξης πολύ μικρών επιχειρήσεων
- Στην ενθάρρυνση τουριστικών δραστηριοτήτων κλπ

Κατά την 4^η Προγραμματική Περίοδο το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, στο πλαίσιο εφαρμογής του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007 – 2013 (Π.Α.Α.), υλοποιεί παρεμβάσεις αγροτικού τουρισμού και γενικότερα τουρισμού, μέσω του Άξονα 3 «Ποιότητα ζωής στις αγροτικές περιοχές και διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας» και του Άξονα 4 «Εφαρμογή της προσέγγισης Leader».

2.3.3.1 Κοινοτική Πρωτοβουλία “LEADER”

Η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER²⁷ παρουσιάστηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 1991, με σκοπό τη δοκιμή μιας νέας προσέγγισης στο σχεδιασμό και την υλοποίηση της πολιτικής για την ολοκληρωμένη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών της Κοινότητας. Η στήριξη στο πλαίσιο του άξονα LEADER παρέχει τη δυνατότητα να συνδυαστούν και οι τρεις στόχοι – ανταγωνιστικότητα, περιβάλλον και ποιότητα ζωής / διαφοροποίηση – στο πλαίσιο μιας τοπικής αναπτυξιακής στρατηγικής που θα στηρίζεται στις τοπικές ανάγκες και πλεονεκτήματα. Η LEADER I αποτέλεσε την αρχή μιας νέας προσέγγισης στην πολιτική αγροτικής ανάπτυξης, η οποία στηριζόταν στην ολοκληρωμένη και συμμετοχική προσέγγιση σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Η καινοτομία σε σχέση με τις επικρατούσες πολιτικές, συνίστατο στο ότι λαμβανόταν υπόψη η διαφοροποίηση των αναγκών σε τοπικό επίπεδο.

Η πρωτοβουλία Leader ενθαρρύνει τις αγροτικές περιοχές να διερευνήσουν νέους τρόπους ώστε να καταστούν ή να παραμείνουν ανταγωνιστικές, να επωφεληθούν επανεκτιμημένα από τα πλεονεκτήματά τους και να ανταποκριθούν στις προκλήσεις που ίσως αντιμετωπίζουν, όπως η γήρανση του πληθυσμού, το χαμηλό επίπεδο παροχής υπηρεσιών ή η έλλειψη ευκαιριών απασχόλησης. Με τον τρόπο αυτό η πρωτοβουλία Leader συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής στις αγροτικές περιοχές, τόσο των γεωργικών οικογενειών όσο και του ευρύτερου αγροτικού πληθυσμού.

Χρησιμοποιεί την ολιστική προσέγγιση για την αντιμετώπιση των αγροτικών προβλημάτων. Αναγνωρίζει παραδείγματος χάρη ότι η ανταγωνιστικότητα της παραγωγής τροφίμων, το ελκυστικό περιβάλλον και η δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης για τον τοπικό πληθυσμό αποτελούν αμοιβαία υποστηρικτικές πτυχές της αγροτικής ζωής, οι οποίες απαιτούν ειδικές δεξιότητες, κατάλληλες τεχνολογίες και υπηρεσίες που πρέπει να αντιμετωπίζονται ως μία συνεκτική δέσμη και με μέτρα πολιτικής προσαρμοζόμενα κατά περίπτωση.

Η δημιουργία μιας τοπικής σύμπραξης, γνωστής ως «ομάδας τοπικής δράσης» (Ο.Τ.Δ.) αποτελεί ένα πρωτότυπο και σημαντικό χαρακτηριστικό της προσέγγισης Leader. Η Ο.Τ.Δ. έχει ως καθήκον τον προσδιορισμό και την υλοποίηση της στρατηγικής τοπικής ανάπτυξης, λαμβάνοντας αποφάσεις σχετικά με την κατανομή των χρηματοδοτικών της πόρων και τη διαχείρισή τους. Οι Ο.Τ.Δ. αναμένεται να είναι αποτελεσματικές στην τόνωση της αειφόρου ανάπτυξης για τους εξής λόγους:

²⁷ http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/leader/2006_el.pdf

- Ομαδοποιούν και συνδυάζουν τους διαθέσιμους ανθρώπινους και χρηματοδοτικούς πόρους του δημόσιου τομέα, του ιδιωτικού τομέα, της κοινωνίας των πολιτών και των εθελοντικών φορέων.

- Συγκεντρώνουν τους τοπικούς φορείς γύρω από συλλογικά έργα και πολυτομεακές δράσεις, προκειμένου να επιτύχουν συνέργεια, κοινό ιδιοκτησιακό καθεστώς, καθώς και την κρίσιμη μάζα που απαιτείται για τη βελτίωση της οικονομικής ανταγωνιστικότητας της περιοχής.

- Ενισχύουν το διάλογο και τη συνεργασία μεταξύ διαφορετικών αγροτικών φορέων, οι οποίοι συχνά έχουν ελάχιστη πείρα στη μεταξύ τους συνεργασία, μειώνοντας ενδεχόμενες διενέξεις και διευκολύνοντας την εξεύρεση λύσεων κατόπιν διαπραγμάτευσης, μέσω διαβούλευσης και συζητήσεων.

- Διευκολύνουν, μέσω της αλληλεπίδρασης των διαφορετικών εταίρων, τις διαδικασίες προσαρμογής και αλλαγών στον τομέα της γεωργίας (π.χ. προϊόντα ποιότητας, τροφικές αλυσίδες), το συνυπολογισμό των περιβαλλοντικών προβλημάτων, τη διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας και την ποιότητα ζωής.

Μια ομάδα τοπικής δράσης αναμένεται να:

- Συνενώσει τις σχετικές ομάδες συμφερόντων μιας περιοχής γύρω από ένα κοινό έργο.

- Να έχει αυτονομία ως προς τη λήψη αποφάσεων και ικανότητα να βλέπει με νέο μάτι τους τοπικούς πόρους.

- Να συσχετίζει τα διαφορετικά μέτρα.

- Να είναι ικανή να αξιοποιεί τις ευκαιρίες που προσφέρονται από το σύνολο των πόρων σε τοπικό επίπεδο.

- Να είναι ανοικτή σε καινοτόμες ιδέες.

- Να είναι ικανή να συσχετίσει και να ενσωματώνει διαφορετικές τομεακές προσεγγίσεις.

Ολοκληρωμένες και πολυτομεακές δράσεις

Η πρωτοβουλία Leader δεν είναι ένα πρόγραμμα τομεακής ανάπτυξης. Η στρατηγική τοπικής ανάπτυξης πρέπει να έχει μια πολυτομεακή λογική, ενσωματώνοντας διαφορετικούς τομείς δραστηριότητας. Οι δράσεις και τα έργα που περιλαμβάνονται στις

τοπικές στρατηγικές πρέπει να συνδέονται και να συντονίζονται ως ένα συνεκτικό όλον. Η ενσωμάτωση μπορεί να αφορά τις δράσεις που πραγματοποιούνται σε έναν μόνο τομέα, τις δράσεις ολόκληρου του προγράμματος, τις ειδικές ομάδες δράσεων ή κατά κύριο λόγο τις συσχετίσεις μεταξύ των διαφορετικών οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών, περιβαλλοντικών φορέων και τομέων που συμμετέχουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΤΡΙΚΑΛΩΝ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 Εισαγωγή

Στο τρίτο κεφάλαιο δίνεται η περιγραφή της τοπικής αναπτυξιακής ταυτότητας του νομού Τρικάλων και επιπλέον γίνεται η ανάλυση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας καθώς και ο σχολιασμός αυτών. Η έρευνα διεξήχθη κατά το πρώτο τετράμηνο του 2013 μέσω ερωτηματολογίου. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε εξολοκλήρου για τις ανάγκες εκπόνησης της παρούσας έρευνας που απαιτούσε μικρό εισαγωγικό δείγμα για διεξαγωγή συμπερασμάτων.

3.2 Η αναπτυξιακή εταιρεία ΚΕΝΑΚΑΠ

Η ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΤΡΙΚΑΛΩΝ (Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρεία Ο.Τ.Α – ΚΕΝΑΚΑΠ Α.Ε.)²⁸ ασχολείται με την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης και τον προσδιορισμό των πλεονεκτημάτων κι αδυναμιών της περιοχής εφαρμογής του τοπικού προγράμματος, αλλά και των ευκαιριών και των κινδύνων που σχετίζονται με την ανταγωνιστικότητα της τοπικής οικονομίας και την κοινωνικό – οικονομική και περιβαλλοντική κατάσταση στην περιοχή.

Η περιοχή παρέμβασης, διαθέτοντας πλήθος φυσικών, πολιτιστικών και ιστορικών πόρων, καθώς και μία έντονη εναλλαγή γεωμορφολογικών χαρακτηριστικών, εμφανίζει γεωγραφική, οικονομική, οικονομική και κοινωνική συνέχεια, συνοχή και ενότητα, που την καθιστά κατάλληλη χωροταξικά για την εφαρμογή μιας ενιαίας στρατηγικής ανάπτυξης. Ως εκ τούτου, η εμπειρία που αποκτήθηκε από την Ο.Τ.Δ. ΚΕΝΑΚΑΠ Α.Ε. κατά τις τρεις προηγούμενες προγραμματικές περιόδους, με την επιτυχή εφαρμογή των προγραμμάτων LEADER I, LEADER II και LEADER + σε μεγάλο τμήμα της περιοχής

28

<http://www.kenakap.gr/files/newleader/%CE%A4%CE%BF%CF%80%CE%B9%CE%BA%CF%8C%20%CF%80%CF%81%CF%8C%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1%20LEADER.pdf>

παρέμβασης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί αποτελεσματικά στην 4^η προγραμματική περίοδο, για την υλοποίηση ενός διευρυμένου και βελτιωμένου Τοπικού Αναπτυξιακού

Προγράμματος, το οποίο σχεδιάστηκε προκειμένου να αξιοποιηθούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής και να καλυφθούν οι επενδυτικές επιλογές και δραστηριότητες του τοπικού πληθυσμού.

Αντικείμενο του Τοπικού Προγράμματος είναι η προσέγγιση και ο προσδιορισμός ενός γενικού πλαισίου αειφόρου και ισόρροπης ανάπτυξης της περιοχής παρέμβασης η οποία χαρακτηρίζεται από τον έντονο προσανατολισμό της τοπικής οικονομίας στον γεωργικό και κτηνοτροφικό τομέα και την ύπαρξη 4 προστατευόμενων περιοχών που ανήκουν στο Δίκτυο NATURA 2000 (Ασπροπόταμος, Κερκέτιο Όρος, Αντιχάσια – Μετέωρα, Όρος Λάκμος), ενώ μεγάλης σπουδαιότητας χαρακτηρίζεται και η χωροθέτηση της περιοχής των Μετεώρων, ενός πολιτιστικού-θρησκευτικού μνημείου στα όρια της περιοχής παρέμβασης.

Η συμβατή με την προστασία του φυσικού και πολιτιστικού αποθέματος ανάπτυξη δράσεων μπορεί να αποτελέσει το βασικότερο συγκριτικό πλεονέκτημα τόσο για την γεωργική και κτηνοτροφική παραγωγή όσο και για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, και να συμβάλλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων και υπηρεσιών της περιοχής.

Η διεύρυνση της περιοχής παρέμβασης του νέου Τοπικού Προγράμματος Προσέγγισης LEADER 2007 – 2013, με έντονα και επικρατούντα τα στοιχεία, αφενός της ιδιαίτερης αγροτικής δραστηριότητας κι αφετέρου του αξιοσημείωτου πολιτιστικού αποθέματος, ενισχύει τον προσανατολισμό της τοπικής αγροτικής οικονομίας στην κατεύθυνση της αξιοποίησης των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της, ως «περιοχής παραγωγής αγροτικών προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας και προορισμού εναλλακτικού τουρισμού με ιδιαίτερη τοπική ταυτότητα».

Συνεπώς, ο κεντρικός θεματικός άξονας, γύρω από τον οποίον διαρθρώνεται η αναπτυξιακή στρατηγική και εξειδικεύονται οι στόχοι του Τοπικού Προγράμματος, στηρίζεται στην ορθολογική αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων και των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής (παραγωγή γεωργικών & κτηνοτροφικών προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας, ύπαρξη σημαντικών οικοτόπων, πληθώρα πολιτιστικών

μνημείων και γειτνίαση με την περιοχή των Μετεώρων η οποία προσελκύει το ενδιαφέρον επισκεπτών), σε συνδυασμό με τη σύνδεση της τοπικής παραγωγής με το φυσικό περιβάλλον, τη διαμόρφωση και ανάδειξη μιας ιδιαίτερης και αναγνωρίσιμης ταυτότητας για τα τοπικά προϊόντα και τις υπηρεσίες, καθώς και την βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων/υπηρεσιών.

Στο πλαίσιο αυτό, επιλέγεται ως Στρατηγικό Όραμα της περιοχής εφαρμογής του Τοπικού Προγράμματος Προσέγγισης LEADER στο Ν. Τρικάλων η «ανάδειξη της περιοχής σε ποιοτικό, περιβαλλοντικό, πολιτιστικό κόμβο ανθρωποκεντρικής αναπτυξιακής διαφοροποίησης». Ο προαναφερόμενος κεντρικός θεματικός άξονας επιλέχθηκε από την ΚΕΝΑΚΑΠ Α.Ε. με κριτήρια:

- Την ιδιαίτερη παραγωγική ταυτότητα της περιοχής και την προοπτική βελτίωσης
 - Της ανταγωνιστικότητας της πρωτογενούς παραγωγής,
 - Την ιδιαιτερότητα του φυσικού περιβάλλοντος και την ανάγκη διατήρησης των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος (ιδίως των υδατικών πόρων) ως δυναμικού ανάπτυξης,
 - Τη δυνατότητα αξιοποίησης του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος της περιοχής για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού,
 - Τη δυνατότητα συσπείρωσης του συνόλου των φορέων που συντελούν στην αναπτυξιακή στρατηγική (όπως έχουν καταγραφεί στη διαδικασία διαβούλευσης).

