



ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΠΙΚΗΣ
ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Πτυχιακή Εργασία του Αβδελέλλη Κωνσταντίνου

[ΑΕΜ:2004301]

“Τοπικές πρωτοβουλίες - Αγροτουρισμός”

Επιβλέπων Καθηγητής: Παπακωνσταντινίδης Λεωνίδας Καλαμάτα
2013

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή μου κύριο Παπακωνσταντινίδη Λεωνίδα για την βοήθεια, καθοδήγηση και συμβολή του κατά την εκπόνηση αυτής της εργασίας. Η τελευταία άλλωστε αποτέλεσε την αφορμή να γνωρίσω καλύτερα αυτό το τόσο ενδιαφέρον κομμάτι του αγροτουρισμού, αλλά και να ανακαλύψω το βαθμό συμβολής των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών στην περιφερειακή ανάπτυξη του τόπου μου. Στη συνέχεια, ευχαριστώ τα μέλη του γυναικείου συνεταιρισμού Μεσοτόπου για την προθυμία τους καθώς και για τον πολύτιμο χρόνο που μου διέθεσαν για την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων. Τέλος, ευχαριστώ από καρδιάς τους γονείς και την οικογένειά μου -την ήρεμη δύναμη πίσω από κάθε μου προσπάθεια- τόσο για την ηθική και οικονομική υποστήριξη που μου προσέφεραν όλα αυτά τα χρόνια, όσο και για την εμπιστοσύνη τους προς το πρόσωπό μου.

Πίνακας περιεχομένων

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	2
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	8
ABSTRACT.....	8
<u>ΜΕΡΟΣ Α': ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ</u>	9
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	9
1.1 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΥΠΑΙΘΡΟΣ.....	9
1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΝΗΣΙΩΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ	9
2. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	10
2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	11
2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	11
2.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
2.3.1. ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	12
2.3.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	13
2.3.3 ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	14
3. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	14
3.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ	14
3.2 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΜΙΑ ΠΟΛΥΔΙΑΣΤΑΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	18
3.3 ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
3.4 Η ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	23
3.5 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	25
3.6 ΤΟ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ.....	26
3.7 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΑ.....	29
3.8 Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	29
3.9 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΑΓΡΟΤΙΣΣΑΣ.....	31
4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΣΗΣ.....	32
4.1 ΣΤΟΧΟΙ	32
4.2 ΔΙΑΜΟΝΗ – ΞΕΝΩΝΕΣ – ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ.....	32
4.3 ΕΣΤΙΑΣΗ - ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ - ΤΑΒΕΡΝΕΣ	33
4.4 ΕΠΙΤΥΧΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ	35
5. ΑΛΛΟΥ ΕΙΔΟΥΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	37
5.1 Η ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	37
5.2 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	40

6. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ.....	41
6.1 ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 1257/99 (ΠΡΩΗΝ 950/97, 2328/91, 797/85).....	42
6.2 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (ΠΕΠ).....	42
6.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ LEADER.....	43
6.3.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ LEADER II.....	44
6.3.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ LEADER +.....	45
6.3.3 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ PLUS (+) ΣΤΟ LEADER.....	45
6.3.4 ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΦΑΡΜΟΖΕΤΑΙ ΤΟ LEADER +.....	46
6.3.5 ΦΟΡΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ LEADER +.....	47
6.3.6 ΠΟΙΟ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΥΠΟΒΑΛΛΟΥΝ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΕΝΟΣ ΤΟΠΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ LEADER +.....	47
6.3.7 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ LEADER + ΚΑΙ ΕΝΤΑΞΗΣ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ - ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ.....	48
ΜΕΡΟΣ Β' : ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ.....	49
7. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	49
7.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	49
7.2 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ.....	49
7.2.1 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ.....	49
7.2.2 ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΕΔΡΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ	50
7.2.3 ΜΕΛΕΤΗ ΑΡΧΕΙΑΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ.....	50
7.2.4 ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	51
7.2.5 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.....	51
7.2.6 ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ Η/Υ.....	51
7.2.7 ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	51
8. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΜΕΣΟΤΟΠΟΥ ΛΕΣΒΟΥ.....	52
8.1 ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ.....	52
8.1.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ.....	52
8.1.2 ΙΣΤΟΡΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ.....	53
8.1.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ.....	54
9. ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΩΝ ΑΤΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΤΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΜΕΣΟΤΟΠΟΥ ΛΕΣΒΟΥ.....	57
9.1 ΑΤΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	57
9.1.1 ΗΛΙΚΙΑ.....	57

9.1.2 ΟΙΚΟΓΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ.....	58
9.1.3 ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ.....	58
9.1.4 ΗΛΙΚΙΕΣ ΠΑΙΔΙΩΝ.....	59
9.1.5 ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ.....	60
9.1.6 ΑΛΛΑ ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΑ ΜΕΛΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ.....	60
9.2 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ.....	61
9.2.1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.....	61
9.2.2 ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΣΥΝΕΧΙΣΗΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ.....	62
9.2.3 ΛΟΓΟΙ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ.....	62
9.2.4 ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ.....	63
9.2.5 ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ.....	64
9.2.6 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ.....	64
9.2.7 ΔΙΠΛΩΜΑ ΟΔΗΓΗΣΗΣ.....	65
9.3 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΖΩΗ.....	66
9.3.1 ΗΛΙΚΙΑ ΕΝΑΡΞΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	66
9.3.2 ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ.....	66
9.3.3 ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ.....	67
9.3.4 ΠΑΡΑΛΛΗΛΗ ΕΡΓΑΣΙΑ.....	68
9.3.5 ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΓΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ.....	69
9.3.6 ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΖΩΗΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΙΑΣ... 69	
9.3.7 ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ.....	70
9.3.8 ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΓΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ.....	71
9.3.9 ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ.....	72
9.3.10 ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΤΟ ΜΗΝΑ.....	72
9.3.11 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ.....	73
10. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ.....	74
11. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	74
12. ΤΡΟΠΟΙ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ.....	76
<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</u>	80
I. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ Α'.....	80
II. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ Β'.....	84

Εικόνες

Εικόνα 1 - Φωτογραφία του χωριού Μεσότοπος Λέσβου.....	Error! Bookmark not defined.
Εικόνα 2 - Παραδοσιακά προϊόντα του Γυναικείου Συνεταιρισμού Μεσοτόπου που πωλούνται στο εκθετήριο	54
Εικόνα 3 - Ο εργαστηριακός χώρος παρασκευής προϊόντων του Συνεταιρισμού.....	55
Εικόνα 4 - Το εκθετήριο προώθησης και πώλησης προϊόντων του Συνεταιρισμού.....	55

Γραφήματα

Γράφημα 1 - Κατανομή μελών με βάση την ηλικία τους.....	57
Γράφημα 2 - Ποσοστιαία παρουσίαση οικογενειακής κατάστασης μελών.....	58
Γράφημα 3 - Αριθμός παιδιών.....	59
Γράφημα 4 - Ηλικιακή κατανομή παιδιών	59
Γράφημα 5 – Εξάρτηση των παιδιών από την οικογένεια.....	60
Γράφημα 6 – Άλλα εξαρτημένα μέλη στην οικογένεια.....	61
Γράφημα 7 - Εκπαίδευση.....	61
Γράφημα 8 – Επιθυμία συνέχισης σπουδών στο μέλλον.....	62
Γράφημα 9 - Λόγοι διακοπής της εκπαίδευσης.....	63
Γράφημα 10 - Παρακολούθηση προγραμμάτων κατάρτισης.....	63
Γράφημα 11 – Γνώση ξένων γλωσσών.....	64
Γράφημα 12 – Γνώση χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή.....	65
Γράφημα 13 – Κατοχή διπλώματος οδήγησης	65
Γράφημα 14 – Ηλικία ένταξης στην αγορά εργασίας.....	66
Γράφημα 15 – Προηγούμενος τομέας απασχόλησης	67
Γράφημα 16 – Χρονικό διάστημα ανεργίας πριν την απασχόληση στο Συνεταιρισμό	68
Γράφημα 17 – Παράλληλη εργασία	68
Γράφημα 18 – Επιθυμία για επαγγελματική αλλαγή στο μέλλον.....	69
Γράφημα 19 - Δυσκολίες συνδυασμού οικογενειακής ζωής και εργασίας.....	70
Γράφημα 20 – Συμβολή στο οικογενειακό εισόδημα.....	70
Γράφημα 21 – Κίνητρα των μελών για συμμετοχή στο Συνεταιρισμό (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	71
Γράφημα 22 – Διαχωρισμός των καθηκόντων	72
Γράφημα 23 – Μέσος χρόνος απασχόλησης το μήνα.....	73
Γράφημα 24 – Ικανοποίηση από το εισόδημα.....	73

Πίνακες

Πίνακας 1 – Ταυτότητα αγροτουρισμού.....	18
Πίνακας 2: Ηλικιακή Κατανομή (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	57
Πίνακας 3 - Οικογενειακή Κατάσταση Μελών Συνεταιρισμού (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	58
Πίνακας 4 - Αριθμός παιδιών (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄)	58
Πίνακας 5 – Ηλικίες παιδιών (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	59
Πίνακας 6 – Εξάρτηση των παιδιών από την οικογένεια (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	60
Πίνακας 7 – Άλλα εξαρτημένα μέλη στην οικογένεια (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	60
Πίνακας 8 – Εκπαίδευση (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	61
Πίνακας 9 – Επιθυμία συνέχισης σπουδών στο μέλλον (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	62
Πίνακας 10 – Λόγοι διακοπής της εκπαίδευσης (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	62
Πίνακας 11 – Παρακολούθηση προγραμμάτων κατάρτισης (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	63
Πίνακας 12 – Ξένες γλώσσες (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β΄).....	64

Πίνακας 13 – Ηλεκτρονικοί υπολογιστές (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	64
Πίνακας 14 – Δίπλωμα οδήγησης (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	65
Πίνακας 15 – Ηλικία ένταξης στην αγορά εργασίας (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	66
Πίνακας 16 – Προηγούμενος τομέας απασχόλησης (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	67
Πίνακας 17 – Χρονικό διάστημα ανεργίας πριν την απασχόληση στο Συνεταιρισμό (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	67
Πίνακας 18 – Παράλληλη εργασία (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	68
Πίνακας 19 – Επιθυμία για επαγγελματική αλλαγή στο μέλλον (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	69
Πίνακας 20 – Δυσκολίες συνδυασμού οικογενειακής ζωής και εργασίας (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	69
Πίνακας 21 – Συμβολή στο οικογενειακό εισόδημα (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	70
Πίνακας 22 – Κίνητρα των μελών για συμμετοχή στο Συνεταιρισμό (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	71
Πίνακας 23 – Διαχωρισμός των καθηκόντων (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	72
Πίνακας 24 – Μέσος χρόνος απασχόλησης το μήνα (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	72
Πίνακας 25 – Ικανοποίηση από το εισόδημα (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')	73

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εν λόγω εργασία αφορά στις τοπικές πρωτοβουλίες που δύνανται να ληφθούν στα πλαίσια του αγροτουρισμού. Είναι δομημένη σε δύο μέρη, ένα θεωρητικό και ένα ερευνητικό. Ως εκ τούτου, στα πλαίσια της θεωρίας, κρίθηκε αρχικά αναγκαίος ο προσδιορισμός των χαρακτηριστικών της ελληνικής υπαίθρου και δη της νησιωτικής. Εν συνεχεία έγινε προσέγγιση του όρου τουρισμού με καταγραφή των διαφόρων μορφών του εστιάζοντας εντέλει στον αγροτουρισμό και τα επί μέρους στοιχεία που τον απαρτίζουν και τον καθορίζουν. Στα επόμενα δύο κεφάλαια (τέταρτο και πέμπτο) παρουσιάζονται οι τοπικές πρωτοβουλίες στα πλαίσια της επιχειρηματικότητας με χαρακτήρα αγροτουριστικό ολοκληρώνοντας με την καταγραφή των προγραμμάτων που τις στηρίζουν. Τέλος, το ερευνητικό κομμάτι εξετάζει την περίπτωση του γυναικείου συνεταιρισμού Μεσοτόπου Λέσβου. Πρωτίστως δίνονται στοιχεία που αφορούν την περιοχή του Μεσοτόπου προκειμένου για την καλύτερη κατανόηση του γενικότερου περιβάλλοντος όπου δραστηριοποιείται ο συνεταιρισμός. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας και τα αποτελέσματα αυτής, έτσι όπως προέκυψαν από τις απαντήσεις της προέδρου του συνεταιρισμού και των μελών του. Τα συμπεράσματα που εξήχθησαν σχετίζονται με τη γυναικεία απασχόληση στη νησιωτική ύπαιθρο και τη συμβολή της στην τοπική ανάπτυξη, ενώ προκύπτουν και προβληματισμοί αναφορικά με το ρόλο των αρμόδιων φορέων στην περαιτέρω ανάπτυξη των γυναικείων αγροτικών συνεταιρισμών.

ABSTRACT

The following paper relates to the local initiatives that may be applied in the frames of agritourism. It is structured in two parts: theoretical and research. Thus, in the theoretical part, it was necessary to define the characteristics of the Greek countryside and specially the insular area. Furthermore, the term tourism was approached, while referring to its different types and focusing on the agritourism and the specific elements it is defined and consisted of. In the following two chapters (4th and 5th), there is a presentation of the local initiatives relating to agritourism entrepreneurship, implemented by the list of the operational programmes that support them. Lastly, the research is based on the women's cooperation in Mesotopos – Lesvos. First, there is a general description of the area of Mesotopos to facilitate a better understanding of the local environment where the cooperation's activities are taking place. Continuing, the methodology of the research and its findings are stated, as they have given by the replies of the cooperation's president and its members. Finally, the conclusions are related to the women's activities in the insular countryside and its contribution to the local growth, while there are some inquiries arising about the role of the competent institutions in the development of the women's agricultural cooperations.

ΜΕΡΟΣ Α : ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

1.1 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΥΠΑΙΘΡΟΣ

Η ιδιόμορφη και πολυσύνθετη μορφή της ελληνικής υπαίθρου καθιστά την ανάλυση και την μελέτη των χαρακτηριστικών της σημαντική και χρήσιμη στην κατανόηση όλων εκείνων των δράσεων που συμβάλλουν στην ανάπτυξη ή υπανάπτυξή της, αλλά και στη μεταβολή των περιβαλλοντικών, των κοινωνικών και των οικονομικών παραμέτρων. Με τον όρο "ύπαιθρος" νοείται όλος εκείνος ο χώρος που δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως αστικός. Για το διαχωρισμό της υπαίθρου από τον αστικό χώρο έχουν διατυπωθεί ποικίλες απόψεις με ειδοποιό διαφορά τα κριτήρια που λαμβάνονται κάθε φορά υπόψη. Ενδεικτικά οι γνωστότεροι ορισμοί είναι της ΕΣΥΕ, της Γενικής Διεύθυνσης VI (Γεωργίας και Αγροτικής Ανάπτυξης) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τον EUROSTAT και του OECD.

Εναργέστερα, η Διεύθυνση Γεωργίας και Αγροτικής Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και ο EUROSTAT, βασίζουν το διαχωρισμό τους στη βαθμό αστικοποίησης, ο οποίος εξαρτάται από την πληθυσμιακή πυκνότητα της περιοχής διακρίνοντας τρεις κατηγορίες: πυκνοκατοικημένες, ενδιάμεσες και αραιοκατοικημένες περιοχές.

Σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση του OECD, οι περιοχές ταξινομούνται ως αγροτικές όταν η πυκνότητα πληθυσμού είναι μικρότερη από 150 κατοίκους ανά τετραγωνικό μέτρο. (OECD, 1994)

Τέλος, σύμφωνα με την ΕΣΥΕ (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας) αγροτικές χαρακτηρίζονται οι περιοχές που έχουν πληθυσμό μικρότερο των 2000 κατοίκων βασιζόμενη κυρίως στο μέγεθος του πληθυσμού και όχι στην πυκνότητα και τη διασπορά του στο χώρο. (ΕΣΥΕ, 1994-1995)

Ο παραπάνω ορισμός (της ΕΣΥΕ) θα αποτελέσει και τη βάση για την εκπόνηση της παρούσας μελέτης.

1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΝΗΣΙΩΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ

Η νησιωτικότητα μίας περιοχής, η ταυτότητα δηλαδή ενός νησιού¹ καθορίζεται από κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Τα χαρακτηριστικά αυτά συνοψίζονται στα ακόλουθα (Σπιλάνης, 1997):

- Το μικρό μέγεθος, τόσο ως προς την έκταση, όσο και ως προς τον πληθυσμό, με αποτέλεσμα,
 - Περιορισμένη ποικιλία και ποσότητα φυσικών πόρων,
 - Μικρό μέγεθος αγοράς,
 - Περιορισμένη φέρουσα ικανότητα από φυσικής, οικονομικής και κοινωνικής σκοπιάς.
- Η περιφερειακότητα και η απομόνωση, που συνεπάγεται αυξημένο κόστος,

¹ Ως νησί μπορεί να οριστεί ένα κομμάτι γης που περιβάλλεται από θάλασσα με τουλάχιστον 50 κατοίκους και απόσταση 1 χμ από την ακτή, χωρίς σταθερή σύνδεση με την ξηρά και χωρίς να περιλαμβάνει στο έδαφος του πρωτεύουσα κράτους. (EUROSTAT, 1994)

- Σε χρόνο,
 - Χρηματικό, σε ό,τι αφορά τη λειτουργία των επιχειρήσεων, όσο και τη διαβίωση των κατοίκων,
 - Για απόκτηση υποδομών και λειτουργίας βασικών δημόσιων υπηρεσιών,
 - Ελλείπει επιλογών, με απότοκο τον περιορισμό των νέων οικονομικών δραστηριοτήτων καθώς και της ανταγωνιστικότητας.
- ↓ Ιδιαίτερη βιοματική ταυτότητα.
- ↓ Το ιδιόμορφο, πλούσιο και εύθραυστο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, το οποίο χρήζει ιδιαίτερης διαχείρισης στην προοπτική της αιεφόρου ανάπτυξης.

2. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 Εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα που σχετίζεται με πολλούς κλάδους της οικονομίας και απαιτεί τη συμβολή οικονομικών, πολιτισμικών και περιβαλλοντικών δεδομένων.

Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις και οι ορισμοί του τουρισμού ποικίλουν (τουρισμός ως ανθρώπινη εμπειρία, ως κοινωνική συμπεριφορά, ως γεωγραφικό φαινόμενο, ως επιχείρηση και βιομηχανία) ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο στο οποίο εξετάζεται (επιστημονικός κλάδος, φορέας σχεδιασμού και πολιτικής).

Ο ορισμός του τουρισμού παρουσιάζει σοβαρές δυσκολίες για τους μελετητές του κυρίως λόγω του άυλου χαρακτήρα της τουριστικής βιομηχανίας που καθιστά δύσκολη την εκτίμηση του αντίκτυπού της στην οικονομία σε αντίθεση με άλλους κλάδους της οικονομίας. Η πρώτη προσπάθεια διατύπωσης ορισμού για τον τουρισμό έγινε από την Επιτροπή Στατιστικών Εμπειρογνομώνων της κοινωνίας των Εθνών. (1936).

Στη συνέχεια παρατίθενται κάποιοι από τους βασικότερους ορισμούς που έχουν δοθεί κατά καιρούς για τον τουρισμό και προσδιορίζουν το λειτουργικό και εννοιολογικό του περιεχόμενο. (Λαγός Δ., Τουριστική Οικονομική, εκδ. Κριτική, Αθήνα, 2005, σελ.40-42)

Ο Ν. Αιγινίτης (1929) ορίζει ότι "ο τουρισμός είναι η από χώρα σε χώρα ή από τόπο σε τόπο μετάβαση ατόμων ή μεμονωμένα, με σκοπό τη μικρή ή μεγάλη, όχι όμως μόνιμη, διαμονή, χωρίς άσκηση επαγγέλματος, για λόγους γενικά αναψυχής".

Ο Μαρτιοτί (1929) ορίζει "ως τουρισμό το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που σχετίζονται με τη διαμονή των ξένων που ταξιδεύουν για αναψυχή, μόρφωση ή θεραπεία, χωρίς σκοπό το κέρδος".

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (ΑΙΤ, 1961), στο Διεθνές Τουριστικό λεξικό, ορίζει ότι "τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές".

Οι Burkat και Medlik (1981) ορίζουν τον τουρισμό "ως φαινόμενο που εμφανίζεται όταν πραγματοποιούνται προσωρινές επισκέψεις (ή διανυκτερεύσεις) εκτός της μόνιμης κατοικίας, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από τη διεκπεραίωση αμειβόμενων εργασιών στον τόπο επίσκεψης".

Το Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό, που έγινε στην Οτταβα του Καναδά το 1991, πρότεινε ένα νέο ορισμό όπου "ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο, το επάγγελμά κ.ά. των ανθρώπων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε περιοχές εκτός του συνήθους περιβάλλοντος όπου ζουν, για όχι περισσότερο από ένα συνεχόμενο έτος".

Οι Mill και Morrison (1992) ορίζουν ότι "ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που αναπτύσσεται όταν οι τουρίστες ταξιδεύουν, και περιλαμβάνει οτιδήποτε σχετίζεται με την προετοιμασία και την πραγματοποίηση του ταξιδιού, την παραμονή, την επιστροφή, και τις αναμνήσεις μετά από αυτό. Ακόμα, περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών που γίνονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, τις αγορές που πραγματοποιούνται και τις αλληλεπιδράσεις οι οποίες συμβαίνουν μεταξύ ξένων και ντόπιων, καθώς και τις επιπτώσεις που προκύπτουν".

Στην εν λόγω εργασία υιοθετείται ο ορισμός του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO, 1993): "Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και μένουν για λιγότερο από ένα έτος σε ένα μέρος διαφορετικό από τον τόπο κατοικίας τους, με σκοπό την αναψυχή, την εργασία ή άλλους σκοπούς".

2.2 Ιστορική αναδρομή

Ο τουρισμός φαίνεται να ξεκινά από την αρχαιότητα με την μορφή βέβαια εμπορικών ταξιδιών, ερευνητικών εξορμήσεων από τους επιστήμονες, αλλά και για θρησκευτικούς, γεωγραφικούς και ιστορικούς σκοπούς. Αργότερα οι ρωμαίοι είναι εκείνοι που ωθούν την ιδέα του τουρισμού για ψυχαγωγία, για λόγους υγείας, πολιτιστικούς, κλπ., κατασκευάζοντας οδικά δίκτυα και πανδοχεία με επιγραφές που αναγράφουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν, αλλά και εξοχικές κατοικίες. Στη συνέχεια από τον 12ο μέχρι τον 15ο αιώνα οργανώνονται θρησκευτικά ταξίδια στους Άγιους Τόπους, όπου πρώτοι οι ενετοί προσφέρουν τουριστικά πακέτα υπηρεσιών που περιλαμβάνουν το ταξίδι, το φαγητό, την μεταφορά και διάφορες άλλες υπηρεσίες. Την ίδια περίοδο πραγματοποιούνται και ταξίδια για εκπαιδευτικούς λόγους από διάφορα πανεπιστήμια της Ευρώπης, τα οποία μαζί με τα εμπορικά ταξίδια γνωρίζουν ιδιαίτερη άνθηση στην περίοδο της Αναγέννησης. Αργότερα αρχίζουν να πραγματοποιούνται οι "μεγάλες περιηγήσεις" (grand tour) από νεαρούς Άγγλους για την απόκτηση εμπειρίας και εκπαίδευσης στο μελλοντικό τους επάγγελμα. Τα ταξίδια αυτά έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και στην μαζικοποίηση του οργανωμένου τουρισμού (Τσάρτας, 1996).

Ουσιαστικά όμως οι μεγάλες εξελίξεις στον τουρισμό παρατηρούνται τον 19ο αιώνα, όπου η βιομηχανική επανάσταση σηματοδοτεί μια νέα περίοδο πραγμάτων, οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης και αλλαγής στις τάξεις και τα εισοδήματα των ανθρώπων. Με την αστικοποίηση, την δημιουργία και την συνεχόμενη ενδυνάμωση της μεσαίας τάξης και τη βελτίωση του επιπέδου ζωής, ο τουρισμός παύει να είναι πια προνόμιο μόνο των πλουσίων. Πολύ σημαντική βέβαια είναι και η συμβολή της ανάπτυξης του σιδηροδρόμου σε ολόκληρη την Ευρώπη, αλλά και των ατμόπλοιων, μειώνοντας αισθητά την διάρκεια των ταξιδιών. Τον 20ο αιώνα η εφεύρεση του αυτοκινήτου και των λεωφορείων είναι εκείνη που ωθεί σημαντικά την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού, ενώ μεταπολεμικά είναι ιδιαίτερη η συμβολή των αεροπλάνων. Στις ανεπτυγμένες χώρες την δεκαετία του 1930 αρχίζει να θεωρείται ο τουρισμός δικαίωμα των ανθρώπων και δίνονται στη Γαλλία και την

Αγγλία οι πρώτες άδειες μετ' αποδοχών (οι οποίες αυξάνονται σταδιακά από μία εβδομάδα σε τέσσερις), ενώ στην Ελλάδα ιδρύεται ο ΕΟΤ, το 1922 με έδρα την Αθήνα. Οι βορειοευρωπαίοι αρχίζουν να στρέφουν την προσοχή τους στις μεσογειακές χώρες και ιδιαίτερα στην Ιταλία και την Γαλλική Ριβιέρα, ενώ η αύξηση του μέσου όρου ζωής δημιουργεί δυνατότητες τουρισμού και για τα άτομα της τρίτης ηλικίας. Μετά το 1970 ο τουρισμός ανήκει πλέον στα καταναλωτικά αγαθά ευρείας αποδοχής, προσφέροντας ποικίλες υπηρεσίες και αρχίζει να διαφοροποιείται (τιμές, κοινό) και να εξειδικεύεται ανάλογα με τις απαιτήσεις των καταναλωτών.

2.3 Μορφές τουρισμού

Ο τουρισμός δεν έχει μονό μια μορφή, δεν απευθύνεται σε μια μονό κοινωνική τάξη η ομάδα καταναλωτών, ούτε προσφέρει πάντα τις ίδιες υπηρεσίες και δραστηριότητες. Μπορούμε να τον διακρίνουμε σε δυο κατηγορίες, τον μαζικό και τον εναλλακτικό τουρισμό.

2.3.1 Μαζικός τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός αναπτύχθηκε μετά το 1950 και από την αρχή είχε ως στόχο τη ποσότητα αφήνοντας πάντα σε δεύτερη μοίρα την ποιότητα. Χαρακτηριστικό του είναι ξέφρενη ανάπτυξη ξενοδοχειακών μονάδων και τουριστικών συγκροτημάτων, η μετακίνηση πολύ μεγάλου αριθμού τουριστών, τα υπέρ-οργανωμένα τουριστικά γραφεία και πακέτα και η απρόσωπη σχέση ανάμεσα στους τουρίστες και τους ανθρώπους των χώρων υποδοχής.

Αυτή η μορφή τουρισμού αναπτύχθηκε κυρίως στις χώρες του τρίτου κόσμου μετά το 1960, όπου θεωρήθηκε ως η καλύτερη λύση για οικονομική ανάπτυξη (την περίοδο εκείνη οι χώρες αυτές αντιμετώπιζαν οικονομική κρίση που οφειλόταν στην μείωση των εξαγωγών τους) και προωθήθηκε από τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας, την Διεθνή τράπεζα και τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών. Έτσι ο κύριος στόχος αυτών των κρατών ήταν η αύξηση του αριθμού των τουριστών, η εισροή ξένου συναλλάγματος και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Ο μαζικός τουρισμός προσανατολιζόταν κυρίως προς τις παραθαλάσσιες περιοχές, ενώ η πλειοψηφία των τουριστών αναζητούσαν τις γαλάζιες θάλασσες, τις χρυσές αμμουδιές, τον ήλιο, την ζεστή και τις υπηρεσίες.

Δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στα οικονομικά και αναπτυξιακά ζητήματα κάποιες δεν υπολόγισαν τις αρνητικές συνέπειες αυτής της μορφής τουρισμού. Η εποχικότητα τουρισμού είχε ως αποτέλεσμα την εγκατάλειψη και την ερήμωση τεράστιων εκτάσεων κατά την διάρκεια του χειμώνα και την υποβάθμιση των υπολοίπων τοπικών κλάδων. Η απρόσωπη σχέση μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων εμπόδισε την διάδοση της κουλτούρας και των εθίμων των διαφόρων λαών, ενώ το έντονο ενδιαφέρον των ξένων για την παραδοσιακή τέχνη οδήγησε στην ψυχρή εμπορευματοποίηση της. Επίσης, αυξήθηκε σημαντικά η εγκληματικότητα και η πορνεία στις χώρες υποδοχής, αλλά και οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την έντονη οικιστική ανάπτυξη, την παρέμβαση στους παραδοσιακούς και τους αρχαιολογικούς χώρους και τον υπερβολικό αριθμό τουριστών κατά τις περιόδους αιχμής, με μη αναστρέψιμες συνέπειες πολλές φορές, ειδικά στις πιο εύθραυστες

περιοχές, π.χ. τις περιορισμένης έκτασης νησιώτικες περιοχές της χώρας μας (Τσάρτας, 1996).

2.3.2 Εναλλακτικός τουρισμός

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αρχίζουν να αναπτύσσονται μετά το 1970, ως αποτέλεσμα τόσο της σημασίας που έχει αρχίσει να αποκτά, η ανάπτυξη και η αξιοποίηση της αγροτικής υπαίθρου, για την πολιτική οικονομία αλλά και την αγορά, όσο και της αλλαγής που σημειώθηκε στις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού (Marsden, 1999, σ. 507-508). Οι τουρίστες (ιδιαίτερα οι προερχόμενοι από μεγάλα αστικά κέντρα) έχουν αρχίσει να στρέφουν την προσοχή τους σε αλλού είδους δραστηριότητες και έχουν γίνει πιο απαιτητικοί όσον αφορά στις παρεχόμενες υπηρεσίες. Επιπλέον, με την δημιουργία των οικολογικών οργανώσεων, το καταναλωτικό κοινό αρχίζει να ευαισθητοποιείται γύρω από θέματα που αφορούν το περιβάλλον, την προστασία του, αλλά και την εμπειρία της εξερεύνησης του. Οι τοπικοί φορείς αντιλαμβάνονται την σοβαρότητα των επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού και πιέζουν για διαμόρφωση πολιτικών και στρατηγικών που θα εξασφαλίσουν τη βιώσιμη ενδογενή ανάπτυξη μέσω κατάλληλων μορφών τουρισμού, αλλά και μέσω της κατάλληλης αξιοποίησης και προώθησης των τοπικών πόρων.

Ο εναλλακτικός τουρισμός η ήπιος τουρισμός, όπως αποκαλείται στην Ευρώπη προσφέρεται ως λύση στους παραπάνω προβληματισμούς. Στην περίπτωση του, οι αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού σέβονται πάνω από όλα τον άνθρωπο και έχουν ως στόχο την ποιοτική ανάπτυξη και όχι την οικονομική μεγέθυνση. Η λειτουργία του στηρίζεται στις μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις ή στους ολιγομελείς συνεταιρισμούς, διευκολύνοντας έτσι την επαφή μεταξύ των τουριστών και των οικοδεσποτών. Σέβονται και ενισχύουν την προστασία του περιβάλλοντος και βοηθούν στη διατήρηση και την διάδοση των παραδόσεων και των εθίμων κάθε τόπου. Επιπλέον, αποτελούν μια άριστη στρατηγική για την άμβλυνση των ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων, αφού μπορούν να αναπτυχθούν κάλλιστα στις ορεινές περιοχές και απομακρυσμένες ή στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές (Τριανταφυλλου 1999).

Μορφές εναλλακτικού τουρισμού αποτελούν:

- ❖ Ο γενικός τουρισμός ή τουρισμός διακοπών – αναψυχής
- ❖ Ο μορφωτικός τουρισμός
- ❖ Ο τουρισμός εκθέσεων - επαγγελματικός
- ❖ Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός
- ❖ Ο τουρισμός άθλησης
- ❖ Ο συνεδριακός τουρισμός
- ❖ Ο τουρισμός περιπέτειας
- ❖ Ο οικογενειακός τουρισμός
- ❖ Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας
- ❖ Ο τουρισμός χειμερινών αθλημάτων
- ❖ Ο θρησκευτικός τουρισμός
- ❖ Ο οικολογικός τουρισμός
- ❖ Ο λαϊκός τουρισμός
- ❖ Ο κοινωνικός τουρισμός
- ❖ Ο τουρισμός αναπήρων
- ❖ Ο σχολικός τουρισμός

Όλες οι παραπάνω μορφές τουρισμού λειτουργούν σε συνάφεια με τον αγροτουρισμό και μπορούν να αναπτυχθούν στον αγροτικό χώρο και να ενταχθούν στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής και οι σχετικές υπηρεσίες να παρασχεθούν από τους ανθρώπους της υπαίθρου, δηλαδή από τους αγρότες οι οποίοι επιδιώκουν με τις τουριστικές δραστηριότητες που ασκούν να προσανυξήσουν το αγροτικό τους εισόδημα.

