

ΤΕΙ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
ΜΕΛΕΤΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ**

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : ΣΑΚΛΑΜΠΙΑΝΗ ΜΑΡΙΑΝΝΑ

ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : ΓΙΑΝΝΟΥΛΙΔΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2011

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – Εισαγωγή	7
Κεφ. 1.1 – Σκοπός και στόχοι της μελέτης.....	7
Κεφ. 1.2 – Περίγραμμα της μελέτης.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού με έμφαση στον αγροτουρισμό	10
Κεφ. 2.1 – Η σημασία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε σχέση με τον μαζικό Τουρισμό.....	10
Κεφ. 2.2 – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	17
Κεφ. 2.2.1- Συνεδριακός τουρισμός	19
Κεφ. 2.2.2 - Θρησκευτικός τουρισμός.....	20
Κεφ. 2.2.3 - Αθλητικός τουρισμός.....	20
Κεφ. 2.2.4 - Τουρισμός υγείας.....	21
Κεφ. 2.3 - Αγροτουρισμός	21
Κεφ. 2.3.1 - Δραστηριότητες του αγροτουρισμού και οι μορφές του	23
Κεφ. 2.3.2 - Οφέλη αγροτουρισμού και η σημασία του	24
Κεφ. 2.3.3 - Το προφίλ του αγροτουρίστα.....	27
Κεφ. 2.3.4 - Φορείς ανάπτυξης αγροτουρισμού	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - Αναπτυξιακά προγράμματα στην Ελλάδα	33
Κεφ. 3.1 - Αναπτυξιακά προγράμματα στην Ελλάδα.....	33
Κεφ. 3.2 - LEADER.....	34

Κεφ. 3.2.1 -	Τι είναι το LEADER.....	34
Κεφ. 3.2.2	Ποιές περιοχές αφορά το LEADER.....	35
Κεφ. 3.2.3 -	Ποιοί υλοποιούν το LEADER	36
Κεφ. 3.2.4 -	Ποιοί μπορούν να συμμετέχουν στο LEADER.....	36
Κεφ. 3.2.5 -	Τι δραστηριότητες μπορούν να αναπτύσσονται στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας LEADER.....	36
Κεφ. 3.2.6 -	Επιτρέπονται οι συνεργασίες μεταξύ διαφορετικών περιοχών	40
Κεφ. 3.2.7 -	Πως μπορεί κάποιος να συμμετάσχει στο LEADER.....	41
Κεφ. 3.3 -	Αγροξενία Α.Ε.....	42
Κεφ. 3.3.1 -	Τι είναι η Αγροξενία Α.Ε.....	42
Κεφ. 3.3.2 -	Σκοπός της Αγροξενίας Α.Ε.....	42
Κεφ. 3.3.3 -	Δραστηριότητες της Αγροξενίας Α.Ε.....	43
Κεφ. 3.3.4 -	Ποιοί είναι οι εταίροι της Αγροξενίας Α.Ε.....	44
Κεφ. 3.3.5 -	Ποιοί μπορούν να γίνουν μέλη	44
Κεφ. 3.4 -	Ε.Λ.Ο.Τ.....	44
Κεφ. 3.4.1 -	Τι είναι ο Ε.Λ.Ο.Τ	44
Κεφ. 3.4.2 -	Δραστηριότητες του Ε.Λ.Ο.Τ.....	45
Κεφ. 3.4.3 -	Ποιοί μπορούν να γίνουν μέλη	47
Κεφ. 3.4.4 -	Τι περιλαμβάνει η Ελληνική προδιαγραφή του Ε.Λ.Ο.Τ για τον αγροτουρισμό.....	47
Κεφ. 3.5 -	Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.....	49