3.2.1 Στόχοι του Τοπικού Προγράμματος

Οι στρατηγικοί στόχοι του νέου προγράμματος προσέγγισης LEADER στην περιοχή παρέμβασης προσδιορίστηκαν σύμφωνα με τις διαπιστωμένες ανάγκες της περιοχής παρέμβασης, όπως αυτές προέκυψαν από την αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης, την ανάλυση S.W.O.T. και τη διαδικασία της δημόσιας διαβούλευσης. Με βάση τα παραπάνω, οι στρατηγικοί στόχοι του νέου προγράμματος είναι:

1^{ος} Στόχος

Παραγωγή ποιοτικών και επώνυμων αγροτικών προϊόντων και αύξηση της προστιθέμενης αξίας, εξωστρέφειας και ανταγωνιστικότητας τους, με τη χρήση σύγχρονων μεθόδων και τεχνικών μεταποίησης, τυποποίησης, πιστοποίησης, σήμανσης και προώθησης τους σε υπάρχουσες και σε νέες αγορές.

2^{ος} Στόχος

Βελτίωση και ενίσχυση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και δημιουργία των απαιτούμενων κρίσιμων προϋποθέσεων που προωθούν την επιχειρηματικότητα σε όλους τους τομείς της οικονομίας της περιοχής παρέμβασης και εν τέλει, συντελούν στη δημιουργία καινοτόμων και σύγχρονων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

3^{ος} Στόχος

Προστασία και ανάδειξη του ιδιαίτερου φυσικού περιβάλλοντος ως κύριου συστατικού στοιχείου ενδυνάμωσης της τοπικής οικονομίας και διαμόρφωσης της ιδιαίτερης ταυτότητας της περιοχής παρέμβασης, ως αγροτουριστικού και οικοτουριστικού προορισμού.

4^{ος} Στόχος

Προστασία και ανάδειξη του αξιόλογου πολιτιστικού αποθέματος ως κύριο συστατικό στοιχείο της ιδιαίτερης ταυτότητας της περιοχής για την προσέλκυση επισκεπτών και την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού.

5^{ος} Στόχος

Διαμόρφωση κατάλληλων και ελκυστικών συνθηκών διαβίωσης και βελτίωση της ποιότητας ζωής του πληθυσμού, με έμφαση στις αγροτικούς και μικρούς οικισμούς της περιοχής παρέμβασης, και κυρίως μέσω της ενδυνάμωσης των θεσμών κοινωνικής προστασίας, της άρσης της απομόνωσης τμημάτων του πληθυσμού (κυρίως των γυναικών και των νέων) και περιοχών, προκειμένου να επιτευχθεί η μεταστροφή των δυσμενών πληθυσμιακών εξελίξεων.

3.2.2 Στρατηγική του Τοπικού Προγράμματος

Οι στρατηγικές τοπικής ανάπτυξης που αναπτύσσονται μέσω της προσέγγισης LEADER, έχουν ολοκληρωμένο και πολυτομεακό χαρακτήρα. Η ολοκληρωμένη προσέγγιση αφορά στην προώθηση όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων στις οποίες στηρίζεται το τοπικό παραγωγικό σύστημα, στην ισόρροπη ανάπτυξη του αγροτικού χώρου και την τοπική ανάπτυξη σε πλαίσια οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής ισορροπίας. Η ολοκληρωμένη προσέγγιση στην τοπική ανάπτυξη

ταυτίζεται με την έννοια της «εκ των κάτω» προσέγγισης, αφού προϋποθέτει συμμετοχικό σχεδιασμό, προγραμματισμό και κινητοποίηση των τοπικών φορέων και του τοπικού πληθυσμού, οι οποίοι γνωρίζουν τα προβλήματα και τις δυνατότητες της περιοχής τους.

Οι στόχοι που έχουν προσδιορισθεί παραπάνω, εξυπηρετούν την αντιμετώπιση των σχετικών υστερήσεων της περιοχής παρέμβασης. Η επίτευξη των στόχων στηρίζεται σε στρατηγική τοπικής ανάπτυξης, με ολοκληρωμένο, καινοτόμο και πολυτομεακό χαρακτήρα, με σκοπό τη δημιουργία των απαραίτητων προϋποθέσεων για μια ανάπτυξη που να τονώνει και να ενισχύει την οικονομική δραστηριότητα, σε συνδυασμό με την προστασία του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος της περιοχής. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει μια ευρεία δέσμη δράσεων, που χαρακτηρίζονται από έντονες αλληλεπιδράσεις (συμπληρωματικότητα, συνέργεια). Οι δράσεις αυτές υλοποιούν τις στρατηγικές που επιλέγονται για την επίτευξη των αντίστοιχων στόχων και οι οποίες είναι:

Στρατηγικές επίτευξης στόχων:

- Αύξηση της αξίας των γεωργικών, κτηνοτροφικών και δασοκομικών προϊόντων μέσω,
- Ενισχύσεων για ίδρυση, επέκταση και εκσυγχρονισμό των παραγωγικών μονάδων,
- Διαφοροποίηση προς μη γεωργικές καινοτόμες δραστηριότητες,
- Διατοπικές και διακρατικές συνεργασίες,
- Δικτύωση ομοειδών ή συμπληρωματικών επιχειρήσεων της τοπικής οικονομίας. Τοπικό Πρόγραμμα LEADER νομού Τρικάλων – ΤΕΛΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ «Σύγκλιση Ανάπτυξης στην Τρικαλινή Ύπαιθρο»,
- Ενθάρρυνση τουριστικών δραστηριοτήτων και ιδιαίτερα στην κατηγορία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού,
- Στήριξη της δημιουργίας και ανάπτυξης πολύ μικρών βιοτεχνικών επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών,
- Διατοπικές και διακρατικές συνεργασίες.

Η εφαρμογή του Τοπικού Προγράμματος αναμένεται να συμβάλει στην ενεργοποίηση του τοπικού παραγωγικού δυναμικού, στην αύξηση των δυνατοτήτων απασχόλησης, την περιβαλλοντική αναβάθμιση, την βιώσιμη ανάπτυξη και την ανάπτυξη δεσμών μεταξύ των επιμέρους τομέων της οικονομίας. Συνοπτικά, τα αποτελέσματα από την υλοποίηση του Τοπικού Προγράμματος LEADER αναμένεται να είναι τα ακόλουθα:

- Αύξηση της απασχόλησης,
- Συγκράτηση του πληθυσμού νέων ηλικιών στην περιοχή με παράλληλη βελτίωση, τόσο της πυραμίδας των ηλικιών, όσο και του ποσοστού του ενεργού πληθυσμού στο συνολικό
- Πληθυσμό της περιοχής,
- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας της τοπικής παραγωγής και των δυνατοτήτων διείσδυσης των προϊόντων σε υφιστάμενες και νέες αγορές,
- Αύξηση των επισκεπτών με κύριο προσανατολισμό τις ειδικές μορφές τουρισμού, αλλά και τις αγροτουριστικές δραστηριότητες, με σημαντικά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα και στους λοιπούς παραγωγικούς τομείς της περιοχής,
- Συσχέτιση οικονομικών κλάδων όπως ο τουρισμός με την μεταποίηση και την αγροτική
- Παραγωγή με σημαντικά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα.

3.3 Τοπικά προϊόντα στον νομό Τρικάλων

Τα τοπικά προϊόντα,²⁹ παραμένοντας απαλλαγμένα από φυτοφάρμακα και βιομηχανικούς τρόπους επεξεργασίας, δικαιώνουν στο ακέραιο τις προσδοκίες του καταναλωτή. Στην περιοχή του νομού Τρικάλων ο επισκέπτης θα συναντήσει φυσικά την πασίγνωστη φέτα, αλλά και άλλα προϊόντα με βάση το γάλα, όπως γιαούρτι, ξινόγαλο, βούτυρο και μυζήθρα. Θα γευτεί ακόμη πεντανόστιμα κρέατα ψητά στη σούβλα ή τη σχάρα σε ανοικτή φωτιά, που θα τα συνδυάσει με τα περίφημα ντόπια κρασιά και τσίπουρα. Άλλες γαστριμαργικές προτάσεις της περιοχής αποτελούν οι πέστροφες των νεράων του

²⁹ http://www.agro-tour.net/web/guest/art_culture/~/-/topicarts/view/52121/213?_tonicarts_redirect=%2Fweb%2Fguest%2Fart_culture%2F%257E%2Ftonic%2F213

Αχελώου, οι τραχανάδες, τα όσπρια και οι υπέροχες πίτες. Για το «κλείσιμο» μιας γευστικής περιήγησης στην γαστρονομία της περιοχής, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να γευθεί, φρέσκα φρούτα, μέλι από βουνίσια αγριολούλουδα, σουτζούκι από μούστο και καρύδια, λικέρ, ντόπια γλυκά του κουταλιού, ζυμαρικά, τραχανά παραδοσιακό με το χέρι, χυλοπίτες, καθώς και μελομακάρονα, κουραμπιέδες, βουτήματα, κουλουράκια. Παράλληλα συλλέγουμε μεγάλη ποικιλία από αρωματικά φυτά της περιοχής όπως ρίγανη, δάφνη, δυόσμο, τσάι του βουνού, χαμομήλι.

Αποτελέσματα έρευνας

Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται μέσα από πίνακες και σχεδιαγράμματα τα οποία αντιπροσωπεύουν την άποψη 30 γυναικών που είναι μέλη Γυναικείων Συνεταιρισμών της περιοχής των Τρικάλων. Η αρχή της ανάλυσης των δεδομένων γίνεται με τα κοινωνικά-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων γυναικών (αριθμός και φύλο συμμετεχόντων, ηλικία και επίπεδο εκπαίδευσης).

3.4.1 Ανάλυση ερωτηματολογίων

Στους παρακάτω πίνακες – διαγράμματα αναλύονται τα δεδομένα που προκύπτουν από την έρευνα και έχουν σκοπό να μας πληροφορήσουν σχετικά με την ενθάρρυνση των τοπικών πρωτοβουλιών, για την παραγωγή, την προώθηση, την ανάδειξη και την διάθεση τοπικών παραδοσιακών προϊόντων, μέσω Γυναικείων Αγροτουριστικών Συνεταιρισμών στη περιοχή των Τρικάλων.

Τα χαρακτηριστικά του δείγματος των 30 ερωτηθέντων γυναικών που έλαβαν μέρος στη έρευνα τα ανέδειξε η εφαρμογή Excel του Microsoft Office που χρησιμοποιήθηκε για τη στατιστική μέτρηση.

«Πόσες γυναίκες πήραν μέρος»

Γυναίκες που πήραν μέρος	30
--------------------------	----

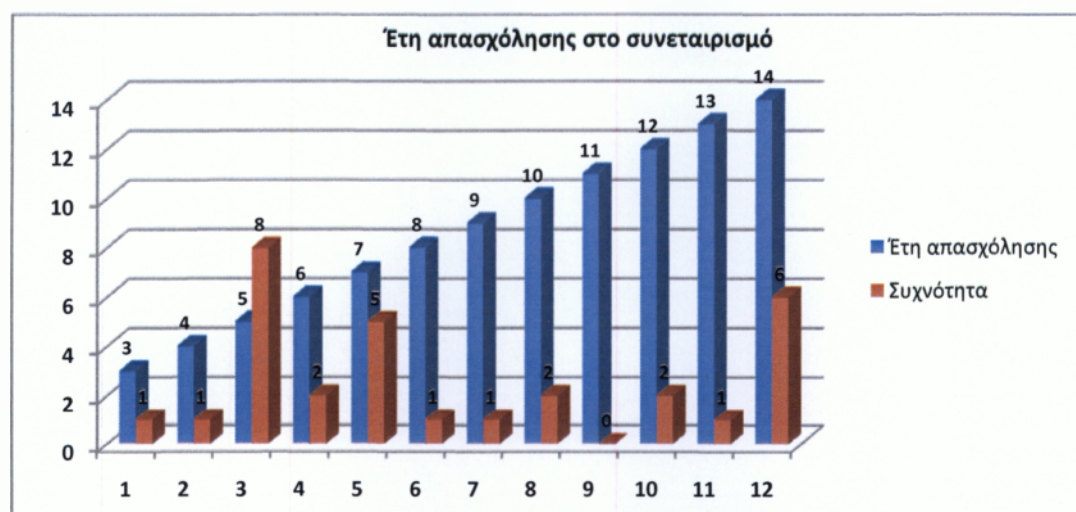
ΣΥΝΟΛΟ	30
---------------	-----------

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

«Ποια είναι τα έτη απασχόλησης σας στο συνεταιρισμό» ;

Πίνακας 3.4.1.1: Αριθμός γυναικών ανά έτη απασχόλησης

ΕΤΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
3	1	3%
4	1	3%
5	8	27%
6	2	7%
7	5	17%
8	1	3%
9	1	3%
10	2	7%
11	0	0%
12	2	7%
13	1	3%
14	6	20%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα 3.4.1.1: Αριθμός γυναικών ανά έτη απασχόλησης

Όπως φαίνεται, από το παραπάνω πίνακα – διάγραμμα 3.4.1.1, η εμπλοκή των γυναικών σε έτη απασχόλησης όσον αφορά τη συμμετοχή τους σε γυναικείο συνεταιρισμό, μέσα από το δείγμα των 30 συμμετεχόντων, προκύπτει ότι ποσοστό 27% συμπληρώνει συνολικά τα πέντε έτη, ποσοστό 17% συμπληρώνει συνολικά τα επτά έτη,