2.3.3 Αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται στις αγροτικές περιοχές. Είναι αρκετά διαδεδομένη μορφή τουρισμού σε ορισμένες χώρες τις Ευρώπης (Αυστρία, Γαλλία) κερδίζοντας ολοένα και μεγαλύτερα ποσοστά του τουριστικού κοινού (LEADER 1994). Μπορεί να χωριστεί σε επιμέρους συνιστώσες ανάλογα με τις υπηρεσίες ή τις δραστηριότητες που προσφέρει (γαστρονομικός, περιπατητικός, κλπ.) ή ανάλογα με τον αν αποτελεί κύριο ή δευτερεύον επάγγελμα. αν εφαρμόζεται μονό από αγρότες ή και από επιχειρηματίες (αγροτουρισμός). Όλες ανεξαιρέτως όμως οι μορφές αγροτικού τουρισμού υπακούουν σε κάποιες βασικές αρχές, δηλαδή στο ότι προωθούν την ποιότητα και σέβονται την πολιτιστική κληρονομία και το περιβάλλον, στο ότι θεωρούν τις ανθρώπινες σχέσεις ως ένα από τους κυριότερους παράγοντες και στο ότι ο χαρακτήρας τους είναι τοπικός και αποσκοπεί στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της κάθε περιοχής (Ιακωβίδου 1993).

Από τα παραπάνω μπορούμε να συμπεράνουμε ότι είναι τριπλός ο ρόλος του αγροτικού τουρισμού, παράγοντας εισοδήματα και νέες θέσεις απασχόλησης, δημιουργώντας δυνατότητες για υποδομές και αποτελώντας τον μεσάζοντα και τον φορέα ανταλλαγών και συμπράξεων μεταξύ του αγροτικού και του αστικού περιβάλλοντος. Ένας ρόλος όμως, που για να διασφαλιστεί η αποτελεσματικότητα του θα πρέπει να εξισορροπείται και να συνδυάζεται με όλες τις άλλες δραστηριότητες που συμβάλλουν σε ένα ολοκληρωμένο πρωτότυπο αγροτικής ανάπτυξης (LEADER 1994).

3. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Εννοιολογικό περιεχόμενο και στόχοι

Ο αγροτουρισμός δεν αγγίζει τις έννοιες του μεγάλου, του πολύ και του απρόσωπου, έννοιες που συνδέονται άμεσα με τις δραστηριότητες του μαζικού τουρισμού, αλλά εκείνες του μικρού, του ποιοτικού και του ανθρώπινου. Έτσι, δεν είναι απλώς μια δραστηριότητα που αναπτύσσεται στην ύπαιθρο, αλλά το είδος τουρισμού που σημαδεύεται από το τοπικό τοπίο, που έχει ως κύριο και ουσιώδες στοιχείο τον άνθρωπο, που επηρεάζει και επηρεάζεται άμεσα από τις ιδιαιτερότητες και τις παραδόσεις των περιοχών, αλλά και που δένει αρμονικά με την κύρια απασχόληση των κατοίκων δρώντας συμπληρωματικά με αυτήν δίχως να δημιουργεί ανταγωνισμούς σε ότι αφορά τους φυσικούς πόρους και το ανθρώπινο δυναμικό. Επιπλέον, ο αγροτουρισμός συμβάλει στη σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ πόλης και υπαίθρου και κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών και κυρίως των ορεινών και μειονεκτικών,

διαφυλάττοντας και προωθώντας συγχρόνως την πολιτιστική και αρχιτεκτονική κληρονομιά τους.

Ο όρος αγροτουρισμός παραπέμπει σε εκείνες τις μορφές τουρισμού που εξελίσσονται σε αγροτικές περιοχές, οι οποίες δεν έχουν ήδη κορεστεί τουριστικά και συνδέονται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές, πολιτισμικές και κοινοτικές αξίες που επιτρέπουν τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους φιλοξενούμενους να υφίστανται αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες (Ιακωβίδου, 1999, σ. 1-2). Πιο συγκεκριμένα αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε χώρο μη αστικό από τους απασχολούμενους κύρια στον πρωτογενή τομέα και ειδικότερα σε οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής μικρές μονάδες παροχής αγαθών και υπηρεσιών, με σκοπό την ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας, τόσο από την εκμετάλλευση των τουριστικών καταλυμάτων (ενοικιαζόμενα δωμάτια, πανσιόν, ξενώνες, κάμπινγκ) όσο και από την τροφοδοσία των τουριστικών μονάδων με προϊόντα τοπικής παραγωγής γεωργικών συνεταιρισμών (Βαφειάδης κ.ά., 1992, σ.16). Η ανάλυση των επιμέρους συνιστωσών της έννοιας του αγροτουρισμού, οδηγεί στις ακόλουθες παρατηρήσεις (Βαφειάδης κ.ά., 1992, σ.16- 21 και Παλακωνσταντινίδης, 1993, σ. 84-90):

α. Ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων σε μη αστικό χώρο:

Ο σκοπός αυτής της παραδοχής είναι αφενός η διαφοροποίηση του αγροτουρισμού από τον μαζικό τουρισμό, του οποίου η ανάπτυξη προσφέρεται και σε αστικό χώρο, κάτι που εκ των πραγμάτων αποκλείεται για την ανάπτυξη αγροτουριστικών δραστηριοτήτων και αφετέρου η επισήμανση της σημασίας, της σπουδαιότητας, αλλά και των επιδιώξεων που έχει η εξέλιξη τέτοιων δραστηριοτήτων στις μειονεκτικές και απομακρυσμένες περιοχές και σε όλη την αγροτική περιφέρεια και που δεν είναι άλλη από την ενίσχυση των τοπικών εισοδημάτων και από τη συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού.

β. Η συμπληρωματικότητα της απασχόλησης:

Βασικός στόχος των αγροτουριστικών προγραμμάτων είναι να δοθεί η δυνατότητα συμπληρωματικής απασχόλησης ως προς την κύρια που είναι και παραμένει πάντα η ενασχόληση με την γεωργία ή την κτηνοτροφία. Σε καμία περίπτωση δεν επιδιώκεται η οριοθέτηση μιας νέας τάξης επαγγελματιών στον αγροτικό χώρο, αλλά παρά μόνο η ενίσχυση και η στήριξη του πρωτογενή τομέα. Η εφαρμογή του αγροτουριστικού προγράμματος αποσκοπεί στη μείωση της διακύμανσης του αγροτικού εισοδήματος, η οποία οφείλεται κυρίως στην εποχικότητα της παραγωγής, αλλά και στη σημαντική υποαπασχόληση, λόγω ακριβώς της φύσης των αγροτικών εργασιών που εναλλάσσονται μεταξύ περιόδων αιχμής και περιόδων ύφεσης.

Είναι σημαντικό επίσης να αναφερθεί, ότι η ενασχόληση των μελών της αγροτικής οικογένειας με κάποια αγροτουριστική δραστηριότητα αποσκοπεί και μπορεί ως έναν μεγάλο βαθμό να αντιμετωπίσει την κατάσταση της 'λανθάνουσας ανεργίας', με την έννοια του ότι τα άτομα αυτά, θα ήταν πρόθυμα να προσφέρουν εργασία αν παρέχονταν σε αυτά οι κατάλληλες συνθήκες.

Συνοπτικά, λοιπόν, βγαίνει το συμπέρασμα ότι η αγροτουριστική δραστηριότητα δεν αποτελεί μια αυτοτελή και ανεξάρτητη δραστηριότητα στον αγροτικό χώρο, αλλά εμφανίζεται ως μια συμπληρωματική απασχόληση που αφορά

ιδιαίτερα τα μέλη της αγροτικής οικογένειας, του αγροτικού νοικοκυριού, σε μια προσπάθεια αντιμετώπισης της λανθάνουσας ανεργίας.

γ. Η συμπληρωματικότητα του εισοδήματος:

Όπως αναφέρθηκε και πριν η αγροτουριστική ανάπτυξη στοχεύει στην ενίσχυση και στην μείωση της διακύμανσης του αγροτικού εισοδήματος, το χαμηλό επίπεδο του οποίου αποτελεί ένα από τα πρωταρχικά αίτια μαρασμού και εγκατάλειψης της ελληνικής υπαίθρου. Έτσι, το πρόγραμμα αγροτουρισμού παρέχει τη δυνατότητα συμπλήρωσης αυτού του εισοδήματος, ιδιαίτερα από εκείνα τα μέλη της αγροτικής οικογένειας τα οποία σε αντίθετη περίπτωση, είτε υποαπασχολούνταν, προσφέροντας υπηρεσίες μόνο σε περιόδους αιχμής, είτε παρέμεναν σε κατάσταση λανθάνουσας ανεργίας με την προσμονή δημιουργίας των συνθηκών εκείνων που θα τους επέτρεπαν να ενταχθούν στην παραγωγική διαδικασία.

δ. Ανάπτυξη της αγροτουριστικής δραστηριότητας σε μικρές μονάδες οικογενειακής μορφής:

Οι σημερινοί ρυθμοί και οι οικονομικές επιλογές ευνοούν τις μεγάλες παραγωγικές μονάδες, κάτι που θα έπρεπε να καθιστά ασύμφορη οικονομικά την ανάπτυξη των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων σε μικρές μονάδες οικογενειακής μορφής. Η λογική όμως, και η έννοια αυτής της παραδοχής έχει σημασία ως αντιδιαστολή της μορφής του αγροτουριστικού καταλύματος προς τη μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα και αναλύεται ως εξής:

Πρώτον, στην περίπτωση των αγροτουριστικών καταλυμάτων λαμβάνει χώρα ένας δικαιότερος καταμερισμός οφέλους και κόστους που προκύπτουν από την λειτουργία τους, δεύτερον, αποφεύγεται το φαινόμενο που εμφανίζεται συνήθως στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, όπου ένας ή ορισμένος αριθμός ιδιοκτητών, όχι κατ' ανάγκη προερχόμενος από τον τόπο λειτουργίας του ξενοδοχείου, απολαμβάνει ολόκληρο το όφελος από την παροχή υπηρεσιών τουρισμού στους επισκέπτες της περιοχής και τρίτον, η αγροτουριστική εκμετάλλευση είναι εργασιακά περισσότερο ευέλικτη, εξαιτίας κυρίως της δυνατότητας να 'εσωτερικοποιεί' πολλά κόστη με την παροχή επιπλέον προσωπικής ή οικογενειακής εργασίας.

Έτσι, αν θεωρηθεί ότι η παροχή τουριστικών υπηρεσιών από τον πληθυσμό αγροτικών περιφερειών προς επισκέπτες προερχόμενους από τον αστικό χώρο, οδηγεί σε εκ των πραγμάτων μεταφορά εισοδήματος, τότε ένα πρόγραμμα αγροτουριστικής ανάπτυξης ενδεχόμενα να παρέχει μεγαλύτερες διασφαλίσεις μιας πραγματικής μεταφοράς του εισοδήματος αυτού, αλλά και μιας δικαιότερης κατανομής στον τοπικό πληθυσμό του πρόσθετου οφέλους που θα προέκυπτε από την λειτουργία του. Εξάλλου, η μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα εμφανίζεται ως επί το πλείστο ανεξάρτητη και αυτάρκης έναντι της λοιπής λειτουργίας του τόπου εγκατάστασης, γεγονός που αποκλείεται κατά την λειτουργία των αγροτουριστικών καταλυμάτων.

Ένα ακόμα πλεονέκτημα ή μία ακόμα λειτουργία των οικογενειακής μορφής αγροτουριστικών δραστηριοτήτων είναι η ανθρωποκεντρική τους διάσταση. Δηλαδή, η ζεστασιά της σπιτικής φιλοξενίας που προσφέρουν, η δημιουργία και η σύσφιξη των σχέσεων ανάμεσα σε ανθρώπους από διαφορετικούς τόπους, με διαφορετικές συνήθειες και νοοτροπία και γενικότερα η δημιουργία φιλικών και ανθρώπινων σχέσεων ανάμεσα σε οικοδεσπότες και φιλοξενούμενους, που διαφοροποιούνται τελείως από την απρόσωπη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στον τουρίστα και τον υπάλληλο της ρεσεψιόν, στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες.

ε. Οργανική διασύνδεση των αγροτουριστικών καταλυμάτων με την τοπική παραγωγή:

Ένα πρόγραμμα αγροτουρισμού δεν περιορίζεται απλά και μόνο στη δημιουργία αγροτουριστικών καταλυμάτων για ενοικίαση. Κάτι τέτοιο, ενδεχόμενα θα βελτίωνε την ανταγωνιστικότητα της εν γένει τουριστικής δραστηριότητας της χώρας, μέσα από μία ικανοποιητική κάλυψη της τουριστικής ζήτησης, όμως θα είχε ως τελική συνέπεια τον ανταγωνισμό προς τον τομέα της γεωργίας και τη σταδιακή υποκατάσταση του. Το τελικό αποτέλεσμα θα ήταν ο παραπέρα περιορισμός της γεωργίας και της γεωργικής ενασχόλησης, με ενδεχομένως, αρνητικές συνέπειες για την τοπική οικονομία. Κατά συνέπεια, η συνειδητή επιδίωξη της οργανικής διασύνδεσης ενός αγροτουριστικού προγράμματος με την τοπική παραγωγή αλλά και τους άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας παρέχει τη σωστή διάσταση λειτουργίας του αγροτουριστικού προγράμματος και αναγκαίο προαπαιτούμενο για την επιτυχία του στη φάση της εφαρμογής. Η διασύνδεση αυτή δεν αφορά μόνο στη παροχή και στη διάθεση προϊόντων αγροτικής παραγωγής, αλλά και στη παροχή διαρκών αγαθών για τον εξοπλισμό και τις λειτουργικές ανάγκες των καταλυμάτων.

Με αυτόν τον τρόπο ένα πρόγραμμα αγροτουρισμού, εκτός από την δικαιότερη κατανομή του πρόσθετου οφέλους, επιτυγχάνει και μεγαλύτερη διάχυση αυτού προς τους άλλους παραγωγικούς τομείς, ενισχύοντας έτσι όλη την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.

Συνοπτικά από όλα όσα αναφέρθηκαν, συμπεραίνεται ότι οι κύριοι στόχοι των αγροτουριστικών προγραμμάτων είναι οι εξής (www.minagric.gr/greek/3_1.2.html, Ιακωβίδου, 1999):

1. Η συμπλήρωση και βελτίωση του αγροτικού εισοδήματος.
2. Η δημιουργία νέων δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο.
3. Η συμπληρωματικότητα της απασχόλησης και η δημιουργία εξωγεωργικών εισοδημάτων.
4. Η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού.
5. Η συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στον τόπο διαμονής του και η προσέλκυση νέων για εγκατάσταση στην ύπαιθρο.
6. Η ενίσχυση και προώθηση του κοινωνικού και οικονομικού ρόλου των γυναικών στην ύπαιθρο.
7. Η βελτίωση και προώθηση των τοπικών αγροτικών και βιοτεχνικών προϊόντων.
8. Η προστασία του περιβάλλοντος (αναλύεται σε επόμενη παράγραφο).
9. Η διατήρηση, η προβολή και η αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.

Από τα παραπάνω διαφαίνεται ότι, η αγροτουριστική ανάπτυξη έχει εξαιρετικά υψηλούς στόχους και για αυτό αποτελεί, για τις τοπικές και νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις αλλά και για την ίδια την Ευρωπαϊκή Ένωση, το κλειδί στις περισσότερες πολιτικές ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών και κυρίως των ορεινών και μειονεκτικών. Εξάλλου, σύμφωνα με τις νέες τάσεις της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής υποστηρίζεται ότι το μέλλον των αγροτικών περιοχών και κυρίως των ορεινών, των μειονεκτικών και των νησιωτικών δεν βασίζεται πια στην εξέλιξη της γεωργίας, της κτηνοτροφίας, του δάσους και της αλιείας, αλλά στην δημιουργία και

στην ανάπτυξη καινούργιων δραστηριοτήτων στον αγροτικό χώρο, μεταξύ των οποίων ο αγροτουρισμός κατέχει εξέχουσα θέση (Ιακωβίδου, 1999, σ.3-4).

3.2 Αγροτουρισμός: Μια πολυδιάστατη δραστηριότητα

Οι ιδρυόντες της «Αγροτουριστικής Α.Ε» υποστηρίζουν ότι ο «Αγροτουρισμός» είναι μια ήπια εναλλακτική μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, η οποία έχει ως σκοπό:

- Να συμβάλλει ώστε ο επισκέπτης να γνωρίζει τον αγροτικό χώρο, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων.

- Να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες θα μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νοιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης, της πληροφόρησης και της ανακάλυψης.

- Να κινητοποιήσει τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

Οι ιδρυόντες του «Ελληνικού Κέντρου Αγροτουρισμού» (ΕΛΛΚΑ) με βάση τις υφιστάμενες απόψεις, γνώμες και θεωρίες για τον αγροτουρισμό που είναι πολλές, καταλήγουν πως δεν υπάρχει μια ξεκάθαρη ταυτότητα και το ερώτημα παραμένει «Τι είναι ο αγροτουρισμός;»

Δίνουν όμως τις απόψεις τους πινακοποιημένες:

Πίνακας 1 – Ταυτότητα αγροτουρισμού

ΤΙ ΕΙΝΑΙ / ΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
ΤΙ ΕΙΝΑΙ:	ΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ:
Α) ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΑΙΘΡΟ.	
1.Ένας τρόπος ανάπτυξης της υπαίθρου μέσω μιας ήπιας μορφής τουρισμού.	1.Η μαζική και επεμβατική ανάπτυξη με πάσης φύσεως ξενοδοχεία, εστιατόρια και επιχειρήσεις που αλλοιώνουν το χαρακτήρα της υπαίθρου.
2.Μία επιτυχημένη ευρωπαϊκή πολιτική ανάπτυξης της υπαίθρου που εφαρμόζεται επιτυχώς εδώ και τριάντα χρόνια για να αντιμετωπίσει σημαντικά προβλήματα όπως η ερήμωση της υπαίθρου, η αστυφιλία και η μείωση της αγροτικής παραγωγής.	2. Απλώς μια ωραία ιδέα.
3. Μία ευκαιρία να αντιμετωπίσει και η Ελλάδα, με τον ίδιο τρόπο, τα προβλήματα της ελληνικής υπαίθρου	3. Μία ευκαιριακή και γρήγορη έτοιμη λύση.
4.Η εμπλοκή των αγροτών και μόνο, στην παροχή αυτής της ήπιας μορφής τουρισμού, με	4.Η εκμετάλλευση του πλούτου μιας περιοχής από

αποτέλεσμα τα εισοδήματα να επιστρέφουν στην τοπική κοινότητα.	επιχειρηματίες που δεν ανήκουν στην τοπική κοινότητα.
5. Η διατήρηση των εθίμων, της λαογραφίας, της χειροτεχνίας, των παραδοσιακών τεχνών και εργασιών και των ασχολιών που τείνουν να εκλείψουν	5. Η ανάπτυξη που παραβλέπει την πολιτιστική κληρονομιά.
6. Η ανάδειξη της διαφορετικότητας και μοναδικότητας του κάθε τόπου.	6. Η ισοπέδωση και ομοιογένεια των τόπων.
Β) ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ.	
1. Ένας ουσιαστικός τρόπος να συμπληρώνει ολοχρονίς η οικογένεια της υπαίθρου, το ήδη χαμηλό εισόδημα της.	1. Μια ευκαιριακή τόνωση του αγροτικού εισοδήματος. Η μετατροπή του αγρότη σε ξενοδόχο και η εγκατάλειψη της γης και των παραδοσιακών ασχολιών.
2. Ένας τρόπος να βρουν απασχόληση οι νέοι. οι αγρότισσες, οι κάτοικοι της υπαίθρου, των οικονομικά ασθενέστερων ορεινών και μειονεκτικών περιοχών.	2. Η εγκατάλειψη της υπαίθρου, προς αναζήτηση δουλειάς.
3. Η υποδοχή του επισκέπτη σε ένα φιλικό και ζεστό περιβάλλον.	3. Η απρόσωπη παροχή υπηρεσιών.
4. Η επιδίωξη να γνωρίσει ο επισκέπτης τον τόπο μας, να τον νοιώσει οικείο και να θέλει να ξανάρθει.	4. Το επιπόλαιο σκεπτικό πως « που θα τον ξαναδούμε τον τουρίστα»
Γ) ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΗ.	
1. Η φιλοξενία σε ένα περιβάλλον λιτό με τοπικό χαρακτήρα, με όλες τις απαραίτητες ανέσεις αλλά χωρίς πολυτελείς εξάρσεις.	1. Η ασκητική και «μίζερη» φιλοξενία σε αυτό που αποκαλούμε «ενοικιαζόμενα δωμάτια», χωρίς άνεση, καθαριότητα και σπιτική ζεστασιά αλλά ούτε και η παγκοσμιοποιημένη πολυτέλεια 5 αστέρων.
2. Η επαφή του επισκέπτη με την αγροτική ζωή, τις καλλιέργειες, τις αγροτικές εργασίες με τη φύση, τη γλωρίδα και την πανίδα.	2. Η αντιμετώπιση της φύσης και της αγροτικής ζωής σαν ένα αδιάφορο «σκηνικό»
3. Η γνωριμία του επισκέπτη με τα ήθη και τα έθιμα μιας περιοχής που αναβιώνουν με αυθεντικό τρόπο.	3. Η αναπαράσταση των εθίμων μιας περιοχής μόνο και μόνο για τουριστική κατανάλωση.
4. Η ενεργή συμμετοχή του τουρίστα σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων:, α) αγροτικές δραστηριότητες, όπως πχ περισυλλογή μανιταριών, ελιάς, τρύγος κτλ. β) οικοτουρισμός, παρατήρηση πουλιών, πανίδας, γλωρίδας, επισκέψεις υγροβιότοπων κτλ. γ) αθλήματα περιπέτειας πχ ράφτινγκ, πεζοπορία, αλεξίπτωτο πλαγίας κτλ. δ) πολιτιστικών περιηγήσεων, πχ επισκέψεις σε	4. Οι παθητικές διακοπές.

μοναστήρια, εκκλησίες, γεφύρια, μουσεία λαογραφία, μελισσοκομίας, ελιάς κα, παραδοσιακούς οικισμούς, αρχαιολογικούς χώρους. ε) διάφορα μαθήματα όπως πχ μαθήματα αργαλειού, ελληνικών χορών, γαστρονομίας, ελληνική κρητική, ηπειρώτικη κουζίνα, γευσίγνωσία, οινοποιεία, βιολογικά τοπικά προϊόντα, παραγωγή μελιού κτλ.	
5. Η γαστρονομία ως βασικό συστατικό του ποιοτικού αγροτουρισμού, η χρήση παραδοσιακών συνταγών με τοπικά και βιολογικά προϊόντα.	5. Η παροχή απλά ενός καλού γεύματος.
6. Η γνωριμία του επισκέπτη με την τοπική κοινότητα με άμεσο τρόπο, φιλικό και οικείο.	6. Η απουσία του αγρότη, της νοικοκυράς, η έλλειψη επικοινωνίας και επαφής με τους ντόπιους.

Ο αγροτουρισμός λοιπόν, είναι μια πολυδιάστατη δραστηριότητα: δεν είναι απλά ο τουρισμός που βασίζεται στις «φάρμες», αλλά περιλαμβάνει διακοπές σε αγροκτήματα, στη φύση και συνδυάζεται με οικοτουρισμό, πεζοπορία, ορειβασία, με τουρισμό περιπέτειας, αθλημάτων, υγείας, με εξορμήσεις και ποδηλασίες στη φύση, με αλιευτικό τουρισμό, που αξιοποιεί την τοπική και εθνική πολιτιστική κληρονομιά. Ο αγροτουρισμός περιλαμβάνει ένα πλήθος δραστηριοτήτων και ολοκληρώνεται με την παραδοσιακή φιλοξενία των επισκεπτών-τουριστών από τους ανθρώπους της υπαίθρου.

3.3 Μορφές αγροτουρισμού

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

Η Ελλάδα με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, με την πολυνησιακή της συγκρότηση, με την αποκεντρωμένη μνημειακή της τοπογραφία, με το εναλλασσόμενο τοπίο, με τις μορφολογικές τις 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 δύο 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, τυροκομία, μελισσοκομία, οπωροκηπευτική κτλ...), είτε και πολλές φορές παράλληλα με ψυχαγωγικές δραστηριότητες, από αυτές που τους προσφέρει το περιβάλλον της αγροτικής περιοχής (κολύμπι, ψάρεμα, πεζοπορία, ορειβασία, κνήγι, ιππασία κτλ...)

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

Κύριες μορφές αμιγούς 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 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 ανεξάρτητα της οικίας δωμάτια, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ανεξαρτησία της ιδιωτικής ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών.

Αγροτουρισμός ορεινών χωριών.

Μπορεί να προσφερθεί από τους 1091 φθίνοντες ορεινούς οικισμούς της χώρας που βρίσκονται σε υψόμετρο μεγαλύτερο των 800 μέτρων, προσελκύοντας επισκέπτες – τουρίστες που αναζητούν τόπους ψυχαγωγίας σε δραστηριότητες όπως η ορειβασία, το κυνήγι, ο περίπατος στο δάσος, οι υλοτομικές εργασίες, οι κτηνοτροφικές ενασχολήσεις, η τυροκομία κα, ή που αναζητούν την “ αεροθεραπεία ” στον βουνίσιο αέρα και την υγεία τους, με βάση θεραπευτικά προγράμματα στα ορεινά ειδικά κέντρα υγείας ή στα σανατόρια, στα οποία παρέχεται υγιεινή διατροφή αλλά και δυνατότητα για περίπατο, γυμναστική, ατμόλουτρα κτλ.

Αγροτουρισμός παραδοσιακών οικισμών.

Μπορεί να προσφερθεί από φθίνοντες ορεινούς και ημιορεινούς αγροτικούς οικισμούς στους οποίους η αρχιτεκτονική όψη και η πολεοδομική οργάνωση τους πιστοποιούν μια διαχρονική κοινωνική και οικονομική οργάνωση των κατοίκων, τέτοια που έφτασε σε υψηλά επίπεδα πολιτιστικής ανάπτυξης, στοιχεία που στο σύνολο τους συνθέτουν ένα “ μνημειακό σύνολο ” όπως είναι πχ τα Ζαγόρια στην Ήπειρο, τα χωριά του Πηλίου κα. Οι παραδοσιακοί οικισμοί προσελκύουν τουρίστες επισκέπτες που έχουν ανάγκη για ανάπαυση και ψυχαγωγία. Τα μνημειακά οικιστικά σύνολα των παραδοσιακών οικισμών, μπορούν να εξελιχθούν και σε αυτοδύναμα τουριστικά κέντρα, φτάνει τα σχετικά προγράμματα και οι εθνικές και κοινοτικές χρηματοδοτήσεις “ να πιάσουν τόπο ” με αναστηλώσεις και αναπαλαιώσεις και τήρηση της σχετικής προστατευτικής νομοθεσίας αλλά έξω από τις γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Αγροτουρισμός οικισμών σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους.

Μπορεί να προσφερθεί από οικισμούς που βρίσκονται σε προνομιακές τοποθεσίες της φύσης, κοντά σε δασοσκεπείς βουνοπλαγιές, κοντά σε βιότοπους, σε όχθες ποταμών και λιμνών, σε χαράδρες και φαράγγια, κοντά σε καταρράκτες ή σπηλιές, σε ηφαίστεια και απολιθωμένα δάση, κοντά σε μετέωρα και άλλους μετασχηματισμούς της φύσης κτλ. Η ομορφιά της φύσης, τα απλά καταλύματα και η φιλοξενία των αγροτών, αποτελούν τους καλύτερους “ κράχτες ” αύξησης της προσέλευσης επισκεπτών – τουριστών σε αυτούς τους οικισμούς των οποίων τα τοπία προστατεύονται και από το Ν.1650/1986, ως στοιχεία της πολιτιστικής μας κληρονομιάς αλλά και για τη διασφάλιση της οικολογικής ισορροπίας.

Αγροτουρισμός σε ψαροχώρια.

Μπορεί να προσφερθεί μόνο από παραθαλάσσιους και νησιώτικους οικισμούς, σε όσους θέλουν να έχουν επαφή με τη ζωή των ψαράδων – αγροτών και με τις θαλάσσιες ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Τα απλά χωριάτικα καταλύματα, η φιλοξενία και η ευγένεια των απλών ανθρώπων αυτών των οικισμών και η επαφή των επισκεπτών – τουριστών με δραστηριότητες της θάλασσας, πχ νυχτερινό ψάρεμα κα, αποτελούν τους σπουδαιότερους παράγοντες προσέλευσης των ανθρώπων που

επιθυμούν να ζήσουν γαλήνιες διακοπές, θεραπευόμενοι από τα άγχη και τις πιέσεις της σύγχρονης ζωής στην πόλη.

3.4 Η πρόθεση του αγροτουριστικού προϊόντος

Το βασικό προϊόν που προσφέρει ο αγροτουρισμός αφορά κυρίως τον εργάτη της πόλης, που ενδεχόμενα δεν έχει την οικονομική δυνατότητα να δαπανήσει ένα μεγάλο μέρος του εισοδήματός του για διακοπές, τον μισθωτό, τον καλλιτέχνη και τον καθένα που βιώνει καθημερινά τον αστικό τρόπο ζωής και που αναζητά μια διέξοδο από το άγχος και την ρουτίνα, αλλά και μια επαφή με τον άνθρωπο, τον πολιτισμό και τα αυθεντικά στοιχεία που είναι διάσπαρτα στην ύπαιθρο (Παπακωνσταντινίδης, 1993, σ. 30). Οι δραστηριότητες του αγροτουρισμού περιλαμβάνουν (Ιακωβίδου, 2000, σ.4-7):

- φιλοξενία σε²,
 - μικρά ξενοδοχεία-ξενώνες οικογενειακής μορφής
 - ενοικιαζόμενα δωμάτια στο σπίτι της αγροτικής οικογένειας
 - ανεξάρτητες κατοικίες
 - ανοικτούς χώρους στο αγρόκτημα του αγρότη
- προσφορά φαγητού³,
 - στο σπίτι του αγρότη
 - σε μικρά εστιατόρια ή ταβέρνες οικογενειακής μορφής
 - σε παραδοσιακά καφενεία
 - σε αναψυκτήρια
 - σε υπαίθριους χώρους
- δραστηριότητες που παρέχουν την δυνατότητα στους επισκέπτες της περιοχής να αξιοποιήσουν δημιουργικά τον ελεύθερο χρόνο τους,
- οργάνωση επισκέψεων στις εγκαταστάσεις ή στις καλλιέργειες της γεωργικής εκμετάλλευσης και εθελοντική συμμετοχή των επισκεπτών στις αγροτικές εργασίες
- δημιουργία χώρων αναψυχής σε περιοχές φυσικού κάλους, όπου οι επισκέπτες θα έχουν τη δυνατότητα να απολαύσουν το τοπίο της περιοχής
- δημιουργία χώρων άθλησης ενσωματωμένων στο φυσικό περιβάλλον, π.χ. ειδικές διαδρομές μέσα σε δασικές εκτάσεις κατάλληλες για περίπατο ή τρέξιμο
- δραστηριότητες με άλογα
- οργάνωση επισκέψεων στα οινοποιία, σε τυροκομία ή και σε άλλες μονάδες παρασκευής τοπικών προϊόντων
- οργάνωση διαφόρων πολιτιστικών εκδηλώσεων

² Σε όλα τα καταλύματα θα πρέπει να υπάρχουν οι απαραίτητες ανέσεις, να διαπνέονται από ζεστή οικογενειακή ατμόσφαιρα και να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.

³ Το προσφερόμενο φαγητό θα πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας και να βασίζεται επί το πλείστον στα προϊόντα και τα παρασκευάσματα που είναι παραδοσιακά και χαρακτηρίζουν την περιοχή.

- ξενάγηση των επισκεπτών στα αξιοθέατα και στα θρησκευτικά και ιστορικά μνημεία της περιοχής
- οργάνωση επιδείξεων παρασκευής παραδοσιακών σπιτικών προϊόντων (πίτες, μαρμελάδες, ζυμαρικά) από την νοικοκυρά του σπιτιού.

Για την σωστή και αποτελεσματική προώθηση του αγροτουριστικού προϊόντος απαιτείται η παραπάνω διαφοροποίηση του, η αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της περιοχής υποδοχής, με κύριο χαρακτηριστικό τη διατήρηση της προσωπικής σχέσης μεταξύ φιλοξενούμενου και οικοδεσπότη, έτσι ώστε να μπορεί να επιβληθεί ως ένα γνήσιο και ελκυστικό τουριστικό προϊόν. Επιπλέον, για τα παραδοσιακά προϊόντα, τα οποία αποτελούν βασική συνιστώσα του αγροτουριστικού προϊόντος, θα πρέπει να εξασφαλίζεται η γνησιότητα και η ποιότητα τους, καθώς και η διαφοροποίηση τους, ώστε να είναι ικανά να αποτελέσουν το συγκριτικό πλεονέκτημα αυτών των περιοχών και να προκαλέσουν την αύξηση της ζήτησης τους.