Κεφ. 3.5.1 -	Τι είναι ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ	49
Κεφ. 3.5.2 -	Στόχοι Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.....	50
Κεφ. 3.5.3 -	Προγράμματα Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.....	51
Κεφ. 3.5.4 -	Τι είναι και ποιούς αφορά το επιχειρησιακό πρόγραμμα,«ανταγωνιστικότητα και « επιχειρηματικότητα» πρόγραμμα «ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών».....	52
Κεφ. 3. 6 -	Ε.Π.Α.Ν	53
Κεφ. 3.6.1 -	Τι είναι το Ε.Σ.Π.Α.....	53
Κεφ. 3.6.2 -	Ποιούς αφορά το πρόγραμμα	53
Κεφ. 3.6.3 -	Οι οφελούμενοι από τους άξονες 2,3	53
Κεφ. 3.7 -	Ε.Σ.Π.Α.....	55
Κεφ. 3.7.1 -	Τι είναι το Ε.Σ.Π.Α.....	55
Κεφ. 3.7.2 -	Αγροτική ανάπτυξη με βάση το Ε.Σ.Π.Α	55
Κεφ. 3.7.3 -	Ποιοί είναι οι δικαιούχοι	56
Κεφ. 3.8 -	Αλέξανδρος Μπαλατατζής 2007-2013	56
Κεφ. 3.8.1 -	Τι είναι το αναπτυξιακό πρόγραμμα Αλέξανδρος Μπαλατατζής.....	56
Κεφ. 3.8.2-	Ποιοί είναι οι στόχοι του προγράμματος Αλέξανδρος Μπαλατατζής.....	56
Κεφ. 3.8.3 -	Οι άξονες αναλυτικά.....	57
Κεφ. 3.8.4 -	Επιλέξιμες επενδυτικές δράσεις	58
Κεφ./3.8.5 -	Ποιοί είναι οι δικαιούχοι	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – Αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα		60

Κεφ. 4.1 -	Τι είναι συνεταιρισμός.....	60
Κεφ. 4.2 -	Η έννοια των αγροτουριστικών συνεταιρισμών	61
Κεφ. 4.3 -	Νομικό πλαίσιο	66
Κεφ. 4.3.1-	Οι σκοποί των αγροτουριστικών συνεταιρισμών και οι τρόποι εκπλήρωσής τους	66
Κεφ. 4.3.2 -	Η σύσταση του αγροτικού συνεταιρισμού	67
Κεφ. 4.3.3 -	Τα μέλη του αγροτικού συνεταιρισμού	68
Κεφ. 4.3.4 -	Η οργάνωση των αγροτικών συνεταιρισμών.....	69
Κεφ. 4.3.5 -	Το βιβλίο των αγροτικών συνεταιρισμών	70
Κεφ. 4.3.6 -	Μετατροπή αγροτικών συνεταιρισμών σε Α.Ε ή Ε.Π.Ε	71
Κεφ. 4.3.7 -	Μορφές συνεργασίας μεταξύ αγροτικών συνεταιρισμών	72
Κεφ. 4.4 -	Χωροθέτηση στους διάφορους νομούς της χώρας	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – Η συμβολή της γυναίκας αγρότισσας στην τουριστική ανάπτυξη.....		76
Κεφ. 5.1 -	Ο ρόλος της γυναίκας αγρότισσας παλαιότερα	76
Κεφ. 5.2 -	Ο ρόλος της γυναίκας αγρότισσας στην σημερινή κοινωνία	80
Κεφ. 5.3 -	Συμβολή συνεταιρισμών στα μέλη τους και στην ανάπτυξη του Αγροτουρισμού	87
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 – Ανάλυση έρευνας		93
Κεφ. 6.1 -	Στόχοι έρευνας.....	93
Κεφ. 6.2 -	Ερωτηματολόγιο	94
Κεφ. 6.3 -	Αποτελέσματα έρευνας.....	107

Κεφ. 6.3.1-	Κοινωνικοπολιτιστικοί παράγοντες.....	107
Κεφ. 6.3.2-	Γεωγραφικοί παράγοντες.....	110
Κεφ. 6.3.3-	Διαφημιστικοί παράγοντες	111
Κεφ. 6.3.4-	Εκπαιδευτικοί παράγοντες.....	112
Κεφ. 6.3.5-	Ανταγωνιστικοί παράγοντες	113
Κεφ. 6.3.6-	Οικονομικοί παράγοντες	114
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 – Συμπεράσματα και προτάσεις		118
Κεφ. 7.1 -	Συμπεράσματα	118
Κεφ. 7.2 -	Προτάσεις	122
Κεφ. 7.3 -	Επίλογος	128
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ		130
	Ελληνική βιβλιογραφία.....	130
	Διαδικτυακές πηγές.....	131
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – Ερωτηματολόγιο		132
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ - Χωροθέτηση στους διάφορους νομούς της χώρας.....		137