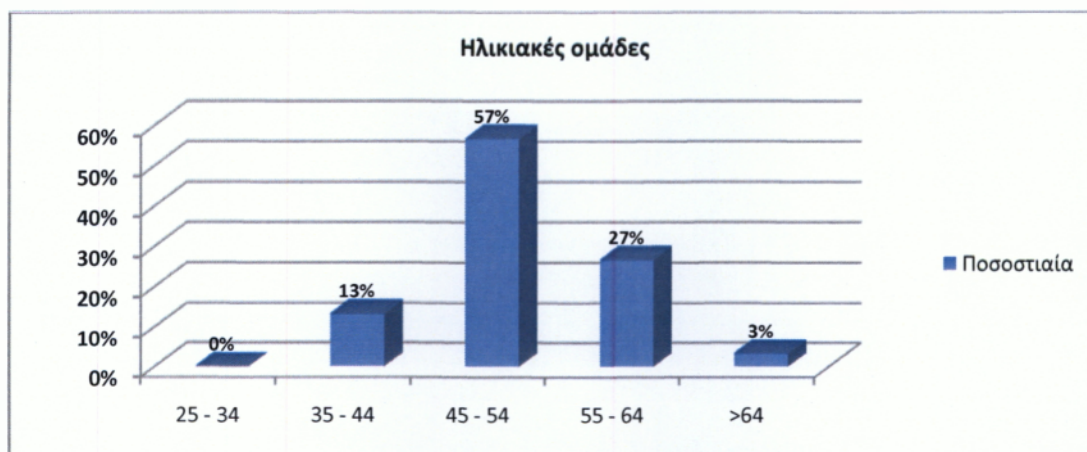
ποσοστό 7% συμπληρώνει συνολικά τα δέκα έτη και ποσοστό επίσης 7% συμπληρώνει συνολικά τα δώδεκα έτη. Ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά. Γεγονός που δείχνει ότι το σύνολο του δείγματος έχει αρκετά καλό ποσοστό συμμετοχής σε έτη, ώστε με την εμπειρία του να προωθήσει την ανάδειξη των προϊόντων του συνεταιρισμού που ανήκει και να προβάλλει την τοπική επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

«Ποιο είναι το έτος γέννησής σας»;

Πίνακας 3.4.1.2 Ηλικιακή Ομάδα

ΗΛΙΚΙΑΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
25 - 34	0	0%
35 - 44	4	13%
45 - 54	17	57%
55 - 64	8	27%
>64	1	3%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.2 Ηλικιακή Ομάδα

Η ερώτηση 3 αποκαλύπτει την ηλικία των γυναικών – μελών των συνεταιρισμών. Παρατηρούμε ότι, το μεγαλύτερο μέρος των γυναικών ηλικιακά ανήκει στην κατηγορία 45-54 (57%), όπως επίσης και στην κατηγορία 55-64 (27%), ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 35-44 με ποσοστό (13%) και τέλος με πολύ μικρό ποσοστό η ηλικιακή ομάδα >64 με (3%). Από ότι φαίνεται το μεγαλύτερο μέρος των γυναικών που εμπλέκονται και

συμμετάσχουν ως μέλη σε Γυναικείους συνεταιρισμούς είναι άτομα μέσης ηλικίας, με οικογενειακά βάρη, που θέλησαν να ενισχύσουν το οικογενειακό εισόδημα τους.

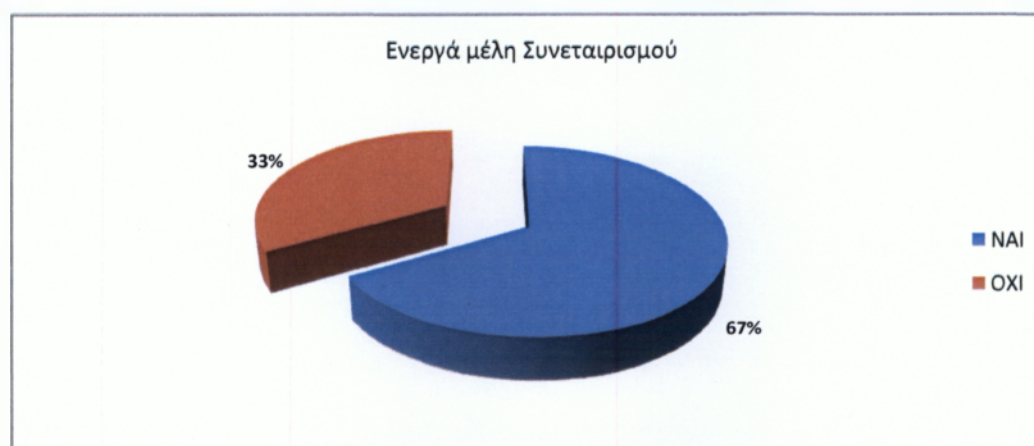
Αλλά, αν λάβουμε υπόψη μας ότι το μοντέλο των Γυναικείων συνεταιρισμών έδωσε διέξοδο απασχόλησης σε γυναίκες που αντιμετωπίζουν ανεργία και επιπλέον αποκλεισμό ιδιαίτερα στην ύπαιθρο, θα κατανοήσουμε ότι η επιχειρηματική επιτυχημένη δραστηριοποίησή τους τις βγάζει από τα εν λόγω αδιέξοδα και συμβάλλουν αποφασιστικά στην κατάρριψη των αναχρονιστικών αντιλήψεων περί «ανικανότητας» των γυναικών.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

«Ανήκετε στα ενεργά μέλη του Συνεταιρισμού»;

Πίνακας 3.4.1.3 Ενεργά μέλη συνεταιρισμού

ΕΝΕΡΓΑ ΜΕΛΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
ΝΑΙ	20	67%
ΟΧΙ	10	33%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.3 Ενεργά μέλη συνεταιρισμού

Από το δείγμα των 30 ερωτηθέντων γυναικών όπως φαίνεται στον πίνακα 3.4.1.3, είναι ενεργά μέλη ποσοστό 67%, ενώ μη ενεργά ποσοστό 33%. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών ως ενεργά μέλη στο νομό Τρικάλων απ όπου προέρχεται και το δείγμα μας αποκτούν εισόδημα από το συνεταιρισμό που συμμετάσχουν και βοηθούν σε ικανοποιητικό βαθμό τον οικογενειακό προϋπολογισμό.

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

«Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση»;

Πίνακας 3.4.1.4 Οικογενειακή κατάσταση

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
Άγαμη	0	0%
Έγγαμη	26	87%
Διαζευγμένη	0	0%
Συμβίωση	0	0%
Χήρα	4	13%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα:3.4.1.4 Οικογενειακή κατάσταση

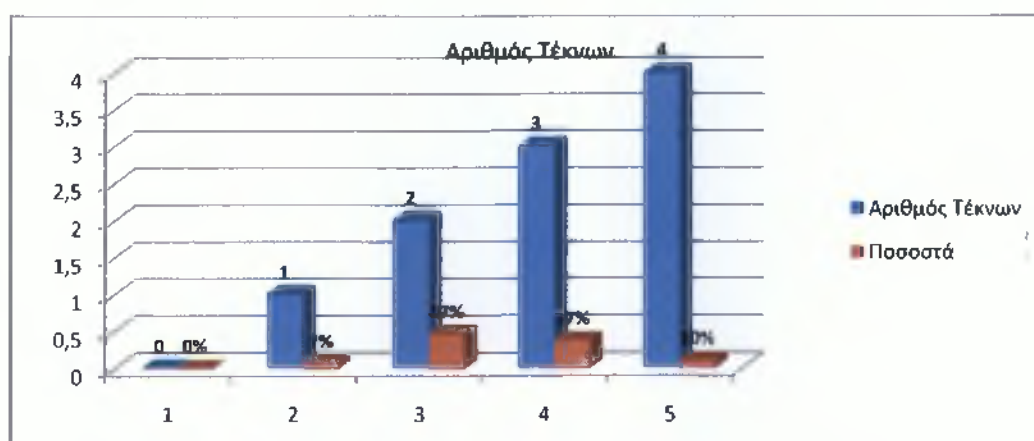
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα 3.4.1.4, φαίνεται ότι ποσοστό 87% των γυναικών του δείγματος ανήκουν στη κατηγορία των έγγαμων και ένα μικρό ποσοστό 13% είναι χήρες. Σημαντικό στοιχείο που αναδεικνύει την ανάγκη εξόδου των γυναικών από το σπίτι και από τις αποκλειστικές οικογενειακές ευθύνες (ιδιωτικός χώρος), με άσκηση επαγγέλματος, το οποίο δύνανται να συνδυάζουν επαγγελματικές και οικογενειακές ασχολίες (κοντά στον τόπο διαμονής τους, επιλογή μερικής απασχόλησης κ.ά.) Καθώς και ανάγκη για εμπλοκή στην κοινωνική διεργασία, συναναστροφή και συνεργασία με την ομάδα (κοινωνικός χώρος).

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

«Αριθμός τέκνων»;

Πίνακας 3.4.1.5 Αριθμός τέκνων

ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΕΚΝΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
0	0	0%
1	2	7%
2	14	47%
3	11	37%
4	3	10%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.5 Αριθμός τέκνων

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 3.4.1.5, φαίνεται ότι στη κατηγορία των δύο τέκνων οι γυναίκες που συμμετέχουν στην έρευνα, κατέχουν το υψηλότερο ποσοστό με 47% και με μικρότερα ποσοστά παρουσιάζονται οι κατηγορίες, όπως των τριών τέκνων 37%, των τεσσάρων τέκνων 10%, και του ενός τέκνου 7%. Σημαντικό στοιχείο είναι ότι στη περίπτωση της έρευνας και από το συνολικό δείγμα οι γυναίκες εξασφαλίζουν μέσω των δραστηριοτήτων των συνεταιρισμών ένα είδος συμπληρωματικού εισοδήματος για βελτίωση της προσωπικής ζωής αλλά και της πολυμελούς οικογένειάς τους.

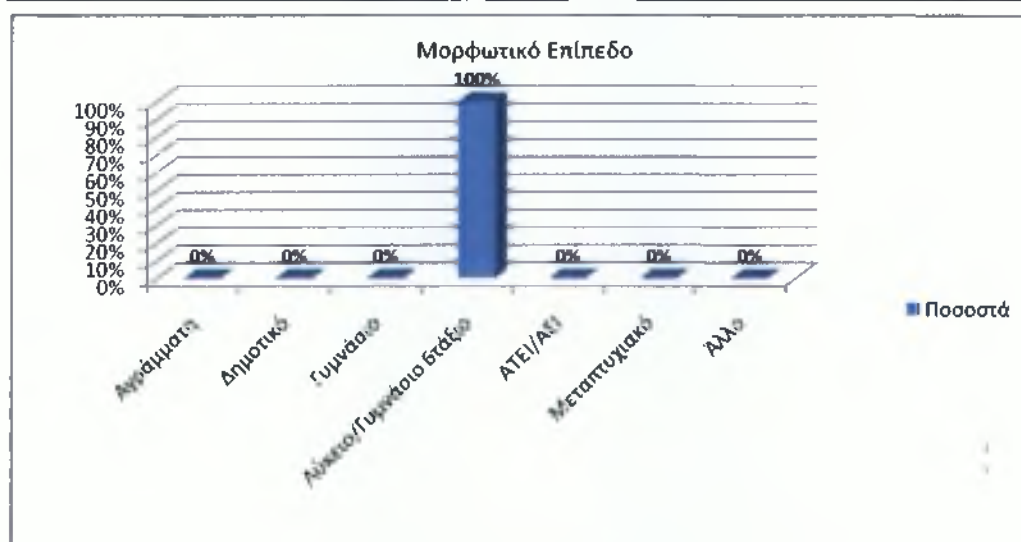
ΕΡΩΤΗΣΗ 6

«Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο»;

Πίνακας: 3.4.1.6 Επίπεδο εκπαίδευσης

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	ΚΩΔ.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
---------------------	------	-----------	---------

Δεν φοίτησε ποτέ	1	0	0%
Δημοτικό	2	0	0%
Γυμνάσιο	3	0	0%
Λύκειο/Γυμνάσιο δτάξιο	4	30	100%
ΑΕΙ/ΤΕΙ	5	0	0%
Μεταπτυχιακό	6	0	0%
Άλλο		0	0%



Διάγραμμα: 3.4.1.6 Επίπεδο εκπαίδευσης

Λαμβάνοντας υπόψη το επίπεδο εκπαίδευσης βλέπουμε ότι το 100% των γυναικών είναι απόφοιτοι λυκείου/δτάξιου γυμνασίου. Κατά συνέπεια το επίπεδο εκπαίδευσης, των συμμετεχόντων γυναικών στη έρευνα είναι χαμηλό για τα σημερινά δεδομένα. Μέσω όμως της συμμετοχής τους οι γυναίκες σε τέτοιου είδους συνεταιρισμούς, στηρίζονται από το κράτος και την Ε.Ε. σε επίπεδο εκπαίδευσης αλλά και στη συλλογική – κοινωνική επιχειρηματικότητα, παράγοντας που εξασφαλίζει δεξιότητες και επαγγελματισμό.

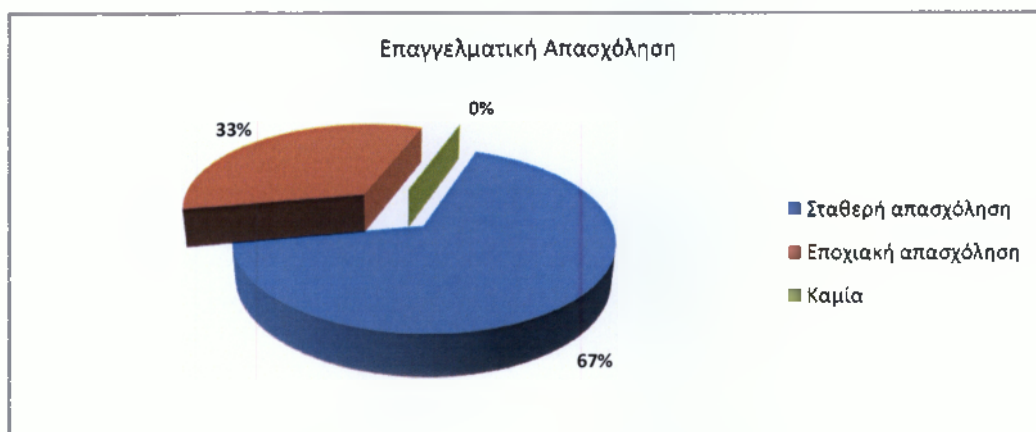
ΕΡΩΤΗΣΗ 7

«Επαγγελματική απασχόληση»;

Πίνακας: 3.4.1.7 Επαγγελματική απασχόληση

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΚΩΔ.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Σταθερή απασχόληση	1	20	67%

Εποχιακή απασχόληση	2	10	33%
Καμία.	3	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ		30	100%



Διάγραμμα: 3.4.1.7 Επαγγελματική απασχόληση

Λαμβάνοντας υπόψη το επίπεδο κατηγορίας επαγγελματικής απασχόλησης φαίνεται από το διάγραμμα 3.4.1.7 ότι ποσοστό 67% του δείγματος έχουν σταθερή απασχόληση και το 33% εποχιακή. Κατά συνέπεια αποδεικνύεται στο μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, ανάγκη για εμπλοκή στην κοινωνική διεργασία, για συναναστροφή και συνεργασία.