Καθοριστικό ρόλο στην προώθηση του αγροτουριστικού προϊόντος κατέχουν και οι παράγοντες "χώρος" και "άνθρωπος", οι οποίοι μαζί με το "προϊόν" αποτελούν τα κλειδιά για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, ενώ στη σωστή αξιοποίησή τους βασίζεται η επιτυχής εφαρμογή των προγραμμάτων αυτών (Ιακωβίδου, 1999, σ. 4).

Αναλυτικότερα:

Ο χώρος

Σε ότι αφορά το χώρο, οι υπάρχοντες σε αυτόν αγροτουριστικοί πόροι καθορίζουν την ελκυστικότητα του, η οποία με τη σειρά της προσδιορίζει τη ζήτηση εκ μέρους των επισκεπτών – τουριστών. Το φυσικό τοπίο, η γεωμορφολογία της περιοχής, το γεωργικό τοπίο, η αρχιτεκτονική και πολιτισμική κληρονομιά και παράδοση, είναι στοιχεία του χώρου που μπορούν να ανταποκριθούν στη φαντασία των επισκεπτών – τουριστών και να τους προκαλέσουν να τον επισκεφτούν. Αυτό σημαίνει ότι εάν ένας τόπος δεν διαθέτει κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, το οποίο να είναι ικανό να κινήσει το ενδιαφέρον των επισκεπτών – τουριστών, δεν είναι δυνατό να αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός.

Ο άνθρωπος

Για να μπορέσει η τοπική κοινωνία και κυρίως οι αγρότες να αναλάβουν την υλοποίηση αγροτουριστικών δραστηριοτήτων, θα πρέπει να είναι σε θέση να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των επισκεπτών – τουριστών, οι οποίοι γνωρίζουν τι ακριβώς θέλουν και έχουν τα μέσα να επιλέξουν αυτό ακριβώς που επιθυμούν. Με άλλα λόγια θα πρέπει οι αγρότες να αναλάβουν και ένα δεύτερο ρόλο, σύμφωνα με τον οποίο θα προσφέρουν υπηρεσίες και προϊόντα υψηλής ποιότητας στους επισκέπτες – τουρίστες και παράλληλα θα πρέπει να τους πείθουν ότι τους προσφέρουν κάτι εξειδικευμένο που δεν μπορεί να τους προσφερθεί από άλλους.

Ωστόσο το μεγάλο πρόβλημα των αγροτικών περιοχών και κυρίως των ορεινών και μειονεκτικών, που διαθέτουν και τους πιο ενδιαφέροντες αγροτουριστικούς πόρους, είναι η γήρανση του πληθυσμού τους, με αποτέλεσμα την αδυναμία εκ μέρους τους να αναλάβουν καινοτόμες πρωτοβουλίες και καινούριους ρόλους που απαιτούνται από τον αγροτουρισμό, δεδομένου ότι εκλείπουν ή είναι πολύ λίγα τα νέα και δυναμικά άτομα.

Έτσι λοιπόν η προώθηση του αγροτουρισμού στις περιοχές αυτές στηρίζεται κυρίως στην αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού, ικανού να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του αγροτουρισμού και να αναλάβει την υλοποίηση αγροτουριστικών πρωτοβουλιών. Η εγκατάσταση νέων στη γεωργία μπορεί να είναι ουσιαστικής συμβολής στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού αλλά και στην ανάπτυξη της υπαίθρου γενικότερα.

Ο χαρακτήρας του αγροτουρισμού, σε συνδυασμό με τις δραστηριότητες που απαιτεί, τον καθιστά ιδιαίτερα προσιτό στο γυναικείο πληθυσμό της υπαίθρου, ο οποίος βλέπει σε αυτόν όχι μόνο μια νέα ευκαιρία απασχόλησης αλλά και τη δυνατότητα της αναγνώρισης και της βελτίωσης της θέσης του στην τοπική κοινωνία. Στην Ελλάδα μια έκφραση του ιδιαίτερου αυτού ενδιαφέροντος από την πλευρά των γυναικών είναι η σύσταση γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών.

Η βασική και συνεχής επιμόρφωση όσων θέλουν να ασχοληθούν ή ασχολούνται ήδη με τον αγροτουρισμό είναι ή βασική προϋπόθεση για τη δημιουργία, διοίκηση και εξέλιξη οποιασδήποτε αγροτουριστικής δραστηριότητας, είτε αυτή αναφέρεται στην προσφορά καταλύματος και εστίασης, είτε στην παρασκευή και διάθεση παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων.

Το προϊόν

Στον αγροτουρισμό το προϊόν είναι το λεγόμενο αγροτουριστικό προϊόν με το οποίο θα ασχοληθούμε εκτενώς παρακάτω.

Η τοπική κοινωνία, συνεπώς, και κυρίως οι αγρότες στην προσπάθεια τους να αντεπεξέλθουν στην νέα αυτή πρόκληση και στις απαιτήσεις που συνεπάγεται, θα πρέπει να ενστερνιστούν έναν καινούργιο ρόλο, βάση του οποίου θα προσφέρουν υπηρεσίες και προϊόντα υψηλής ποιότητας και τοπικού χαρακτήρα που να συνδέονται με την παράδοση, να διαφοροποιούνται από αυτά των άλλων επιχειρήσεων τουρισμού, ώστε να είναι ικανά να πείσουν τους τουρίστες για την αυθεντικότητά τους. Επιπλέον, άλλο ένα ουσιαστικό πρόβλημα που χρήζει άμεσης αντιμετώπισης, είναι και το φαινόμενο της γήρανσης του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές και κυρίως στις ορεινές και μειονεκτικές και που είναι ένας από τους κύριους ανασταλτικούς παράγοντες λήψης καινοτόμων πρωτοβουλιών που απαιτούνται για την υλοποίηση των αγροτουριστικών προγραμμάτων. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την αξιοποίηση του ικανού ανθρώπινου δυναμικού αυτών των περιοχών, την εγκατάσταση νέων στην γεωργία και τη συνεχή επιμόρφωση και κατάρτιση σε γενικότερα, αλλά και εξειδικευμένα θέματα όλων όσων προτίθενται να ασχοληθούν ή ασχολούνται ήδη με τον αγροτουρισμό, η οποία και αποτελεί βασική προϋπόθεση για την δημιουργία, διοίκηση και εξέλιξη οποιασδήποτε αγροτουριστικής δραστηριότητας.

3.5 Τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη του αγροτουρισμού

Τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη που προσφέρει ο αγροτουρισμός στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των αγροτικών περιοχών είναι τα εξής:

- ✚ Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και κατά συνέπεια συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Το πλεονέκτημα αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση. Η δημιουργία αυτών των θέσεων εργασίας είναι καθοριστική για τις ευαίσθητες, από άποψη εργασίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών.

- ⬇ Η δημιουργία υποδομών ήπιας κλίμακας, οι οποίες εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον και συμβάλουν στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων.
- ⬇ Η προώθηση των γεωργικών παραδοσιακών προϊόντων στην αγορά και η αύξηση των εσόδων των ατόμων που ασχολούνται με το γεωργικό τομέα.
- ⬇ Ο αγροτουρισμός αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της δυνατότητας συνδυασμού της περιφερειακής ανάπτυξης και της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι μια τουριστική δραστηριότητα που δεν δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους, αντίθετα συμβάλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- ⬇ Τέλος, ο αγροτουρισμός ως δραστηριότητα, αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού.

3.6 Το αγροτουριστικό προϊόν

Για το ευρύ κοινό, μέχρι πρόσφατα, οι δραστηριότητες που αναπτύσσονταν στο πλαίσιο του αγροτουρισμού περιοριζόνταν ως επί το πλείστον στην παροχή κάποιου καταλύματος, το οποίο απείχε κατά πολύ από το πρότυπο των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων των πολυσύχναστων τουριστικών ζωνών και ταυτίζονταν λίγο ή πολύ με το φθηνό τουρισμό.

Ωστόσο τα τελευταία χρόνια η κατάσταση αυτή έχει αλλάξει. Οι κάτοικοι των πόλεων στα πλαίσια της αναζήτησης της αυθεντικότητας και της επανασύνδεσης με τη φύση και τον αγροτικό πολιτισμό γενικότερα, όλο και περισσότερο μαζί με τη «φυγή» τους από τις πόλεις, επιθυμούν ποικιλία δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, ενώ παράλληλα επιθυμούν να γευτούν την τοπική κουζίνα και να γνωρίσουν τον τοπικό πολιτισμό.

Διαμορφώνεται λοιπόν σύμφωνα με τις νέες συντεταγμένες της τουριστικής ζήτησης και καθιερώνεται το λεγόμενο αγροτουριστικό προϊόν το οποίο ενσωματώνει και συμβολίζει την εικόνα της περιοχής, έτσι όπως αυτή καταγράφεται στο αγροτικό τοπίο, στους τρόπους ζωής και στον τοπικό πολιτισμό. Κατ'αυτή την έννοια, το αγροτουριστικό προϊόν πρέπει να είναι διαφοροποιημένο από τα αντίστοιχα άλλων περιοχών και να είναι χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου τόπου.

Το αγροτουριστικό προϊόν το διακρίνουμε στις υπηρεσίες και στα προϊόντα.

Αναφορικά με τις υπηρεσίες, σε ότι αφορά την φιλοξενία, θα πρέπει αυτή να γίνεται σε καταλύματα τα οποία αντανakλούν την τοπική αρχιτεκτονική και τον τοπικό πολιτισμό, με κύριο χαρακτηριστικό τη διατήρηση της προσωπικής σχέσης μεταξύ του φιλοξενούμενου και του οικοδεσπότη. Οι δραστηριότητες θα πρέπει να αξιοποιούν τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της περιοχής υποδομής. Αυτό που πρέπει να χαρακτηρίζει τον αγροτουρισμό είναι η φροντίδα, να δοθεί στον επισκέπτη η ευκαιρία για μια προσωποποιημένη επαφή, για ένταξη του στο φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον της κοινωνίας υποδοχής. Σε ότι αφορά τα προϊόντα, αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν είτε ως στοιχείο της παραδοσιακής κουζίνας που προσφέρεται επί τόπου στους τουρίστες, είτε ως προϊόν που θα αγοραστεί από τους τουρίστες. Για να μπορέσουν όμως τα παραδοσιακά αγροτικά προϊόντα να

προωθηθούν μέσω του αγροτουρισμού, θα πρέπει οι παραγωγοί να επιδιώξουν την εξασφάλιση της γνησιότητας και της ποιότητας των παραγόμενων στην περιοχή προϊόντων, καθώς και την διαφοροποίηση τους. Η γνησιότητα και η ποιότητα είναι αυτές που θα αποτελέσουν το συγκριτικό τους πλεονέκτημα και η διαφοροποίηση των προϊόντων θα προκαλέσει την αύξηση της ζήτησης. Με άλλα λόγια θα πρέπει να έχουν το χαρακτηριστικό της τοπικότητας.

Η τυπικότητα είναι το στοιχείο το οποίο διαφοροποιεί τον αγροτουρισμό από το μαζικό τουρισμό και στο οποίο θα πρέπει να στηρίζεται οποιαδήποτε προσπάθεια ανάπτυξης του.

Οι παράμετροι οι οποίες κατά κύριο λόγο συγκροτούν την τοπικότητα στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού είναι οι εξής:

1. Ανάδειξη μιας περιοχής ή ενός χωριού σε τουριστικό προορισμό περιφερειακής, εθνικής ή και διεθνούς εμβέλειας. Η διαδικασία αυτή συνοδεύεται από την ανάπτυξη των ανάλογων υποδομών και υπηρεσιών, των οποίων το κύριο χαρακτηριστικό είναι η ποιότητα.
2. Εξειδικευμένο προφίλ τουριστικής ανάπτυξης στηριζόμενο σε κάποιο σημαντικό τουριστικό πόρο, ή ομάδα τουριστικών πόρων, ο οποίος υπάρχει στην περιοχή.
3. Προβολή των ιδιαίτερων στοιχείων του τοπικού πολιτισμού, της ιστορίας, του περιβάλλοντος ή των παραδοσιακών προϊόντων ως διαφοροποιητικών χαρακτηριστικών της ανάπτυξης της περιοχής, σε σύγκριση με άλλες περιοχές. Σε αυτό το πλαίσιο η τοπικότητα αναδεικνύεται συχνά το βασικό στοιχείο του μάρκετινγκ και της διαφήμισης της περιοχής.
4. Αναβίωση και ανάλογη ανάδειξη και προβολή των στοιχείων ή προϊόντων της τοπικής παράδοσης και του πολιτισμού πχ βιοτεχνίες ή χειροτεχνικές πρακτικές, πολιτισμικές εκδηλώσεις ή δραστηριότητες, παραγωγή τοπικών παραδοσιακών προϊόντων κτλ.
5. Προϊόντα τα οποία παράγονται με τοπικούς παραδοσιακούς τρόπους. Η τοπικότητα αυτή μπορεί να είναι άτυπη, μπορεί όμως να είναι και πιστοποιημένη. Περιπτώσεις επίσημης διαφοροποίησης των προϊόντων ενός τύπου από τα αντίστοιχα άλλων τύπων αποτελούν τα Προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ), τα οποία παρουσιάζουν ορισμένα χαρακτηριστικά που οφείλονται είτε στο γεωγραφικό περιβάλλον (φυσικό και ανθρώπινο), είτε στον τρόπο παρασκευής τους.

Σύμφωνα λοιπόν με τα παραπάνω, έχει γίνει κατανοητό ότι ο αγροτουρισμός, πρώτα για να υφίσταται και μετά για να επιβληθεί ως ένα “ αυτοδύναμο τουριστικό προϊόν ” δεν πρέπει να αρκестεί μόνο στο ρόλο του παρέχοντας κατάλυμα και διατροφή αλλά θα πρέπει να αναπτύξει ένα ευρύ και ολοκληρωμένο φάσμα τουριστικών υπηρεσιών για την καλύτερη ικανοποίηση και εξυπηρέτηση των αναγκών και των προσδοκιών των τουριστών που επέλεξαν να περάσουν τις διακοπές τους στην ύπαιθρο και στον αγροτικό χώρο.

Ο αγροτουρισμός είναι έννοια που συνδυάζεται μόνο με δραστηριότητες ήπιας μορφής εκμετάλλευσης στο πλαίσιο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αποσκοπεί στην αξιοποίηση των φυσικών και των πολιτισμικών πόρων των περιοχών

υποδομής επισκεπτών – τουριστών, και έχει ως κύριο χαρακτηριστικό του τη δημιουργία, διατήρηση και εμπάθυνση της προσωπικής σχέσης ανάμεσα στους φιλοξενούμενους και τους οικοδεσπότες και την ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών στα τοπικά πολιτιστικά δρώμενα, γεγονός που σημαίνει πως οι επισκέπτες – τουρίστες:

- ❖ Αναζητούν την τοπική αρχιτεκτονική και οικιστική κληρονομιά. Ενημερώνονται για τα τοπικά ιστορικά γεγονότα του πρόσφατου παρελθόντος. Ξεναγούνται και συμμετέχουν στις θρησκευτικές τελετές.
- ❖ Συμμετέχουν στις τοπικές γιορτές και στα πανηγύρια.
- ❖ Προωθούν τις φυσιολατρικές δραστηριότητες αναψυχής.
- ❖ Αναπτύσσουν αθλητικές δραστηριότητες και συμμετέχουν σε αυτές.
- ❖ Ασχολούνται με την παρασκευή παραδοσιακών τοπικών τροφίμων (τραχανάδες, γιαούρτια, πίτες, αρτοπαρασκευάσματα κτλ)
- ❖ Ανακαλύπτουν και αναδεικνύουν τη γοητεία και την αξία των χειροτεχνημάτων και εργόχειρων (υφαντά, κεντήματα, ξυλόγλυπτα, κατασκευή οικιακών σκευών κτλ)
- ❖ Ενημερώνονται σχετικά με τις αγροτικές εργασίες και παρακολουθούν τον τρόπο άσκησης αυτών (σπορά, συγκομιδή, τρύγος κτλ)
- ❖ Διερευνούν τις ιδιαιτερότητες των κλειστών κοινωνιών του αγροτικού χώρου και ιδίως εκείνες των ορεινών κοινοτήτων.

Επομένως, η προσέλκυση τουριστών στον αγροτικό χώρο και στην ύπαιθρο μπορεί να γίνει με καινοτόμες δράσεις οι οποίες συμβάλουν στην οικονομική ανάπτυξη, στην ανάδειξη των πολιτιστικών και των περιβαλλοντικών στοιχείων μιας περιοχής αλλά και στην κοινωνική ένταξη στο χώρο της επαρχίας των ανθρώπων των πόλεων που θα επιθυμούσαν κάτι τέτοιο, μέσα από δράσεις όπως για παράδειγμα:

- ❖ Η εφαρμογή νέων τεχνολογιών επικοινωνίας και πληροφόρησης.
- ❖ Η παροχή βασικών υπηρεσιών αστικού χαρακτήρα πολλαπλής χρησιμότητας.
- ❖ Ο σχεδιασμός και η εμπορία νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
- ❖ Η ανάληψη πρωτοβουλιών για ευαισθητοποίηση του αγροτικού πληθυσμού, για να μπορεί να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες προκλήσεις.
- ❖ Η ενίσχυση της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας και η αναβίωση των τοπικών πολιτιστικών δρώμενων κά.

Η μετάβαση επισκεπτών – τουριστών στον αγροτικό χώρο φαίνεται πως δεν είναι μια εύκολη υπόθεση και συνάγεται ότι πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στο παρεχόμενο τουριστικό προϊόν, εάν και εφόσον οι αγροτικές κοινωνίες αποσκοπούν στο να αποκτήσουν συμπληρωματικά εισοδήματα για να διασφαλίσουν αξιοπρεπή βίο στον τόπο καταγωγής και μόνιμης διαμονής τους.

3.7 Το προφίλ του αγροτουρίστα

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; Οι αγροτουρίστες αναζητούν ξεκούραση, χαλάρωση σε ένα ήρεμο περιβάλλον, σε μια προσπάθεια να αποκοπούν προσωρινά από την αστική τους καθημερινότητα. Επιζητούν των επαφή με τη 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 σπίτια, τα παραδοσιακά εδέσματα, να γίνουν κοινωνικοί σε μια ζωή που έχει να τους πει πολλά για το κοντινό παρελθόν τους. Οι τουρίστες αυτοί θεωρούνται πολύταξιδεμένοι και έμπειροι. Είναι άτομα που έχουν ήδη γευθεί τους τουριστικούς προορισμούς με τη 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 κτλ περιεχομένου.

Από τα σπουδαιότερα όμως χαρακτηριστικά που διακρίνουν τα άτομα που επιλέγουν τον αγροτουρισμό είναι το υψηλό οικονομικό αλλά και μορφωτικό τους επίπεδο. Τα άτομα αυτά θεωρούνται ότι έχουν αυξημένη οικολογική συνείδηση, πολυπόικιλα 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.

3.8 Ο αγροτουρισμός ως εργαλείο αειφόρου ανάπτυξης και ο ρόλος του στην προστασία του περιβάλλοντος

Οι διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, μεταξύ των οποίων και ο αγροτουρισμός, προέκυψαν από μια διπλή αναγκαιότητα. Είναι αποτέλεσμα τόσο της πολιτικής που ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση για την ανάπτυξη της υπαίθρου και της ανάγκης των αγροτών για ενίσχυση των αγροτικών εισοδημάτων, όσο και της εγκατάλειψης του υπάρχοντος μοντέλου του μαζικού τουρισμού από ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών οι οποίοι πλέον στρέφονται προς την ποιότητα, αλλά και από τους ανθρώπους των πόλεων που επιθυμούν να βρεθούν κοντά στη φύση και να απολαύσουν τη γαλήνη, την ησυχία και τον διαφορετικό τρόπο ζωής που τους προσφέρει η υπαίθρος (www.minagric.gr/greek/3.1.2.html).

Με οποιαδήποτε μορφή, όμως, και αν εμφανίζεται, πρόκειται για τον τουρισμό 'ενός τόπου', με την έννοια ότι ξεκινά από την ιδιωτική πρωτοβουλία, ότι η διαχείριση του ανήκει στους τοπικούς φορείς, ότι οι επιπτώσεις του περιορίζονται σε τοπική κλίμακα, ότι σημαδεύεται από το τοπικό τοπίο και τέλος ότι στοχεύει στην

αξιοποίηση της τοπικής παράδοσης και του πολιτισμού. Επιπλέον, ο αγροτουρισμός έχει την ιδιομορφία να συνδέει άμεσα και ενεργά την τουριστική δραστηριότητα με την γεωργική εκμετάλλευση, τα προϊόντα της και την αγροτική κληρονομιά και να ενσωματώνει το φυσικό περιβάλλον (τον τοπίο), το πολιτιστικό περιβάλλον (την τοπική κοινότητα υποδοχής) και τον τουρίστα σε μια δομή που ενισχύει και προωθεί την αγροτική ανάπτυξη και είναι συμβατή με την έννοια της αειφορίας. Συμβάλει, δηλαδή, στην οικονομική ενεργοποίηση των αγροτικών ζωνών χωρίς να ανταγωνίζεται τους φυσικούς ή τους ανθρώπινους πόρους και είναι συμβατός με τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, επιτρέποντας τόσο στους αγρότες, όσο και στους τουρίστες να απολαύσουν τις θετικές αλληλεπιδράσεις και τις κοινές εμπειρίες τους (Ανθοπούλου κ.ά., 1998, σ. 3).

Ωστόσο, ο αγροτουρισμός δεν αποτελεί πανάκεια, ούτε παρέχει την οριστική λύση στα προβλήματα της οικονομικής και κοινωνικής περιθωριοποίησης των περισσότερων αγροτικών περιοχών και ιδιαίτερα των ορεινών και μειονεκτικών. Ο τουρισμός πρέπει να προωθηθεί ως μια δραστηριότητα που εξισορροπείται με τις άλλες σε ένα ολοκληρωμένο πρότυπο αγροτικής ανάπτυξης (Φάκελοι LEADER, 1994, σ. 14), όπου η συνολική προσπάθεια θα έχει ως κατεύθυνση τη συνένωση των τοπικών αρχών, φορέων και οργανισμών γύρω από μια συζήτηση σχετική με τις προοπτικές του τουρισμού, με απώτερο σκοπό τόσο τις ποσοτικές (υποδομές, φέρουσα ικανότητα κλπ.), όσο και τις ποιοτικές συνιστώσες (ποιότητα υπηρεσιών, αξιοποίηση τοπικών προϊόντων, τυποποίηση, ανάπτυξη διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων πέραν της φιλοξενίας και εστίασης κλπ.) του ζητήματος. Μόνο μέσα από έναν συνολικό σχεδιασμό σε επίπεδο περιοχής, με την κινητοποίηση των υπάρχοντων αγροτουριστικών και των τοπικών πόρων (ανθρώπινων, φυσικών, χρηματικών) και σε συνδυασμό με τη διάθρωση μιας ποικίλης προσφοράς, την οργάνωση της παραγωγής και την προετοιμασία των οικοδοδεσποτών, αλλά και των φιλοξενούμενων μπορεί να τεθεί σε λειτουργία ένας μηχανισμός ενδογενούς ανάπτυξης και να εξασφαλιστεί η επιτυχία της εφαρμογής του αειφόρου αγροτουρισμού (Ιακωβίδου, 1999, σ. 8).

Τέλος, μία ακόμη σημαντική ιδιότητα των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων είναι ο συνδυασμός των αγροτικών συμφερόντων και της προστασίας του περιβάλλοντος σε μια ολοκληρωμένη διαχείριση της περιφέρειας στην οποία οι αγρότες διαδραματίζουν και εξακολουθούν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Ο καταναλωτής του αγροτουρισμού ελκύεται από τη ποικιλία των γεωργικών και αγροτικών τοπίων, την πανίδα και την χλωρίδα, με αποτέλεσμα να καθιστά την διατήρηση τους απαραίτητη προϋπόθεση του τουριστικού θέληγτρου των αγροτικών περιοχών. Συχνά, όμως, συνεπάγεται για τον αγρότη, γεωργική πρακτική που κοστίζει περισσότερο ή είναι λιγότερο επικερδής, γι' αυτό και ο αγροτουρισμός μπορεί να αποτελέσει για αυτόν ένα τρόπο ανταμοιβής για τις επενδύσεις που πραγματοποιεί υπέρ της διαχείρισης του περιβάλλοντος, προς όφελος της τοπικής κοινότητας (Φάκελοι LEADER, 1994, σ. 15).

3.9 Ο ρόλος της γυναίκας αγρότισσας

Οι λειτουργίες του αγροτουρισμού (π.χ. συμπλήρωση του αγροτικού εισοδήματος), σε συνδυασμό με τις δραστηριότητες που εμπεριέχει τον καθιστούν ιδιαίτερα προσιτό στον γυναικείο αγροτικό πληθυσμό, ο οποίος βλέπει σ' αυτόν μια νέα ευκαιρία απασχόλησης, αλλά και την δυνατότητα της αναγνώρισης και της

βελτίωσης της θέσης του στην τοπική κοινωνία. Ο ειδικός ρόλος που μπορεί να παίξει ο αγροτουρισμός για τις γυναίκες αγρότισσες συνδέεται με την κατώτερη κοινωνική θέση που κατέχουν στις αγροτικές περιοχές της σύγχρονης Ελλάδας, μια πραγματικότητα που έχει, εξάλλου, τεκμηριωθεί μέσα από σχετικές έρευνες, στις οποίες περιγράφεται η ανισότητα στον καταμερισμό της εργασίας, στον τρόπο οργάνωσης της ζωής και στην κατανομή των οικογενειακών ρόλων, σε βάρος πάντα των αγροτισσών. Η προσπάθεια της αλλαγής της θέσης των ελληνίδων αγροτισσών καθώς και η αναγνώριση του ρόλου που διαδραματίζουν στην ελληνική κοινωνία, σχετίσθηκε με την ενασχόληση τους με εξωγεωργικές δραστηριότητες, οι οποίες μορφοποιούνται είτε με την συμμετοχή τους σε γυναικείους συνεταιρισμούς, είτε με ατομικές επιχειρήσεις. Μεταξύ των εξωγεωργικών αυτών απασχολήσεων κυρίαρχη θέση καταλαμβάνουν οι αγρο(το)τουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες εμφανίζονται πιο ολοκληρωμένες και καλύτερα διαρθρωμένες όταν αυτές οργανώνονται και διαχειρίζονται με το γυναικείο μεράκι (Ιακωβίδου, Βαλαβανίδου, 1997, σ. 7-8).

Η πρωτοβουλία της ίδρυσης των γυναικείων αγρο(το)τουριστικών συνεταιρισμών ανήκει στη Γενική Γραμματεία Ισότητας του Υπουργείου Προεδρίας. Ο βασικός στόχος της ήταν η προώθηση της ισότητας μεταξύ των δύο φύλων και η αναγνώριση του οικονομικού ρόλου της γυναίκας αγρότισσας. Σύμφωνα με την Γενική Γραμματεία Ισότητας, ο αγροτουρισμός θα πρέπει να εξασφαλίζει στις γυναίκες αγρότισσες τα εξής (Ιακωνίδου, 1997, σ. 44):

- ανεξάρτητο εισόδημα,
- προώθηση του κοινωνικού και οικονομικού τους ρόλου στην ύπαιθρο,
- λήψη πρωτοβουλιών,
- κοινωνική ένταξη,
- δημιουργία δραστηριοτήτων και εργασιών στην ύπαιθρο.

Οι οικονομικές και κοινωνικές συγκυρίες έχουν καταστήσει τη γυναίκα του χωριού, άτομο πολυδραστήριο, που επιτυγχάνει συνδυασμό ενασχολήσεων για να συμβάλει στο εισόδημα του συζύγου, ενώ παράλληλα έχει και την φροντίδα του νοικοκυριού και των παιδιών. Επιπλέον, η παραδοσιακή σχέση των γυναικών με την χειροτεχνία (υφαντά, κεντήματα, στολές κλπ.) και την παρασκευή γλυκισμάτων και παραδοσιακών φαγητών και η αποκλειστική τους ευθύνη για την οικιακή οικονομία, τις καθιστά ιδιαίτερα κατάλληλες να οργανώσουν με τον πλέον αποτελεσματικό τρόπο τις πολυδιάστατες αγροτουριστικές δραστηριότητες (Παλακωνσταντινίδης, 1993, σ. 105-6).

Εξάλλου, η εμπορευματοποίηση, είναι απαραίτητη για την προσαρμογή και την επιβίωση αυτών των δραστηριοτήτων στις σημερινές συνθήκες. Αυτή η εμπορευματοποίηση θα πρέπει, ωστόσο να οργανωθεί κατάλληλα, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η διατήρηση της αυθεντικότητας και της ιδιαιτερότητας τους, χαρακτηριστικά στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου. Η συνειδητοποίηση της αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς από τις ίδιες τις αγρότισσες φαίνεται να είναι ουσιαστική προϋπόθεση για την προώθηση μιας τέτοιας οργάνωσης. Η ευαισθητοποίηση αυτή θα καθορίσει την τύχη του κληρονομημένου πολιτιστικού κεφαλαίου, αλλά και τη δυναμική μιας ανανεωμένης και πολυδιάστατης γυναικείας παρουσίας στον αγροτικό χώρο (Ιακωβίδου, Βαλαβανίδου, 1997, σ.9).

4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

4.1 Στόχοι

Ο τουρισμός προσφέρει ποικίλα τουριστικά και ταξιδιωτικά προϊόντα με μια σειρά επιχειρήσεων διαφορετικής ιδιοκτησιακής μορφής, με μικρές ατομικές επιχειρήσεις, με μεγάλες εθνικές ή πολυεθνικές επιχειρήσεις και με κρατικούς ή ημικρατικούς οργανισμούς. Οι περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις λειτουργούν με τον κλασικό μακροπρόθεσμο στόχο της μεγιστοποίησης των κερδών, παρόλο που ο στόχος αυτός, για διάφορους λόγους, μπορεί να υπαχθεί και σε άλλες βραχυπρόθεσμες ή επαναλαμβανόμενες ανάγκες που έχουν περισσότερους από έναν στόχους, αν και όλοι οι στόχοι ουσιαστικά εξυπηρετούν αποκλειστικά τον πρωταρχικό στόχο, που είναι η μεγιστοποίηση των κερδών.

Υπό αυτή την έννοια θα λέγαμε ότι οι στόχοι μιας τουριστικής επιχείρησης είναι:

- Η μεγιστοποίηση των κερδών.
- Η μεγιστοποίηση των εσόδων από πωλήσεις.
- Η μεγιστοποίηση της παραγωγής.
- Η επίτευξη ενός επαρκούς επιπέδου κερδών που να διασφαλίζει ένα ικανοποιητικό επίπεδο διαβίωσης.

Τηρουμένων των αναλογιών, οι παραπάνω στόχοι τίθενται στη βάση μιας άλλης φιλοσοφίας και από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις αλλά μόνο που αυτές εντάσσονται σε ένα πολύ διαφορετικό πλαίσιο λειτουργίας, αφού:

- ❖ Ασκούνται από ανδρόγυνα που διευθύνουν ένα μικρό ξενοδοχείο ή που διαθέτουν ενοικιαζόμενα δωμάτια ή ένα ξενώνα, ή ένα εστιατόριο κλπ, σε οικισμό του αγροτικού χώρου, με κύριο σκοπό την προσαύξηση του αγροτικού εισοδήματός τους αλλά και για το λόγο ότι με αυτή τους την ενασχόληση τους αρέσει να γνωρίζουν κόσμο.
- ❖ Ασκούνται από μεμονωμένα άτομα που θέλουν να απολαμβάνουν ως φυσιολάτρες και περιπατητές τις διαδρομές στα δάση, στα μονοπάτια, στις κορυφές των βουνών κ.ο.κ αλλά και γιατί με αυτό τον τρόπο τους αρέσει να γνωρίζουν κόσμο.
- ❖ Τέλος, ασκούνται από ομάδες αγροτών, συνεταιρισμένων ή μη, που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες και αγαθά για να προσαυξάνουν τα αγροτικά εισοδήματά τους αλλά και πάνω από όλα γιατί θεωρούν πως αυτού του είδους οι δραστηριότητες δίνουν ικανοποίηση και ψυχική γαλήνη.