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Σκοπός και στόχοι της μελέτης

Σκοπός και στόχοι της παρούσας μελέτης είναι να αποδειχτεί ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, συγκεκριμένα ο αγροτουρισμός, συμβάλλουν θετικά στην πολιτική, κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη μίας χώρας. Μέσω της μελέτης θα προσπαθήσω να εμφανίσω τα πλεονεκτήματα και τις οφέλειες που δημιουργεί ο αγροτουρισμός. Να αποδείξω ότι συμβάλλει :

- Στην αύξηση του γεωργικού εισοδήματος
- Στην διατήρηση των νέων στην ύπαιθρο
- Στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και παράδοσης
- Στην διαφύλαξη και προστασία του περιβάλλοντος μέσω της αειφόρου ανάπτυξης

Επιπλέον πέρα από τα πλεονεκτήματα, μέσω της έρευνάς που θα πραγματοποιηθεί, θα αποδειχτεί εάν ο αγροτουρισμός αντιμετωπίζει προβλήματα ή δημιουργεί μειονεκτήματα. Ο αγροτουρισμός, σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό ο οποίος αναπτύσσεται και λειτουργεί σε συγκεκριμένα τουριστικά μέρη και όχι στην ύπαιθρο. Δεν βοηθάει στην ανάπτυξη και βελτίωση των απομακρυσμένων περιοχών της υπαίθρου, συνάμα δημιουργεί κορεσμό στις ήδη αναπτυγμένες τουριστικές περιοχές και συντελεί στην ρύπανση του περιβάλλοντος σε κάθε μία από αυτές της περιοχές. Το αντικείμενο μελέτης μου είναι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί οι οποίοι είναι μια μορφή του αγροτουρισμού. Θα εξετάσω μέσω της έρευνας και θα προσπαθήσω να αποδείξω κατά πόσο ισχύουν οι θετικές επιδράσεις που έχουν στο σύνολό τους οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί. Στόχος της μελέτης μου είναι να αποδείξω εάν ο αγροτουρισμός και συγκεκριμένα οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί μπορούν ουσιαστικά να βοηθήσουν της γυναίκες της υπαίθρου και κατά πόσο συντελεί το είδος αυτού του εναλλακτικού τουρισμού στην ομοίμορφη ανάπτυξη της υπαίθρου. Μέσω τις μεθόδου των

ερωτηματολογίων θα γίνει μια προσπάθεια απόδειξης ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί που είναι ένας κλάδος της ευρύτερης έννοιας του αγροτουρισμού μπορούν να βοηθήσουν τις γυναίκες της υπαίθρου να αλλάξουν τρόπο ζωής, να είναι νοικοκυρές και επιχειρηματίες ταυτόχρονα, να έχουν την ανεξαρτησία τους και το δικό τους πορτοφόλι έτσι ώστε να συμβάλλουν στο οικογενειακό γεωργικό εισόδημα. Θα εξεταστεί κατά πόσο ο αγροτουρισμός με την μορφή των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών σχετίζει την γυναίκα της υπαίθρου με τον τουρισμό. Να αποδειχτεί ότι με την πάροδο του χρόνου η γυναίκα της υπαίθρου η οποία βρίσκεται στην ενδοχώρα έχει αλλάξει και έχει διαφοροποιηθεί μέσω του αγροτουρισμού, των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών.