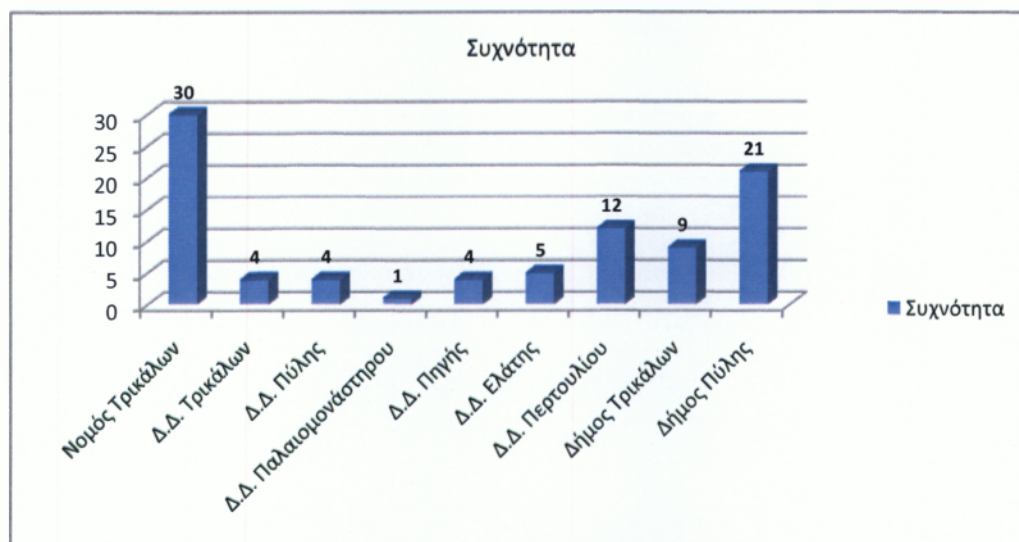
ΕΡΩΤΗΣΗ 8

«Ποιος είναι ο τόπος κατοικίας σας»:

Πίνακας: 3.4.1.8 Τόπος καταγωγής

ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΑΓΩΓΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Νομός Τρικάλων	30
Δ.Δ. Τρικάλων	4
Δ.Δ. Πύλης	4
Δ.Δ. Παλαιομονάστηρου	1
Δ.Δ. Πηγής	4
Δ.Δ. Ελάτης	5

ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΑΓΩΓΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Δ.Δ. Περτουλίου	12
Δήμος Τρικάλων	9
Δήμος Πύλης	21



Διάγραμμα: 3.4.1.8 Τόπος καταγωγής

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.8, φαίνεται ότι και τα 30 μέλη συνεταιρισμών του δείγματος που πήραν μέρος στην έρευνα κατάγονται από το νομό Τρικάλων. Εξ αυτών 21 κατάγονται από το δήμο Πύλης και 9 από το δήμο Τρικκαίων.

ΕΡΩΤΗΣΗ 9

«Ποια ήταν η πηγή κονδυλίων με τα οποία ξεκίνησε ο Συνεταιρισμός»;

Πίνακας: 3.4.1.9 Πηγή κονδυλίων

ΠΗΓΗ ΚΟΝΔΥΛΙΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ	ΚΩΔ.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Επιχορηγούμενο Κεφάλαιο	1	18	60%
Ιδιωτικό Κεφάλαιο	2	12	40%
Άλλο	3	0	0%

ΠΗΓΗ ΚΟΝΔΥΛΙΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ	ΚΩΔ.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΥΝΟΛΟ		30	



Διάγραμμα: 3.4.1.9 Πηγή κονδυλίων

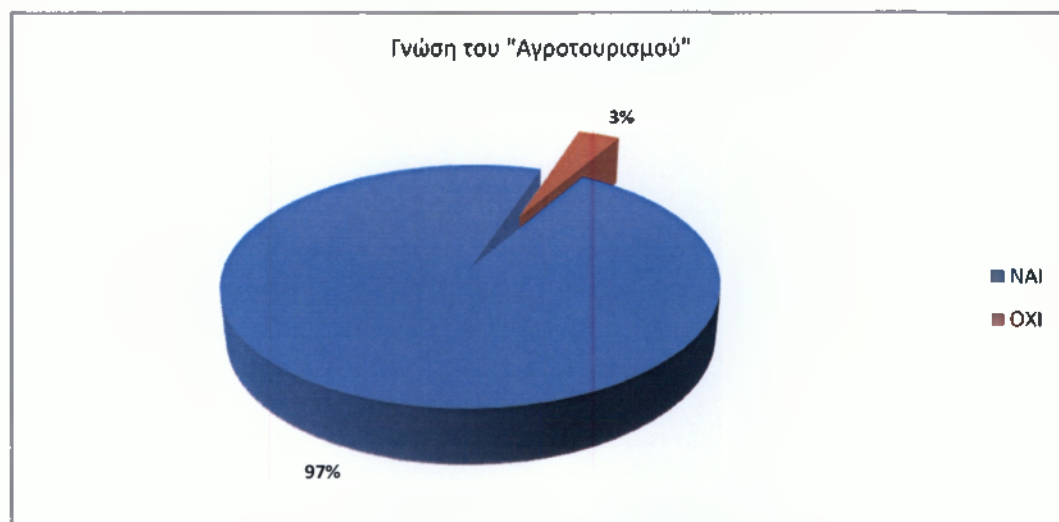
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα 3.4.1.9, φαίνεται ότι σε ποσοστό 60% η πηγή κονδυλίων των συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα χρηματοδοτήθηκε μέσω επιχορηγούμενων κεφαλαίων και το 40% με ιδιωτικά κεφάλαια. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι οι γυναίκοι συνεταιρισμοί έχουν τη δυνατότητα ευκολότερης εξασφάλισης χρηματοδοτήσεων από ευρωπαϊκά προγράμματα, από ότι οι ατομικές επιχειρήσεις.

ΕΡΩΤΗΣΗ 10

«Υπάρχει γνώση του όρου «αγροτουρισμός»;

Πίνακας: 3.4.1.10 Γνώση όρου του Αγροτουρισμού

ΓΝΩΣΗ ΤΟΥ "ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ"	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΝΑΙ	29	97%
ΟΧΙ	1	3%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.10 Γνώση όρου του Αγροτουρισμού

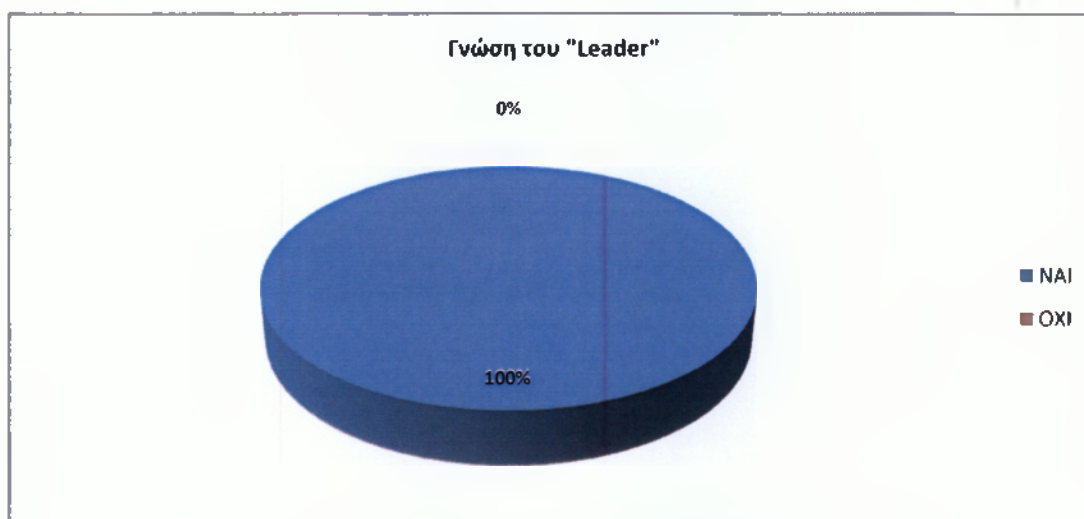
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.10, φαίνεται ότι σε ποσοστό 97% του δείγματος γνωρίζει την έννοια του Αγροτουρισμού και γενικότερα τα οφέλη του, ενώ ποσοστό 3% δεν γνωρίζει. Σημαντικό είναι να επισημανθεί ότι ο πληθυσμός της υπαίθρου στη πλειοψηφία πλέον γνωρίζει, ότι με τον αγροτουρισμό δημιουργείται αύξηση του αγροτικού εισοδήματος του από εξωαγροτική απασχόληση, μετά από εκμετάλλευση συγκεκριμένων ωφελημάτων από την ύπαιθρο όπως είναι το φυσικό περιβάλλον, η αρχιτεκτονική και η πολιτιστική κληρονομιά, τα τοπικά αγροτικά προϊόντα, η ανθρώπινη επαφή και οι ανθρώπινες σχέσεις, η παραδοσιακή φιλοξενία, αλλά και οτιδήποτε άλλο σχετίζεται με τη ζωή στην ύπαιθρο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 11

«Γνωρίζεται τι είναι η κοινοτική πρωτοβουλία "LEADER";

Πίνακας: 3.4.1.11 Γνώση της κοινοτικής πρωτοβουλίας LEADER

ΓΝΩΣΗ ΤΟΥ "LEADER"	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΝΑΙ	30	100%
ΟΧΙ	0	0%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.11 Γνώση της κοινοτικής πρωτοβουλίας LEADER

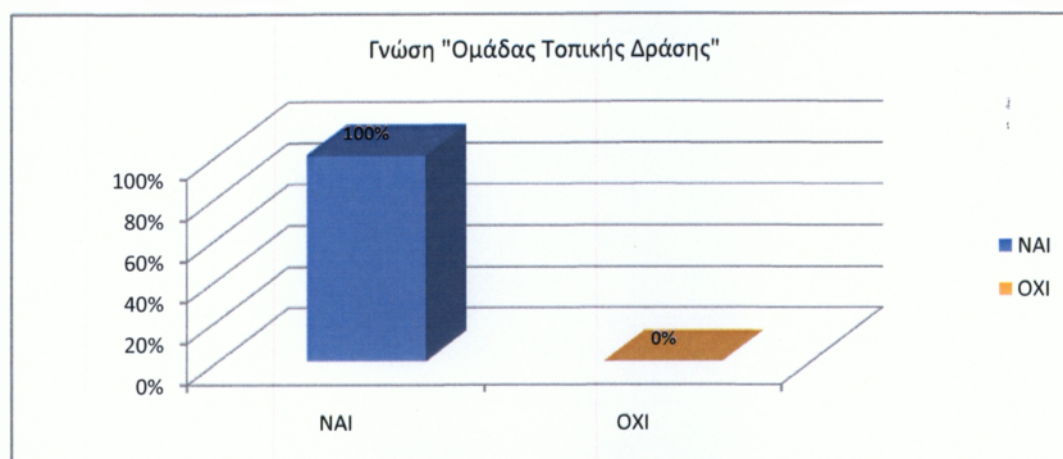
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.11, φαίνεται ότι ποσοστό 100% των μελών του δείγματος γνωρίζει τι είναι η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER. Πράγμα που σημαίνει ότι τα μέλη των συνεταιρισμών της περιοχής είναι ενημερωμένα για τη πρωτοβουλία Leader, η οποία ενθαρρύνει τις αγροτικές περιοχές να διερευνήσουν νέους τρόπους ώστε να καταστούν ή να παραμείνουν ανταγωνιστικές. Επίσης να επωφεληθούν επανειλημμένα από τα πλεονεκτήματά τους και να ανταποκριθούν στις προκλήσεις που ίσως αντιμετωπίζουν, όπως η γήρανση του πληθυσμού, το χαμηλό επίπεδο παροχής υπηρεσιών ή η έλλειψη ευκαιριών απασχόλησης.

ΕΡΩΤΗΣΗ 12

«Γνωρίζεται τι είναι Ομάδα Τοπικής Δράσης»;

Πίνακας: 3.4.1.12 Γνώση της Ομάδας Τοπικής Δράσης

ΓΝΩΣΗ "ΟΜΑΔΑΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ"	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΝΑΙ	30	100%
ΟΧΙ	0	0%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.12 Γνώση της Ομάδας Τοπικής Δράσης

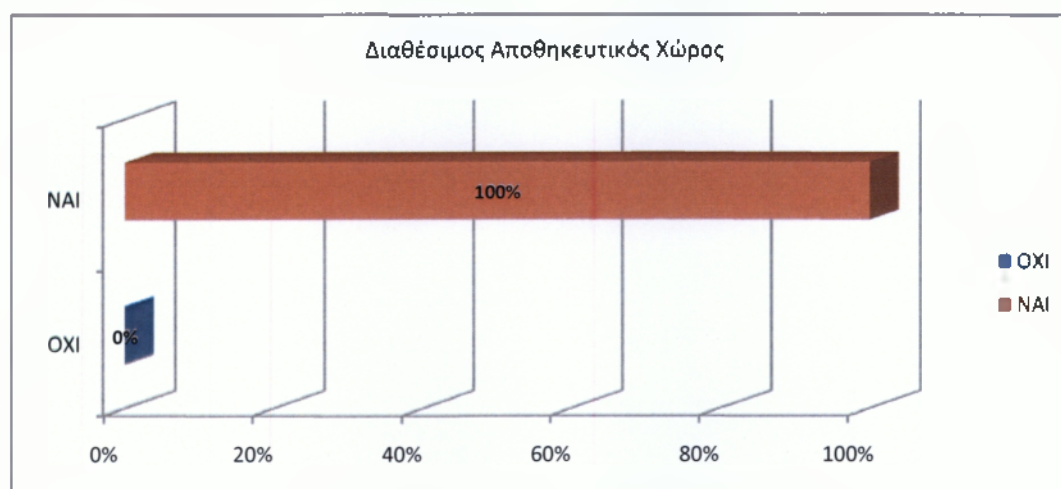
Σύμφωνα με τα στοιχεία, που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 3.4.1.12, φαίνεται ότι σε ποσοστό 100% του δείγματος των μελών γυναικείων συνεταιρισμών, γνωρίζει τι είναι ομάδα τοπικής δράσης και πόσο σημαντική είναι η συμβολή της για τη τοπική ανάπτυξη και ότι χαρακτηρίζεται από τη συλλογικότητα, τον επιμερισμό του επιχειρηματικού ρίσκου και των ευθυνών στην επιχείρηση και τη μεγαλύτερη δυνατότητα εξασφάλισης δανείων, παράγοντες που συναινούν υπέρ της συμμετοχής των γυναικών σε αυτές.