4.2 Διαμονή - ξενώνες - καταλύματα

Οι παρεχόμενοι χώροι διαμονής των τουριστών, στο πλαίσιο του αγροτουρισμού, ποικίλουν από οικισμό σε οικισμό και από τη μία γεωγραφική ενότητα στην άλλη, όμως οι επιχειρήσεις που προσφέρουν τέτοιους χώρους, (μικρά ξενοδοχεία, ξενώνες, δωμάτια, καταλύματα κτλ) δεν πρέπει να αγνοούν ότι πρέπει να τηρούνται οι εξής βασικές προϋποθέσεις:

- Οι χώροι διαμονής (σπίτια, κτήρια, θέσεις για οχήματα κτλ) πρέπει να ανταγωνίζονται την φιλοξενία που παρέχουν οι φίλοι και οι συγγενείς.
- Οι παρεχόμενες υπηρεσίες στους χώρους διαμονής (φροντίδα για τους χώρους ύπνου ή για την τροφή, τα ποτά κτλ) πρέπει να είναι υψηλού επιπέδου, για να διασφαλίζουν έτσι μια τουλάχιστον εκ νέου μελλοντική επίσκεψη των ίδιων τουριστών στην περιοχή.
- Οι χώροι διαμονής πρέπει να είναι διακοσμημένοι ποιοτικά, με υψηλό γούστο, χωρίς να ξεφεύγουν από την τοπική παραδοσιακή αισθητική και να διαθέτουν παράλληλα όλο το σύγχρονο εξοπλισμό για την άνετη φιλοξενία και διαβίωση των επισκεπτών.

Η αναπαλαίωση παραδοσιακών κτισμάτων και οικημάτων μέσα στους αγροτικούς οικισμούς και η μετατροπή τους σε ξενώνες φιλοξενίας, καθώς και η κατασκευή νέων αγροτουριστικών καταλυμάτων, πρέπει να κινούνται με ένα πνεύμα σεβασμού της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής του τόπου και της χρήσης των αυθεντικών δομικών υλικών ή αν δεν υπάρχουν τέτοια υλικά, θα πρέπει τα νέα δομικά υλικά να είναι συμβατά με τα παλαιά ώστε οι ξενώνες και τα καταλύματα να μπορούν να ανταποκρίνονται πλήρως στο τοπικό χρώμα και στην τοπική κλίμακα μεγεθών.

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις που ως γνωστόν δημιουργούν σημαντική προστιθέμενη αξία στην τοπική κοινωνία, πρέπει και αυτές να παρέχουν συνεχώς υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, με εδέσματα άριστης ποιότητας, βασισμένα σε τοπικές συνταγές και σε τοπικά προϊόντα που προσφέρονται σε εξειδικευμένους χώρους (εστιατόρια, ταβέρνες, ζαχαροπλαστεία, καφενεία κτλ) αλλά πάντοτε σε συνδυασμό με τους χώρους παροχής καταλύματος.

Οι εσωτερικοί χώροι των καταλυμάτων, τόσο ως προς τα δομικά όσο και ως προς τα μη δομικά στοιχεία τους, πρέπει να είναι φτιαγμένοι με ποιοτικά υλικά, αυθεντικά και ανθεκτικά, εναρμονισμένα προς το αρχιτεκτονικό ύφος της περιοχής και πάντοτε φιλικά προς το περιβάλλον, ώστε να συμβάλλουν στην αισθητική αναβάθμιση τους και στην όλη προσεγμένη διακόσμηση τους, που πρέπει να είναι ταιριαστή και με την διακόσμηση των ευρύτερων εξωτερικών χώρων του οικήματος, πχ αυλές, παρτέρια, κήπο κτλ.

4.3 Εστίαση - εστιατόρια - ταβέρνες

Οι παρεχόμενοι χώροι εστίασης , τα εστιατόρια και οι ταβέρνες, είναι αίθουσες στις οποίες εισέρχονται ελεύθερα οι άνθρωποι, χωρίς κανένα περιορισμό, για να σιτιστούν αλλά πάντοτε σύμφωνα με ορισμένους υγειονομικούς και αγορανομικούς όρους και κανόνες που πρέπει να τηρούνται.

Το εστιατόριο ή η ταβέρνα, ως επιχειρηματική μονάδα, μπορεί να είναι οικονομικά αυτοτελής και αυτόνομη ή να αποτελεί κλάδο και εκμετάλλευση μιας ευρύτερης αγροτουριστικής επιχείρησης και έχει ως κύριο σκοπό την παραγωγή και την προσφορά ποικίλων αγαθών που αποβλέπουν στην καλύτερη κάλυψη των ανθρωπίνων αναγκών εστίασης.

Η αγροτουριστική επιχείρηση εστίασης είναι συνήθως οικογενειακής μορφής, με τοπική παραδοσιακή κουζίνα και λειτουργεί κυρίως υπό τις εξής μορφές:

- Ως εστιατόριο, για παροχή βραστών ή ψητών κρεάτων και λοιπών ζεστών φαγητών.
- Ως εστιατόριο μπαρ, για παροχή κρύων φαγητών, καφέδων, ποτών, αναψυκτικών.
- Ως εστιατόριο περιηγητών αγροτουρισμού, για ταχεία παροχή μαγειρευμένων φαγητών, ποτών, αναψυκτικών κτλ. σε μαζικές επισκέψεις τουριστών.

Οι δύο πρώτες μορφές αγροτουριστικής επιχείρησης εστίασης έχουν μικρή δύναμη απασχολούμενου δυναμικού (δύο με τρεις, έως και τέσσερις άνθρωποι) και εξυπηρετούν τους πελάτες είτε μεμονωμένα ως άτομα είτε ομαδικά, το μεν πρώτο κατά τις ώρες των κανονικών γευμάτων, το δε δεύτερο κατά τις ώρες κλεισίματος του κανονικού εστιατορίου, αφού και οι δύο μορφές συνδέονται άμεσα με την επιχείρηση διαμονής. Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις εστίασης της τρίτης μορφής απασχολούν περισσότερους από τρεις ανθρώπους και αντί κανονικών τραπεζιών και καρεκλών διαθέτουν μεγάλα ξύλινα τραπέζια μεγάλης χωρητικότητας και μεγάλους πάγκους ώστε έτσι να εξυπηρετούν συντομότερα και καλύτερα τις ομάδες των περιηγητών, τουριστών.

Σε ότι αφορά στον εξοπλισμό των αγροτουριστικών εστιατορίων και ταβερνών, δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στο είδος και στην ποιότητα των υλικών αυτού του εξοπλισμού, ώστε να δημιουργούνται οι καλύτερες των προϋποθέσεων που οι επισκέπτες επιθυμούν και που η νομοθεσία επιβάλλει. Έτσι λοιπόν οι χώροι εστίασης πρέπει να διαθέτουν:

- ❖ Ξύλινα έπιπλα, τόσο για τη στερεότητα όσο και για την εναρμόνιση προς το φυσικό περιβάλλον, όπως πχ τραπέζια, καθίσματα, σκευοθήκες, κινούμενα τραπέζια κτλ.
- ❖ Σκεύη από πορσελάνη, τόσο για τη στερεότητα όσο και για την στιλπνότητα και ανθεκτικότητα στη χρήση, όπως πχ πιάτα, φλιτζάνια, πιατέλες, σουπιέρες, σαλατιέρες, σταχτοδοχεία κτλ.
- ❖ Σκεύη από κρύσταλλο, όπως πχ ποτήρια, καράφες, φιαλίδια λαδιού και ξυδιού, διάφορα είδη πυρέξ, ταψάκια κτλ.
- ❖ Σερβίτσια μεταλλικά ανοξείδωτα, όπως πχ μαχαίρια, πιρούνια, κουτάλια, κουταλάκια, τσαγιέρες, μπολ παγωτού κτλ.
- ❖ Ιματισμό βαμβακερό ή από λινό ύφασμα, όπως πχ τραπεζομάντιλα καλύμματα, πετσέτες φαγητού, δισκόπανα, ξεσκονόπανα κτλ.

Από τα πράγματα των εστιατορίων που οι πελάτες προσέχουν ιδιαίτερα και που είναι καθοριστικά στην προσέλκυση πελατών – τουριστών, ως σημαντικότερα θεωρούνται τα ακόλουθα:

- ❖ Η οργάνωση καθαριότητας και προετοιμασίας της τραπεζαρίας
- ❖ Η οργάνωση της πρωινής καθαριότητας του χώρου εστίασης
- ❖ Η τεχνική του στρωσίματος και του ξεστρωσίματος των τραπεζιών
- ❖ Η διαδικασία προσκόμισης και τοποθέτησης των επιτραπέζιων σκευών
- ❖ Η διαδικασία σερβιρίσματος του φαγητού και των ποτών στους πελάτες
- ❖ Η διαδικασία προσκόμισης του λογαριασμού στους πελάτες.

Σύμφωνα λοιπόν με τα παραπάνω, το αγροτουριστικό εστιατόριο, σαν κάθε επιχείρηση, κινείται σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο πλαίσιο έντονου ανταγωνισμού και αντιμετωπίζει προβλήματα επενδύσεων, ανεφοδιασμού, χρηματοπιστωτικών

διευκολύνσεων προς την τουριστική πελατεία κ.ο.κ., γι' αυτό και η βιωσιμότητα του εξαρτάται από την ορθολογική οργάνωση και διαχείριση και από την προσπάθεια μείωσης του κόστους παραγωγής και αύξησης της παραγωγικότητας, από τη προσπάθεια μεγιστοποίησης του συνολικού αποτελέσματος.

4.4 Επιτυχής λειτουργία του αγροτουριστικού εστιατορίου

Το αγροτουριστικό εστιατόριο προσφέρει στους πελάτες επισκέπτες διάφορα προϊόντα της περιοχής και τοπικά παραδοσιακά παρασκευάσματα, που καλύπτουν με τον πιο άριστο τρόπο τις διατροφικές τους ανάγκες. Όλο το προσωπικό του εστιατορίου πρέπει να εργάζεται προς αυτή την κατεύθυνση για να μπορέσει να επιτύχει το στόχο του, οι δε απασχολούμενοι στον συγκεκριμένο κλάδο πρέπει να είναι : ευγενικοί, καθαροί, επιδέξιοι, ταχύτατοι, συνεννοήσιμοι, με καλή μνήμη, άριστοι γνώστες των φαγητών και των κρασιών, καλοί γνώστες μιας τουλάχιστον των μεγάλων ευρωπαϊκών γλωσσών και κυρίως της αγγλικής.

Η επιτυχία αυτών των δύο βασικών αγροτουριστικών επιχειρήσεων, διαμονής και εστίασης, στηρίζεται κατά κύριο λόγο στην άριστη ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους επισκέπτες – τουρίστες, και με τον όρο *ποιότητα* εννοείται ότι επιτυγχάνεται ένας υψηλός βαθμός ικανοποίησης του πελάτη τόσο από τα παρεχόμενα σε αυτόν προϊόντα όσο και από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, από τις συγκεκριμένες επιχειρήσεις. Όμως, για να επιτευχθεί άριστη ποιότητα στα παρεχόμενα προϊόντα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να μεριμνήσουν ώστε να διασφαλισθεί και να υπάρξει:

- Η επαγγελματική ευσυνειδησία του εργαζόμενου προσωπικού
- Η επιμελής καθαριότητα και η τήρηση των κανόνων υγιεινής
- Η δόμηση και η λειτουργία των επιχειρήσεων σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις
- Η ύπαρξη των βασικών υποδομών
- Η διασφάλιση των ασφαλών μεταφορικών μέσων
- Η συνύπαρξη των μονάδων διαμονής και εστίασης στον ίδιο χώρο ή στον ίδιο τόπο.

Η ποιότητα των υπηρεσιών αποτελεί σημαντικό στοιχείο του αγροτουρισμού και πρέπει αυτές οι υπηρεσίες να αναπροσαρμόζονται στις ανάγκες και στις προσδοκίες των πελατών. Εξάλλου η ποιότητα είναι αυτή που πρέπει να αναδεικνύεται σε όλες τις μορφές του ήπιου τουρισμού, αφού πρωταρχικό μέλημα τους είναι να αναδεικνύουν και να αξιοποιούν τους φυσικούς πόρους, δηλαδή το φυσικό περιβάλλον, αλλά και τους πολιτιστικούς θησαυρούς, τα ήθη, τα έθιμα και τις τοπικές παραδόσεις των ανθρώπων της υπαίθρου.

Με τον αγροτουρισμό οι τοπικές αγροτικές κοινωνίες μορφοποιούν και ένα πλαίσιο αυτοπροστασίας τους και αποβάλλουν τους φόβους για τυχόν μαζική τουριστική εισβολή, γιατί έχουν πια οι ίδιοι τη δυνατότητα να αναδείξουν και να βελτιώσουν την πατροπαράδοτη παραδοσιακή φιλοξενία και ευγένεια. Δεν πρέπει να αγνοηθεί το γεγονός ότι στο αίσθημα της φιλοξενίας και στη φυσική ευγένεια των ανθρώπων της υπαίθρου στήριξε τα πρώτα βήματα του ο ελληνικός τουρισμός στις δεκαετίες του 1950 και 1960, για να μετατραπεί στην πορεία σε τουριστική βιομηχανία.

Ξανάρθε λοιπόν ο καιρός, αυτό το αίσθημα φιλοξενίας του λαού μας να συμβάλει στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού, ο οποίος όμως διαφοροποιείται ριζικά από το μαζικό τουρισμό, και πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα μην τυχόν και στο δικό του πλαίσιο παραχθούν κακής ποιότητας υπηρεσίες είτε από άγνοια είτε από μίμηση προς τις υπηρεσίες του φτηνού μαζικού τουρισμού για μεγάλα κέρδη και εύκολο πλουτισμό και είτε από άλλες αντικειμενικές αιτίες όπως είναι οι εξής:

- Η ελλιπής επαγγελματική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού.
- Η μη υιοθέτηση ενιαίας τουριστικής πολιτικής για την ανάπτυξη των ορεινών μειονεκτικών περιοχών από τους εμπλεκόμενους φορείς πχ Υπουργεία Αγροτικής Ανάπτυξης και Τουριστικής Ανάπτυξης και ΠΕΧΩΔΕ, ΕΟΤ κα.
- Η μη τήρηση των νόμιμων προδιαγραφών κατά τη μετατροπή υφιστάμενων παραδοσιακών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα.
- Η έλλειψη βασικών έργων υποδομής εξαιτίας του κακού συντονισμού των εμπλεκόμενων φορέων που πολλές φορές γίνεται αιτία μη απορρόφησης και απώλειας διαθέσιμων κοινοτικών κονδυλίων.
- Η αποθάρρυνση νέων και ικανών ανθρώπων να ιδρύσουν αγροτουριστικές επιχειρήσεις λόγω γραφειοκρατικών διαδικασιών και άνομων συμφερόντων και συναλλαγών.

Η καλή ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών δυναμώνει τον αγροτουρισμό και τον ανεβάζει σε κοινωνικό θεσμό που επιδιώκει την ήπια ανάπτυξη της *άγνωστης Ελλάδας* της περιφέρειας και του αγροτικού κόσμου, παρέχοντας εκτός από τη διαμονή και την εστίαση και άλλες θεματικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο πολιτισμικός, ο συνεδριακός, ο αθλητικός, ο τουρισμός υγείας, ο οικοτουρισμός κα. οι οποίοι καλύπτουν απαιτήσεις και ανάγκες των ανθρώπων οι οποίοι διαθέτουν:

- Υψηλό επίπεδο εισοδήματος
- Υψηλό επίπεδο μόρφωσης
- Υψηλό επίπεδο περιβαλλοντικής συνείδησης
- Έντονη διάθεση για γνωριμία με τα τοπικά πολιτιστικά στοιχεία
- Έντονη διάθεση για επαφή και επικοινωνία με τους ανθρώπους των τοπικών κοινωνιών.

Χωρίς αμφιβολία, η ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού μπορεί να παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία του αγροτουρισμού, γι' αυτό και τους ανθρώπους – εκφραστές αυτής της νέας φιλοσοφίας ήπιας ανάπτυξης του αγροτικού χώρου πρέπει να τους διακρίνει και να τους διακατέχει ο σεβασμός στον άνθρωπο και στο περιβάλλον, η φιλία, η ευγένεια, η τιμιότητα, ο αυθορμητισμός, η ειλικρίνεια, η καθαριότητα, η καλαισθησία, η πειθαρχία, η διακριτικότητα, η διάθεση για εξυπηρέτηση κα. που είναι σημαντικά στοιχεία του ανθρώπινου χαρακτήρα και τα οποία φαίνεται να έχασαν σε μεγάλο ποσοστό οι άνθρωποι των πόλεων.

5. ΑΛΛΟΥ ΕΙΔΟΥΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Για να επιτύχει μια προσπάθεια τουριστικής ανάπτυξης της υπαίθρου, θα πρέπει να ενταχθεί σε μια γενικότερη τουριστική πολιτική με την οποία θα παρέχεται αναβαθμισμένο και διαφοροποιημένο το τουριστικό προϊόν, όπως συμβαίνει με τον αγροτουρισμό, ο οποίος ασφαλώς δεν μπορεί να αρκестεί μόνο σε παροχή υπηρεσιών

διαμονής και εστίασης αλλά οφείλει να περιλάβει και άλλου είδους δράσεις και να αναπτύξει δραστηριότητες που απαιτούν εγκαταστάσεις και υποδομές όπως:

- κέντρα αναψυχής
- μικρές εγκαταστάσεις πολιτιστικών χρήσεων
- μικρές εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, πχ εκθεσιακοί χώροι, χώροι άθλησης κτλ
- εργαστήρια μεταποίησης τοπικώς αγροτικών προϊόντων
- πρατήρια πώλησης τοπικών προϊόντων
- γραφείο πληροφοριών και σχετικών κρατήσεων κα.

Τα οικήματα για την ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων και επιχειρήσεων πρέπει να αναζητηθούν στα υφιστάμενα παραδοσιακά κτίσματα τα οποία πρέπει να αναπαλαιωθούν σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις ή αν δεν υπάρχουν τέτοια, να δομηθούν καινούρια που να εντάσσονται στο όλο κλίμα της τοπικής λαϊκής αρχιτεκτονικής.

Εξαιρετικά σημαντική θεωρείται και η οργανωτική υποδομή, ο προγραμματισμός, το μάρκετινγκ και η προβολή, η τεχνική βοήθεια, η οργάνωση της λειτουργίας των μονάδων προσπέλασης στην αγορά, οι κοινοπραξίες στους τομείς της πληροφόρησης, των κρατήσεων, των προμηθειών κτλ, αλλά και η επιμόρφωση – προετοιμασία των αγροτών για το νέο ρόλο που καλούνται να παίξουν.

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού θεμελιώνεται σε διαφορετικές προϋποθέσεις από ότι οι άλλες μορφές τουρισμού, διότι επιχειρηματίας γίνεται ο αγρότης, ο οποίος αντλεί τις δυνατότητες του από τον τρόπο επικοινωνίας με τους φιλοξενούμενους του, αφού ως οικοδεσπότης προσπαθεί να παράσχει τις καλύτερες συνθήκες φιλοξενίας, ενώ το όφελος που θα προκύψει ανήκει σε ολόκληρη την τοπική κοινωνία.

Με βάση τον *Κανονισμό περί Τουρισμού*, το Συμβούλιο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων δέχεται ότι “ ο Τουρισμός στην Κοινότητα θα πρέπει να σέβεται τους τοπικούς πληθυσμούς, καθώς και το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, προκειμένου να προωθηθεί η ποιότητα της προσφοράς ”. Δίνει μάλιστα ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού, διότι στόχος της δράσης της Κοινότητας στον τομέα αυτό είναι η ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο, ιδίως του Αγροτικού Τουρισμού, των μικρών οικογενειακών ξενοδοχείων ή των δραστηριοτήτων σωματείων, δήμων ή τοπικών φορέων.

5.1 Η ποικιλία των δραστηριοτήτων στον αγροτουρισμό

Σύμφωνα λοιπόν με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, ο αγροτικός χώρος έχει ένα πολύ σημαντικό φυσικό και πολιτιστικό πλούτο. Ο πλούτος αυτός μπορεί να αξιοποιηθεί με ποικίλες τουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες μπορούν να ικανοποιήσουν ένα συνεχώς πιο απαιτητικό και διαφοροποιημένο στις απαιτήσεις του τουριστικό κοινό. Οι δραστηριότητες αυτές μπορεί να είναι οι εξής:

ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

- Μικρές μονάδες, συνήθως μέχρι 10 δωμάτια
- Οικογενειακές επιχειρήσεις

- Μπορεί να είναι και ανακαινισμένα παραδοσιακά ιδιόκτητα σπίτια ή καινούρια, κατασκευασμένα γι' αυτό το σκοπό.

Τα καταλύματα μπορεί να δέχονται εξειδικευμένη πελατεία όπως:

1.1 καταλύματα για κυνηγούς.

- Συνήθως εποχιακά
- Προσαρμοσμένα στο φυσικό περιβάλλον
- Ο ιδιοκτήτης πρέπει να είναι λάτρης του σπορ
- Το όνομα και το ντεκόρ του καταλύματος να είναι σχετικό με το συγκεκριμένο σπορ

1.2 καταλύματα για ψαράδες.

- Συνήθως εποχιακά
- Προσαρμοσμένα στο φυσικό περιβάλλον
- Ο ιδιοκτήτης πρέπει να είναι λάτρης του σπορ
- Το όνομα και το ντεκόρ του καταλύματος να είναι σχετικό με το συγκεκριμένο σπορ
- Θα πρέπει να παρέχει και εξοπλισμό.

1.3 καταλύματα για σκιέρ

- να μην είναι μακρύτερα από 15χιλ από το χιονοδρομικό κέντρο
- να διατίθεται εξοπλισμός

1.4 καταλύματα για άτομα με ειδικές ανάγκες

- απαιτεί ειδικές εγκαταστάσεις και ειδικό εξοπλισμό.

CAMPINGS

Τα χαρακτηριστικά τους είναι:

1. Έχουν εποχιακό χαρακτήρα
2. Πρόκειται για επένδυση που απαιτεί πολύ λίγο κεφάλαιο (περίφραξη
3. του χώρου, χάραξη θέσεων, χώροι υγιεινής και κουζίνες, χώροι για
4. σπορ, μπάμπεκιου, χώροι υποδοχής)
5. Τουλάχιστον το 10% του χώρου πρέπει να καλύπτεται από δέντρα
6. Πρέπει να βρίσκονται κοντά σε χώρους που προσφέρουν τη δυνατότητα για δραστηριότητες όπως κολύμπι, ορειβασία, περίπατο, ψάρεμα, κυνήγι κτλ.

ΕΣΤΙΑΣΗ

Λειτουργεί είτε ως συμπληρωματική των καταλυμάτων, είτε και μεμονωμένα. Στην πρώτη περίπτωση μπορεί να προσφέρει:

- . Πρωινό
- . Πρωινό και γεύμα

Οι πελάτες μπορεί να είναι:

- . Αποκλειστικά πελάτες των καταλυμάτων

- . Περαστικοί
- . Πελάτες με κράτηση

Η εστίαση παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην επιτυχία των καταλυμάτων. Απαραίτητες προϋποθέσεις για την καλή τους επιτυχία είναι:

- . Ο τοπικός χαρακτήρας των προσφερόμενων εδεσμάτων, τα οποία πρέπει να βασίζονται στην διαφορετικότητα, την τοπικότητα και την υψηλή ποιότητα
- . Η τήρηση όλων των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας.

ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΑ

Οι επισκέπτες επισκέπτονται τους χώρους παρασκευής των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων (τσίπουρο, κρασί, τυριά κτλ), ξεναγούνται από τον ιδιοκτήτη, δοκιμάζουν και αγοράζουν.

- . δεν προσφέρεται γεύμα
- . απαιτείται χώρος για φιλοξενία και προσφορά του προϊόντος
- . απαιτείται χρόνος από την πλευρά του ιδιοκτήτη
- . βασίζεται στην παραδοσιακότητα των προϊόντων, την ποιότητα, τους καθαρούς χώρους και τη ζεστή υποδοχή.

ΚΕΝΤΡΑ ΙΠΠΑΣΙΑΣ

Πρόκειται για χώρους όπου εκτρέφονται άλογα για ιππασία.

Τα κέντρα αυτά θα πρέπει:

- . Να διαθέτουν δάσκαλο για ιππασία
- . Να διαθέτουν ή να βρίσκονται κοντά σε μεγάλες ακαλλιέργητες εκτάσεις
- . Να διαθέτουν χώρο υποδοχής των επισκεπτών για καφέ ή και για φαγητό
- . Εάν είναι μακριά από αστικό κέντρο θα πρέπει είτε να διαθέτουν καταλύματα, είτε να υπάρχουν στη γύρω περιοχή
- . Επίσης καλό θα είναι εκτός από άλογα να διαθέτουν και μικρά πόνοι για την ιππασία των παιδιών.

ΥΠΟΔΟΧΗ ΠΑΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΝΕΩΝ

Πρόκειται για την υποδοχή στο αγρόκτημα παιδιών και νέων, συνήθως μέχρι 15 ετών, χωρίς τους γονείς τους, με τους δασκάλους για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

Οι επισκέψεις αυτές έχουν τη δυνατότητα:

- . Να γνωρίσουν τα παιδιά το αγρόκτημα, τη ζωή στο αγρόκτημα, τα ζώα, τα φυτά
- . Να γίνουν μαθήματα στο αγρόκτημα είτε από τον ιδιοκτήτη είτε από τους δασκάλους
- . Να γίνει ένας κύκλος μαθήματος με περιοδικές επισκέψεις πχ η παρακολούθηση όλων των φάσεων ανάπτυξης ή καλλιεργητικών εργασιών του αμπελιού

Εάν το αγρόκτημα βρίσκεται κοντά σε αστικό κέντρο οι επισκέψεις είναι μονοήμερες. Εάν όμως βρίσκεται μακριά, μπορεί το αγρόκτημα να προβλέψει και φιλοξενία, η οποία απαιτεί μια ιδιαίτερη υποδομή και λίγους κάθε φορά επισκέπτες.

Η δραστηριότητα αυτή απαιτεί πολύ καλή οργάνωση, πρόβλεψη ατυχημάτων και υπομονή.

ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΟΣ

- Ο ιδιοκτήτης πουλάει τα προϊόντα του αγροκτήματος του είτε νωπά είτε μεταποιημένα, μέσα στο αγρόκτημα του.
- Ο αγοραστής διαλέγει ή και συλλέγει μόνος του τα προϊόντα
- Δεν απαιτείται καμιά ιδιαίτερη υποδομή
- Τόσο ο αγοραστής όσο και ο ιδιοκτήτης είναι ευχαριστημένοι, διότι ο μιν πρώτος είναι σίγουρος για τη φρεσκάδα των προϊόντων που αγοράζει και ο δε δεύτερος πουλάει ακριβότερα από ότι θα πουλούσε στον έμπορο.

ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Θα μπορούσαν να αναπτυχθούν και άλλες δραστηριότητες είτε παράλληλα με τις παραπάνω είτε μεμονωμένα όπως η διδασκαλία ψαρέματος ή κυνηγιού, οδηγός σε ορειβάσιες, περιπάτους σε βουνό, σεμινάρια παρασκευής προϊόντων κτλ.

Οι υπηρεσίες που περιγράφηκαν παραπάνω είναι οι κυριότερες από τις γνωστές σήμερα προσφερόμενες στα πλαίσια του αγροτουρισμού. Ορισμένες από αυτές δεν προσφέρονται σήμερα στην Ελλάδα, αλλά είναι πολύ διαδεδομένες στο εξωτερικό, όπου ο κορεσμός από το μαζικό τουρισμό επήλθε πιο νωρίς. Όμως μπορούν να προσφερθούν και στην Ελλάδα όπως και πολλές άλλες νέες. Αυτό εξαρτάται από τη φαντασία, το μεράκι και τη διάθεση των ανθρώπων που θέλουν να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό.

5.2 Συνεργασία αγροτουριστικών επιχειρήσεων

Η επιχείρηση που ασχολείται με τον αγροτουρισμό καλό θα είναι να μην περιορισθεί στην προσφορά ενός μόνο προϊόντος – υπηρεσίας στην πελατεία της, αλλά να της προσφέρει μια ποικιλία υπηρεσιών και δραστηριοτήτων. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να την ικανοποιήσει με πολλούς τρόπους και έτσι να δημιουργήσει μια πιστή πελατεία.

Επειδή όμως μια μονάδα δεν μπορεί συνήθως να προσφέρει μεγάλο φάσμα υπηρεσιών και δραστηριοτήτων, το πιο εφικτό είναι μια ομάδα επιχειρήσεων της ίδιας περιοχής να συνεργαστεί για το σκοπό αυτό. Αυτό σημαίνει ότι η κάθε επιχείρηση θα ενημερώνει τους πελάτες για τις υπηρεσίες και δραστηριότητες που προσφέρουν οι άλλες επιχειρήσεις της περιοχής και στη συνέχεια αυτοί θα επιλέξουν τι τους ενδιαφέρει. Έτσι δημιουργείται ή πελατεία της περιοχής, από την οποία ωφελείται η κάθε επιχείρηση ξεχωριστά.

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες και οι προτεινόμενες δραστηριότητες μπορούν να διαφοροποιηθούν και να εξαρτώνται από το είδος της πελατείας. Δηλαδή άλλες υπηρεσίες και δραστηριότητες θα προταθούν σε μια ομάδα νέων που θέλουν να κάνουν δύσκολα σπορ στο βουνό, άλλες σε μια ομάδα οικολόγων που θέλουν να εξερευνήσουν τη φύση, άλλες σε μια ομάδα που τους ενδιαφέρουν τα θρησκευτικά μνημεία, άλλες σε μια ομάδα οικογενειών με παιδιά κτλ. Με άλλα λόγια μπορούν να

προτείνονται «πακέτα» δραστηριοτήτων στους επισκέπτες. Όμως τα πακέτα αυτά είναι διαφορετικά από αυτά των τουριστικών γραφείων, διότι ενώ τα τουριστικά γραφεία οργανώνουν το ημερήσιο πρόγραμμα δραστηριοτήτων των πελατών τους και τους υποχρεώνουν να το ακολουθήσουν, οι μεμονωμένες επιχειρήσεις προτείνουν μια σειρά δραστηριοτήτων από τις οποίες ο πελάτης θα επιλέξει αυτές που τον ενδιαφέρουν, ιδιαιτερότητα η οποία ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του τουρίστα που θέλει να κάνει εναλλακτικό τουρισμό.

Η οργάνωση αυτή μεταξύ των ομοειδών επιχειρήσεων μιας περιοχής καλό θα είναι να αναλαμβάνεται από ένα φορέα. Ο φορέας αυτός μπορεί να είναι δημόσιος πχ η Νομαρχία, ο Δήμος, αλλά μπορεί επίσης να είναι φορέας που δημιουργείται από τη συνεργασία του συνόλου των παραπάνω επιχειρήσεων. Ρόλος του θα είναι η δημιουργία και η προβολή της τουριστικής εικόνας της περιοχής, καθώς επίσης και η παροχή πληροφοριών για όλες τις συναφείς επιχειρήσεις που λειτουργούν στην περιοχή με λεπτομερείς πληροφορίες για τον τόπο και τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

6. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ.

Η προώθηση ανάπτυξης του αγροτουρισμού εντάχθηκε στη στρατηγική της ΕΕ με στόχο:

- Τη διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας στην ύπαιθρο και
- Τη συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού

Για το σκοπό αυτό η ΕΕ θέσπισε χρηματοδοτικά προγράμματα για την προώθηση, μέσω επιδότησης, αγροτουριστικών δραστηριοτήτων.

Τα προγράμματα αυτά είναι τα εξής:

1. Κανονισμός 1257/99
2. Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ) του Α', Β' και Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης
3. Προγράμματα Leader (Leader I, Leader II, Leader Plus).

Κύριος στόχος των παραπάνω προγραμμάτων είναι η αγροτική ανάπτυξη με οποιαδήποτε δράση. Ο αγροτουρισμός είναι μια από τις δράσεις που μπορούν να οδηγήσουν στην αγροτική ανάπτυξη. Σε ορισμένες μάλιστα περιοχές, ορεινές και απομονωμένες όπου η γεωργία και η κτηνοτροφία έχουν πολύ περιορισμένες δυνατότητες να αποφέρουν ικανοποιητικά εισοδήματα στον τοπικό πληθυσμό, ο αγροτουρισμός αποτελεί μια πολύ σημαντική ευκαιρία για εξασφάλιση απασχόλησης στους κατοίκους τους.

Οι φορείς διαχείρισης των κονδυλίων των προγραμμάτων αυτών μπορεί να είναι το Υπουργείο Γεωργίας, οι Νομαρχίες, οι Περιφέρειες ή οι Ομάδες Τοπικής Δράσης (Αναπτυξιακές Εταιρείες).

Επικουρική δράση έχουν: η ΑΤΕ, η ΠΑΣΕΓΕΣ, η ΓΓΙ, ο ΕΟΤ.