1.2 Συνοπτική παρουσίαση των κεφαλαίων

Στο 1^ο κεφάλαιο της εισαγωγής γίνεται μια σύντομη περιγραφή του σκοπού και των στόχων της πτυχιακής εργασίας. Στο 2^ο κεφάλαιο το οποίο είναι θεωρητικού περιεχομένου, παρουσιάζεται η αξία που έχουν οι εναλλακτικές μορφές του τουρισμού σε αντίθεση με αυτή του μαζικού. Γίνεται ανάλυση του θέματος βασισμένη πάνω σε βιβλιογραφίες και πηγές. Κατόπιν αναφέρονται οι εναλλακτικές μορφές του τουρισμού και γίνεται ιδιαίτερη αναφορά σε μερικές από αυτές. Μεγαλύτερη ανάλυση πραγματοποιείται στην εναλλακτική μορφή του αγροτουρισμού που είναι και το κύριο αντικείμενο της πτυχιακής εργασίας. Γίνεται αναφορά στην έννοια και σημασία του αγροτουρισμού, από τι είδους δραστηριότητες αποτελείται, ποιά είναι τα οφέλη του, το προφίλ των αγροτουριστών και ποιοί είναι οι φορείς ανάπτυξης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα. Το 3^ο κεφάλαιο αναφέρεται στα αναπτυξιακά/επιδοτούμενα προγράμματα που υπάρχουν στην Ελλάδα. Αναφέρονται τα προγράμματα τα οποία υπάρχουν αυτήν την χρονική περίοδο και βοηθάνε και υποστηρίζουν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού μέσω των υπηρεσιών που προσφέρουν. Στο κάθε ένα από αυτά τα προγράμματα γίνεται λεπτομερείς αναφορά στο τι είναι το κάθε ένα από αυτά, τι προσφέρουν και τι περιλαμβάνουν, τι σκοπούς έχουν, τις δραστηριότητές τους, ποιούς αφορούν και ποιοί είναι οι δικαιούχοι. Στη συνέχεια στο 4^ο κεφάλαιο αναφέρεται και ξεκαθαρίζεται το τί είναι συνεταιρισμός και η έννοιά του. Έπειτα γίνεται εκτενείς αναφορά στο νομικό πλαίσιο των συνεταιρισμών και συγκεκριμένα των αγροτουριστικών συνεταιρισμών με βάση την τελευταία νομολογία που ισχύει τα τελευταία χρόνια. Τέλος στην τελευταία ενότητα του 4^{ου} κεφαλαίου πραγματοποιείται η χωροθέτηση των

γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών στους νομούς της Ελλάδας με στοιχεία του έτους 2010. Αναφέρεται στο σύνολο των συνεταιρισμών που υπάρχουν με τα στοιχεία τους και τι προϊόντα και υπηρεσίες προσφέρουν. Στο επόμενο κεφάλαιο το 5^ο, παρουσιάζεται ο ρόλος των γυναικών της υπαίθρου στο παρελθόν και στο μέλλον. Εντοπίζονται οι διαφορές των ρόλων από τις παλαιότερες γενιές με τις νεότερες λόγω των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών όταν έκαναν την εμφάνισή τους. Γίνεται και αναφορά στην συμβολή των συνεταιρισμών στα μέλη τους και στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Το 6^ο κεφάλαιο είναι το πιο ουσιαστικό και σημαντικό σε αυτή την εργασία γιατί μέσω του ερωτηματολογίου παίρνουμε τις απαντήσεις στους σκοπούς και τους στόχους μας. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας τα οποία μας δείχνουν την αλήθεια πάνω στο αντικείμενο μελέτης της πτυχιακής εργασίας που είναι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί. Τέλος στο 7^ο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα στα οποία οδηγήθηκα μέσω της έρευνας που προηγήθηκε και έπειτα καταθέτω τις προτάσεις μου για την καλύτερευση του αντικειμένου που ερεύνησα. Το 7^ο κεφάλαιο κλείνει με τον επίλογο ο οποίος περιλαμβάνει περιληπτικά τις σκέψεις μου όσον αφορά τον αγροτουρισμό και συγκεκριμένα τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ

2.1. Η σημασία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό

«Αναμφισβήτητα ο τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην ταχύρυθμη οικονομική ανάπτυξη και στη δραστική μείωση της ανεργίας στη χώρα μας. Δεν είναι τυχαίο ότι συνεισφέρει περίπου το 18% του ΑΕΠ, αν ληφθούν υπόψη και οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του στο σύνολο της οικονομίας. Το σύνολο των εσόδων της χώρας μας από τον τουρισμό είναι μεγαλύτερο από το σύνολο της αξίας των εξαγωγών μας, τόσο προϊόντων όσο και υπηρεσιών, και καλύπτει περίπου το 40% του ελλείμματος του ισοζυγίου των εξωτερικών μας πληρωμών. Στον ελληνικό τουρισμό απασχολούνται άμεσα και έμμεσα περίπου 800.000 εργαζόμενοι, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων δραστηριοποιείται στην περιφέρεια και σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. Ωστόσο, για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμη μεγαλύτερη δυναμική και να βοηθήσει ακόμη περισσότερο στην οικονομία της χώρας θα πρέπει εκτός από τον παραδοσιακό τουρισμό να αναπτύξει και άλλες μορφές όπως συνεδριακό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό κ.α. που αποτελούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού.» (travel daily news 2006). Σύμφωνα με τον Ανθουλιά : Όταν μιλάμε για τον τουρισμό έχουμε, συνήθως, στο μυαλό μας τον ήλιο και τη θάλασσα. Θεωρούμε αυτονόητο πώς, επιπλέον, πολλοί ενδιαφέρονται να δουν τα αξιοθέατα της περιοχής, κάποιους αρχαιολογικούς χώρους και τα μουσεία που υπάρχουν εκεί κοντά. Αυτή η έννοια του τουρισμού, που βρίσκεται στο μυαλό των περισσότερων τουριστικών επιχειρηματιών, έχει προέλθει από τις εξής κυρίως αιτίες:

- Το μεγάλο ρεύμα τουριστών που ήρθε στη χώρα μας τις δεκαετίες του '70 και του '80 προερχόταν από τη Βόρεια Ευρώπη. Ήταν άνθρωποι που ανακάλυπταν τον ζεστό ήλιο και τη γαλάζια θάλασσα, δηλαδή αυτά που έλειπαν από τις χώρες τους. Όταν, λοιπόν, η Ευρώπη άρχισε να συνέρχεται από τις καταστροφές του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και οι

πολίτες είχαν τη χρονική και οικονομική δυνατότητα των διακοπών, άρχισαν να κατεβαίνουν στις χώρες του Νότου, χώρες με πολύ χαμηλή ανάπτυξη και υποδομή, σχεδόν πρωτόγονες. Ήξεραν πως δεν μπορούσαν να έχουν άλλες απαιτήσεις από ένα χαμόγελο, μια ζεστή φιλοξενία, μια χωριάτικη σαλάτα και μια φέτα καρπούζι, και αυτά τα έβρισκαν και μάλιστα σε πολύ χαμηλές τιμές, ιδιαίτερα με τη συναλλαγματική ισοτιμία των νομισμάτων τους.

- Η μακράιωνη πολιτιστική ιστορία της χώρας μας έχει αφήσει παντού τα ίχνη της. Δεν υπάρχει τόπος που να μην έχει κάτι σημαντικό να αναδείξει, από την προϊστορία μέχρι τον μεσαίωνα, καθώς και τον λαϊκό πολιτισμό των νεώτερων χρόνων. Μας φαίνεται αυτονόητο το γεγονός ότι όπου κι αν γυρίσεις θα δεις στοιχεία παλιότερων πολιτισμών και αυτό δεν μας κάνει καμιά εντύπωση.
- Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού, με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων, προσανατολίστηκε, σε πολύ μεγάλο βαθμό, σε μη πολιτιστικά στοιχεία: στο μπάνιο στη θάλασσα, στην ηλιοθεραπεία και στο φαγητό, παράλληλα με την αυθαίρετη δόμηση των «εξοχικών» και την καταστροφή ή μόλυνση του περιβάλλοντος.