ΕΡΩΤΗΣΗ 13

«Ο Συνεταιρισμός διαθέτει αποθηκευτικό χώρο όπου μπορούν τα προϊόντα να παραμένουν για ένα μικρό χρονικό διάστημα»;

Πίνακας: 3.4.1.13 Διάθεση αποθηκευτικού χώρου συνεταιρισμού

ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΣ ΑΠΟΘΗΚΕΥΤΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΟΧΙ	0	0%
ΝΑΙ	30	100%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.13 Διάθεση αποθηκευτικού χώρου συνεταιρισμού

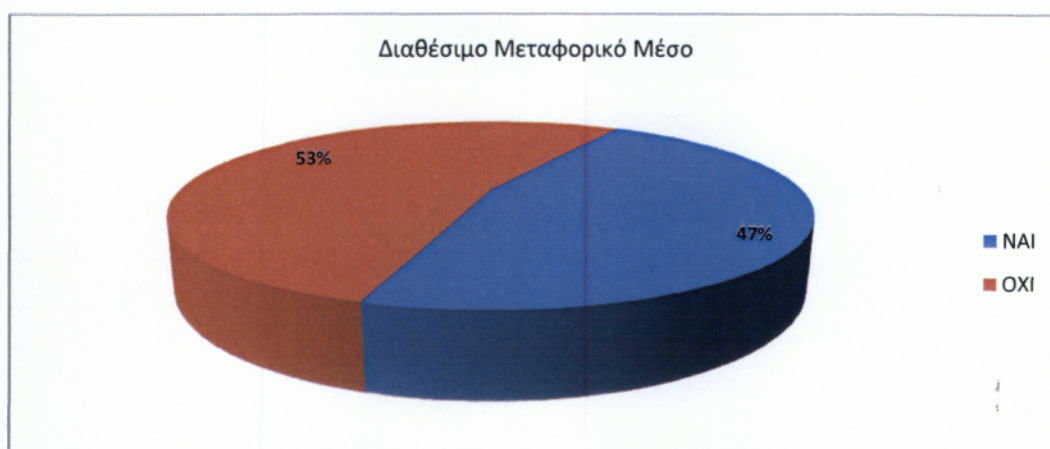
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα 3.4.1.13, φαίνεται ότι σε ποσοστό 100% των γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα, διαθέτει αποθηκευτικό χώρο για τη φύλαξη των προϊόντων του για ένα μικρό χρονικό διάστημα.

ΕΡΩΤΗΣΗ 14

«Ο Συνεταιρισμός διαθέτει μεταφορικό μέσο για τη μεταφορά και διάθεση των προϊόντων»;

Πίνακας: 3.4.1.14 Διάθεση μεταφορικού μέσου συνεταιρισμού

ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟ ΜΕΣΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΝΑΙ	14	47%
ΟΧΙ	16	53%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.14 Διάθεση μεταφορικού μέσου συνεταιρισμού

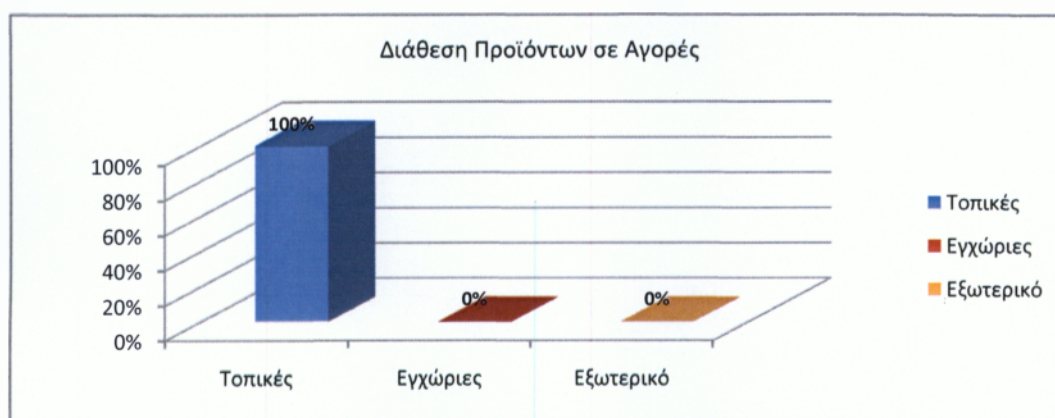
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα 3.4.1.14, φαίνεται ότι σε ποσοστό 47% ήτοι, 14 των μελών γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα απαντούν, ότι ο συνεταιρισμός τους διαθέτει μεταφορικό μέσο για τη μεταφορά των προϊόντων που προωθούν, ενώ ποσοστό 53% των μελών απαντά αρνητικά στη διάθεση μεταφορικού μέσου από το συνεταιρισμό που ανήκουν και η μεταφορά των προϊόντων επιτυγχάνετε είτε με ενοικίαση κάποιου μέσου, ή τις περισσότερες φορές με τα ιδιωτικά αυτοκίνητα των μελών.

ΕΡΩΤΗΣΗ 15

«Σε ποιες αγορές μπορούν να βρεθούν τα προϊόντα του συνεταιρισμού»;

Πίνακας: 3.4.1.15 Αγορές διάθεσης προϊόντων

ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΕ ΑΓΟΡΕΣ:	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
Τοπικές	30	100%
Εγχώριες	0	0%
Εξωτερικό	0	0%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.15 Αγορές διάθεσης προϊόντων

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.15, φαίνεται ότι ποσοστό 100% των μελών γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα, απαντούν ότι ο συνεταιρισμός τους διαθέτει τα προϊόντα τους στην τοπική αγορά του νομού Τρικάλων και δραστηριοποιούνται στο μαγείρεμα, χειροτεχνία, παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων, οικονομική διαχείριση, πωλήσεις κ.τ.λ.

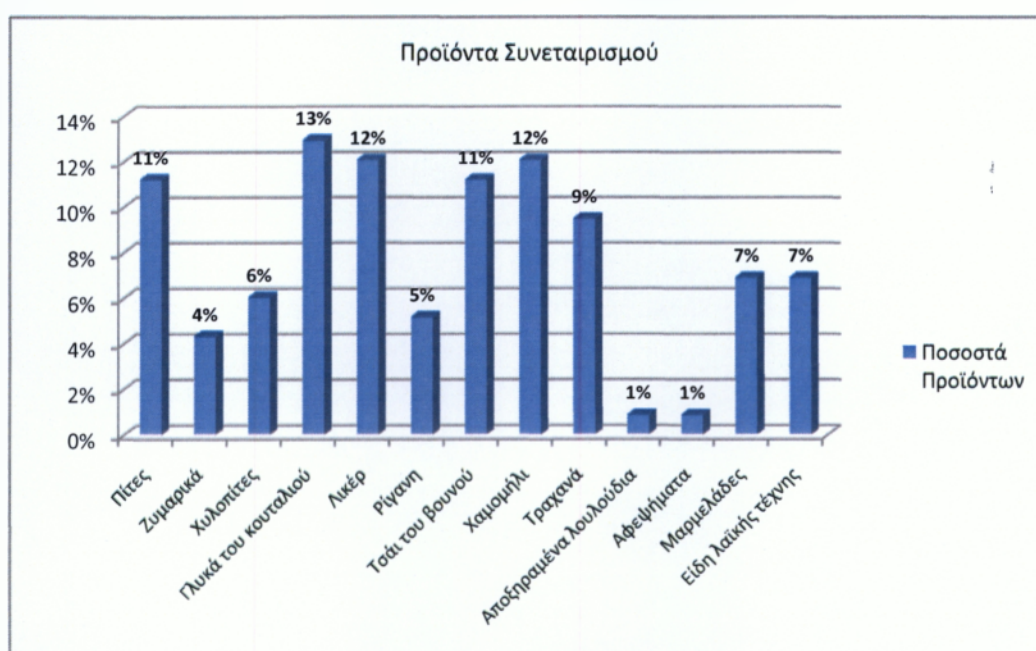
ΕΡΩΤΗΣΗ 16

«Με την εμπορία ποιων παραδοσιακών προϊόντων ασχολείται ο Συνεταιρισμός»;
(ΚΩΔ 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13); 1: Πίτες 2: Ζυμαρικά 3: Χυλοπίτες 4: Γλυκά του κουταλιού 5: Λικέρ 6: Ρίγανη 7: Τσάι του βουνού 8: Χαμομήλι 9: Τραχανά 10. Αποξηραμένα λουλούδια 11. Αφεψήματα (Μπιτούνι, Μέντα, Τήλιο) 12. Μαρμελάδες 13. Είδη λαϊκής τέχνης

Πίνακας: 3.4.1.16 Παραδοσιακά προϊόντα που προωθούνται από τους συνεταιρισμούς

ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ
Πίτες	26	11%
Ζυμαρικά	10	4%
Χυλοπίτες	14	6%
Γλυκά του κουταλιού	30	13%
Λικέρ	28	12%
Ρίγανη	12	5%
Τσάι του βουνού	26	11%
Χαμομήλι	28	12%

ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ
Τραχανά	22	9%
Αποξηραμένα λουλούδια	2	1%
Αφεψήματα	2	1%
Μαρμελάδες	16	7%
Είδη λαϊκής τέχνης	16	7%
Σύνολο	232	



Διάγραμμα: 3.4.1.16 Παραδοσιακά προϊόντα που προωθούνται από τους συνεταιρισμούς

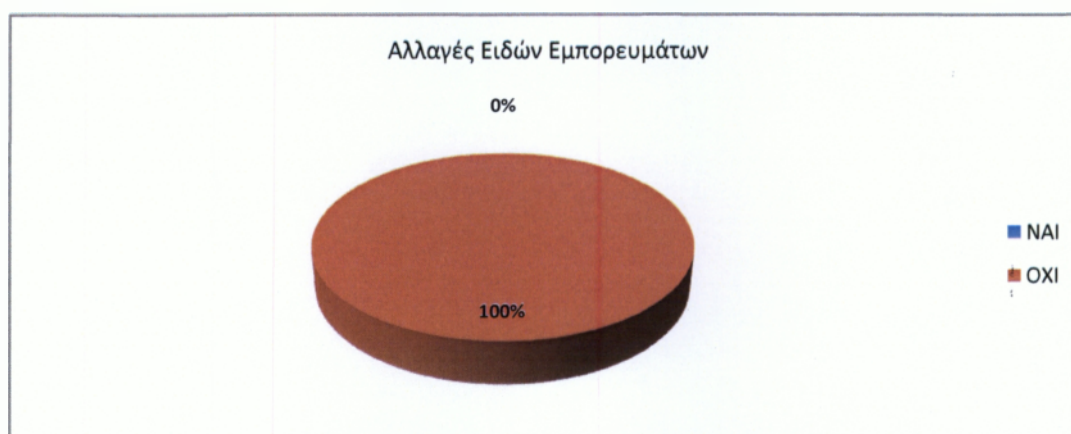
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.16, φαίνεται η αναλογία ποσοστών των μελών γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα και απαντούν σχετικά με τα προϊόντα που παράγει και προωθεί ο συνεταιρισμός τους. Παρατηρούμε ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά παραγωγής και προώθησης από τους γυναικείους συνεταιρισμούς του νομού Τρικάλων επικεντρώνονται στα γλυκά του κουταλιού με ποσοστό 13%, στα λικέρ με ποσοστό 12%, χαμομήλι με ποσοστό 12%, επίσης πίτες και τσάι του βουνού με ποσοστό 11%. Ακολουθούν ζυμαρικά, χυλοπίτες, αφεψήματα, μαρμελάδες, έργα λαϊκής τέχνης κ.λ.π. με μικρότερα ποσοστά.

ΕΡΩΤΗΣΗ 17

«Έχει υπάρξει κάποια αλλαγή στα είδη που εμπορεύεται ο Συνεταιρισμός, από την ίδρυση του μέχρι και σήμερα»;

Πίνακας: 3.4.1.17 Αλλαγές στα είδη εμπορευμάτων

ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΝΑΙ	0	0%
ΟΧΙ	30	100%



Διάγραμμα: 3.4.1.17 Αλλαγές στα είδη των εμπορευμάτων

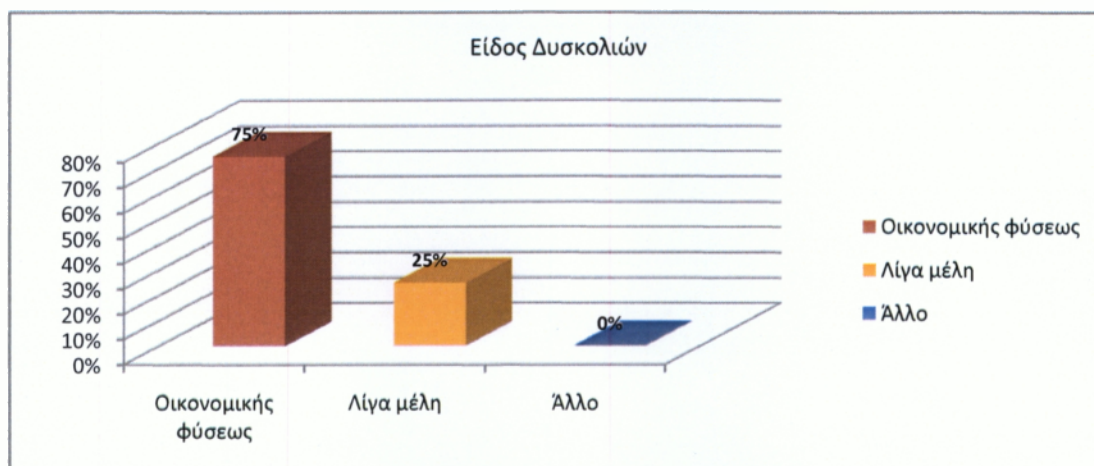
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.17, φαίνεται ποσοστό 100% των μελών των γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα να απαντούν ότι δεν έχουν γίνει αλλαγές σχετικά με τα είδη των προϊόντων στους συνεταιρισμούς που μετέχουν.