6.1 Κανονισμός 1257/99 (πρώην 950/97, 2328/91, 797/85)

Το πρόγραμμα τέθηκε σε εφαρμογή το 1985. Κύριος στόχος του είναι η βελτίωση της δομής των γεωργικών εκμεταλλεύσεων με αποτέλεσμα τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας τους. Δευτερεύον στόχος είναι η δημιουργία συμπληρωματικών εισοδημάτων στη γεωργία. Στα πλαίσια του δευτερεύοντος στόχου είναι η προώθηση αγροτουριστικών ή αγροβιοτεχνικών δραστηριοτήτων από τη γεωργική εκμετάλλευση. Κατά συνέπεια το Πρόγραμμα αφορά μόνο τους κατά κύριο επάγγελμα γεωργούς, αυτούς δηλαδή που τουλάχιστον το 51% του εισοδήματός τους προέρχεται από τη γεωργία – κτηνοτροφία.

Οι βασικές προϋποθέσεις για να ενταχθεί κάποιος στο πρόγραμμα είναι οι εξής:

- Να είναι κατά κύριο επάγγελμα γεωργός ή κτηνοτρόφος Να είναι μόνιμος κάτοικος ορεινής ή μειονεκτικής περιοχής
- Η επένδυση να πραγματοποιείται μέσα στα όρια της πιο πάνω περιοχής
- Θα πρέπει ο δικαιούχος να υποβάλει «σχέδιο βελτίωσης» της γεωργικής του εκμετάλλευσης.

Δικαιούχοι είναι φυσικά πρόσωπα, ωστόσο το Πρόγραμμα προβλέπει και την ενίσχυση συνεργαζόμενων γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Το ποσοστό της επιδότησης είναι 50% του κόστους της επένδυσης ενώ για τους αγρότες που είναι κάτω των 40 ετών το ποσοστό της επένδυσης ανέρχεται στο 55%.

Η λειτουργία του προγράμματος από το 1986 έως το 1998 έδειξε ένα πολύ μικρό ενδιαφέρον των αγροτών στον αγροτουρισμό: μόνο το 9% των κονδυλίων απορροφήθηκαν από τον αγροτουρισμό, ενώ τα υπόλοιπα ποσά απορροφήθηκαν από τη φυτική παραγωγή (77%) και τη ζωική (14%). Το προβάδισμα στις αγροτουριστικές επενδύσεις μέσω αυτού του προγράμματος το έχει η Κρήτη και ακολουθούν η Ήπειρος, τα νησιά του Ιονίου και η Πελοπόννησος, γενικά περιοχές που είχαν παράδοση στον τουρισμό.

Το ίδιο διάστημα οι επιχειρήσεις που δημιουργήθηκαν αφορούν αποκλειστικά τη δημιουργία καταλυμάτων. Επιδότηθηκαν 820 αγροτουριστικά καταλύματα, τα οποία περιλαμβάνουν 7600 κλίνες.

Φορέας διαχείρισης και ελέγχου είναι το Υπουργείο Γεωργίας με τα παραρτήματα ανά νομό, που είναι οι διευθύνσεις Γεωργίας.

6.2 Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ)

Τα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης (ΚΠΣ) έχουν περιφερειακά σκέλη, τα ΠΕΠ. Υπήρξαν τρία ΚΠΣ:

1ο ΚΠΣ : 1988 – 1994

2ο ΚΠΣ : 1994 – 2000

3ο ΚΠΣ : 2000 – 2006

Τα ΠΕΠ είναι πολυτομεακές διαρθρωτικές παρεμβάσεις που στοχεύουν στη βελτίωση της οικονομικής αποτελεσματικότητας και στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής στην περιφέρεια. Καταρτίζονται από κάθε περιφέρεια στο πλαίσιο ενός στρατηγικού σχεδιασμού ανάπτυξης και περιλαμβάνουν Άξονες – Δράσεις – Μέτρα.

Ο αγροτουρισμός αποτελεί έναν από τους άξονες των ΠΕΠ. Δίνεται έμφαση σε έργα μεσαίας κλίμακας , βασικής υποδομής , προστασίας του περιβάλλοντος και αξιοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού.

Δικαιούχοι είναι οι τοπικοί φορείς, οι συλλογικοί φορείς και τα φυσικά πρόσωπα. Επιδοτούμενες δράσεις έχουν στον αγροτουρισμό, στην αγροβιοτεχνία, στα πολιτιστικά κέντρα, στους εκθεσιακούς χώρους, στη συντήρηση κτηρίων, στα πάρκα κτλ.

6.3 Πρόγραμμα Leader

Η κοινοτική πρωτοβουλία Leader (Liaisons Entre Actions de Developpement de l' Economie Rurale , δηλαδή Δεσμοί Μεταξύ των Δράσεων για την Ανάπτυξη της Αγροτικής Οικονομίας), ξεκίνησε το 1991 και διήρκεσε έως το 2001. Η πρώτη του μορφή ήταν το Leader I (1991-1996) και συνεχίστηκε ως Leader II (1996 – 2001). Μετά τη λήξη του Leader II , το πρόγραμμα συνεχίζεται ως το 2006 ως Leader Plus.

Τα κύρια χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν το Leader από τα άλλα προγράμματα είναι τα εξής:

Η χωρική προσέγγιση.

Παραβλέπονται τα διοικητικά όρια των περιοχών, πχ τα σύνορα των νομών, και χαράσσονται οι « περιοχές Leader », οι οποίες έχουν:

- Φυσική ομοιογένεια
- Κοινή ιστορία
- Εσωτερική κοινωνική συνοχή
- Κοινή ταυτότητα.

1. Η εκ των κάτω προς τα πάνω προσέγγιση.

Βασικός στόχος είναι η κινητοποίηση και συμμετοχή στην αναπτυξιακή στρατηγική όλων των τοπικών φορέων, δημόσιων και ιδιωτικών, έτσι ώστε να επιτευχθεί ο μεγαλύτερος βαθμός ευαισθητοποίησης και κινητοποίησης του τοπικού πληθυσμού.

Η διαχείριση μέσω των « Ομάδων Τοπικής Δράσης » (ΟΤΔ)

Τοπικοί δημόσιοι ή συλλογικοί φορείς (Νομαρχία, Δήμοι, Συνεταιρισμοί, Σύλλογοι κτλ) καθώς και ιδιώτες συστήνουν μια εταιρεία, την ΟΤΔ, η οποία σκοπό έχει τη διαχείριση του προγράμματος Leader στην περιοχή. Στην Ελλάδα έχει συσταθεί από μία τουλάχιστον ΟΤΔ σχεδόν σε κάθε νομό. Οι ΟΤΔ επιλέγουν τις επενδύσεις που θα επιδοτηθούν, αποφασίζουν για την κατανομή των πόρων και επιβλέπουν την πορεία υλοποίησης του Προγράμματος. Ελέγχονται από τους φορείς που συμμετέχουν στην εταιρεία καθώς και από το Υπουργείο Γεωργίας, που είναι ο γενικός διαχειριστής του Προγράμματος στη χώρα.

Ο καινοτόμος χαρακτήρας των δράσεων.

Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση και επιδοτούνται επενδύσεις που έχουν καινοτόμο χαρακτήρα για την περιοχή. Ο καινοτόμος χαρακτήρας των δράσεων Leader μπορεί να αφορά νέες μορφές αξιοποίησης τοπικών πόρων, νέα προϊόντα, νέες μεθόδους και νέες μορφές οργάνωσης, νέες απαντήσεις σε προβλήματα και αδυναμίες αγροτικών περιοχών και αγροτικής ανάπτυξης κτλ.

Διασύνδεση μεταξύ δράσεων, δηλαδή ολοκληρωμένη και πολυτομεακή προσέγγιση.

Το ίδιο το ακρωνύμιο της πρωτοβουλίας Leader (Δεσμοί Μεταξύ των Δράσεων για την Ανάπτυξη της Αγροτικής Οικονομίας) δίνει τη διάσταση της διασύνδεσης των δράσεων. Αυτό σημαίνει ότι οι δράσεις πρέπει να σχεδιάζονται και να λειτουργούν ως ένα συνεκτικό σύνολο και όχι ως μια σειρά αποσπασματικών ενεργειών. Επιδιώκεται η συμμετοχή όλων των φορέων της περιοχής και δράσεις σε πολλούς τομείς, έτσι ώστε αφ' ενός να δημιουργούνται συνεργασίες ανάμεσα στους διάφορους τομείς και αφ' ετέρου να αυξάνεται η γενικότερη αποτελεσματικότητα του Προγράμματος.

Το Leader χρηματοδοτεί προγράμματα τα οποία καταρτίζονται από τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς και αφορούν την ανάπτυξη του αγροτικού χώρου στο σύνολο του με διάφορες δράσεις. Οι δράσεις πρέπει να έχουν χαρακτηριστικά καινοτομίας, δυνατότητας μεταφοράς τεχνογνωσίας, παλλαπλασιαστικότητας των αποτελεσμάτων, συμπληρωματικότητας με άλλες παρεμβάσεις, δημιουργίας θέσεων εργασίας, διαφοροποίησης της απασχόλησης και της παραγωγής κτλ.

Οι δράσεις αυτές μπορεί να είναι:

- Αγροτουρισμός.
- Μικρές επιχειρήσεις.
- Επαγγελματική κατάρτιση του αγροτικού πληθυσμού.
- Αξιοποίηση επί τόπου και εμπορία γεωργικής κτηνοτροφικής, δασοκομικής και αλιευτικής παραγωγής.
- Διατήρηση και βελτίωση του περιβάλλοντος.

Το Leader επιδοτεί μικρού μεγέθους επενδύσεις στο αγροτικό χώρο, χωρίς να είναι απαραίτητο η δραστηριότητα της επένδυσης να είναι συνδεδεμένη με τον πρωτογενή τομέα.

Δικαιούχοι μπορεί να είναι δημόσιοι φορείς, πχ οι Δήμοι, συνεταιρισμοί, σύλλογοι και ιδιώτες. Στην περίπτωση που ο δικαιούχος είναι ιδιώτης, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να είναι μόνιμος κάτοικος της περιοχής όπου θα γίνει η επένδυση.

6.3.1 Πρόγραμμα Leader II

Το Leader II είναι μια πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την αγροτική ανάπτυξη και αποτελεί τη συνέχεια του Leader I.

Εφαρμόστηκε κυρίως σε ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της χώρας ώστε να ενισχυθεί η προσπάθεια ανάκαμψης τους και να βελτιωθεί η ποιότητα της ζωής των κατοίκων των περιοχών αυτών.

Ενδιάμεσος φορέας διαχείρισης της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας στη χώρα μας έχει οριστεί το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Οι δράσεις της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader II προωθούνται από τις Ομάδες Τοπικής Δράσης (ΟΤΔ). Στη χώρα μας οι Ομάδες Τοπικής Δράσης αποτελούν Αναπτυξιακές Εταιρείες (ΑΝ.ΕΤ), που είναι οι τοπικοί αναπτυξιακοί μηχανισμοί των παραγωγικών και κοινοτικών φορέων μιας αγροτικής περιοχής.

Τα μέτρα τα οποία περιλαμβάνει το πρόγραμμα Leader II αφορούν στην επαγγελματική κατάρτιση, στον αγροτουρισμό, στην παροχή στήριξης στις μικρές

επιχειρήσεις, στην αξιοποίηση και εμπορία της γεωργικής και δασικής παραγωγής, της τοπικής αλιείας, στη διατήρηση και βελτίωση του περιβάλλοντος.

Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος αφορούν:

- Στην ενθάρρυνση των υποδειγματικών τοπικών πρωτοβουλιών αγροτικής ανάπτυξης.
- Στην παροχή στήριξης σε δράσεις καινοτόμου, υποδειγματικού και μεταβιβάσιμου χαρακτήρα, οι οποίες παρουσιάζουν τις νέες οδούς που μπορεί να ακολουθήσει η αγροτική ανάπτυξη.
- Στην ανταλλαγή εμπειριών και στη μεταφορά τεχνογνωσίας.
- Στην παροχή στήριξης σε προγράμματα διακρατικής συνεργασίας, τα οποία προέρχονται από τοπικούς φορείς των αγροτικών περιοχών.

Στρατηγικός στόχος των προγραμμάτων των ΑΝ.ΕΤ. είναι η συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στην ύπαιθρο με παρεμβάσεις που εξασφαλίζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της, δίνουν τη δυνατότητα συμπληρωματικού εισοδήματος και συμβάλουν στη μείωση της ανεργίας, στη διαφύλαξη των φυσικών πόρων και στην προστασία του περιβάλλοντος.

6.3.2 Πρόγραμμα Leader +

Η Leader + είναι μια πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχει ως βασικό σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της υπαίθρου και την προσέλκυση των νέων, μέσω της υλοποίησης πλέγματος δράσεων που ικανοποιούν παράλληλα τις εθνικές και κοινοτικές προτεραιότητες για την Γ' Προγραμματική Περίοδο (απασχόληση, ισότητα, προστασία του περιβάλλοντος κτλ)

Επιδίωξη της πρωτοβουλίας είναι η ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας των αγροτικών περιοχών, με την καλύτερη αξιοποίηση των φυσικών, ανθρώπινων και οικονομικών πόρων τους, την ανακάλυψη νέων πηγών εισοδήματος και την παράλληλη προστασία της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς.

Στα πλαίσια της Leader +, οι άνθρωποι της υπαίθρου:

- ✓ Συμμετέχουν ενεργά και αποφασίζουν οι ίδιοι για την αναπτυξιακή προσπάθεια που γίνεται στην περιοχή τους
- ✓ Προβαίνουν σε μικρές επενδύσεις και δημιουργούν, παράλληλα, έναν ιδιαίτερα παραγωγικό ιστό
- ✓ Ενεργούν συλλογικά και μέσα από δίκτυα, στηρίζουν επιχειρηματικές δραστηριότητες και
- ✓ Κάνουν οι ίδιοι πράξη όσα οραματίζονται για τον τόπο τους.

Για τους παραπάνω λόγους, τα κέντρα λήψης αποφάσεων δεν βρίσκονται σε κάποιο απομακρυσμένο από τα προβλήματα της υπαίθρου γραφείο κεντρικής υπηρεσίας αλλά εκεί, στη δική τους περιοχή.

6.3.3 Η σημασία του plus (+) στο LEADER

Παρά το γεγονός ότι το LEADER διατηρεί το περιεχόμενο των προηγούμενων εφαρμογών (LEADER I και LEADER II), ωστόσο, υπάρχει μια διαφοροποίηση που εκφράζεται με την προσθήκη του + (plus = επιπλέον). Το LEADER + επιδιώκει

δηλαδή, κάτι επιπλέον από αυτό που προσφέρουν οι προηγούμενες εφαρμογές και εξακολουθούν να δίνουν σήμερα τα υπόλοιπα προγράμματα του Γ' Κ.Π.Σ

Ο πιλοτικός χαρακτήρας του προγράμματος εξασφαλίζεται κυρίως μέσω των δικτύσεων και των συνεργασιών. Κατά συνέπεια, δίνεται βάρος στη δικτύωση ομοειδών ή συμπληρωματικών επιχειρήσεων, την κοινή προβολή και προώθηση, τη συνεργασία και τη συλλογική στήριξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, που μπορούν να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητα και τη συμπληρωματικότητα των δράσεων.

Έτσι η έννοια «πιλοτικός» επιτυγχάνεται με:

- Την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών που ενσωματώνουν τις τοπικές ιδιομορφίες. Την εφαρμογή νέων μεθόδων που αξιοποιούν τόσο το ανθρώπινο δυναμικό όσο και τους φυσικούς και χρηματοδοτικούς πόρους της περιοχής.
- Τη διασύνδεση έργων/δράσεων ή και επιχειρήσεων όλων των τομέων της οικονομίας, οι οποίοι κατά παράδοση είναι ανεξάρτητοι.
- Την υιοθέτηση πρωτότυπων μορφών οργάνωσης και συμμετοχής του τοπικού πληθυσμού στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Οι αναπτυξιακοί στόχοι του Leader +.

Το Εθνικό Πρόγραμμα Leader + έχει δύο γενικούς αναπτυξιακούς στόχους:

1ος ΣΤΟΧΟΣ: Η ολοκληρωμένη, υψηλής ποιότητας, αειφόρος ανάπτυξη της υπαίθρου, μέσω πιλοτικών εφαρμογών.

2ος ΣΤΟΧΟΣ: Η ενίσχυση της προσπάθειας για άρση της απομόνωσης των περιοχών, σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής.

Οι στόχοι αυτοί επιτυγχάνονται τοπικά με την εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής, η οποία διαρθρώνεται γύρω από ένα σημαντικό θέμα το οποίο χαρακτηρίζει την ταυτότητα της περιοχής, το “Θέμα συσπείρωσης”.

Τα “Θέματα συσπείρωσης” των τοπικών προγραμμάτων της χώρας μας είναι:

- Η βελτίωση της ποιότητας ζωής στις περιοχές εφαρμογής
- Η χρήση σύγχρονης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας προϊόντων και υπηρεσιών.
- Η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και η διευκόλυνση της πρόσβασης στις αγορές με την ενδυνάμωση διακλαδικών και διατομεακών σχέσεων, κυρίως για μικρές παραγωγικές μονάδες.
- Η αξιοποίηση, προστασία και ανάδειξη φυσικών και πολιτιστικών πόρων, συμπεριλαμβανομένης της αξιοποίησης των περιοχών κοινοτικού ενδιαφέροντος NATURA 2000.

6.3.4 Σε ποιες περιοχές της χώρας εφαρμόζεται το Leader +

Στην Ελλάδα, η πρωτοβουλία Leader + εφαρμόζεται σε ορεινές περιοχές χαρακτηρισμένες σύμφωνα με τον εγκεκριμένο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, κατάλογο των ορεινών, μειονεκτικών και με ειδικά προβλήματα περιοχών και νησιωτικές περιοχές, στις οποίες παρουσιάζεται η εντονότερη κοινωνικοοικονομική υστέρηση.

Ωστόσο σε αιτιολογημένες περιπτώσεις και εφόσον πληρούνται ορισμένες προϋποθέσεις (γεωγραφική γειννίαση, ύπαρξη προβλημάτων αλλά παράλληλα αναπτυξιακών προοπτικών κτλ) περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα και μειονεκτικές περιοχές καθώς και περιοχές NATURA 2000. Τα τοπικά προγράμματα Leader + είναι δυνατόν να υλοποιηθούν και σε περιοχές που καλύπτονται εν μέρει ή στο σύνολο τους από Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου – Ο.Π.Α.Α.Χ. Σ' αυτές τις περιπτώσεις, η εφαρμογή του Leader + είναι δυνατή μόνο για δράσεις που:

- ❖ Δεν καλύπτονται από το ολοκληρωμένο πρόγραμμα (Ο.Π.Α.Α.Χ)
- ❖ Δεν θα συμπεριληφθούν τελικά στο σχεδιασμό του ολοκληρωμένου προγράμματος (Ο.Π.Α.Α.Χ)
- ❖ Λειτουργούν συμπληρωματικά ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα των δράσεων του ολοκληρωμένου προγράμματος (πχ συνεργασίες, δικτύώσεις κτλ)
- ❖ Εξασφαλίζουν την πιλοτική διάσταση του τοπικού προγράμματος και αναδεικνύουν την προστιθέμενη αξία της πρωτοβουλίας.

6.3.5 Φορείς υλοποίησης των τοπικών προγραμμάτων Leader +

Τα τοπικά προγράμματα που εντάσσονται στα πλαίσια της πρωτοβουλίας σχεδιάζονται και υλοποιούνται από τις Ομάδες Τοπικής Δράσης (Ο.Τ.Δ). Πρόκειται για ανώνυμες αναπτυξιακές εταιρίες, οι οποίες αποτελούνται από συλλογικούς φορείς του ευρύτερου Δημόσιου ή Ιδιωτικού τομέα, όπως: η Τοπική Αυτοδιοίκηση (α' και β' βαθμού), Σύλλογοι, Παραγωγικά και Επιστημονικά Επιμελητήρια, Συνεταιρισμοί και Ενώσεις Γεωργικών Συνεταιρισμών, επιστημονικοί φορείς, περιβαλλοντικές και λοιπές οργανώσεις, εκπρόσωποι εργαζομένων, ιδιώτες και άλλοι.

Τα βασικά χαρακτηριστικά των Ο.Τ.Δ είναι:

- Η μορφή Ανώνυμης Εταιρείας
- Η ευρεία συμμετοχή τοπικών φορέων
- Η εγκατάσταση στις συγκεκριμένες περιοχές
- Η ύπαρξη ικανής οικονομικής ευρωστίας
- Η στελέχωση με εξειδικευμένο και επαρκές ανθρώπινο δυναμικό.

Στα πλαίσια του Leader +, έχει εγκριθεί η υλοποίηση 40 τοπικών προγραμμάτων.

6.3.6 Ποιοι μπορούν να υποβάλλουν επενδυτική πρόταση στα πλαίσια ενός τοπικού προγράμματος Leader +

Η υποβολή επενδυτικών προτάσεων μπορεί να πραγματοποιηθεί από φυσικά ή νομικά πρόσωπα (ιδιώτες, Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης, επιχειρήσεις, Συνεταιρισμοί, Σύλλογοι κτλ)

Οι αναγκαίες προϋποθέσεις για την υποβολή προτάσεων είναι:

- Να υπάρχει εγκεκριμένο πρόγραμμα Leader + στη συγκεκριμένη περιοχή
- Η επενδυτική πρόταση να εντάσσεται στη φιλοσοφία και το περιεχόμενο του τοπικού προγράμματος και
- Ο ενδιαφερόμενος να διαθέτει τους απαιτούμενους οικονομικούς πόρους.

6.3.7 Διαδικασία υλοποίησης των τοπικών προγραμμάτων Leader + και ένταξης των έργων – επενδύσεων

- Μετά την αξιολόγηση και επιλογή των 40 τοπικών προγραμμάτων, και των αντίστοιχων Ο.Τ.Δ που τα διαχειρίζονται, ακολουθούν οι παρακάτω ενέργειες: Ευρεία ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του τοπικού πληθυσμού Προκήρυξη του τοπικού προγράμματος, με σκοπό την υποβολή προτάσεων για έργα – επενδύσεις από τους ενδιαφερόμενους.
- Οι επενδυτικές προτάσεις πρέπει να συνταχθούν σύμφωνα με το πρότυπο το οποίο χορηγείται από τις Ομάδες Τοπικής Δράσης.
- Αξιολόγηση των προτάσεων που υποβάλλονται, σύμφωνα με προκαθορισμένα κριτήρια και επιλογή αυτών που θα χρηματοδοτηθούν στο πλαίσιο του τοπικού προγράμματος.

ΜΕΡΟΣ Β΄: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ

7. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

7.1 Οργάνωση και διεξαγωγή της έρευνας

Η παρούσα έρευνα έχει τον τίτλο: «Τοπικές πρωτοβουλίες – Αγροτουρισμός». Κύριος σκοπός της έρευνας αυτής είναι να βοηθήσει:

α) στην πλήρη καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης του Συνεταιρισμού, όσον αφορά στη βιωσιμότητά του και στην ικανότητά του να τονώσει κοινωνικο-οικονομικά την τοπική αγροτική περιοχή, και

β) στον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών των γυναικών που τον αποτελούν μελετώντας τα ατομικά, οικονομικά και κοινωνικά στοιχεία που τις αφορούν.

Στη συνέχεια θα γίνει ανάλυση των αποτελεσμάτων και διεξαγωγή συμπερασμάτων που αφορούν τους τομείς: οργάνωσης, παραγωγής, διαφήμισης, διοίκησης, προώθησης προϊόντων, καθώς και στήριξης από εξωτερικούς παράγοντες. Τέλος, θα προταθούν λύσεις σε προβλήματα που ενδέχεται να παρουσιαστούν.

Η μελέτη και καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης του επιλεγμένου συνεταιρισμού, αλλά και η διερεύνηση των κοινωνικών και των ατομικών χαρακτηριστικών των γυναικών – μελών του, προέκυψε από την πραγματοποίηση προσωπικής επίσκεψης, γνωριμίας και συνομιλίας με τα μέλη αυτά. Βασικός συντελεστής της έρευνας αποτέλεσε η **μέθοδος του ερωτηματολογίου** που δόθηκε προς συμπλήρωση σε όλα τα ενεργά μέλη. Έτσι, έγινε άμεση παρατήρηση του κοινωνικού αλλά και του επιχειρηματικού περιβάλλοντος του συνεταιρισμού, που βοήθησε στη δημιουργία μίας προσωπικής εικόνας της κατάστασης του Συνεταιρισμού, και στην άντληση πληροφοριών από τις μαρτυρίες των συνεντευξιζόμενων, πέραν όσων υπήρχαν ήδη καταγεγραμμένες στα ερωτηματολόγια. Η επίσκεψη πραγματοποιήθηκε στον Γυναικείο Αγροτικό Συνεταιρισμό Μεσοτόπου, κατόπιν τηλεφωνικής συνεννόησης.

7.2 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ

7.2.1 Κατασκευή ερωτηματολογίων

Το Ερωτηματολόγιο Α συμπληρώθηκε μόνο από την Πρόεδρο του Συνεταιρισμού την κυρία Ιωαννίδου Δέσποινα, και έχει τίτλο «**Ερωτηματολόγιο συγκέντρωσης στοιχείων για την υφιστάμενη κατάσταση του Γυναικείου Συνεταιρισμού**» (Παράρτημα...). Είναι χωρισμένο σε εννέα θεματικές ενότητες και τα ερωτήματα που τέθηκαν είναι τα παρακάτω:

- 1. Ταυτότητα Συνεταιρισμού:** η επωνυμία, η νομική μορφή, το έτος έναρξης λειτουργίας, η διεύθυνση, τα τηλέφωνα επικοινωνίας, το φαξ και το e-mail.
- 2. Ανθρώπινο δυναμικό:** ο αριθμός των εγγεγραμμένων μελών, ο αριθμός των ατόμων που απασχολούνται και η κατανομή τους ανάλογα με τις αρμοδιότητες. Δηλαδή πόσα μέλη απασχολούνται ως διοικητικό, τεχνικό, βοηθητικό και εποχιακό προσωπικό και αν υπάρχουν οι περιπτώσεις της εθελοντικής προσφοράς εργασίας και της εργασίας ανδρών στον Συνεταιρισμό.
- 3. Τα παραγόμενα προϊόντα:** αναλυτική περιγραφή των κατηγοριών τροφίμων που παράγονται, το επίπεδο όπου κυμαίνονται οι ποσότητες πώλησής τους, καθώς επίσης και οι τιμές τους.
- 4. Συνεταιριστική υποδομή:** αν το κτίριο που χρησιμοποιείται είναι δημόσιο, ιδιόκτητο ή ενοικιαζόμενο, ποια είναι τα μεταφορικά μέσα που διαθέτει, η αξία απόκτησής τους, ο εξοπλισμός του γραφείου και τα μηχανήματα παραγωγής.

5. Οργάνωση του συνεταιρισμού: ποια είναι τα επιμέρους τμήματα που διαθέτει ο συνεταιρισμός, το επίπεδο των ανθρωπίνων σχέσεων μεταξύ των μελών και μεταξύ της διοίκησης και των μελών.

6. Επιχειρηματικό περιβάλλον: να αναφερθούν τα μέσα που χρησιμοποιούνται για τη διαφήμιση και την προβολή των παραγόμενων προϊόντων και οι ενέργειες στις οποίες μπορεί να προβούν στο άμεσο μέλλον για να εξελίξουν τα προϊόντα τους.

7. Λειτουργία και δραστηριότητες του συνεταιρισμού: αν εντάσσεται σε κάποια κοινοτική πρωτοβουλία ή χρηματοδοτούμενο πρόγραμμα ενίσχυσης, αν υπάρχει συνεργασία με φορείς, όπως ξενοδοχεία, σχολεία, εστιατόρια, βιομηχανίες, δημόσιες υπηρεσίες, αν έχει αποκτήσει πιστοποίηση ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων, το επίπεδο της συνεργασίας του με την τοπική αυτοδιοίκηση και το υπουργείο τροφίμων και ανάπτυξης.

8. Βιωσιμότητα και οικονομικά στοιχεία: τη γενικότερη οικονομική πορεία του συνεταιρισμού μέχρι τώρα, εάν ο συνεταιρισμός θεωρείται βιώσιμος, το επίπεδο ανταγωνιστικότητας σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις, οι δυσκολίες στη χρηματοδότηση και στην εμπορική διακίνηση, καθώς και τα συνολικά έσοδα του συνεταιρισμού.

9. Συμβολή του Συνεταιρισμού στην τοπική ανάπτυξη: σε ποιους τομείς της τοπικής ανάπτυξης της περιοχής Μεσοτόπου συμβάλει η ύπαρξη και λειτουργία του Συνεταιρισμού και σε τι βαθμό (δημιουργία νέων επιχειρήσεων, τόνωση υφιστάμενων, εξυπηρέτηση και προσέλκυση τουριστών, συγκράτηση αγροτικού πληθυσμού και δημιουργία θέσεων εργασίας για τον τοπικό πληθυσμό).

Το ερωτηματολόγιο Β με τίτλο «Ερωτηματολόγιο συγκέντρωσης στοιχείων των ατομικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών των μελών του Συνεταιρισμού» παρατίθεται στο παράρτημα. Το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από την πλειοψηφία των ενεργών μελών και δομείται σε έξι θεματικές ενότητες, οι οποίες ακόλουθες:

1. Ατομικά στοιχεία των μελών: ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, αριθμός και ηλικίες παιδιών, μέρος κατοικίας παιδιών και άλλα εξαρτημένα μέλη της οικογένειας.

2. Μορφωτικό επίπεδο: επίπεδο μόρφωσης, επιθυμία συνέχισης σπουδών στο μέλλον, λόγοι διακοπής σπουδών, παρακολούθηση προγραμμάτων κατάρτισης, γνώση ξένων γλωσσών, γνώση χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή, κατοχή διπλώματος αυτοκινήτου.

3. Επαγγελματική ζωή: προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία και τομέας της, χρονική διάρκεια ανεργίας, τρέχουσα επαγγελματική κατάσταση και επιθυμία μελλοντικής επαγγελματικής αλλαγής.

4. Οικογενειακή ζωή: δυσκολίες συνδυασμού οικογενειακής ζωής και εργασίας, και προσωπική συμβολή στο οικογενειακό εισόδημα.

5. Συμμετοχή στο συνεταιρισμό: κίνητρα συμμετοχής στο συνεταιρισμό, προσωπικά καθήκοντα, υλικά και εξοπλισμός θέσης απασχόλησης στο συνεταιρισμό, μέσος χρόνος απασχόλησης και οικονομική ικανοποίηση από το εισόδημα.

7.2.2 Προσωπική συνέντευξη με την Πρόεδρο του συνεταιρισμού

Προκρινόμενου να διευκρινιστούν κάποιες απορίες του ερευνητή σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση του Συνεταιρισμού, εκτός των ερωτήσεων που συμπεριλαμβάνονται στο ερωτηματολόγιο, ακολούθησε προσωπική συνέντευξη με την Πρόεδρο, την κα Δέσποινα Ιωαννίδου.

7.2.3 Μελέτη αρχειακού υλικού

Η έρευνα ολοκληρώθηκε με τη μελέτη δευτερογενούς αρχειακού υλικού, το οποίο αντλήθηκε από ηλεκτρονικές πηγές οι οποίες είναι : η ιστοσελίδα του συνεταιρισμού στο διαδίκτυο, <http://www.mesotoposwomen.com>.

7.2.4 Εγκυρότητα της έρευνας

Η εγκυρότητα της έρευνας επιτεύχθηκε με τη χρήση ερωτημάτων σχετικά με το θέμα της έρευνας. Η διατύπωση των ερωτήσεων ήταν σαφής, σύντομη και περιεκτική.

7.2.5 Συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων

Η αρχική συλλογή πληροφοριών και πρωτογενών στοιχείων πραγματοποιήθηκε τον Μάρτιο του 2013, όταν έλαβε χώρα η προσωπική έρευνα με τα μέλη του Γυναικείου Συνεταιρισμού Μεσοτόπου στη νήσο Λέσβο.

Το πρώτο στάδιο της έρευνας αφορούσε στην ενημέρωση της Προέδρου του Συνεταιρισμού για τους σκοπούς της έρευνας. Η ενημέρωση έγινε τηλεφωνικά. Έπειτα, προκαθορίστηκε μια συγκεκριμένη ημερομηνία και ώρα για την πραγματοποίηση της συνέντευξης με την Πρόεδρο. Κατά την επίσκεψη του ερευνητή στο Συνεταιρισμό, πραγματοποιήθηκε η συνέντευξη, κατά την οποία συμπληρώθηκε και το ερωτηματολόγιο που την αφορούσε, ενώ τα υπόλοιπα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν στα μέλη και έπειτα από λίγες ημέρες στάλθηκαν ταχυδρομικά στον ερευνητή.

7.2.6 Κωδικοποίηση πρωτογενών στοιχείων και εισαγωγή στον Η/Υ

Για πρακτικούς λόγους, έγινε δημιουργία βάσης δεδομένων στο πρόγραμμα MS-EXCEL και εισήχθησαν τα πρωτογενή στοιχεία των ερωτηματολογίων, ύστερα από κωδικοποίησή τους.