Αποτελεί πια κοινή παραδοχή ότι ο τουρισμός «ήλιου και θάλασσας», ως μοντέλου ανάπτυξης, είναι ξεπερασμένος και μη βιώσιμος. Οι λόγοι που συντελούν στο ξεπέρασμά του είναι, μεταξύ άλλων, και οι εξής:

- Ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός από φθηνότερους προορισμούς (Τουρκία, Κροατία) δηλαδή από περιοχές που βρίσκονται ακόμα σε χαμηλή οικονομική ανάπτυξη.
- Η καταστροφή του περιβάλλοντος και η εκτεταμένη αστικοποίηση.
- Οι κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές που γεννούν την ανάγκη για νέα τουριστικά προϊόντα.
- Οι αδύνατες και μάλλον δύσκαμπτες τοπικές οικονομίες εξαιτίας της τουριστικής «μονοκαλλιέργειας».

- Η περιορισμένη εποχικότητα και η πτώση του μέσου όρου των χρημάτων που δαπανούν οι τουρίστες.
- Η δημιουργία θέσεων εργασίας που απευθύνονται σχεδόν αποκλειστικά σε άτομα με χαμηλή εκπαίδευση

«Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα η οποία υπήρχε από τα προ Χριστού χρόνια. Μετά το τέλος του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου το τουριστικό φαινόμενο σημείωσε μια ιδιαίτερη άνθηση. Από το 1950 έως το 1980 τα τουριστικά μεγέθη εικοσαπλασιάστηκαν και ο τουρισμός εξελίχθηκε σε μια ανεξέλεγκτη βιομηχανία παίρνοντας το όνομα : « μαζικός τουρισμός» (Τερζάκης 2009). Σύμφωνα με την Βενετσανοπούλου (2006) : « Ο ομαδικός ή ο μαζικός τουρισμός είναι η κυρίαρχη μορφή τουρισμού. Από το 1962, η θεσμοθέτηση των πληρωμένων διακοπών διαφοροποίησε και ανέπτυξε μαζικά την τουριστική δραστηριότητα των πολιτών, μετατρέποντας τον θεσμό από ελιτιστικό σε μαζικό. Περιλαμβάνει την παραδοσιακή τουριστική δραστηριότητα, τον τουρισμό που διεξάγεται με παρόμοιο τρόπο από όλες τις πληθυσμιακές ομάδες που τον ασκούν, χωρίς να υπάρχει διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος ανάλογα με τις ανάγκες διαφορετικών ομάδων τουριστών». Επίσης αναφέρει ότι : « Οι τουρίστες της κατηγορίας αυτής συμμορφώνονται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας συγχρόνως και σχετική ασφάλεια, που προσφέρει η καθολική οργάνωση του ταξιδιού. Η διακίνηση των τουριστών της κατηγορίας αυτής γίνεται κυρίως με πούλμαν ή με αεροπλάνα ναυλωμένων πτήσεων (charters) και επιλέγουν τον τόπο των διακοπών τους, με ισχυρό κίνητρο το φθηνό πακέτο. Ο τύπος αυτού του τουρίστα είναι συνήθως απαιτητικός : θέλει να πληρώσει λίγα και να απολαύσει πολλά. Αποτέλεσμα αυτού του είδους τουρισμού είναι η υπερσυγκέντρωση σε ορισμένες περιοχές, η εποχικότητα της ζήτησης, με κάποιες δυσμενείς επιπτώσεις στους τουριστικούς χώρους». « Ο μαζικός τουρισμός υπάρχει όχι όταν ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται αλλά όταν οι τουρίστες ανισοκατανέμονται στο χρόνο και στο τόπο. Από το 1970 ομάδες ανθρώπων όπως ερευνητές τουρισμού, οικολόγοι και περιβαλλοντικές οργανώσεις άρχισαν να αναζητούν μορφές τουρισμού οι οποίες να είναι φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον αλλά και πιο ανθρωποκεντρικές, οι οποίες στο σύνολο τους συγκροτούν το λεγόμενο : « εναλλακτικό τουρισμό». Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ή οι ειδικές μορφές τουρισμού ή οι ήπιες μορφές τουρισμού δημιουργήθηκαν για να αντιμετωπιστεί ο σκληρός μαζικός τουρισμός και οι δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές του επιπτώσεις. Η

φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής τους ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές και όχι με αυτές των τουριστικών επιχειρηματιών» (Τερζάκης, 2009). Στις μέρες μας ο τουρισμός είναι μία ευρέως διαδεδομένη δραστηριότητα για τον αναπτυγμένο κόσμο, κυρίαρχη οικονομική δύναμη για πολλά κράτη, που σηματοδοτεί σημαντικές προοπτικές για την ανάπτυξη πολλών υπό ανάπτυξη περιοχών. Τις τελευταίες δεκαετίες η συνεχής αύξηση του βιοτικού επιπέδου των ατόμων, η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και οι τεχνολογικές εξελίξεις στους τομείς των μεταφορών και της επικοινωνίας, έχουν αυξήσει σημαντικά τη ζήτηση για διακοπές και αναψυχή. Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει δεχθεί μέχρι σήμερα ποικίλες ερμηνείες. Πολλές από αυτές είναι λανθασμένες. Μια εξέταση της έννοιας του εναλλακτικού τουρισμού, αποκαλύπτει ότι ο εναλλακτικός τουρισμός ουσιαστικά θεωρείται ως μία εναλλαγή της "τουριστικής μαζικοποίησης", και συνεπώς ακολουθεί διαφορετικές πρακτικές. Κάτι τέτοιο με την σειρά του οδηγεί στο συμπέρασμα ότι και τα άτομα που επιλέγουν να κάνουν εναλλακτικό τουρισμό αντιτίθενται στις μέχρι τώρα παραδοσιακές μορφές μαζικής τουριστικής ανάπτυξης που εστιάζονταν κυρίως στο τρίπτυχο sea-sun-sex (3 S's όπως αποκαλούνται). Με τον όρο εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναφερόμαστε στον τουρισμό που σχετίζεται με εναλλακτικές μορφές, αφενός σε οργανωτικό επίπεδο και αφετέρου όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των τουριστικών δραστηριοτήτων που ζητούν οι επισκέπτες. «Ο εναλλακτικός τουρισμός, θα λέγαμε, προσδιορίζεται από εκείνες τις μορφές τουρισμού , οι οποίες συνδέονται με κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες, που επιτρέπουν τόσο στους 'οικοδεσπότες' όσο και στους 'φιλοξενούμενους' να υφίστανται τις θετικές αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Ο εναλλακτικός τουρισμός, όπως και η 'αειφόρος ανάπτυξη', είναι έννοιες που χρησιμοποιήθηκαν ευρύτατα τα τελευταία χρόνια, καθότι εισάγουν καινούργια προσέγγιση και φιλοσοφία σ'ένα παλιό πρόβλημα, προϋποθέτοντας εκδήλωση ενεργού ενδιαφέροντος εκ μέρους τόσο των 'φιλοξενούμενων' όσο και των 'οικοδεσπώτων'. Ωστόσο δεν υπάρχει ένας ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού αποδεκτός σε διεθνές επίπεδο από όλους, δηλαδή όσους με τον έναν ή με τον άλλο τρόπο εμπλέκονται στην υπόθεση της βιομηχανίας του τουρισμού. Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που διαφοροποιείται