ΕΡΩΤΗΣΗ 18

«Έχει αντιμετωπίσει κάποιες δυσκολίες ο Συνεταιρισμός, από την ίδρυση του μέχρι σήμερα»;

Πίνακας: 3.4.1.18 Αντιμετώπιση δυσκολιών Συνεταιρισμού

ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΔΥΣΚΟΛΙΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
ΝΑΙ	30	100%
ΟΧΙ	0	0%



Διάγραμμα: 3.4.1.18 Αντιμέτωπιση δυσκολιών Συνεταιρισμού

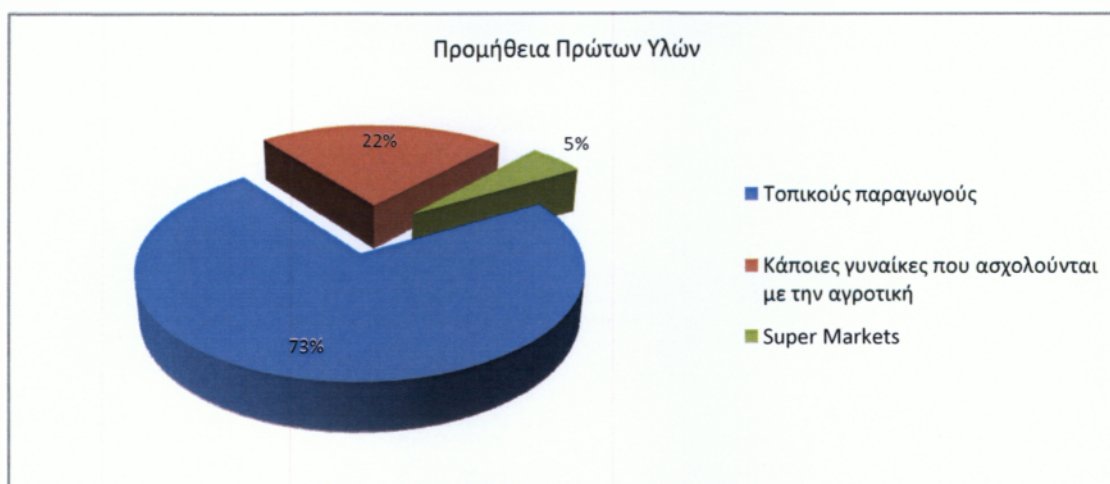
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 3.4.1.18, φαίνεται ότι ποσοστό 100% των μελών γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα απαντούν, ότι ο συνεταιρισμός τους αντιμετώπισε δυσκολίες κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του ως επί το πλείστον οικονομικής φύσεως με ποσοστό 75% και σε λιγότερο βαθμό λίγων μελών με ποσοστό 25%.

ΕΡΩΤΗΣΗ 19

«Από που προμηθεύετε τις Α΄ ύλες ο Συνεταιρισμός»;

Πίνακας: 3.4.1.19 Προμήθεια πρώτων υλών

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΝΠΔΔ	ΚΩΔ.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Τοπικούς παραγωγούς	1	32	84%
Γυναίκες που ασχολούνται με την αγροτική	2	4	11%
Super Markets	3	2	5%
ΣΥΝΟΛΟ		30	100%



Διάγραμμα: 3.4.1.19 Προμήθεια πρώτων υλών

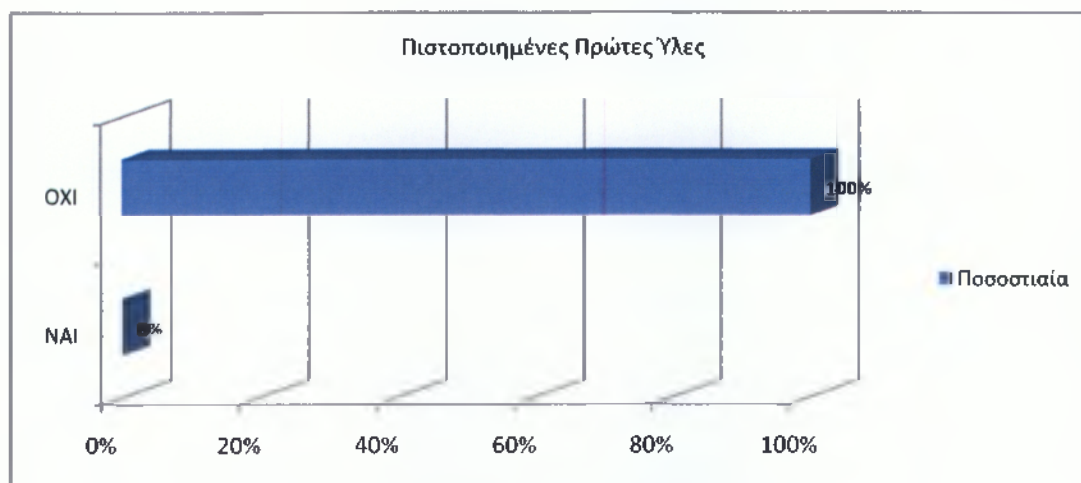
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 3.4.1.19, φαίνεται ότι ποσοστό 73% των μελών γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα, απαντούν ότι ο συνεταιρισμός τους προμηθεύεται πρώτες ύλες από τους παραγωγούς της περιοχής. Επίσης ποσοστό 22% από κάποιες γυναίκες που ασχολούνται με την αγροτική και ένα μικρό ποσοστό 5% από τα super markets.

ΕΡΩΤΗΣΗ 20

«Αναζητάτε Α΄ ύλες που να διαθέτουν κάποιες συγκεκριμένες πιστοποιήσεις»;

Πίνακας: 3.4.1.20 Πιστοποιημένες πρώτες ύλες

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ Α΄ ΥΛΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
ΝΑΙ	0	0%
ΟΧΙ	30	100%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.20 Πιστοποιημένες πρώτες ύλες

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 3.4.1.20, φαίνεται ότι ποσοστό 100% των μελών γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα απαντούν, ότι ο συνεταιρισμός τους δεν προμηθεύεται πρώτες ύλες πιστοποιημένες (HACCP, ISO).

ΕΡΩΤΗΣΗ 21

«Από τι υλικό κατασκευάζεται η συσκευασία των προϊόντων»;

Πίνακας: 3.4.1.21 Υλικά συσκευασίας των προϊόντων

ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
Γυαλί	30	31%
Νάιλον	30	31%
Χάρτινα κουτιά	28	29%
Ξύλο	9	9%
Σύνολο	97	



Διάγραμμα: 3.4.1.21 Υλικά συσκευασίας των προϊόντων

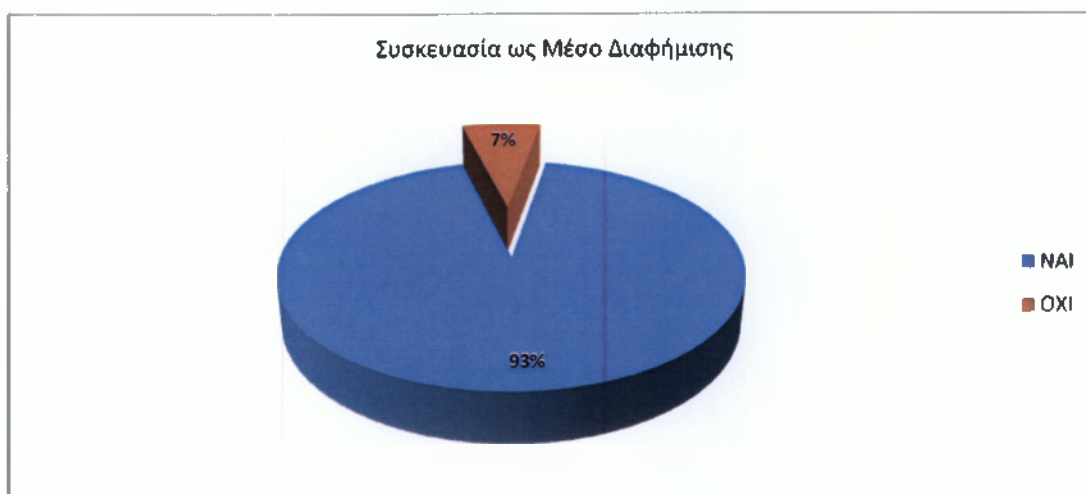
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.21, φαίνεται ότι ποσοστό 31% των μελών των γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα απαντούν, ότι ο συνεταιρισμός τους χρησιμοποιεί ως υλικά συσκευασίας ως επί το πλείστον γυαλί και νάυλον, αλλά και με μικρότερα ποσοστά 29% χάρτινα κουτιά και ξύλο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 22

«Η συσκευασία αποτελεί ταυτόχρονα και διαφήμιση για το προϊόν»;

Πίνακας: 3.4.1.22 Ετικέτα προϊόντος

ΕΤΙΚΕΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
«Η ANEMΩNA»	10	33%
«Παραδοσιακά Προϊόντα Περτουλίου»	16	53%
«Παραδοσιακά Εδέσματα»	2	7%
Καμία ετικέτα	2	7%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.22 Ετικέτα προϊόντος

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.22, φαίνεται ότι ποσοστό 93% των μελών των γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στην έρευνα, δηλώνουν ότι η ετικέτα προϊόντος αποτελεί μέσω διαφήμισης, ενώ μικρό ποσοστό 7% δηλώνει ότι η συσκευασία του προϊόντος δεν αποτελεί ταυτόχρονα και διαφήμιση.

ΕΡΩΤΗΣΗ 23

«Με ποιους τρόπους προωθείτε τα προϊόντα σας; Ποιον θεωρείτε ποιο αποτελεσματικό»;

Πίνακας: 3.4.1.23 Αποτελεσματικότερος τρόπος διαφήμισης

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΕΡΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
Τηλεόραση	2	2%
Ραδιόφωνο	0	0%
Internet	10	11%
Έντυπα μέσα	0	0%
Όλα τα μέσα αποτελεσματικά	20	23%
Σύνολο	32	



Διάγραμμα: 3.4.1.23 Αποτελεσματικότερος τρόπος διαφήμισης

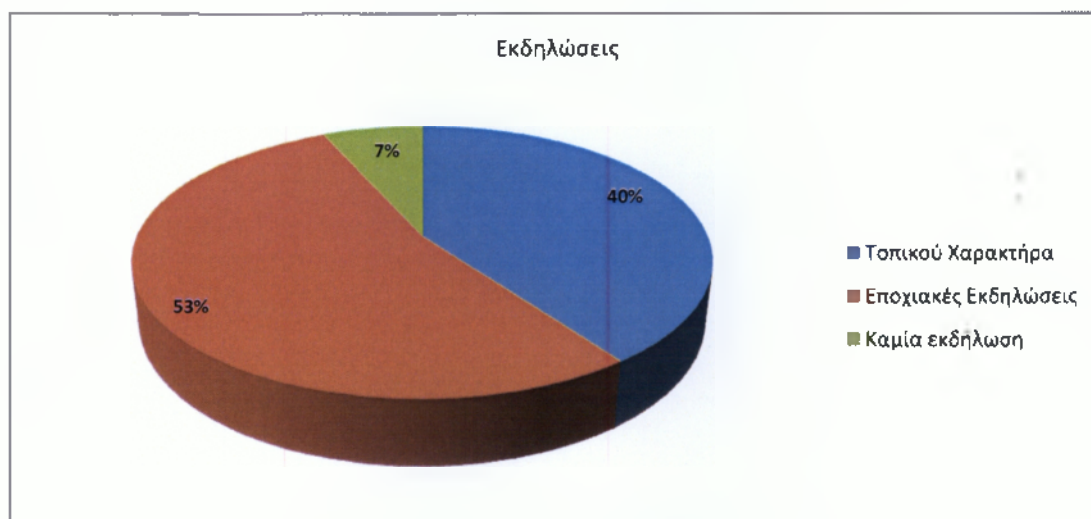
Από το παραπάνω διάγραμμα 3.4.1.23 παρατηρούμε ότι μεγαλύτερο ποσοστό των μελών του δείγματος, θεωρεί όλα τα μέσα ενημερώσεις ότι είναι αποτελεσματικά για τη προβολή των προϊόντων των συνεταιρισμών και ένα ποσοστό 11% προτιμάει το internet.