7.2.7 Υποθέσεις έρευνας

Πριν την ανάλυση των αποτελεσμάτων της παρούσης έρευνας και τη διεξαγωγή συμπερασμάτων, έγιναν οι παρακάτω υποθέσεις:

- Το επίπεδο συνεργασίας του Συνεταιρισμού με την Τοπική Αυτοδιοίκηση θεωρείται ικανοποιητικό.
- Το επίπεδο συνεργασίας του Συνεταιρισμού με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων θεωρείται ικανοποιητικό
- Τα παραγόμενα προϊόντα δεν έχουν πιστοποίηση ποιότητας βρίσκεται εν αναμονή.
- Ο Συνεταιρισμός έχει άμεση σχέση με κοινοτικές πρωτοβουλίες και χρηματοδοτούμενα προγράμματα.
- Ο Συνεταιρισμός παρουσιάζει προβλήματα σχετικά με την χρηματοδότηση λόγω γραφειοκρατίας.
- Οι περισσότερες γυναίκες που εργάζονται στο Συνεταιρισμό είναι μεγάλες σε ηλικία
- Οι περισσότερες εργαζόμενες στο Συνεταιρισμό έχουν ενήλικα παιδιά.
- Οι περισσότερες γυναίκες που εργάζονται στο Συνεταιρισμό έχουν παιδιά τα οποία δεν αποτελούν ακόμη εξαρτημένα μέλη των οικογενειών τους.
- Το μορφωτικό επίπεδο των μελών είναι χαμηλό.
- Οι λόγοι διακοπής της εκπαίδευσης των μελών είναι οικονομικοί.

- Οι περισσότερες γυναίκες έχουν παρακολουθήσει προγράμματα κατάρτισης σχετικά με το αντικείμενο του Συνεταιρισμού.
- Τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού δεν γνωρίζουν ξένες γλώσσες.
- Τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού δεν ξέρουν να χειρίζονται Η/Υ.
- Τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού δεν έχουν δίπλωμα οδήγησης.
- Η πλειοψηφία των μελών εντάχθηκε στην αγορά εργασίας σε πολύ μικρή ηλικία.
- Η πλειοψηφία των μελών εργαζόταν στον τομέα της Γεωργίας στο παρελθόν.
- Τα περισσότερα μέλη δεν ήταν άνεργα πριν εργαστούν στο Συνεταιρισμό.
- Τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού εργάζονται παράλληλα και κάπου αλλού.
- Η πλειοψηφία των μελών δεν επιθυμεί να αλλάξει επάγγελμα το μέλλον.
- Η συμβολή των περισσότερων μελών στο οικογενειακό εισόδημα θεωρείται αρκετή.

Η επαλήθευση των παραπάνω υποθέσεων θα διαπιστωθεί στην ανάλυση των αποτελεσμάτων της συγκεκριμένης έρευνας και στη διεξαγωγή των συμπερασμάτων.

8. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΜΕΣΟΤΟΠΟΥ ΛΕΣΒΟΥ

Στο σημείο αυτό θα ακολουθήσει η μελέτη της περίπτωσης του γυναικείου συνεταιρισμού Λέσβου, καθώς αναμφίβολα συνιστά μορφή τοπικής πρωτοβουλίας στον τομέα του αγροτουρισμού με υποδειγματική πορεία και χαρακτήρα.

8.1 ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ

8.1.1 Εννοιολογικό περιεχόμενο

Κατά διαστήματα, έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί για την έννοια του Συνεταιρισμού, αλλά διαφοροποιούνται στο ότι ο καθένας από αυτούς δίνει έμφαση σε διαφορετικά χαρακτηριστικά ή σκοπούς του Συνεταιρισμού. Η ποικιλομορφία του θεσμού αυτού και τα στοιχεία που τον χαρακτηρίζουν καθιστούν δυσχερή την περιγραφή του. Μέχρι πρόσφατα δεν υπήρχε ένας παγκόσμια αποδεκτός ορισμός, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι ο συνεταιρισμός είναι μια απροσδιόριστη έννοια. Έχει θεμελιώδεις αρχές και ένα σύνολο κοινά αποδεκτών κανόνων.⁴

Ο Θ. Τζωρτζάκης, γνωστός Έλληνας συνεταιριστής αναφέρει συμπληρωματικά ότι: "Ο Συνεταιρισμός είναι όργανο αυτοβοήθειας ασθενών οικονομικά προσώπων, δημιουργούμενος με την ένωση των μικρών κατά μέρος δυνάμεων σε μια μεγάλη ομοειδή δύναμη, που τίθεται στη διάθεση του καθενός για την καλύτερη άσκηση της επαγγελματικής και οικιακής του οικονομίας.

Ο καθηγητής Δ. Καλιτσουνάκης δίνοντας έμφαση στον τοπικό Χαρακτήρα των συνεταιρισμών ορίζει: "Ο Συνεταιρισμός είναι ελεύθερη και ισότιμη τοπική προσωπική ένωση ασθενών οικονομικά ατόμων, προς αυτοβοήθεια με την από κοινού διεξαγωγή

⁴ Παπαγεωργίου Κ.(2004). «Βιώσιμη Συνεταιριστική Οικονομία», Σταμούλη, Αθήνα

επιχειρήσεως, από την οποία ωφελούνται ανάλογα με την συναλλαγή τους με αυτή" (Δ. Καλιτσουνάκης, καθηγητής).

Επίσης, ο Διονύσης Μαυρογιάννης αναφέρει: "Ο Συνεταιρισμός είναι μια ελεύθερη ένωση προσώπων που ασκούν ομοειδή οικονομική επιχείρηση ή είναι της ίδιας κοινωνικής κατηγορίας αγρότες, καταναλωτές, κ.α.) και αποβλέπει στην προαγωγή της οικονομίας των μελών του, έχει δημοκρατικό χαρακτήρα και μορφωτική αποστολή για τα μέλη του".

Ο Marvin A. Schaars ορίζει τον συνεταιρισμό ως μια επιχείρηση που αποκτάται και ελέγχεται εθελοντικά από τα μέλη του και λειτουργεί από αυτούς και για αυτούς σε βάση μη κερδοσκοπική ή στο κόστος"⁵.

Ωστόσο, η Διεθνής Συνεταιριστική Συμμαχία, μια μη κυβερνητική οργάνωση που είναι η οργάνωση ομπρέλα των συνεταιρισμών σε όλο τον κόσμο, ορίζει τους συνεταιρισμούς ως μια "αυτόνομη ένωση ανθρώπων που ενώνονται εθελοντικά για να ικανοποιήσουν τις κοινές οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές ανάγκες και φιλοδοξίες τους μέσω μιας από κοινού ιδιόκτητης και δημοκρατικά ελεγχόμενης επιχείρησης". Αυτός είναι και ο ορισμός ο οποίος αποδίδει τα κυριότερα χαρακτηριστικά των συνεταιρισμών.⁶

8.1.2 Ιστορία συνεταιρισμού

Ο Μεσότοπος είναι ένα απομονωμένο χωριό στο νοτιοδυτικό άκρο της Λέσβου αρκετά μακριά από την πρωτεύουσα του νησιού, τη Μυτιλήνη. Μέχρι πριν από λίγα χρόνια η κύρια ασχολία των κατοίκων της περιοχής ήταν η γεωργία και η κτηνοτροφία. Έντονο όμως ήταν το φαινόμενο της υποαπασχόλησης των γυναικών καθώς οι περισσότερες ασχολούνταν με εποχιακές μόνο εργασίες. Οι δουλειές για τις γυναίκες αγρότισσες του Μεσοτόπου ήταν περιορισμένες - κυρίως λόγω της απομακρυσμένης τοποθεσίας - και έτσι παρακινούμενες από την επιτυχή πορεία άλλων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών αποφάσισαν να δημιουργήσουν



Εικόνα 1 - Φωτογραφία του χωριού Μεσότοπος Λέσβου

⁵ Ιστός
⁶ Guy

τον δικό τους δίνοντας λύση στο επαγγελματικό τους αδιέξοδο.

Ταυτόχρονα, με τον τρόπο αυτό θέλησαν να συνεισφέρουν και οι ίδιες στο οικογενειακό εισόδημα, να αναδείξουν τις παραδόσεις και τα ήθη του τόπου τους, να φέρουν αλλά και να κρατήσουν τον κόσμο στο χωριό τους. Έτσι, το 1998 ιδρύθηκε ο γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός Μεσοτόπου.

Η πρώτη σκέψη για τη δημιουργία του συνεταιρισμού έγινε το 1996 και ανήκει στον Αγροτικό Κτηνοτροφικό Συνεταιρισμό των ανδρών του χωριού. Η όλη στρατηγική σχεδιάστηκε από την Κοινωνική Παρέμβαση σε συνεργασία με το τμήμα Αγροτικής Οικιακής Οικονομίας της Γεωργικής Υπηρεσίας της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης. Έτσι, το 1998 ιδρύθηκε από 25 γυναίκες ο συνεταιρισμός με την επωνυμία «Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Μεσοτόπου». Το Φεβρουάριο του 1999 ξεκίνησε η επαγγελματική δραστηριότητα και ένα μήνα μετά έγινε μέλος του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Λέσβου.

8.1.3 Περιγραφή συνεταιρισμού

Οι γυναίκες-μέλη του συνεταιρισμού φιλοδοξούν μέσα από τη δράση του να γίνουν υπόδειγμα επιχειρηματικής δραστηριότητας και κοινωνικής προσφοράς στον τόπο τους, ενώ στόχος τους είναι να διατηρήσει ο συνεταιρισμός την αειφορία του.

Κύριο αντικείμενο του συνεταιρισμού είναι η παρασκευή παραδοσιακών εδεσμάτων και πλήθος πολλαπλών δραστηριοτήτων. Κινητήριο δύναμη στον σχεδιασμό των προϊόντων αποτέλεσε η αγάπη για την παράδοση και την επαναφορά ξεχασμένων γεύσεων και αρωμάτων στην καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου. Συγκεκριμένα, ο συνεταιρισμός παράγει παραδοσιακά ποιοτικά προϊόντα όπως γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες, γλυκά ταψιού, αμυγδαλωτά, ζυμαρικά, αρτοσκευάσματα, ηδύποτα και εργόχειρα. Σε συνεργασία με βιοκαλλιεργητές παρασκευάζουν λιαστή ντομάτα και άλλα λαχανικά, ενώ διαθέτουν προς πώληση ελιές, λαδοτύρι και αρωματικά φυτά. Όλα τα προϊόντα παρασκευάζονται χωρίς συντηρητικά και συνοδεύονται με εγγύηση επιστροφής χρημάτων. Βέβαια, τα προϊόντα αυτά δε μένουν στάσιμα αλλά βελτιώνονται, εξελίσσονται καθώς οι γυναίκες του συνεταιρισμού αφουγκράζονται τις επιθυμίες και τις παρατηρήσεις των πελατών εμπλουτίζοντας συνεχώς την ποικιλία των προϊόντων τους. Επιπλέον, ο συνεταιρισμός αναλαμβάνει και υποστηρίζει κοινωνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις μέχρι και 600 ατόμων (catering), ενώ σε συνεργασία με τοπικούς πολιτιστικούς συλλόγους πλαισιώνει τις εκδηλώσεις με παραδοσιακή μουσική και χορευτικά συγκροτήματα.



Εικόνα 2 - Παραδοσιακά προϊόντα του Γυναικείου Συνεταιρισμού Μεσοτόπου που πωλούνται στο εκθετήριο



Εικόνα 3 - Ο εργαστηριακός χώρος παρασκευής προϊόντων του Συνεταιρισμού



Εικόνα 4 - Το εκθετήριο προώθησης και πώλησης προϊόντων του Συνεταιρισμού

Στην αρχή δειλά-δειλά και σε μικρές ποσότητες έφτιαχναν, η καθεμιά στο σπίτι της, γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες και λικέρ, και διέθεταν τα προϊόντα τους σχεδόν χέρι με χέρι. Σήμερα, τα προϊόντα αυτά ταξιδεύουν και εκτός νησιού. Οι εγκαταστάσεις αποτελούνται από ένα εργαστήριο, δύο εκθετήρια-πρατήρια προϊόντων και μία εμπορική επιχείρηση – παντοπωλείο. Ο εξοπλισμός του εργαστηρίου είναι σύγχρονος και πληροί όλες τις προδιαγραφές παραγωγής και ποιοτικού ελέγχου.

Άμεσος στόχος του συνεταιρισμού είναι η στέγαση όλων των χώρων (εργαστήρια, συσκευαστήρια, εκθετήρια, αποθήκη, γραφεία) σε έναν ιδιόκτητο χώρο ο οποίος μάλιστα θα περιλαμβάνει χώρους συνάντησης επισκεπτών και εκπαίδευσης προσωπικού, χώρο για αναβίωση λαϊκών δρώμενων, παραδοσιακό φούρνο και ξενώνα δυναμικής 5-6 κλινών που θα φιλοξενεί όσους θέλουν να παρακολουθούν από κοντά τη διαδικασία παραγωγής καθώς και η δημιουργία χώρων για οικόσιτα ζώα.

Οι γυναίκες του συνεταιρισμού αναγνωρίζουν την εξέχουσα θέση που κατέχει γνώση στην ανάπτυξη του συνεταιρισμού και για το λόγο αυτό προσπαθούν συνεχώς να βελτιώνουν την τεχνογνωσία τους και τις γνώσεις τους μέσα από τη συνεχή εκπαίδευση η οποία θεωρούν ότι είναι καλό να πραγματοποιείται στο χώρο τους ώστε να συνδέεται με την πράξη.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Μεσοτόπου έχει βραβευτεί για την γυναικεία δημιουργικότητα από το Παγκόσμιο Ίδρυμα κορυφής για τις γυναίκες που εδρεύει στη Γενεύη και από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Ο γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός Μεσοτόπου κατάφερε να γίνει μία συνεχώς αναπτυσσόμενη επιχείρηση με δυναμική, δημιουργικότητα, προοπτική και μεγάλη αξιοπιστία στο χώρο της λεσβιακής αγοράς.

Όλα, λοιπόν, τα παραπάνω στοιχεία καθιστούν την επιλογή του ιδανική, προκειμένου για την εξαγωγή έγκυρων συμπερασμάτων που αφορούν την παρούσα έρευνα.

9. Συγκέντρωση στοιχείων των ατομικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών των μελών του Γυναικείου Αγροτικού Συνεταιρισμού Μεσοτόπου Λέσβου

Τα ερωτηματολόγια Β συμπληρώθηκαν από τα ενεργά μέλη του Γυναικείου Συνεταιρισμού, τα οποία στο σύνολό τους είναι 34. Τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα, χωρίζονται σε έξι θεματικές ενότητες:

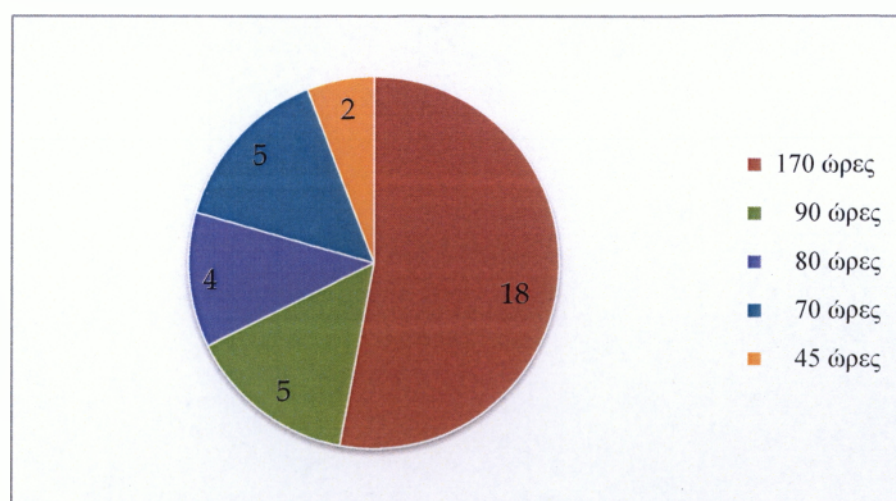
9.1 Ατομικά στοιχεία

9.1.1 Ηλικία

Παρατηρούμε ότι τα 28 από τα 34 μέλη, ποσοστό που αντιστοιχεί περίπου στο 82% του δείγματος, έχουν ηλικία από 41 έως 50 ετών. Επίσης, 4 από τα μέλη έχουν ηλικία μεταξύ 31 και 41 ετών, ενώ μόνο 2 μέλη έχουν ηλικία από 25 έως 30 ετών. Αξιοσημείωτο είναι ότι στον Συνεταιρισμό δεν απασχολούνται καθόλου γυναίκες ηλικίας από 50 ετών και άνω.

Πίνακας 2: Ηλικιακή Κατανομή (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Ομάδες ηλικιών	Συχνότητα	Ποσοστό %
Έως 25 ετών	0	0
25-30 ετών	2	6
31-40 ετών	4	12
41-50 ετών	28	82
50 ετών και άνω	0	0
Σύνολο	34	100



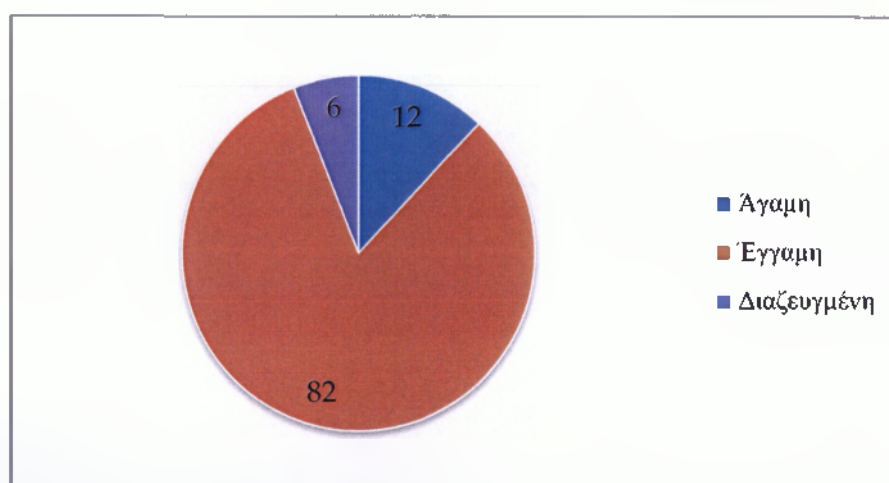
Γράφημα 1 - Κατανομή μελών με βάση την ηλικία τους

9.1.2 Οικογενειακή Κατάσταση

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των μελών ήταν έγγαμες γυναίκες (82%), ενώ μόνο το 12% ήταν άγαμες και το 8% διαζευγμένες.

Πίνακας 3 - Οικογενειακή Κατάσταση Μελών Συνεταιρισμού (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Οικογενειακή κατάσταση	Συχνότητα	Ποσοστό %
Άγαμη	4	12
Έγγαμη	28	82
Χήρα	0	0
Διαζευγμένη	2	6
Σύνολο	34	100



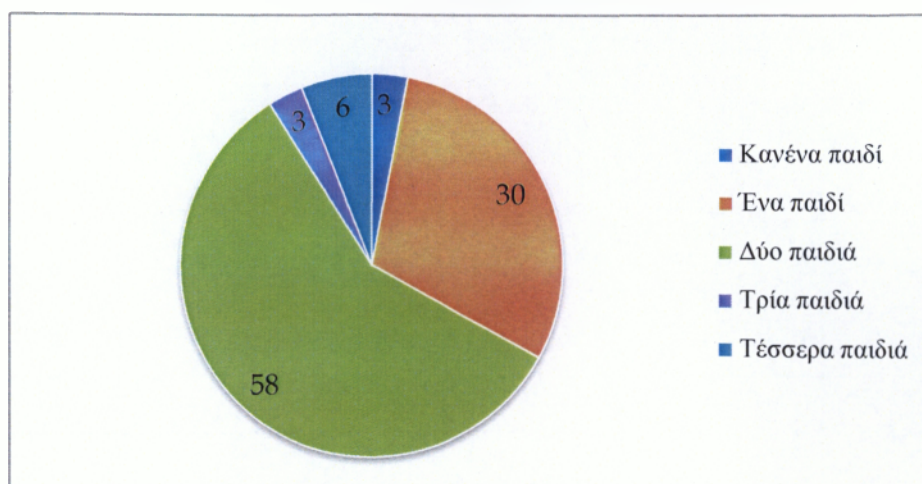
Γράφημα 2 - Ποσοστιαία παρουσίαση οικογενειακής κατάστασης μελών

9.1.3 Αριθμός Παιδιών

Παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των μελών του υπό μελέτη Συνεταιρισμού, δηλαδή τα 20 μέλη από τα 34 άτομα έχει δυο παιδιά. Ωστόσο, στο δείγμα υπάρχουν 10 γυναίκες που έχουν 1 παιδί στην οικογένεια, 1 τρίτεκνη και 2 που έχουν 4 παιδιά.

Πίνακας 4 - Αριθμός παιδιών (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Αριθμός παιδιών	Συχνότητα	Ποσοστό %
Κανένα παιδί	1	3
Ένα παιδί	10	30
Δύο παιδιά	20	58
Τρία παιδιά	1	3
Τέσσερα παιδιά	2	6
Σύνολο	34	100



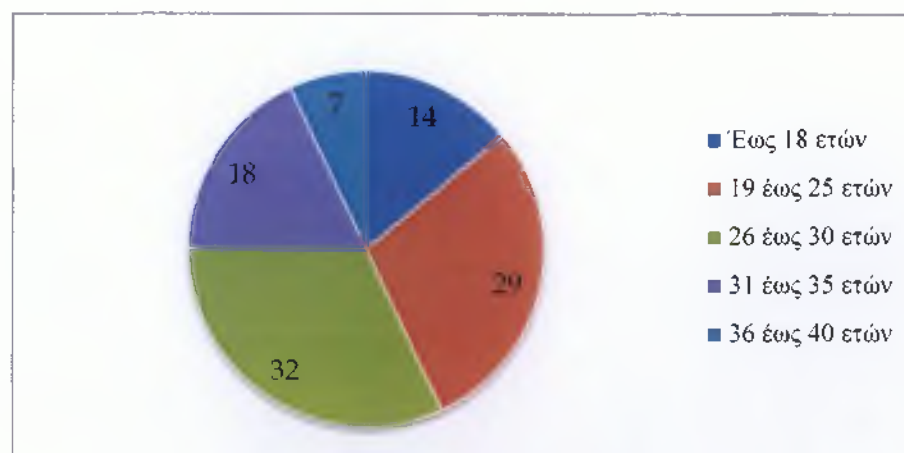
Γράφημα 3 - Αριθμός παιδιών

9.1.4 Ηλικίες Παιδιών

Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της έρευνας, τα μέλη του Συνεταιρισμού έχουν στο σύνολό τους 28 παιδιά. Όπως διαπιστώνεται από το παρακάτω γράφημα, η πλειοψηφία των παιδιών (17 από τα 28 παιδιά του δείγματος) έχουν ηλικία από 19 έως 30 ετών. Οπότε το σύνολο των ανήλικων παιδιών ανήκει μόλις στο 14% του δείγματος. Επίσης, παρατηρούμε ότι το 86% του συνόλου των παιδιών, δηλαδή 24 από τα 28 μέλη είναι ενήλικες, ενώ αξιοσημείωτο είναι ότι 7 από τα παιδιά του δείγματος έχουν ηλικία από 31 έως 40 ετών.

Πίνακας 5 – Ηλικίες παιδιών (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Ηλικίες παιδιών	Συχνότητα	Ποσοστό %
Έως 18 ετών	4	14
19 έως 25 ετών	8	29
26 έως 30 ετών	9	32
31 έως 35 ετών	5	18
36 έως 40 ετών	2	7
Σύνολο	28	100



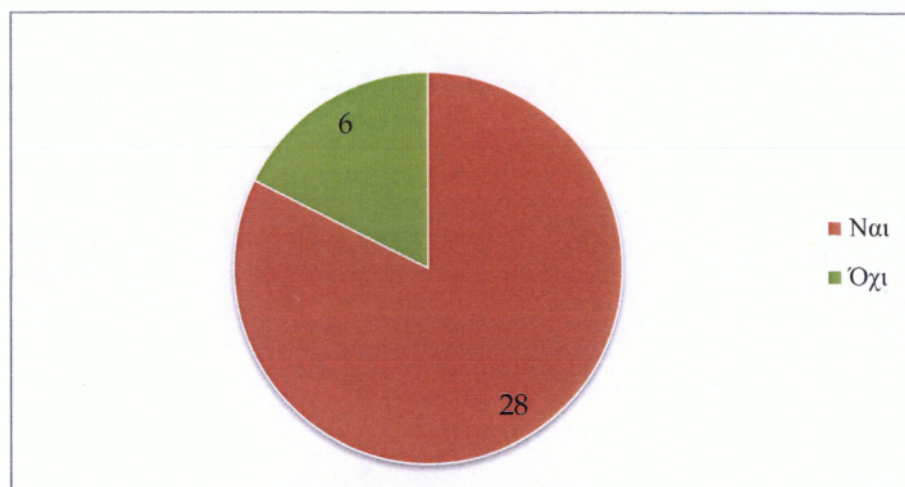
Γράφημα 4 - Ηλικιακή κατανομή παιδιών

9.1.5 Εξάρτηση των Παιδιών από την Οικογένεια

Από τα 34 μέλη του συνεταιρισμού παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (82%) αποτελούν εξαρτημένα μέλη των οικογενειών τους.

Πίνακας 6 – Εξάρτηση των παιδιών από την οικογένεια (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Εξάρτηση των παιδιών από την οικογένεια	Συχνότητα	Ποσοστό %
Ναι	28	82
Όχι	6	18
Σύνολο	34	100



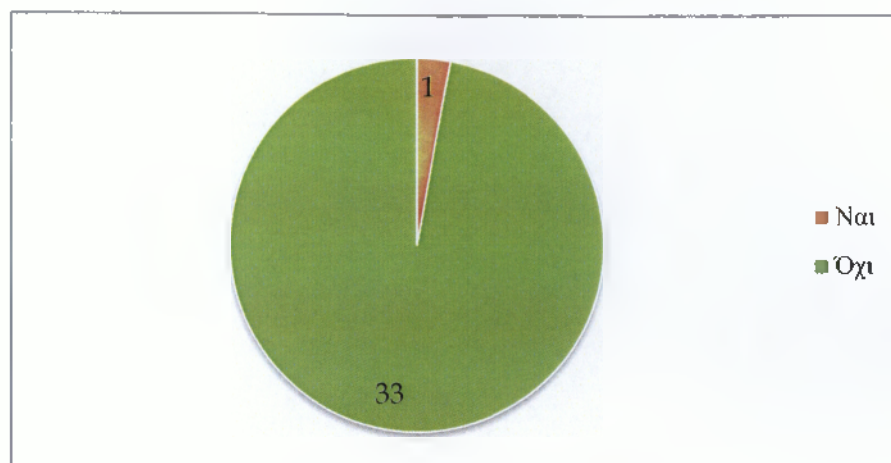
Γράφημα 5 – Εξάρτηση των παιδιών από την οικογένεια

9.1.6 Άλλα Εξαρτημένα Μέλη στην Οικογένεια

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των μελών, οι 33 από τις 34 γυναίκες που αντιστοιχεί στο 97% του δείγματος δεν έχουν άλλα εξαρτημένα μέλη στις οικογένειές τους ενώ 1 από αυτές έχει ένα εξαρτημένο μέλος, την μητέρα της.

Πίνακας 7 – Άλλα εξαρτημένα μέλη στην οικογένεια (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Γυναίκες με εξαρτημένα μέλη στην οικογένεια	Συχνότητα	Ποσοστό %
Ναι	1	3
Όχι	33	97
Σύνολο	34	100



Γράφημα 6 – Άλλα εξαρτημένα μέλη στην οικογένεια

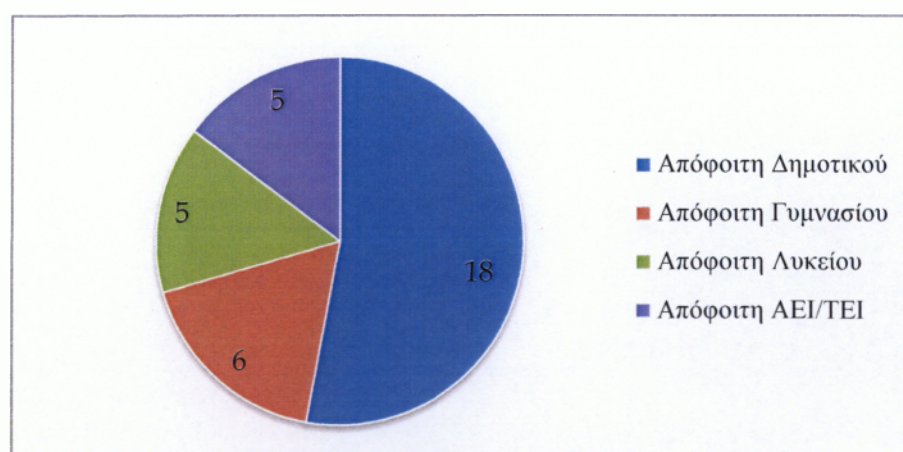
9.2. ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

9.2.1 Εκπαίδευση

Όσον αφορά την εκπαίδευση των μελών του Συνεταιρισμού, 18 είναι απόφοιτες δημοτικού, 6 γυμνασίου, 5 λυκείου και ΤΕΙ ενώ καμιά δεν έχει τελειώσει ΙΕΚ.

Πίνακας 8 – Εκπαίδευση (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β)

Εκπαίδευση	Συχνότητα	Ποσοστό %
Απόφοιτη Δημοτικού	18	53
Απόφοιτη Γυμνασίου	6	17
Απόφοιτη Λυκείου	5	15
Απόφοιτη ΑΕΙ/ΤΕΙ	5	15
Απόφοιτη ΙΕΚ/Τεχν. Σχολή	0	0
Σύνολο	34	100



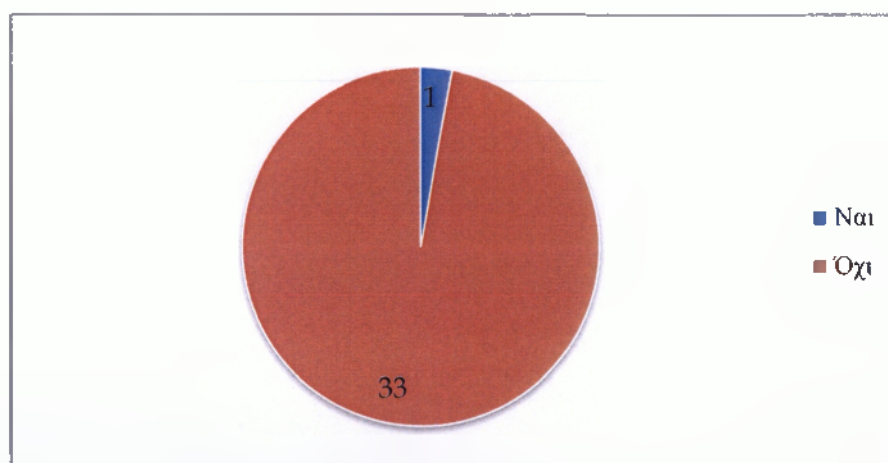
Γράφημα 7 - Εκπαίδευση

9.2.2 Επιθυμία Συνέχισης Σπουδών στο Μέλλον

Όπως φαίνεται από το παρακάτω σχήμα, μόλις 1 από τις γυναίκες του Συνεταιρισμού είναι πρόθυμη να συνεχίσει τις σπουδές της στο μέλλον, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες 33 (97% του δείγματος) που είναι ευχαριστημένες με το παρόν επίπεδο σπουδών τους.

Πίνακας 9 – Επιθυμία συνέχισης σπουδών στο μέλλον (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Επιθυμία συνέχισης σπουδών	Συχνότητα	Ποσοστό %
Ναι	1	3
Όχι	33	97
Σύνολο	34	100



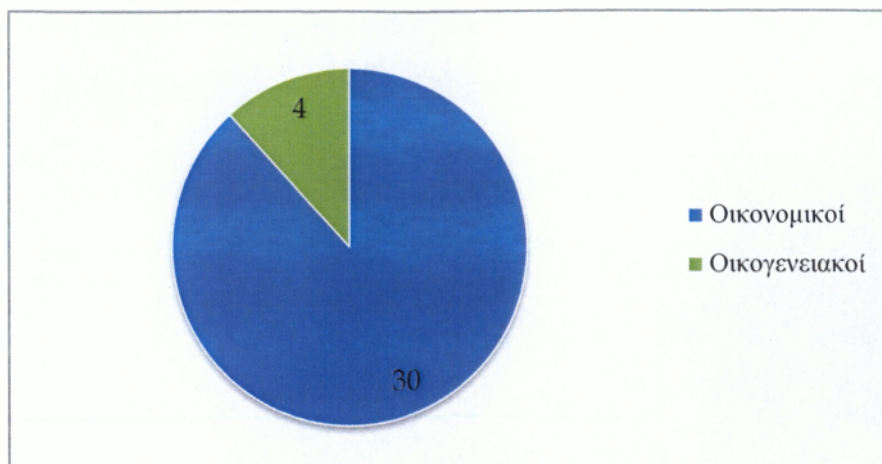
Γράφημα 8 – Επιθυμία συνέχισης σπουδών στο μέλλον

9.2.3 Λόγοι Διακοπής της Εκπαίδευσης

Παρατηρούμε ότι οι η πλειοψηφία των γυναικών 88% διέκοψε τις σπουδές τις λόγω οικονομικών δυσκολιών, το 12% για οικογενειακούς λόγους και τέλος καμιά για επαγγελματικούς.