ΕΡΩΤΗΣΗ 24

«Συμμετέχετε σε εκδηλώσεις τοπικού ή/και πανελλαδικού χαρακτήρα προκειμένου να κάνετε τα προϊόντα σας περισσότερο γνωστά»;

Πίνακας: 3.4.1.24 Συμμετοχή σε εκδηλώσεις

ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
Τοπικού Χαρακτήρα	12	40%
Εποχιακές Εκδηλώσεις	16	53%
Καμία εκδήλωση	2	7%
Σύνολο	30	



Διάγραμμα: 3.4.1.24 Συμμετοχή σε εκδηλώσεις

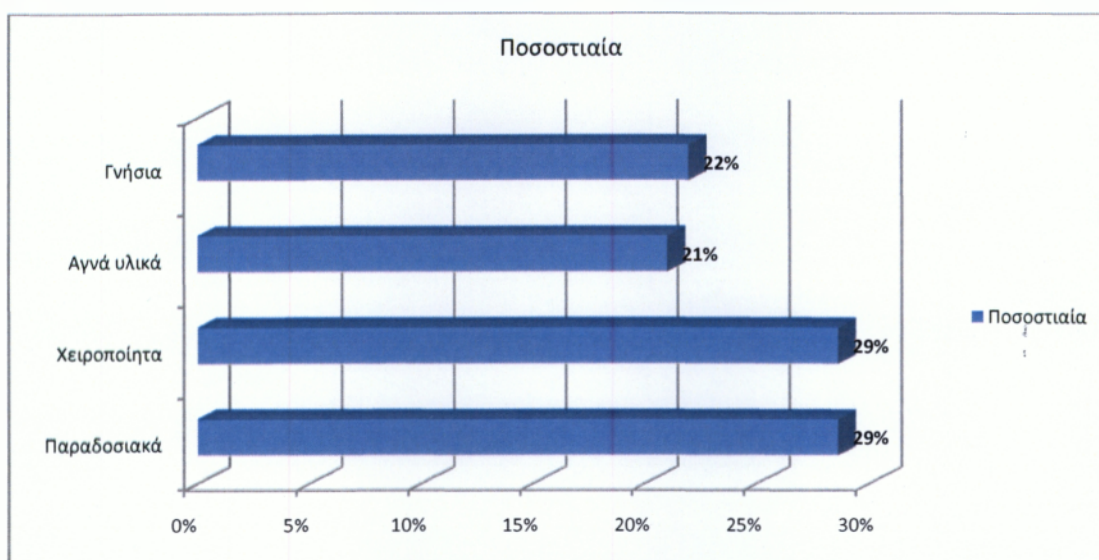
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.24, φαίνεται ότι ποσοστό 53% των μελών των γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στην έρευνα δηλώνουν, ότι μέσω του συνεταιρισμού συμμετέχουν σε εποχιακές εκδηλώσεις για να προωθήσουν τα προϊόντα τους και να γίνουν περισσότερο γνωστά αλλά και ποσοστό 40% δηλώνει ότι συμμετέχουν σε εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα. Μέσα από την έρευνα προκύπτει και ένα ποσοστό 7% που δεν δηλώνει συμμετοχή σε καμιά εκδήλωση.

ΕΡΩΤΗΣΗ 25

Για ποιους λόγους πιστεύετε ότι οι αγροτουρίστες (καταναλωτές) προτιμούν τα προϊόντα σας;

Πίνακας: 3.4.1.25 Λόγοι προτίμησης των τοπικών προϊόντων

ΛΟΓΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
Παραδοσιακά	30	29%
Χειροποίητα	30	29%
Αγνά υλικά	22	21%
Γνήσια	23	22%
Σύνολο	105	



Διάγραμμα: 3.4.1.25 Λόγοι προτίμησης των τοπικών προϊόντων

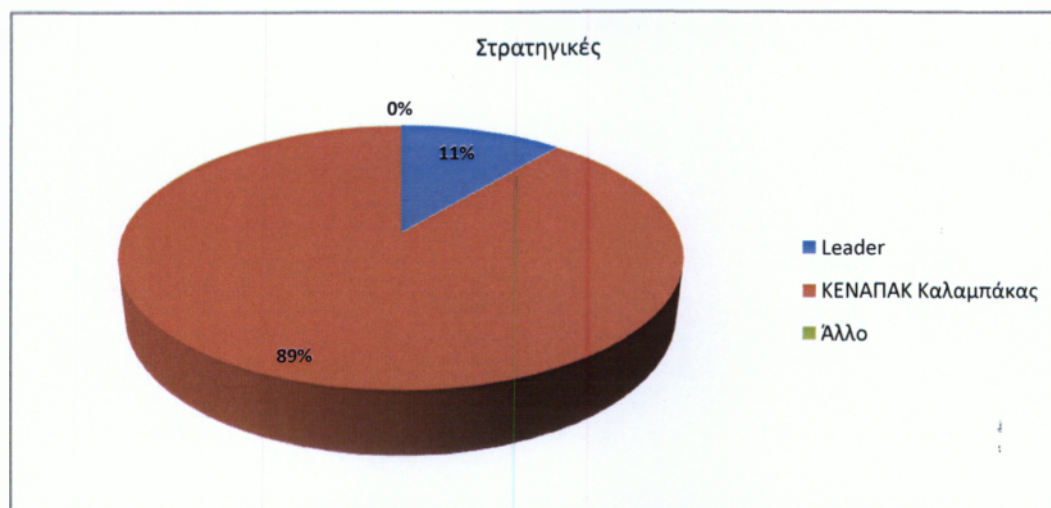
Στην ερώτηση για ποιους λόγους πιστεύετε ότι οι αγροτουρίστες προτιμούν τα προϊόντα σας απάντησαν όλα τα μέλη που λαμβάνουν μέρος στην έρευνα, ότι οι λόγοι είναι της παραδοσιακής και χειροποίητης προέλευσης τους. Επίσης ένα μικρότερο ποσοστό απάντησε για τα γνήσια και αγνά υλικά που χρησιμοποιούνται κατά την παραγωγή τους.

ΕΡΩΤΗΣΗ 26

«Θα μπορούσατε να αναφέρετε κάποιες συγκεκριμένες στρατηγικές που ακολούθησε ο Συνεταιρισμός και επέφεραν θετικά αποτελέσματα»;

Πίνακας: 3.4.1.26 Στρατηγικές με θετικά αποτελέσματα για το συνεταιρισμό

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΕ ΘΕΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ
ΝΑΙ	18	60%
ΟΧΙ	12	40%
Σύνολο	30	
Leader	2	11%
ΚΕΝΑΠΑΚ Καλαμπάκας	16	89%
Άλλο	0	0%



Διάγραμμα: 3.4.1.26 Στρατηγικές με θετικά αποτελέσματα για το συνεταιρισμό

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πινάκα – διάγραμμα 3.4.1.26, φαίνεται ότι ποσοστό 89% των μελών των γυναικείων συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στην έρευνα δηλώνουν, ότι οι συνεταιρισμοί της περιοχής ακολουθούν κατά ποσοστό 89% τη στρατηγική της αναπτυξιακής ΚΕΝΑΚΑΠ Καλαμπάκας και ποσοστό 11% τη στρατηγική Leader για την εξασφάλιση χρηματοδοτήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4.1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

4.1.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το τελευταίο κεφάλαιο, γίνεται μία ανακεφαλαίωση των όσων έχουν αναφερθεί στις προηγούμενες σελίδες αυτής της εργασίας, καθώς επίσης και των στοιχείων που προκύπτουν συνολικά από τη διεξαγωγή της έρευνας μέσω των ερωτηματολογίων και των αντίστοιχων απαντήσεων των γυναικών, που είναι μέλη συνεταιρισμών και δραστηριοποιούνται στο νομό Τρικάλων.

4.1.2 Συμπεράσματα έρευνας

Ολοκληρώνοντας την πτυχιακή εργασία, όσον αφορά την έρευνα σε γυναικείους συνεταιρισμούς του νομού Τρικάλων, προκύπτουν τα ακόλουθα ειδικά συμπεράσματα από τις απαντήσεις των 30 ερωτηθέντων γυναικών:

- Όταν οι γυναίκες του συνεταιρισμού ερωτήθηκαν για τα χρόνια εμπειρίας τους, το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι απασχολείται στον συνεταιρισμό ως μέλος για πάνω από 10 χρόνια, γεγονός που δείχνει ότι το σύνολο του δείγματος έχει αρκετά μεγάλο ποσοστό συμμετοχής σε έτη, ώστε με την εμπειρία του να προωθήσει την ανάπτυξη των προϊόντων του συνεταιρισμού που ανήκει και να προβάλλει την τοπική επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη.

- Όσον αφορά την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκει η πλειοψηφία των γυναικών που πήραν μέρος στο ερωτηματολόγιο είναι μεταξύ 45 – 54. Από ότι φαίνεται το μεγαλύτερο μέρος των γυναικών που εμπλέκονται και συμμετάσχουν ως μέλη σε γυναικείους συνεταιρισμούς είναι άτομα μέσης ηλικίας, με οικογενειακά βάρη, που θέλησαν να ενισχύσουν το οικογενειακό εισόδημα τους. Αλλά, αν λάβουμε υπόψη μας ότι το μοντέλο των Γυναικείων συνεταιρισμών έδωσε διέξοδο απασχόλησης σε γυναίκες που αντιμετωπίζουν ανεργία και επιπλέον αποκλεισμό ιδιαίτερα στην ύπαιθρο, θα κατανοήσουμε ότι η επιχειρηματική επιτυχημένη δραστηριοποίησή τους τις βγάζει από τα εν λόγω αδιέξοδα και συμβάλλουν αποφασιστικά στην κατάρριψη των αναχρονιστικών αντιλήψεων περί «ανικανότητας» των γυναικών. Διαπιστώνεται επίσης ότι είναι κατασταλαγμένες, ώριμες γυναίκες που έχουν ξεφύγει απ την νεανική και

ανέμελη περίοδο της ζωής τους και αναζητούν διαφορετικές διεξόδους στην καθημερινότητά τους και μάλιστα πιο δημιουργικές.

- Το γεγονός αυτό, επιβεβαιώνεται και από την επόμενη ερώτηση, στην οποία η συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών απάντησε ότι βρίσκονται σε έγγαμη οικογενειακή κατάσταση και ένα πολύ μικρότερο ποσοστό ότι έχουν χηρεύσει. Επιπλέον, όσον αφορά τον αριθμό των παιδιών που κατέχουν οι ερωτηθείσες, το μεγαλύτερο ποσοστό έχει δυο ή τρία τέκνα, πράγμα το οποίο συνεπάγεται οικογενειακές υποχρεώσεις από την μεριά των μελών – μητέρων – συζύγων, αλλά επιβεβαιώνει για άλλη μια φορά την ανάγκη διεξόδου, ενώ δίνει ακόμα ένα μικρό κίνητρο, εξαιτίας του μικρού μεν εισοδήματος που προσφέρει ο συνεταιρισμός, το οποίο είναι ικανό όμως να συμβάλλει και στην ψυχολογία μιας νοικοκυράς, αλλά και να συνεισφέρει στις οικονομικές υποχρεώσεις της οικογένειας.

- Το μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών, που συμμετέχουν ως ενεργά μέλη γυναικείων συνεταιρισμών στο νομό Τρικάλων από όπου προέρχεται και το δείγμα μας, φαίνεται από την ανάλυση ότι αποκτούν εισόδημα από το συνεταιρισμό, με το οποίο συμμετάσχουν και βοηθούν σε ικανοποιητικό βαθμό τον οικογενειακό προϋπολογισμό. Μέσα από την δραστηριότητα αυτή όμως οι γυναίκες έχουν την δυνατότητα να αναπτύξουν και το επιχειρηματικό τους πνεύμα, αλλά και να ξεφύγουν απ τα «δεσμά» της κουζίνας τους. Αυτό είναι σημαντικό στοιχείο που αναδεικνύει την ανάγκη εξόδου των γυναικών από το σπίτι και από τις αποκλειστικές οικογενειακές ευθύνες, με άσκηση επαγγέλματος, το οποίο δύνανται να συνδυάζουν επαγγελματικές και οικογενειακές ασχολίες (κοντά στον τόπο διαμονής τους, επιλογή μερικής απασχόλησης κ.ά.), καθώς και ανάγκη για εμπλοκή στην κοινωνική διεργασία, συναναστροφή και συνεργασία με την ομάδα.

- Από τις απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο προκύπτει ότι όλα τα μέλη του συνεταιρισμού έχουν επίπεδο μόρφωσης μέσης εκπαίδευσης (δηλαδή λυκείου). Κατά συνέπεια, το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων γυναικών στη έρευνα είναι χαμηλό για τα σημερινά δεδομένα. Μέσω όμως της συμμετοχής τους οι γυναίκες σε τέτοιου είδους συνεταιρισμούς, στηρίζονται από το κράτος και την Ε.Ε. σε επίπεδο εκπαίδευσης αλλά και στη συλλογική – κοινωνική επιχειρηματικότητα, παράγοντας που εξασφαλίζει δεξιότητες και επαγγελματισμό.

- Επιπλέον, όλα τα μέλη του συνεταιρισμού έχουν ως μόνιμη κατοικία τους τον Νόμο Τρικάλων (21 κατάγονται από το Δήμο Πύλης και 9 από το Δήμο Τρικκαίων), πράγμα που διευκολύνει την άμεση συνεργασία και επικοινωνία των γυναικών μεταξύ τους. Μέσα από την έρευνα φαίνεται ότι σε ποσοστό 60% η πηγή κονδυλίων των συνεταιρισμών που έλαβαν μέρος στο δείγμα χρηματοδοτήθηκε μέσω επιχορηγούμενων κεφαλαίων και το 40% με ιδιωτικά κεφάλαια. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι οι γυναικείοι συνεταιρισμοί έχουν τη δυνατότητα ευκολότερης εξασφάλισης χρηματοδοτήσεων από ευρωπαϊκά προγράμματα, από ότι οι ατομικές επιχειρήσεις.

- Όταν οι ερωτηθείσες κλήθηκαν να απαντήσουν αν γνωρίζουν τον όρο «αγροτουρισμός», αν και σε ένα επαρχιακό τόπο, γυναίκες μέσης ηλικίας και χαμηλού επίπεδου γνώσεων, γνώριζαν στην συντριπτική πλειοψηφία τους για τον όρο αυτό. Σημαντικό είναι να επισημανθεί ότι ο πληθυσμός της υπαίθρου στη πλειοψηφία πλέον γνωρίζει, ότι με τον αγροτουρισμό δημιουργείται αύξηση του αγροτικού εισοδήματος του από εξωαγροτική απασχόληση, μετά από εκμετάλλευση συγκεκριμένων ωφελημάτων από την ύπαιθρο όπως είναι το φυσικό περιβάλλον, η αρχιτεκτονική και η πολιτιστική κληρονομιά, τα τοπικά αγροτικά προϊόντα, η ανθρώπινη επαφή και οι ανθρώπινες σχέσεις, η παραδοσιακή φιλοξενία, αλλά και οτιδήποτε άλλο σχετίζεται με τη ζωή στην ύπαιθρο.

- Όχι μόνο όσον αφορά τα παραπάνω, αλλά επίσης, είναι πλήρως ενημερωμένα τα μέλη γυναικείων συνεταιρισμών του δείγματος μας για τη πρωτοβουλία «LEADER», η οποία ενθαρρύνει τις αγροτικές περιοχές να διερευνήσουν νέους τρόπους ώστε να καταστούν ή να παραμείνουν ανταγωνιστικές. Επίσης να επωφεληθούν επανειλημμένα από τα πλεονεκτήματά τους και να ανταποκριθούν στις προκλήσεις που ίσως αντιμετωπίζουν, όπως η γήρανση του πληθυσμού, το χαμηλό επίπεδο παροχής υπηρεσιών ή η έλλειψη ευκαιριών απασχόλησης.

- Τέλος, τα μέλη, μηδενός εξαιρούμενου, γνωρίζουν για την «Ομάδα Τοπικής Δράσης», το πόσο σημαντική είναι η συμβολή της για τη τοπική ανάπτυξη και ότι χαρακτηρίζεται από τη συλλογικότητα, τον επιμερισμό του επιχειρηματικού ρίσκου και των ευθυνών στην επιχείρηση και τη μεγαλύτερη δυνατότητα εξασφάλισης δανείων, παράγοντες που συναινούν υπέρ της συμμετοχής των γυναικών σε αυτές.

- Οι γυναίκες επιπλέον κλήθηκαν να απαντήσουν, αν ο συνεταιρισμός τους διαθέτει αποθηκευτικό χώρο, όπου μπορούν τα προϊόντα να παραμένουν για ένα μικρό χρονικό διάστημα καθώς επίσης και μεταφορικό μέσο για τη μεταφορά και διάθεση των προϊόντων αυτών. Και ενώ για τον χώρο, όλοι οι συνεταιρισμοί είναι πλήρως εξοπλισμένοι, για την μεταφορά των προϊόντων διακρίνεται ένα μικρό πρόβλημα. Βέβαια, η μεταφορά που απαιτείται δεν είναι μεγάλη, γιατί τα προϊόντα των συνεταιρισμών διατίθενται στην τοπική αγορά του νομού Τρικάλων.

- Τα προϊόντα αυτά τα οποία διατίθενται στις αγορές αυτές, είναι ως επί το πλείστον γλυκά του κουταλιού, λικέρ, πίτες, ζυμαρικά, χυλοπίτες, μαρμελάδες, έργα λαϊκής τέχνης, φτιαγμένα από τις γυναίκες των συνεταιρισμών και άλλα τοπικά προϊόντα όπως χαμομήλι, τσάι, αφεψήματα, χωρίς να υπάρχει κάποια διαφοροποίηση τους ως προς τη σύστασή τους από την ίδρυση των συνεταιρισμών που πήραν μέρος στην έρευνα και μέχρι σήμερα.

- Οι γυναικείοι συνεταιρισμοί, στηρίζουν την τοπική αγορά και τον τόπο τους. Παρ' όλα αυτά, όλοι ανεξαιρέτως οι συνεταιρισμοί και συμφωνούν όλες οι ερωτηθείσες σ' αυτό, έχουν αντιμετωπίσει πολλά προβλήματα κατά τη διάρκεια της λειτουργίας τους και ως επί το πλείστον οικονομικής φύσεως, αλλά επισημαίνεται και έλλειψη μελών.

- Με ελάχιστες εξαιρέσεις, οι συνεταιρισμοί προμηθεύονται τα προϊόντα που χρειάζονται να διαθέσουν στην τοπική αγορά από τοπικούς παραγωγούς της περιοχής, ενώ ο συνεταιρισμός τους δεν προμηθεύεται πρώτες ύλες πιστοποιημένες (HACCP, ISO). Όσον αφορά, το αν η συσκευασία αποτελεί ταυτόχρονα και διαφήμιση για το προϊόν η πλειοψηφία των γυναικών απάντησαν καταφατικά ,κάτι που δείχνει πως έχουν καταλάβει πως λειτουργεί η ψυχολογία των αγοραστών και τις απαραίτητες κινήσεις και διαφοροποιήσεις που μπορούν να κάνουν για να γίνουν ακόμα πιο ανταγωνιστικές στην τοπική αγορά.

- Επιπλέον, από τις απαντήσεις τους φαίνεται ότι παρά την προώθηση των προϊόντων τους και την ιδιαίτερη προσοχή που δίνουν, σέβονται και δεν ξεχνούν το περιβάλλον χρησιμοποιώντας ανακυκλώσιμα υλικά στα προϊόντα τους. Την προώθηση πετυχαίνουν οι συνεταιρισμοί κυρίως μέσω του διαδικτύου άλλα οι ερωτηθείσες πιστεύουν πως όλα τα μέσα (τηλεόραση κλπ) προσφέρονται για την διαφήμιση τέτοιων προϊόντων, ενώ επίσης δεν ξεχνούν να παρευρίσκονται στις τοπικές, περισσότερο,

εκδηλώσεις για να διαφημίζουν οι ίδιες τα προϊόντα αυτά.

Από το γεγονός αυτό συμπεραίνουμε, ότι οι γυναίκες των συνεταιρισμών του νομού Τρικάλων με σκοπό να προωθήσουν τα προϊόντα τους κινητοποιούνται, ενημερώνονται, μαθαίνουν και αυτό ευεργετεί βεβαία και τις ίδιες. Η ανταπόκριση των προϊόντων βέβαια, οφείλεται κατά ένα μεγάλο βαθμό στο ότι είναι παραδοσιακά, χειροποίητα, φτιαγμένα με αγνά υλικά και πάνω από όλα μεράκι, κάτι το οποίο μπορεί να κινητοποιήσει κι άλλες γυναίκες όχι μόνο του νομού Τρικάλων, άλλα και άλλων περιοχών της Ελλάδας.

ΠΗΓΕΣ

<http://archive.in.gr/Reviews/chapter.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=90736> (άρθρο του Δρ. Λεωνίδα Α. Παπακωνσταντινίδη Καθηγητή Περιφερειακής Ανάπτυξης στο in.gr>αγροτουρισμός> οδηγός αγροτουρισμού 20.10.2009. Βήματα προσέγγισης του αγροτουρισμού)

<http://www.agrotourcrete.gr/el/mathete-gia/what-is-agrotourism.html>

<http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer/agrotourism.html>

<http://agrotourism.wordpress.com/>

<http://archive.in.gr/Reviews/chapter.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=47282>

<http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer/agrotourism.html>

<http://www.europa.eu.int>

<http://blogs.sch.gr/kkiourtsis/files/2011/07/%CE%98.%CE%95.-1.62.pdf>

<http://archive.in.gr/Reviews/article.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=1056&lngItemID=1059>

<http://agrotourism.wordpress.com/>

<http://archive.in.gr/Reviews/chapter.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=90736>

www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer/agrotourism/agricultural-association.html

http://eclass.farm.teithe.gr/claroline/garbage/FARM127/document/%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%20%CE%A5%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%9F/Entypo_Yl_iko8.pdf

[http://www.agronews.gr/agora/organoseis/arthro/79479/allages-apo-ton-nomo-4015-kai-stous-gunaikeious-sunetairismous-/](http://www.agronews.gr/agora/organoseis/arthro/79479/allages-apo-ton-nomo-4015-kai-stous-gunaikeious-sunetairismous/)

http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/leader/2006_el.pdf

<http://www.kenakap.gr/files/newleader/%CE%A4%CE%BF%CF%80%CE%B9%CE%BA%CF%8C%20%CF%80%CF%81%CF%8C%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1%20LEADER.pdf>

http://www.agro-tour.net/web/guest/art_culture/~/-/topicarts/view/52121/213?_topicarts_redirect=%2Fweb%2Fguest%2Fart_culture%2F%257E%2Ftopic%2F213

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Λεωνίδας Α. Παπακωνσταντινίδης: «Αγροτουρισμός Σταθμός στο δρόμο για την Τοπική Ανάπτυξη», Εκδόσεις Δωρικός (1993)
- Στέλλα Ασκέλη: «Οδηγός της Αγροτουριστικής ΑΕ». Εκδόσεις Κέρκυρα (2005)
- Στέλλα Ασκέλη. (2005) «Επιχειρήστε αγροτουριστικά. Πώς να οργανώσετε τη δική σας αγροτουριστική επιχείρηση», Εκδόσεις Κέρκυρα, Υπό την αιγίδα της αγροτουριστικής Α.Ε., Αθήνα
- ΕΛ.Ο.Τ. (2003) «Ελληνική Προδιαγραφή. Αγροτουρισμός - Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού», ΕΛΟΤ Α.Ε., Αθήνα
- Παρταλίδου Μ. (2000) «Προσανατολισμοί ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό».
- Μελέτη περιπτώσεων στο νομό Θεσσαλονίκης, Μεταπτυχιακή Διατριβή, Τομέας αγροτικής οικονομίας, Τμήμα Γεωπονίας, Α.Π.Θ., Θεσσαλονίκη
- Παρταλίδου Μ - (2005) «Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού», Διδακτορική Διατριβή, Τομέας αγροτικής οικονομίας, Τμήμα Γεωπονίας, Α.Π.Θ., Θεσσαλονίκη

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ «Α»

A/A Ερωτηματολογίου _____

Το ερωτηματολόγιο αυτό, είναι ανώνυμο και έχει σκοπό να μας πληροφορήσει σχετικά με την ενθάρρυνση των τοπικών πρωτοβουλιών, για την παραγωγή, την προώθηση, την ανάδειξη και την διάθεση τοπικών παραδοσιακών προϊόντων μέσω ενός Γυναικείου Αγροτουριστικού Συνεταιρισμού.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

**ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΟΥ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ**

**ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΓΓΕΓΡΑΜΜΕΝΩΝ
ΜΕΛΩΝ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΝΕΡΓΩΝ ΜΕΛΩΝ

ΕΡΩΤΗΣΗ 1: Ποια είναι τα έτη
απασχόλησης σας στο συνεταιρισμό;

ΕΡΩΤΗΣΗ 2: Ποιο είναι το έτος γέννησης
σας;

ΕΡΩΤΗΣΗ 3: Ανήκετε στα ενεργά μέλη του Συνεταιρισμού;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

ΕΡΩΤΗΣΗ 4: Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Άγαμη ☐ 2. Έγγαμη ☐ 3. Διαζευγμένη ☐ 4. Συμβίωση ☐ 5. Χήρα ☐

ΕΡΩΤΗΣΗ 5: Αριθμός τέκνων;

ΕΡΩΤΗΣΗ 6: Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

1. Δε φοίτησε ποτέ ☐ 2. Δημοτικό ☐ 3. Γυμνάσιο (3 έτη) ☐ 4. Γυμνάσιο (6 έτη) /
Λύκειο ☐
5. Μεταλυκειακή (ΙΕΚ κλπ) ☐ 6. ΤΕΙ / ΑΕΙ ☐ 7. Μεταπτυχιακό ☐ 8. Διδακτορικό ☐
9. Άλλο ☐

ΕΡΩΤΗΣΗ 7: Επαγγελματική απασχόληση

1. Σταθερή απασχόληση ☐ 2. Εποχιακή απασχόληση ☐ 3. Καμιά ☐

ΕΡΩΤΗΣΗ 8: Ποιος είναι ο τόπος κατοικίας σας;
Δημ. Διαμέρισμα/Χωριό _____

Νομός _____
Δήμος _____

ΕΡΩΤΗΣΗ 9: Ποια ήταν η πηγή κονδυλίων με τα οποία ξεκίνησε ο Συνεταιρισμός;

1. Επιχορηγούμενο κεφάλαιο ☐ 2. Ιδιωτικό κεφάλαιο ☐

ΕΡΩΤΗΣΗ 10: Υπάρχει γνώση του όρου «αγροτουρισμός»

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

ΕΡΩΤΗΣΗ 11: Γνωρίζεται τι είναι η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER;

ΕΡΩΤΗΣΗ 12: Γνωρίζεται τι είναι ομάδα τοπικής δράσης;

ΕΡΩΤΗΣΗ 13: Ο Συνεταιρισμός διαθέτει αποθηκευτικό χώρο όπου μπορούν τα προϊόντα να παραμένουν για ενώ μικρό χρονικό διάστημα;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

ΕΡΩΤΗΣΗ 14: Ο Συνεταιρισμός διαθέτει μεταφορικό μέσο για τη μεταφορά και διάθεση των προϊόντων;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

ΕΡΩΤΗΣΗ 15: Σε ποιες αγορές μπορούν να βρεθούν τα προϊόντα του συνεταιρισμού;

1. Τοπικές ☐ 2. Εγχώριες ☐ 3. Εξωτερικό ☐

Ερωτήσεις ανοικτού τύπου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 16: Με την εμπορία ποιων παραδοσιακών προϊόντων ασχολείται ο Συνεταιρισμός;

ΕΡΩΤΗΣΗ 17: Έχει υπάρξει κάποια αλλαγή στα είδη που εμπορεύεται από την ίδρυση του μέχρι και σήμερα;

ΕΡΩΤΗΣΗ 18: Έχει αντιμετωπίσει κάποιας δυσκολίες ο συνεταιρισμός από την ίδρυση του μέχρι σήμερα;

ΕΡΩΤΗΣΗ 19 Από που προμηθεύετε τις Α' ύλες;

ΕΡΩΤΗΣΗ 20: Αναζητάτε Α' ύλες που να διαθέτουν κάποιες συγκεκριμένες πιστοποιήσεις;

ΕΡΩΤΗΣΗ 21: Από τι υλικό κατασκευάζεται η συσκευασία του προϊόντος;

ΕΡΩΤΗΣΗ 22: Η συσκευασία αποτελεί ταυτόχρονα και διαφήμιση για το προϊόν?(χαρακτηριστική ετικέτα);

ΕΡΩΤΗΣΗ 23: Με ποιους τρόπους προωθείτε τα προϊόντα σας; ποιον θεωρείτε ποιον αποτελεσματικό;

ΕΡΩΤΗΣΗ 24: Συμμετέχετε σε εκδηλώσεις τοπικού η και πανελλαδικού χαρακτήρα προκειμένου να κάνετε τα προϊόντα σας περισσότερο γνωστά;

ΕΡΩΤΗΣΗ 25: Για ποιους λόγους πιστεύετε ότι οι καταναλωτές προτιμούν τα προϊόντα σας;

ΕΡΩΤΗΣΗ 26: Θα μπορούσατε να αναφέρετε κάποιες συγκεκριμένες στρατηγικές που ακλούθησε ο συνεταιρισμός και επέφεραν θετικά αποτελέσματα(leader, πρόγραμμα αγροτικής ανάπτυξης, κ.α.);