Πίνακας 10 – Λόγοι διακοπής της εκπαίδευσης (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Λόγοι διακοπής της εκπαίδευσης	Συχνότητα	Ποσοστό %
Οικονομικοί	30	88
Επαγγελματικοί	0	0
Οικογενειακοί	4	12
Σύνολο	34	100



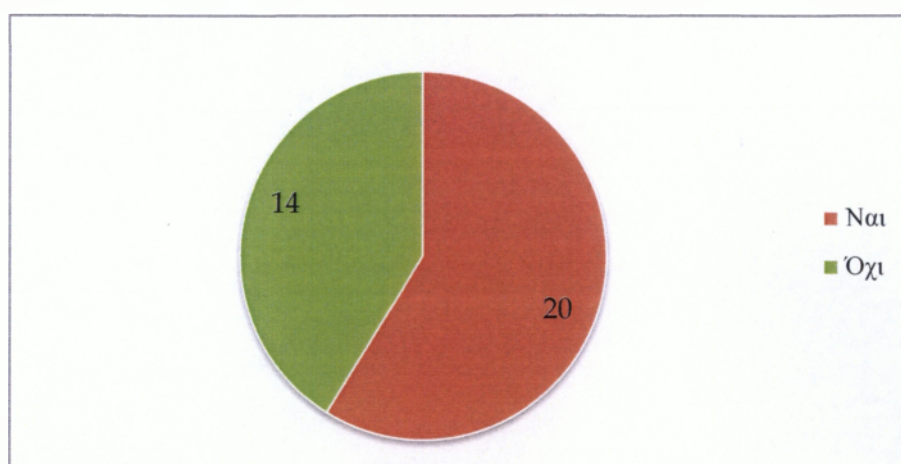
Γράφημα 9 - Λόγοι διακοπής της εκπαίδευσης

9.2.4 Παρακολούθηση Προγραμμάτων Κατάρτισης

Όπως φαίνεται από το παραπάνω σχήμα, τα μέλη στην πλειοψηφία τους (20 από τα 14) έχουν παρακολουθήσει εξειδικευμένα προγράμματα προκειμένου να καταρτιστούν ώστε να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες του Συνεταιρισμού. Ωστόσο, 14 από τα μέλη δεν έχουν παρακολουθήσει κάποιο εξειδικευμένο πρόγραμμα.

Πίνακας 11 - Παρακολούθηση προγραμμάτων κατάρτισης (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Παρακολούθηση προγραμμάτων κατάρτισης	Συχνότητα	Ποσοστό %
Ναι	20	58
Όχι	14	42
Σύνολο	34	100



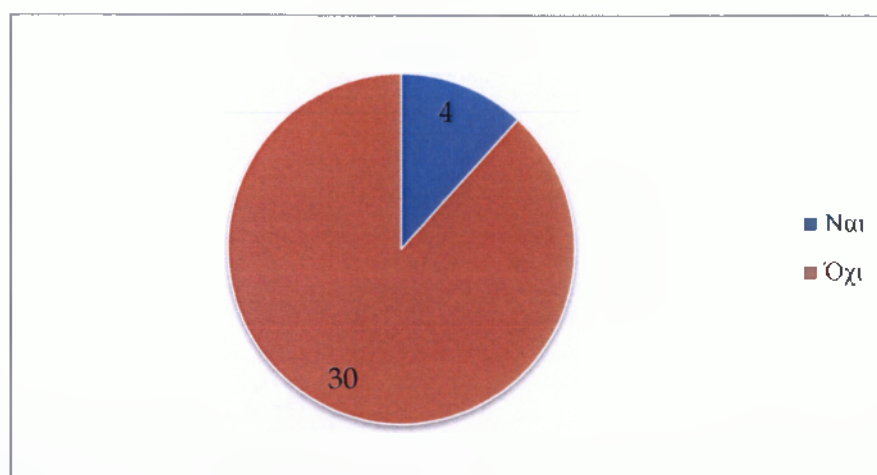
Γράφημα 10 - Παρακολούθηση προγραμμάτων κατάρτισης

9.2.5 Ξένες Γλώσσες

Παρατηρούμε ότι 30 από τα 34 μέλη δηλαδή ποσοστό που αντιστοιχεί στο 88% του δείγματος δεν γνωρίζουν κάποια ξένη γλώσσα σε αντίθεση με τα υπόλοιπα 4 μέλη, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 12% του δείγματος.

Πίνακας 12 – Ξένες γλώσσες (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Γνώση ξένων γλωσσών	Συχνότητα	Ποσοστό %
Ναι	4	12
Όχι	30	88
Σύνολο	34	100



Γράφημα 11 – Γνώση ξένων γλωσσών

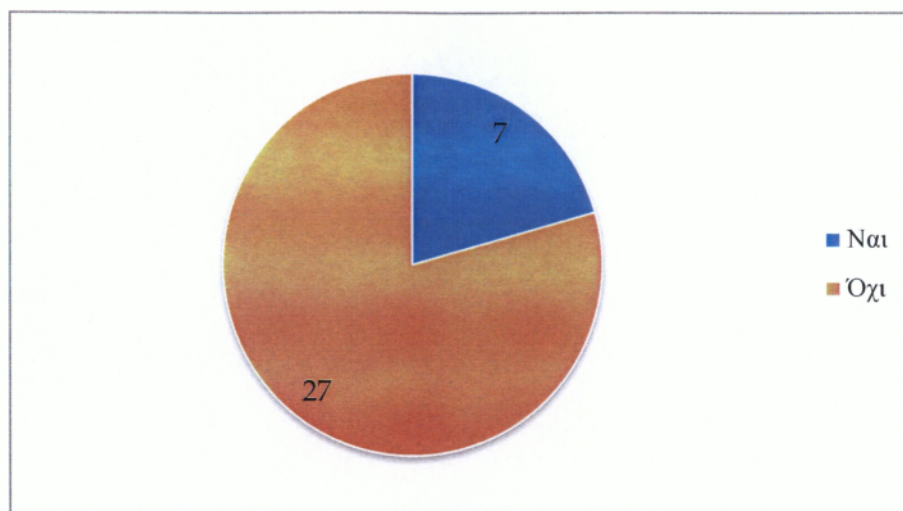
9.2.6 Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές

Όπως φαίνεται από το παραπάνω δείγμα, μόλις 7 από τα μέλη του Συνεταιρισμού μπορούν να χειρίζονται Η/Υ, σε αντίθεση τα 27 από τα 34 μέλη, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 80% του δείγματος δεν μπορούν.

Πίνακας ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Πίνακας 13 – Ηλεκτρονικοί υπολογιστές (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Γνώση χειρισμού Η/Υ	Συχνότητα	Ποσοστό %
Ναι	7	20
Όχι	27	80
Σύνολο	34	100



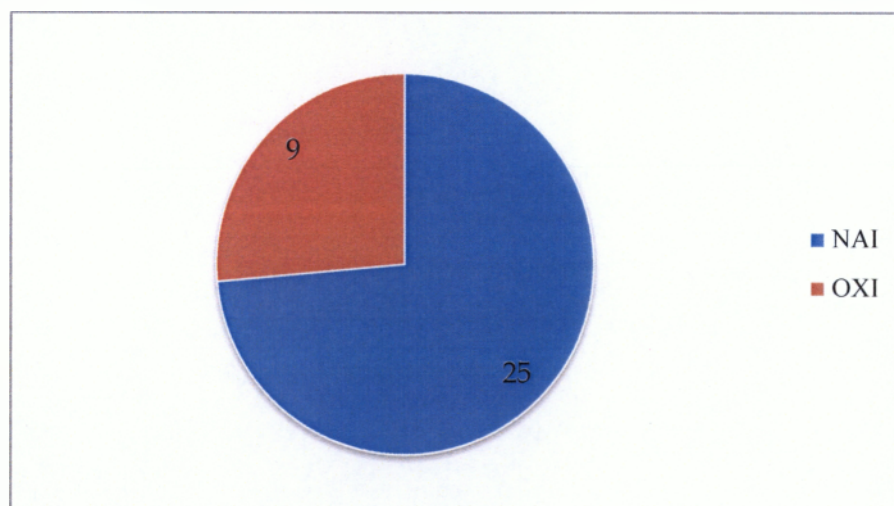
Γράφημα 12 – Γνώση χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή

9.2.7 Δίπλωμα Οδήγησης

Παρατηρούμε ότι οι περισσότερες γυναίκες του Συνεταιρισμού είναι κάτοχοι διπλώματος οδήγησης, ενώ ένας μικρός αριθμός μόνο δεν έχει που αντιστοιχεί στο 27%.

Πίνακας 14 – Δίπλωμα οδήγησης (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β)

Κατοχή διπλώματος οδήγησης	Συχνότητα	Ποσοστό %
ΝΑΙ	25	73
ΟΧΙ	9	27
Σύνολο	34	100



Γράφημα 13 – Κατοχή διπλώματος οδήγησης

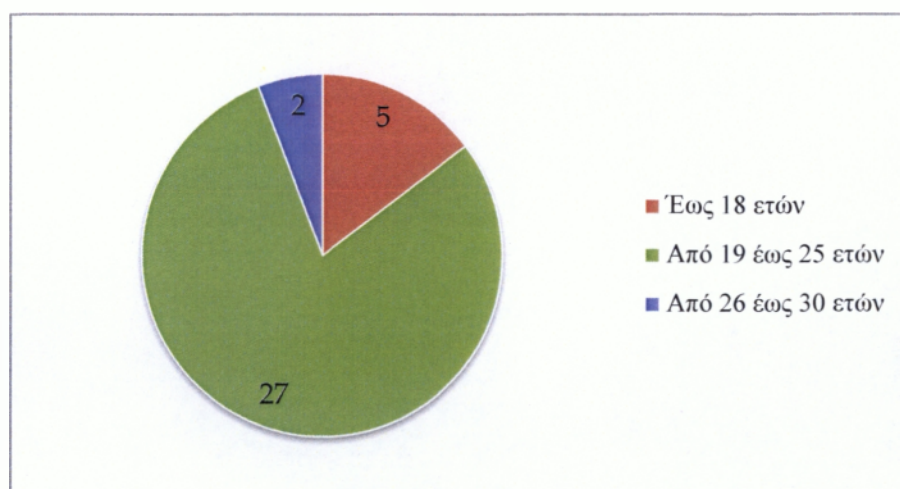
9.3. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΖΩΗ

9.3.1 Ηλικία Ένταξης στην Αγορά Εργασίας

Σύμφωνα με το παρακάτω σχήμα συμπεραίνουμε ότι τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού, δηλαδή ποσοστό που αντιστοιχεί στο 80% δείγματος, εντάχθηκαν στην αγορά εργασίας από τα 19 στα 18 πέντε ενώ μόλις δύο μέλος εντάχθηκε στην ηλικία των 30 ετών.

Πίνακας 15 – Ηλικία ένταξης στην αγορά εργασίας (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Ηλικία ένταξης στην αγορά εργασίας	Συχνότητα	Ποσοστό %
Έως 18 ετών	5	15
Από 19 έως 25 ετών	27	80
Από 26 έως 30 ετών	2	5
Σύνολο	34	100



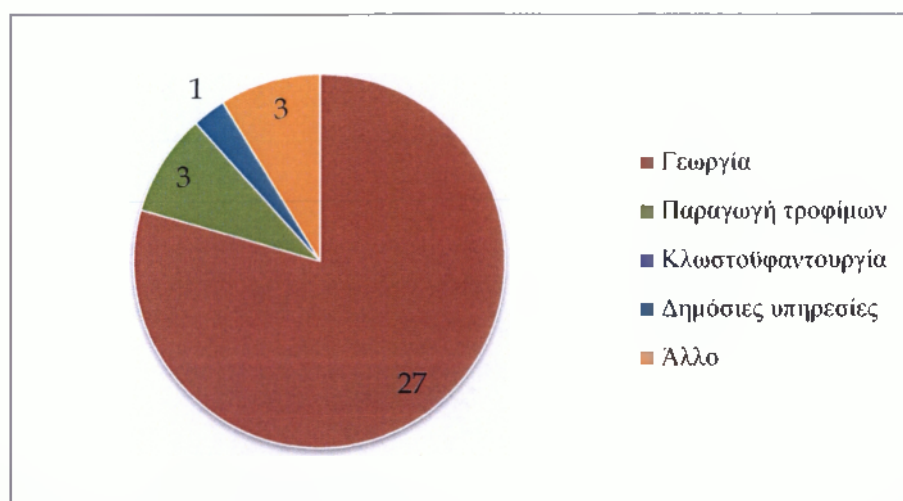
Γράφημα 14 – Ηλικία ένταξης στην αγορά εργασίας

9.3.2 Προηγούμενος Τομέας Απασχόλησης

Παρατηρούμε ότι αρκετά μεγάλο μέρος του δείγματος, πριν την απασχόληση στον Συνεταιρισμό εργαζόταν στον τομέα της γεωργίας. Ωστόσο, το 8% του δείγματος το έχουν τα μέλη που εργαζόντουσαν στον τομέα παραγωγής και επεξεργασίας τροφίμων όπως το ίδιο με τα μέλη που δούλεψαν σε διαφορετικό από τους προαναφερθέντες τομείς απασχόλησης. Τέλος μόνο ένα μέλος εργαζόταν σε στον Δημόσιο Τομέα.

Πίνακας 16 – Προηγούμενος τομέας απασχόλησης (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Προηγούμενος τομέας απασχόλησης	Συχνότητα	Ποσοστό %
Γεωργία	27	80
Παραγωγή τροφίμων	3	8
Κλωστοϋφαντουργία	0	0
Δημόσιες υπηρεσίες	1	4
Άλλο	3	8
Σύνολο	34	100



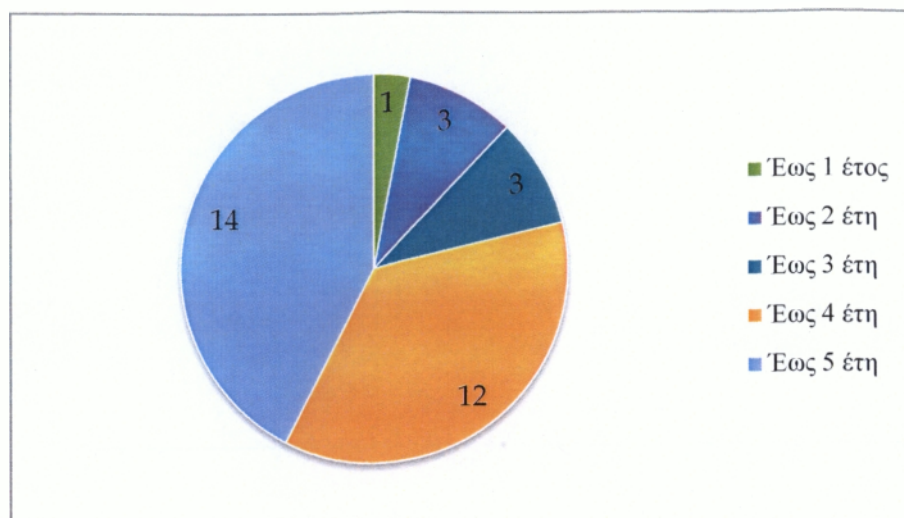
Γράφημα 15 – Προηγούμενος τομέας απασχόλησης

9.3.3 Χρονικό Διάστημα Ανεργίας πριν την Απασχόληση στο Συνεταιρισμό

Από το παραπάνω σχήμα φαίνεται ότι η πλειοψηφία των γυναικών που απαρτίζουν το Συνεταιρισμό, ήταν άνεργες αρκετό καιρό πριν αποφασίσουν να ασχοληθούν με τον συγκεκριμένο τομέα, ενώ καμιά δεν φαίνεται να έχει απασχόληση.

Πίνακας 17 – Χρονικό διάστημα ανεργίας πριν την απασχόληση στο Συνεταιρισμό (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Χρονικό διάστημα ανεργίας	Συχνότητα	Ποσοστό %
Μηδενικό	0	0
Έως 1 έτος	1	3
Έως 2 έτη	3	10
Έως 3 έτη	3	10
Έως 4 έτη	12	35
Έως 5 έτη	14	42
Σύνολο	34	100



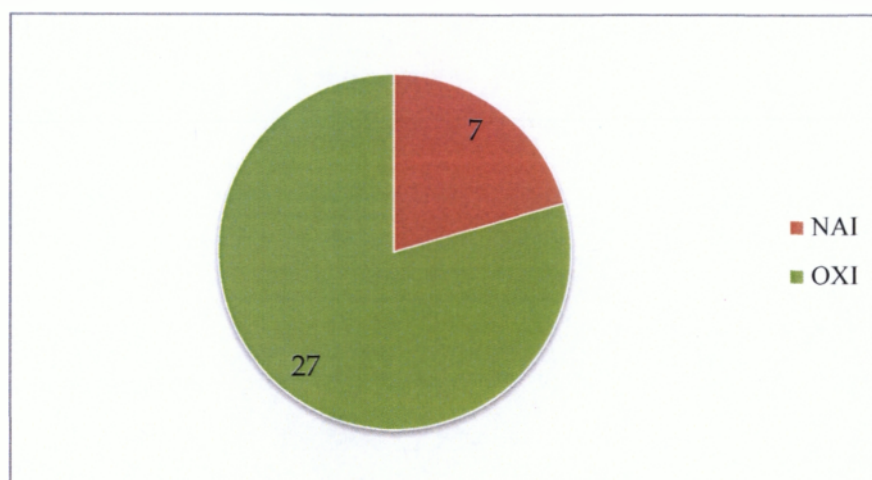
Γράφημα 16 – Χρονικό διάστημα ανεργίας πριν την απασχόληση στο Συνεταιρισμό

9.3.4 Παράλληλη Εργασία

Παρατηρούμε ότι μόνο 7 από τις 34 συνολικά γυναίκες εργάζονται παράλληλα και κάπου αλλού, ενώ οι 27 από αυτές, ποσοστό που ανήκει στο 80% των μελών έχουν σαν μοναδική απασχόλησή τους το Συνεταιρισμό.

Πίνακας 18 – Παράλληλη εργασία (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Παράλληλη εργασία	Συχνότητα	Ποσοστό %
ΝΑΙ	7	20
ΟΧΙ	27	80
Σύνολο	34	100



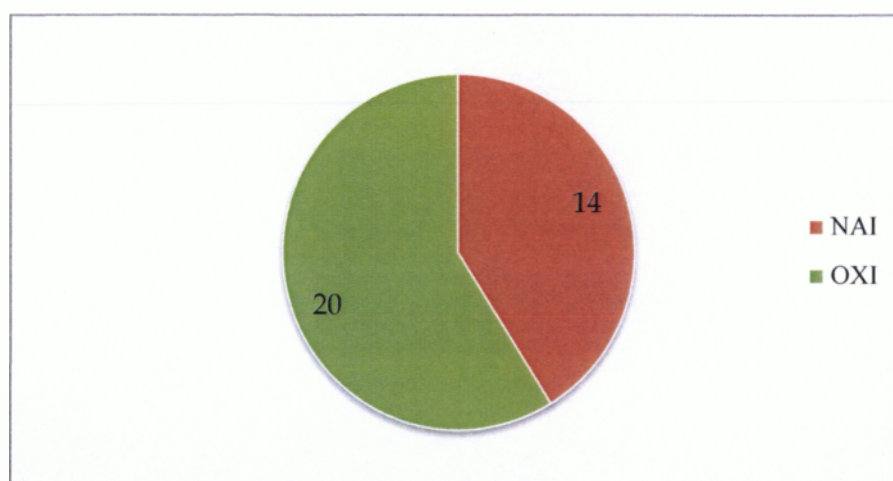
Γράφημα 17 – Παράλληλη εργασία

9.3.5 Επιθυμία για Επαγγελματική Αλλαγή στο Μέλλον

Από το παραπάνω σχήμα φαίνεται ότι η πλειοψηφία των μελών δηλαδή ποσοστό που ανήκει στο 58% δεν θα ήθελε να αλλάξει τομέα απασχόλησης στο μέλλον, ενώ το 42% θα ήθελε.

Πίνακας 19 – Επιθυμία για επαγγελματική αλλαγή στο μέλλον (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Επιθυμία για επαγγελματική αλλαγή	Συχνότητα	Ποσοστό %
ΝΑΙ	14	42
ΟΧΙ	20	58
Σύνολο	34	100



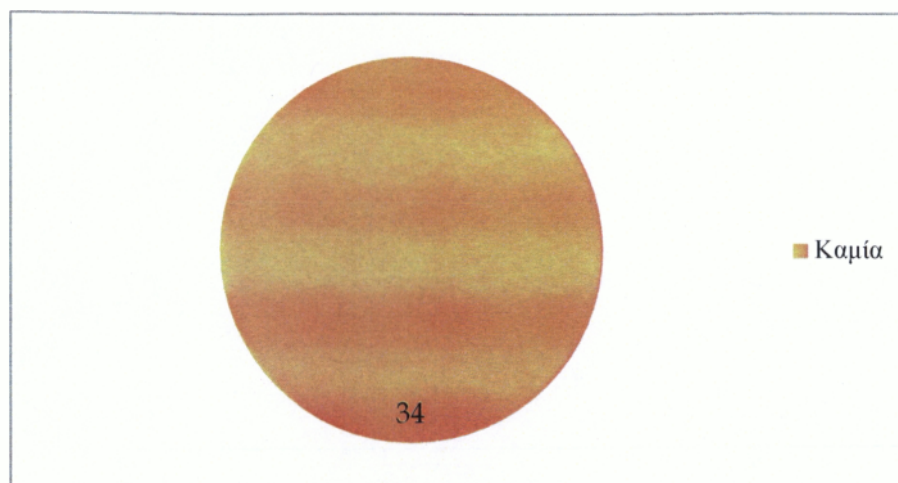
Γράφημα 18 – Επιθυμία για επαγγελματική αλλαγή στο μέλλον

9.3.6 Δυσκολίες Συνδυασμού Οικογενειακής Ζωής και Εργασίας

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας κανένα από τα μέλη που απαρτίζουν το Συνεταιρισμό δεν συνάντησε δυσκολίες στο να καταφέρει να συνδυάσει την οικογενειακή ζωή και την εργασία. Τα 34 μέλη απάντησαν στο σύνολό τους ότι δεν συνάντησαν καμία δυσκολία πάνω σε αυτό το θέμα.

Πίνακας 20 – Δυσκολίες συνδυασμού οικογενειακής ζωής και εργασίας (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Δυσκολίες	Συχνότητα	Ποσοστό %
Καμία	34	100
Σύνολο	34	100



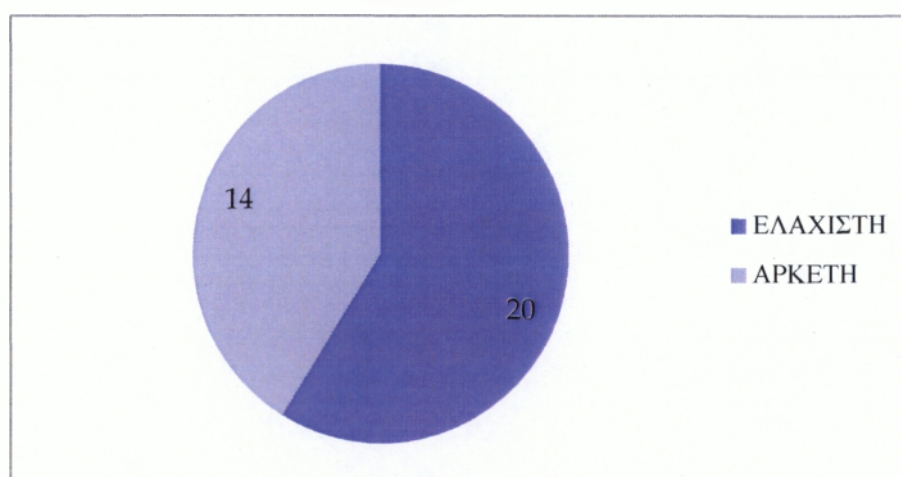
Γράφημα 19 - Δυσκολίες συνδυασμού οικογενειακής ζωής και εργασίας

9. 3.7 Συμβολή στο Οικογενειακό Εισόδημα

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό 58% των μελών δεν συμβάλει αρκετά στο εισόδημα της οικογένειας ενώ ένα 42% δηλώνει ότι συμβάλει αρκετά. Αξιοπρόσεκτο είναι ότι δεν υπάρχουν μέλη που δεν συμβάλουν καθόλου, όπως επίσης δεν υπάρχουν μέλη που συμβάλουν πολύ στο οικογενειακό εισόδημα.

Πίνακας 21 – Συμβολή στο οικογενειακό εισόδημα (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Συμβολή στο οικογενειακό εισόδημα	Συχνότητα	Ποσοστό
ΚΑΜΙΑ	0	0
ΕΛΑΧΙΣΤΗ	20	58
ΑΡΚΕΤΗ	14	42
ΜΕΓΑΛΗ	0	0
Σύνολο	34	100



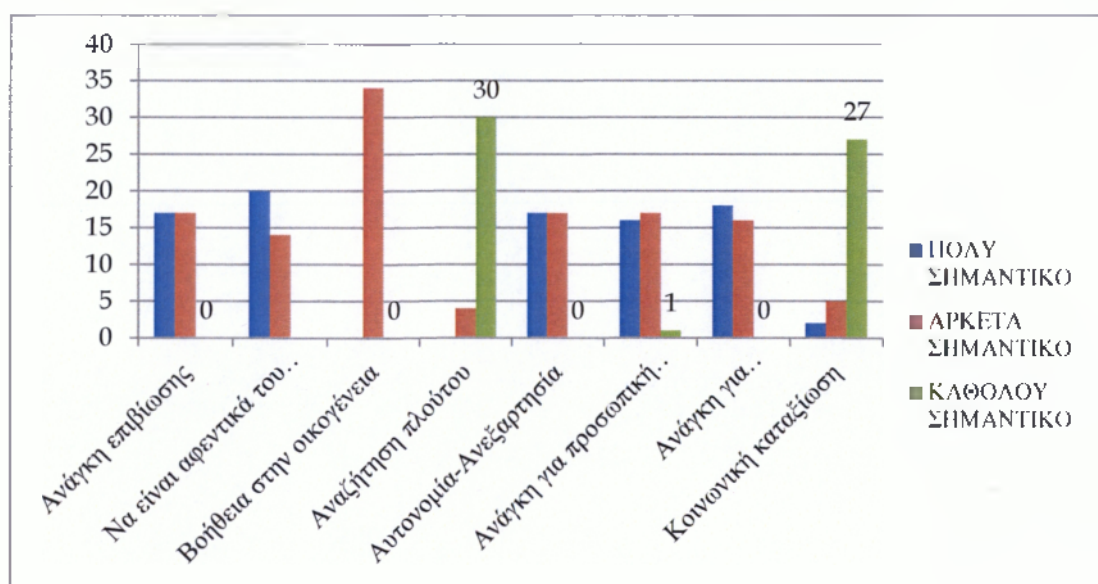
Γράφημα 20 – Συμβολή στο οικογενειακό εισόδημα

9.3.8 Κίνητρα των Μελών για Συμμετοχή στο Συνεταιρισμό

Παρατηρούμε ότι τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού, έδωσαν μεγάλη έμφαση στην βοήθεια προς την οικογένεια, στην ανάγκη για αυτονομία, στην επιδίωξη του να είναι αφεντικά του εαυτού τους και στην ανάγκη για προσωπική δημιουργία. Επίσης αρκετά σημαντικό κίνητρο για τα περισσότερα μέλη, αποτέλεσε η ανάγκη για επαγγελματική επιτυχία καθώς και η ανάγκη για επιβίωση. Ωστόσο, με τη βοήθεια του γραφήματος γίνεται ξεκάθαρο ότι τα περισσότερα μέλη αδιαφορούν για την απόκτηση πλούτου, όπως και για την κοινωνική τους καταξίωση.

Πίνακας 22 – Κίνητρα των μελών για συμμετοχή στο Συνεταιρισμό (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

ΚΙΝΗΤΡΑ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ
Ανάγκη επιβίωσης	17	17	0
Να είναι αφεντικά του εαυτού τους	20	14	
Βοήθεια στην οικογένεια	0	34	0
Αναζήτηση πλούτου	0	4	30
Αυτονομία-Ανεξαρτησία	17	17	0
Ανάγκη για προσωπική δημιουργία	16	17	1
Ανάγκη για επαγγελματική επιτυχία και απασχόληση	18	16	0
Κοινωνική καταξίωση	2	5	27



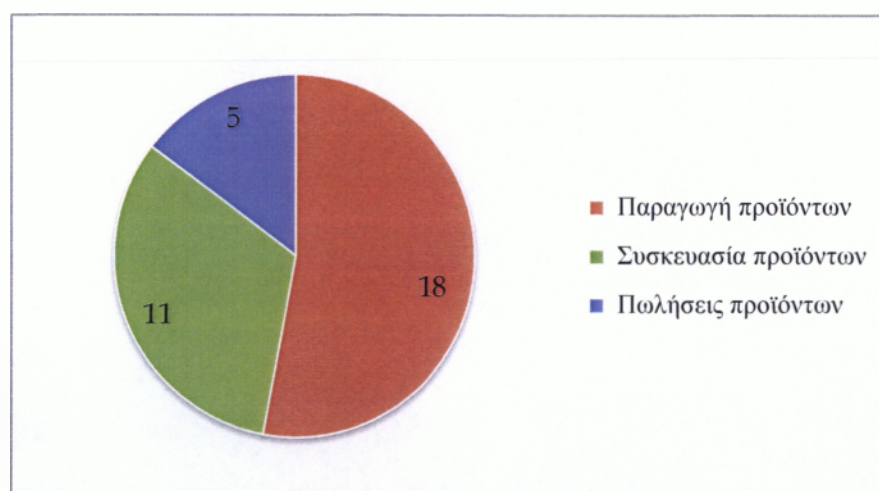
Γράφημα 21 – Κίνητρα των μελών για συμμετοχή στο Συνεταιρισμό (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

9.3.9 Διαχωρισμός των Καθηκόντων

Όσον αφορά τον διαχωρισμό των καθηκόντων στο Συνεταιρισμό, παρατηρούμε ότι τα περισσότερα μέλη δηλαδή τα 18 από τα 34 απασχολούνται στον τομέα της παραγωγής των προϊόντων τα 11 στον τομέα της συσκευασίας ενώ υπόλοιπα 5 είναι υπεύθυνα για τις πωλήσεις των παραγόμενων προϊόντων.

Πίνακας 23 – Διαχωρισμός των καθηκόντων (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Καθήκοντα	Συχνότητα	Ποσοστό %
Παραγωγή προϊόντων	18	53
Συσκευασία προϊόντων	11	32
Πωλήσεις προϊόντων	5	15
Σύνολο	34	100



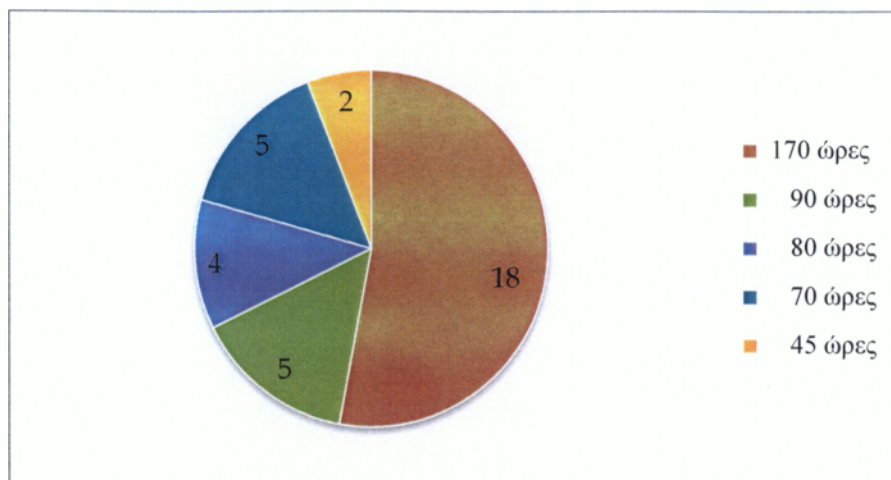
Γράφημα 22 – Διαχωρισμός των καθηκόντων

9.3.10 Μέσος Χρόνος Απασχόλησης το Μήνα

Παρατηρούμε ότι τα 18 από τα 34 μέλη, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 53% των μελών, εργάζονται στο Συνεταιρισμό 170 ώρες το μήνα. Τα υπόλοιπα μέλη εργάζονται αρκετά λιγότερες ώρες δηλαδή από 70 έως 90 ώρες, ενώ υπάρχουν και δύο μέλη που εργάζονται μόλις 45 ώρες το μήνα.

Πίνακας 24 – Μέσος χρόνος απασχόλησης το μήνα (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Μέσος χρόνος απασχόλησης	Συχνότητα	Ποσοστό %
170 ώρες	18	53
90 ώρες	5	15
80 ώρες	4	11
70 ώρες	5	15
45 ώρες	2	5
Σύνολο	34	100



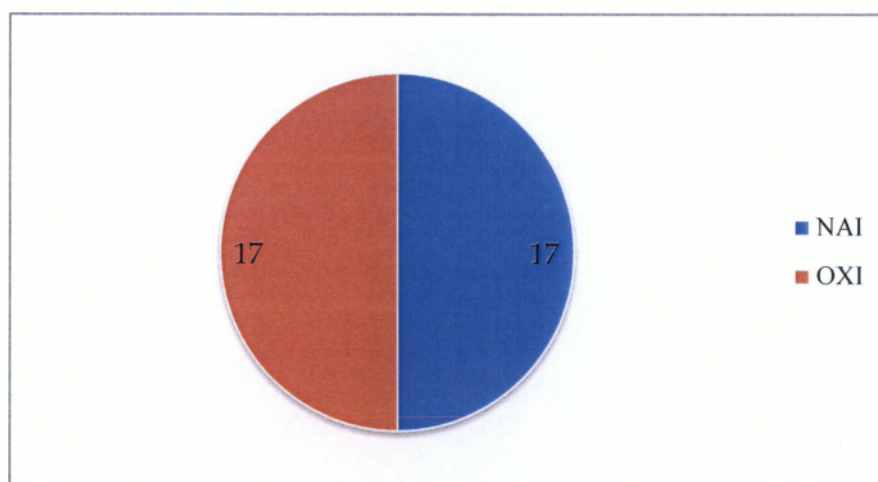
Γράφημα 23 – Μέσος χρόνος απασχόλησης το μήνα

9.3.11 Ικανοποίηση από το Εισόδημα

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, παρατηρούμε ότι ακριβώς τα μισά μέλη του Συνεταιρισμού, δηλαδή τα 17 από τα 34, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 50% του δείγματος είναι ικανοποιημένα από το εισόδημά τους, ενώ τα υπόλοιπα 17 δεν είναι.

Πίνακας 25 – Ικανοποίηση από το εισόδημα (Πηγή: Στατιστική επεξεργασία Ερωτηματολογίων Β')

Ικανοποιητικό εισόδημα	Συχνότητα	Ποσοστό
ΝΑΙ	17	50
ΟΧΙ	17	50
Σύνολο	34	100



Γράφημα 24 – Ικανοποίηση από το εισόδημα

10. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η στατιστική επεξεργασία και ανάλυση των στοιχείων από τα ερωτηματολόγια είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία χρήσιμων συμπερασμάτων σχετικά με τα χαρακτηριστικά του Γυναικείου Συνεταιρισμού Μεσοτόπου, αλλά και όσον αφορά στα ατομικά, επαγγελματικά, κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά του ανθρωπίνου δυναμικού που τον στελεχώνει.

Καταρχάς, φαίνεται πως ο συγκεκριμένος συνεταιρισμός είναι οικονομικά βιώσιμος. Αυτό κρίνεται λόγω της υψηλής ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων του και της επαρκούς εκπαίδευσης και κατάρτισης των μελών του. Μερικές από τις εσωτερικές οικονομικές αδυναμίες αποτελούν το υψηλό κόστος λειτουργίας του και παραγωγής αγαθών και οι υψηλές αποδοχές τρίτων. Σίγουρα έχει συνεισφέρει αρνητικά η οικονομική ύφεση της χώρας, με αποτέλεσμα τη μειωμένη εισροή κερδών σε σχέση με το παρελθόν. Επιπλέον, ο συνεταιρισμός σύμφωνα με την Πρόεδρο, μπορεί να χαρακτηριστεί αρκετά δραστήριος. Διαθέτει προϊόντα του σε πολλά μικρά και μεγάλα καταστήματα του νησιού και λαμβάνει μέρος σε τοπικές εκθέσεις και εορτές που ενισχύουν την προώθησή τους.

Το βασικό προφίλ της γυναίκας μέλους του υπό μελέτη συνεταιρισμού, όσον αφορά στα ατομικά και οικογενειακά χαρακτηριστικά συνοψίζεται ως εξής: είναι παντρεμένη, 41 έως 50 ετών, με δύο παιδιά, τα οποία εξαρτώνται από την ίδια, ενώ δεν υπάρχουν άλλα εξαρτημένα μέλη στην οικογένειά της. Σχετικά με τη μορφωτική της κατάσταση: είναι απόφοιτη δημοτικού, δε συνέχισε τις σπουδές της λόγω οικονομικών δυσκολιών, αλλά είναι ευχαριστημένη με το παρόν επίπεδο σπουδών της, έχει παρακολουθήσει εξειδικευμένα προγράμματα κατάρτισης, δε γνωρίζει ξένες γλώσσες και χειρισμό ηλεκτρονικού υπολογιστή, όμως έχει δίπλωμα οδήγησης. Όσον αφορά στην επαγγελματική της κατάσταση: εισήλθε στην αγορά εργασίας στα 19 της χρόνια, όπου βασική της ενασχόληση ήταν ο γεωργικός τομέας, αλλά έχοντας μεγάλο χρονικό διάστημα άνεργη, αποφάσισε να ασχοληθεί με το συνεταιρισμό εξολοκλήρου, χωρίς να επιθυμεί αλλαγή επαγγέλματος και δεν αντιμετωπίζει πρόβλημα συνδυασμού της οικογενειακής ζωής της με την εργασία. Μολονότι βασικό στόχο της για απασχόληση στο συνεταιρισμό αποτέλεσε η οικονομική συνεισφορά στο οικογενειακό εισόδημα, αυτό στην πραγματικότητα δεν επετεύχθη. Άλλοι σημαντικοί λόγοι ήταν η ανάγκη για προσωπική αυτονομία, προσωπική δημιουργία, επαγγελματική επιτυχία, επιβίωση και επιδίωξη να αποτελέσει αφεντικό του εαυτού της. Σχετικά με την εργασία της στο συνεταιρισμό, ο μέσος χρόνος είναι 170 ώρες το μήνα, κυρίως στον τομέα παραγωγής των προϊόντων. Τέλος, τα μισά μέλη του συνεταιρισμού είναι ευχαριστημένα με το παρόν εισόδημά τους, ενώ τα υπόλοιπα θα επιθυμούσαν αύξησή του.

11. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Μετά από την ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης, διαπιστώθηκε η επιβεβαίωση και η απόρριψη των υποθέσεων που είχαν γίνει κατά την έναρξη της έρευνας.

Επιβεβαιώθηκαν οι παρακάτω υποθέσεις:

- Το επίπεδο συνεργασίας του Συνεταιρισμού με την Τοπική Αυτοδιοίκηση θεωρείται ικανοποιητικό.
- Το επίπεδο συνεργασίας του Συνεταιρισμού με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων θεωρείται ικανοποιητικό
- Τα παραγόμενα προϊόντα δεν έχουν πιστοποίηση ποιότητας βρίσκεται εν αναμονή.
- Ο Συνεταιρισμός έχει άμεση σχέση με κοινοτικές πρωτοβουλίες και χρηματοδοτούμενα προγράμματα.
- Ο Συνεταιρισμός παρουσιάζει προβλήματα σχετικά με την χρηματοδότηση λόγω γραφ/τίας.
- Οι περισσότερες γυναίκες που εργάζονται στο Συνεταιρισμό είναι μεγάλες σε ηλικία
- Οι περισσότερες εργαζόμενες στο Συνεταιρισμό έχουν ενήλικα παιδιά.
- Το μορφωτικό επίπεδο των μελών είναι χαμηλό.
- Οι λόγοι διακοπής της εκπαίδευσης των μελών είναι οικονομικοί.
- Οι περισσότερες γυναίκες έχουν παρακολουθήσει προγράμματα κατάρτισης σχετικά με το αντικείμενο του Συνεταιρισμού.
- Τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού δεν γνωρίζουν ξένες γλώσσες.
- Τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού δεν ξέρουν να χειρίζονται Η/Υ.
- Η πλειοψηφία των μελών εντάχθηκε στην αγορά εργασίας σε πολύ μικρή ηλικία.
- Η πλειοψηφία των μελών εργαζόταν στον τομέα της Γεωργίας στο παρελθόν.
- Τα περισσότερα μέλη δεν ήταν άνεργα πριν εργαστούν στο Συνεταιρισμό.
 - Η πλειοψηφία των μελών δεν επιθυμεί να αλλάξει επάγγελμα το μέλλον.

Ενώ απορρίφθηκαν οι παρακάτω υποθέσεις:

- Οι περισσότερες γυναίκες που εργάζονται στο Συνεταιρισμό έχουν παιδιά τα οποία δεν αποτελούν ακόμη εξαρτημένα μέλη των οικογενειών τους.
- Τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού δεν έχουν δίπλωμα οδήγησης.
- Τα περισσότερα μέλη του Συνεταιρισμού εργάζονται παράλληλα και κάπου αλλού.
 - Η συμβολή των περισσότερων μελών στο οικογενειακό εισόδημα θεωρείται αρκετή.

Είναι γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών του Συνεταιρισμού έχει δίπλωμα οδήγησης και η εργασία τους εκεί αποτελεί τη μοναδική επαγγελματική απασχόλησή τους. Επίσης, η συνεισφορά τους στο οικογενειακό εισόδημα είναι ανεπαρκής και θα επιθυμούσαν αύξησή του. Τέλος, οι περισσότερες γυναίκες έχουν ενήλικα παιδιά, τα οποία όμως εξαρτώνται οικονομικά από την οικογένειά τους.

12. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ

Στην εν λόγω εργασία έγινε απόπειρα προσέγγισης του θέματος των τοπικών πρωτοβουλιών στα πλαίσια του αγροτουρισμού. Έτσι, η πρωτογενής έρευνα στο Γυναικείο Συνεταιρισμό Μεσοτόπου Λέσβου σε συνδυασμό με τη μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας οδήγησε στην εξαγωγή συμπερασμάτων που με τη σειρά τους επιτρέπουν τη διατύπωση προτάσεων για την τόνωση ανάλογων πρωτοβουλιών και την επίλυση των προβλημάτων που ανακύπτουν.

Αρχικά, διαπιστώνεται πως ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα ως μορφή τοπικής πρωτοβουλίας δεν εκμεταλλεύεται στο έπακρο τις δυνατότητες που προσφέρει ο χαρακτήρας του. Ίσως για αυτό ευθύνεται η ελλιπής ενημέρωση των εμπλεκομένων, καθώς και αμέλεια από την μεριά των επίσημων φορέων.

Ειδικά οι Γυναικείοι Συνεταιρισμοί περιορίζουν την δραστηριότητά τους -ως επί το πλείστον- στην παραγωγή και πώληση τοπικών προϊόντων χωρίς να εστιάζουν στην προσέλκυση επιλεκτικού τουρισμού από διάφορα μέρη της Ελλάδας και του εξωτερικού. Ως εκ τούτου παραμελούν τον εναλλακτικό τουρισμό μη συμβάλλοντας στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού και στην οικονομική ενίσχυση του τόπου. Με άλλα λόγια, ενώ οι συνεταιριστικές οργανώσεις διαθέτουν τα χαρακτηριστικά μιας επιχείρησης, που μπορεί να παράγει κερδοφορία, ειδικά μέσα στα πλαίσια εμπιστοσύνης που εξασφαλίζει η ομοψυχία μεταξύ των μελών, παρατηρείται δυστυχώς η μη αξιοποίηση όλων αυτών των δυνατοτήτων και πλεονεκτημάτων.

Η κατάσταση όμως αυτή δε γεννιέται αυτόματα. Υπάρχουν παράγοντες που την προκαλούν με πρώτιστο την έλλειψη εξειδικευμένων γνώσεων στον τομέα της διοίκησης επιχειρήσεων, μάρκετινγκ και οικονομικών από την πλευρά των μελών. Στη σύγχρονη εποχή το εμπόριο και οι διάφορες οικονομικές συναλλαγές υπακούουν σε συνθετότερους όρους και κανόνες απ' ό,τι στο παρελθόν, με αποτέλεσμα οι στερούμενοι την αναγκαία γνώση και εμπειρία να καταλήγουν ουραγοί της επιχειρηματικής κονίστρας.

Ωστόσο, οι Γυναικείοι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί έχουν μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης παρά τα όποια προβλήματα καθώς

- α) Το ενδιαφέρον για τα τοπικά προϊόντα υψηλής ποιότητας έχει αυξηθεί μεταξύ των κατοίκων αστικών κέντρων στα πλαίσια της φιλοσοφίας για βελτίωση της ποιότητας ζωής.
- β) Οι σχέσεις μεταξύ των μελών χαρακτηρίζονται από αμοιβαία εμπιστοσύνη - βασική προϋπόθεση για μια πετυχημένη επιχειρηματική κίνηση.
- γ) Ο Αγροτουρισμός γνωρίζει τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερη άνθιση.
- δ) Τα μέλη των Συνεταιρισμών έχουν καλή γνώση των τοπικών αναγκών.
- ε) Άμεση επαφή με τους πελάτες

Όλα τα παραπάνω όμως χρήζουν της σχετικής μέριμνας από όλους τους αρμόδιους φορείς. Μόνο μέσα από την στοχευμένη παρέμβαση και οργάνωση των κρατικών φορέων θα μπορέσουν να υπερκεραστούν όλα τα εμπόδια και να λάβει ο αγροτουρισμός τη θέση που του αξίζει στον τομέα της τοπικής και γιατί όχι κατ' επέκταση και εθνικής μας οικονομίας.

Εναργέστερα, θα μπορούσαμε να προτείνουμε κάποιες βασικές πρωτοβουλίες και σχέδια δράσης που έχουν ως εξής:

1) Πραγματοποίηση σεμιναρίων στην έδρα των Αγροτικών Συνεταιρισμών με την ακόλουθη θεματική:

- Διοίκηση και οργάνωση επιχειρήσεων
- Τιμολόγηση, κοστολόγηση και προμήθειες
- Αξιοποίηση, τυποποίηση και προώθηση των τοπικών προϊόντων (Marketing)
- Συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας στους χώρους εργασίας.
- Βελτίωση ποιότητας υπηρεσιών και προϊόντων. Πιστοποίηση ποιότητας προϊόντων.

2) Άμεση οικονομική ενίσχυση για τη δημιουργία νέων ή τη βελτίωση υφιστάμενων εγκαταστάσεων από μεγάλα χρηματοδοτικά προγράμματα (Leader, Ολοκληρωμένα προγράμματα ανάπτυξης αγροτικού χώρου του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης).

- Δημιουργία επιδοτούμενων εκπαιδευτικών προγραμμάτων χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, λογιστικής, γυναικείας επιχειρηματικότητας, μάρκετινγκ συνεταιρισμών, κ.ά.
- Χορήγηση επιδοτούμενων κεφαλαίων για την αγορά κτιριακών εγκαταστάσεων και εξοπλισμού ή κρατική παραχώρηση κτιριακών εγκαταστάσεων, τουλάχιστον στις μεγάλες πόλεις.
- Δημιουργία νέων αναπτυξιακών επιδοτούμενων προγραμμάτων με λιγότερα απαιτητικά κριτήρια και μεγαλύτερη χρηματοδότηση κεφαλαίου.
- Δημιουργία νέων αναπτυξιακών επιδοτούμενων προγραμμάτων για συνδυασμό γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών με αγροτουριστικά καταλύματα, ώστε να επιτευχθεί η αύξηση των γυναικείων συνεταιρισμών με παροχές εστίασης και διαμονής.

3) Ενημέρωση και κατάρτιση των ενδιαφερομένων στον αγροτουρισμό ήδη από τη φοίτηση στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση.

Ιδιαίτερα οι νέοι που βρίσκονται στην επαρχία εμφανίζουν μεγάλο ενδιαφέρον για ενασχόληση με αγροτικές εργασίες και κυρίως για τη μεταποίηση των αγροτικών αγαθών. Η δημιουργία συνεταιρισμού λοιπόν, ή και η απασχόλησή τους σε ήδη υπάρχοντα, αποτελεί μία πολύ καλή διέξοδο για αυτούς.

Το πρόβλημα είναι όμως ότι δεν τους παρέχεται κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα επιμόρφωσης από κρατικό ή μη ινστιτούτο. Αυτό θα έπρεπε να αλλάξει και να μπορεί να επιλέξει κάθε νέος μαθήματα που θα του παρέχουν κατάρτιση σχετικά με το αντικείμενο, ώστε να μπορεί να πραγματοποιήσει μία επιτυχημένη μελλοντική επαγγελματική σταδιοδρομία σε αυτόν τον χώρο.

Πιο συγκεκριμένα, θα έπρεπε να του παρέχεται ολοκληρωμένο επιμορφωτικό υλικό από κατάλληλα καταρτισμένο διδακτικό προσωπικό για την απόκτηση γνώσεων, επιχειρηματικότητας, τεχνογνωσίας και δεξιοτήτων. Στην παραπάνω εκπαίδευση θα συνέβαλλαν και χρονικές περιόδους εξοικείωσης με τον εν λόγω χώρο εργασίας σε τοπικούς συνεταιρισμούς.

4) Αξιοποίηση των προηγμένων μέσων επικοινωνίας.

Σήμερα, η τεχνολογία έχει διεισδύσει στη ζωή των ανθρώπων, διευκολύνοντας την επικοινωνία και το εμπόριο. Πλέον, μπορεί ο καθένας να παραγγείλει προϊόντα από την άνεση του σπιτιού του, ή ακόμα και από τον εργασιακό του χώρο, είτε το κατάστημα βρίσκεται στην ίδια περιοχή, είτε και σε άλλη χώρα.

Συνεπώς, θεωρείται επιτακτική η ανάγκη προώθησης και επέκτασης των πωλήσεων και στο διαδικτυακό χώρο. Αυτό συνεπάγεται την αύξηση των κερδών, άρα και των ωρών απασχόλησης προσωπικού και κατ' επέκταση των ατόμων που απασχολούνται στους συνεταιρισμούς.

Το internet πλέον αποτελεί το βασικότερο εργαλείο που θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν οι γυναικείοι συνεταιρισμοί. Κυρίως για τα άτομα που βρίσκονται μακριά και δεν έχουν τη δυνατότητα απόκτησης γνήσιων παραδοσιακών τοπικών προϊόντων από αντίστοιχους συνεταιρισμούς, θα είχαν έτσι την ευκαιρία να τα παραγγείλουν και μάλιστα σε καλύτερες τιμές από ότι τους προσφέρονται από συγκεκριμένες εταιρείες που βγάζουν κέρδος κυρίως λόγω ονόματός τους.

Πρέπει οπότε να δημιουργηθούν από το κράτος και τους τοπικούς φορείς ειδικά σεμινάρια επιμόρφωσης στη χρήση υπολογιστών και κυρίως στη συντήρηση και λειτουργία ιστοσελίδων διαδικτυακού εμπορίου, ώστε να γίνει ολοκληρωμένα και χωρίς τεχνικά προβλήματα η παραπάνω ενέργεια.

Εκτός όμως από το internet θα έπρεπε να δοθεί ανάλογη βοήθεια στους συνεταιρισμούς ώστε να μπορούν να συμμετάσχουν και σε προωθητικές ενέργειες σε άλλα μέσα ενημέρωσης, όπως το ραδιόφωνο, οι εφημερίδες, η τηλεόραση, κ.ά.

Τέλος, βασική κίνηση προβολής των τοπικών προϊόντων θεωρείται και η δημιουργία ετησίων εκθέσεων και εορτών. Εκεί θα μπορούν να διαφημίζονται τα προϊόντα των συνεταιρισμών τόσο στο τοπικό κοινό, όσο και σε τουρίστες που βρίσκονται στις περιοχές αυτές τον χρόνο διεξαγωγής τους. Αυτό θα αποτελέσει και κίνητρο στους διάφορους συνεταιρισμούς των κοντινών περιοχών να δημιουργήσουν και να εξασφαλίσουν νέες και καλύτερες συνταγές παρασκευής αγαθών.

5) Προαγωγή συνεργασίας μεταξύ των γυναικείων αγροτικών συνεταιρισμών.

Μεγάλο πλεονέκτημα θα αποτελούσε και η συνεργασία των διαφόρων γυναικείων συνεταιρισμών, εφόσον μέσω αυτής θα μπορούσε να γίνει δυνατή η επίλυση πολλών προβλημάτων. Με κοινό άξονα επικοινωνίας, θα τους δινόταν η ευκαιρία να συζητήσουν τις δυσκολίες που συντρέχουν, να εκφράσει ο καθένας τον τρόπο αντιμετώπισης που έχει σκεφτεί ή που έχει ήδη εφαρμοστεί από τοπικούς φορείς ή ιδιώτες, και να συσχεφτούν όσον αφορά στο καλύτερο κοινό μέλλον των συνεταιρισμών.

Η συνεργασία αυτή συνεπάγεται επίσης την ανταλλαγή τεχνογνωσίας, ιδεών, συνταγών, ανταλλαγή παροχής υπηρεσιών και προϊόντων, με αποτέλεσμα την ουσιαστική εξυπηρέτηση αναγκών των συνεταιρισμών μεταξύ τους.

Μία καλή πρόταση θα ήταν και η ίδρυση πανελλαδικού δικτύου συντονισμού γυναικείων συνεταιρισμών, το οποίο θα είχε τακτική επικοινωνία με τα μέλη του και συχνές συναντήσεις εκπροσώπων των επιμέρους συνεταιρισμών. Στόχος του θα ήταν η διεξαγωγή ευνοϊκότερης και αποτελεσματικότερης κοινής στρατηγικής για μεγαλύτερη επιτυχία στις μελλοντικές δραστηριότητές τους, καθώς και στη σωστή υποστήριξη νέων συνεταιρισμών.

Βασικό αποτέλεσμα της συνεργασίας θα αποτελούσε και η επίτευξη μίας κοινής «φωνής» προς τα κρατικά όργανα και φορείς, ώστε να ακουστούν δυναμικότερα τα προβλήματα και να δοθούν πιο γρήγορα αποτελεσματικές λύσεις σε αυτά.

6) Παροχή συμβουλευτικής και ψυχολογικής στήριξης από ειδικούς (ψυχολόγους, κοινωνικούς λειτουργούς) προκειμένου για τη διευθέτηση προβλημάτων στις σχέσεις μεταξύ των μελών του εκάστοτε συνεταιρισμού.

Η ενασχόληση σε συνεταιρισμό αποτελεί πολύ δύσκολο αντικείμενο για τις γυναίκες που έχουν οικογένεια, λόγω των υποχρεώσεών τους ως προς το σπίτι και τα μέλη της οικογένειάς τους, ιδιαίτερα σε περιοχές που υπάρχουν και ηθικοί φραγμοί για τις εργαζόμενες γυναίκες. Γι' αυτό και κρίνεται απαραίτητο η καθιέρωση συμβουλευτικών ομάδων που θα παρέχουν ψυχολογική υποστήριξη στα μέλη των συνεταιρισμών και τις οικογένειές τους.

Οι ομάδες αυτές θα πρέπει να απαρτίζονται από άτομα ειδικά καταρτισμένα στο ανάλογο αντικείμενο. Το συμβουλευτικό τους έργο θα πρέπει να ξεκινήσει μετά από διεξοδική έρευνα των τοπικών οικογενειών και των ηθών τους, για την αποφυγή λαθών που μπορεί να έχουν σημαντικά αρνητικό αποτέλεσμα στις επιμέρους κοινότητες.

Ένας εξίσου βασικός στόχος των συμβουλευτικών ομάδων θα ήταν και η εμπύχωση και υπόδειξη τρόπων αντιμετώπισης κρίσεων μεταξύ των μελών του συνεταιρισμού. Οι κρίσεις αυτές μπορεί να έχουν ως αφετηρία μικρά ή μεγάλα θέματα, αλλά η σωστή μελέτη του συνεταιρισμού και των σχέσεων των μελών μεταξύ τους, θα μπορούσε να δώσει κατάλληλες λύσεις για πιο επιτυχή τρόπο συνεργασίας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

I. Ερωτηματολόγιο προς την πρόεδρο του Συνεταιρισμού

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ Α*

1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ:

ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:

ΕΤΟΣ ΕΝΑΡΞΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ:

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ΤΗΛ/ΦΑΞ:

EMAIL:

2. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ

ΜΕΛΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΕΛΩΝ
<i>ΕΓΓΕΓΡΑΜΜΕΝΑ ΜΕΛΗ</i>	
<i>ΕΝΕΡΓΑ ΜΕΛΗ</i>	
<i>ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ</i>	
<i>ΤΕΧΝΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ</i>	
<i>ΒΟΗΘΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ</i>	
<i>ΕΠΙΧΡΙΑΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ</i>	
<i>ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ</i>	
<i>ΑΝΔΡΕΣ ΜΕΛΗ</i>	

3. ΤΑ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

3.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ:

.....

3.2 ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΠΩΛΗΣΗΣ:

ΧΑΜΗΛΕΣ ΜΕΤΡΙΕΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΕΣ

ΠΟΛΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΕΣ

3.3 ΤΙΜΕΣ ΠΩΛΗΣΗΣ:

ΧΑΜΗΛΕΣ ΛΟΓΙΚΕΣ ΥΨΗΛΕΣ

ΠΟΛΥ ΥΨΗΛΕΣ

4. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

4.1 ΚΤΙΡΙΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ:

ΔΗΜΟΣΙΟ ΙΔΙΟΚΤΗΤΟ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΟ

4.2 ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΤΙΜΕΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ:

.....

4.3 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ:

.....

4.4 ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ:

.....

5. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

5.1 ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΤΜΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΕΙ Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ:

.....

5.2 ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ:

ΚΑΘΟΛΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΜΕΤΡΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ
 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΟΛΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

5.3 ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ:

ΚΑΘΟΛΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΜΕΤΡΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ
 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΟΛΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

6. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

6.1 ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ:

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ (διαφήμιση σε κάποια ιστοσελίδα)
 ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ (ύπαρξη ιστοσελίδας του συνεταιρισμού) ΦΥΛΛΑΔΙΑ
 ΤΟΠΙΚΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ΤΟΠΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
 ΚΑΡΤΕΣ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ τίποτα

Άλλο

6.2 ΣΚΟΠΕΥΕΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΚΑΠΟΙΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ:

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΕΣ:

.....

7. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

7.1 ΕΧΕΤΕ ΑΜΕΣΗ Ή ΕΜΜΕΣΗ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΚΑΠΟΙΑ ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ Ή ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ, ΟΠΩΣ:

Leader + ΟΠΑΑΧ EQUAL NOW

Άλλο

Εξηγήστε:

7.2 ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΜΕ ΦΟΡΕΙΣ ΟΠΩΣ:

ΣΧΟΛΕΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
 ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Άλλο

7.3 ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ:

ΚΑΘΟΛΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΜΕΤΡΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ
 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΟΛΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

7.4 ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ:

ΚΑΘΟΛΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΜΕΤΡΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ
 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΟΛΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

7.5 ΤΑ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΧΟΥΝ ΑΠΟΚΤΗΣΕΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ:

ΝΑΙ ΟΧΙ

ΕΞΗΓΗΣΤΕ

8. ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

8.1 ΕΙΣΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΜΕ ΤΗΝ ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ:

ΝΑΙ ΟΧΙ

8.2 ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ ΒΙΩΣΙΜΟ:

ΝΑΙ ΟΧΙ

8.3 ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ:

ΑΝΥΠΑΡΚΤΟ ΜΙΚΡΟ ΜΕΓΑΛΟ

ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΟ

8.4 ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ: ΝΑΙ ΟΧΙ

ΕΞΗΓΗΣΤΕ

8.5 ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ: ΝΑΙ ΟΧΙ

ΕΞΗΓΗΣΤΕ

8.6 ΤΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΟΝΤΑΙ ΩΣ:

ΛΙΓΑ ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΟΛΛΑ ΠΑΡΑ ΠΟΛΛΑ

9. ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

	ΠΠ	Π	Μ	Λ	Κ
1. ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ					
2. ΣΤΗΝ ΤΟΝΩΣΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ					
3. ΣΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ					
4. ΣΥΓΚΡΑΤΗΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ					
5. ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΠΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ					

Ευχαριστούμε πολύ για τη συνεργασία

II. Ερωτηματολόγιο προς τα μέλη του Συνεταιρισμού

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ Β*

«Ερωτηματολόγιο συγκέντρωσης στοιχείων των ατομικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών των μελών του Συνεταιρισμού»

Προς τα μέλη του Γυναικείου Συνεταιρισμού

1. ΑΤΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

1.1 ΗΛΙΚΙΑ:

- ως 25
- 25-30
- 31-40
- 41-50
- 50 και πάνω

1.2 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:

- Άγαμη
- Έγγαμη
- Διαζευγμένη
- Χήρα

1.3 ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ:.....

1.4 ΗΛΙΚΙΕΣ ΠΑΙΔΙΩΝ:.....

1.5 ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΜΕΝΟΥΝ ΜΑΖΙ ΣΑΣ:.....

1.6 ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΑΛΛΑ ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΑ ΜΕΛΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ; ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΑ:.....

2. ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

- 2.1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ:
- Απόφοιτη δημοτικού
- Απόφοιτη γυμνασίου
- Απόφοιτη λυκείου
- Απόφοιτη ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Απόφοιτη ΙΕΚ/Τεχν. Σχολή

2.2 ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΣΥΝΕΧΙΣΗΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ: ΝΑΙ ΟΧΙ

2.3 ΛΟΓΟΙ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ:

.....

2.4 ΕΧΕΤΕ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΕΙ ΚΑΠΟΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ: ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΟ:

.....

2.5 ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ: ΝΑΙ ΟΧΙ

2.6 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ: ΝΑΙ ΟΧΙ

2.7 ΔΙΠΛΩΜΑ ΟΔΗΓΗΣΗΣ: ΝΑΙ ΟΧΙ

3. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΖΩΗ

3.1 ΣΕ ΤΙ ΗΛΙΚΙΑ ΜΠΗΚΑΤΕ ΓΙΑ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

.....

3.2 ΠΡΙΝ ΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ ΔΟΥΛΕΥΑΤΕ ΑΛΛΟΥ: ΝΑΙ ΟΧΙ

3.3 ΑΝ ΝΑΙ, ΣΕ ΠΟΙΟ ΤΟΜΕΑ ΑΝΗΚΕ Η ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ:

.....

3.4 ΠΟΣΟ ΚΑΙΡΟ ΗΣΑΣΤΑΝ ΑΝΕΡΓΗ ΠΡΙΝ ΔΟΥΛΕΨΕΤΕ ΣΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ:

.....

3.5 ΔΟΥΛΕΥΕΤΕ ΚΑΙ ΣΕ ΑΛΛΗ ΔΟΥΛΕΙΑ ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ: ΑΝ ΝΑΙ ΓΙΑΤΙ:

.....

.....

3.6 ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΓΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

ΝΑΙ ΟΧΙ

4. ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΖΩΗ

4.1 ΠΟΙΕΣ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΑΤΕ ΣΤΟ ΝΑ ΣΥΝΔΥΑΣΕΤΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΖΩΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ:

.....

.....

.....

4.2 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΑΣ ΣΤΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΕΙΝΑΙ:

ΚΑΜΙΑ ΕΛΑΧΙΣΤΗ ΑΡΚΕΤΗ ΜΕΓΑΛΗ

5. Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ

5.1 ΠΟΙΑ ΗΤΑΝ ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΑΣ ΓΙΑ ΝΑ ΔΟΥΛΕΨΕΤΕ ΣΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ:

	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ
1. Ανάγκη επιβίωσης			
2. Να είμαι αφεντικό του εαυτού μου			
3. Βοήθεια στην οικογένεια			
4. Αναζήτηση πλούτου			
5. Αυτονομία - Ανεξαρτησία			
6. Ανάγκη για προσωπική δημιουργία			
7. Ανάγκη για επαγγελματική επιτυχία και απασχόληση			
8. Κοινωνική καταξίωση			

5.2 ΣΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΣΑΣ: ΤΙ ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ ΧΕΙΡΙΖΕΣΤΕ:

.....

.....

5.3 ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΣΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ

.....

5.4 ΕΙΣΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΑΠΟ ΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ:

ΝΑΙ ΟΧΙ

Ευχαριστούμε πολύ για τη συνεργασία