από τις συνηθισμένες σκληρές μορφές τουρισμού, ο οποίος υπόσχεται στους τουρίστες κάτι διαφορετικό από τον μαζικό τουρισμό, ενώ άλλοι προσπαθούν να κάνουν ταξινόμηση διαφοροποιώντας κυρίως τα άτομα ή τις καταστάσεις στα οποία αναφέρεται. Τόσο στην περίπτωση των αναπτυσσόμενων χωρών όσο και των ανεπτυγμένων οικονομιών, ο εναλλακτικός τουρισμός αρχικά προσδιορίστηκε ως αντίδραση στον μαζικό. Στην πρώτη περίπτωση με στόχο να προωθήσει μία δικαιότερη μορφή ταξιδιού που θα δίνει απαντήσεις στα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα των αναπτυσσόμενων χωρών και στην δεύτερη περίπτωση, ως απάντηση στην ανάδυση ενός νέου απαιτητικού τουρίστα» (Σωτηριάδης και Φαρσάρη 2009). Αξίζει να σημειωθεί σύμφωνα με τους παραπάνω ότι : «Ένα μεγάλο θέμα με τον εναλλακτικό τουρισμό είναι ότι μπορεί να είναι απλώς ένα πρώτο στάδιο στον κύκλο ζωής μίας τουριστικής περιοχής, το οποίο θα διαδεχτεί ο μαζικός τουρισμός. Γι' αυτό σύμφωνα με τους Ledbury κ. Συν. (1997) υπάρχει πάντα ο φόβος ότι εάν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν βασιστούν σε οργανωμένο σχεδιασμό θα αποτελέσουν την πόρτα για τον μαζικό τουρισμό. Συγγραφείς όπως ο Cazes (1989), Himmetoglu (1992), Mader (1988) και Weaver (1991), αναφέρουν τον εναλλακτικό τουρισμό ως μια σύγχρονη μορφή ανάπτυξης και μπορεί να διατυπωθεί με πολλούς τρόπους όπως "ήπιος", "ελεγχόμενος" και "πράσινο". Ο όρος εναλλακτικός τουρισμός έχει αναδειχθεί ως ένας από τους πιο χρησιμοποιημένους και καταχρηστικούς όρους της περασμένης δεκαετίας Butler (1992). Σύμφωνα με τον Butler , είναι ελκυστικός και κανείς δεν μπορεί να εναντιωθεί στην ορθότητα της φιλοσοφίας του, όμως χρησιμοποιείται καταχρηστικά και όπως η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη , μπορεί να σημαίνει διαφορετικά πράγματα σε διαφορετικούς ανθρώπους. Ο Pearce (1992) υποστηρίζει ότι δεδομένου του ενδιαφέροντος τόσο διαφορετικών οργανισμών, τόσο στον ανεπτυγμένο όσο και τον αναπτυσσόμενο κόσμο, είναι αναμενόμενη η ασάφεια του όρου καθώς δεν έχουν καταλήξει σε έναν κοινά αποδεκτό ορισμό του εναλλακτικού τουρισμού , ούτε και στον καθορισμό των σχέσεων μεταξύ των διαφορετικών μορφών που μπορεί να πάρει. Όπως υποστηρίζουν και άλλοι μελετητές του τουρισμού, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ένα συνονθύλευμα πραγμάτων, αντιλήψεων και μορφών τουρισμού de Kadt (1992), Lanfant και Graburn (1992). Ο Weaver (1991) υποστηρίζει ότι παρά την αναμφισβήτητη ασάφεια και αοριστία του όρου, τα χαρακτηριστικά ενός προορισμού που αναπτύσσει εναλλακτικό τουρισμό μπορούν να προσδιοριστούν επακριβώς στον αντίποδα των χαρακτηριστικών του μαζικού τουρισμού» (

Ένας αντιπροσωπευτικός ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού είναι ο εξής: «Εναλλακτικός τουρισμός είναι μια μικρής κλίμακας και μη μαζικής μορφής ανάπτυξη τουριστικών προορισμών που προωθεί μια ενεργητική μορφή διακοπών φιλική προς το φυσικό περιβάλλον και τις κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες και που κάνει δυνατή την αλληλεπίδραση και την κοινή συμβίωση μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνικών ομάδων (των τουριστών και των κοινωνιών υποδοχής τους) και αναπτύσσεται με την σύμφωνη γνώμη και συμμετοχή του ντόπιου κοινωνικού συνόλου (Ανδριώτης, 2008). « Ένας άλλος ορισμός ο οποίος δόθηκε από τους Eadington και Smith (1992), ορίζει τον εναλλακτικό τουρισμό ως : μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με τις περιβαλλοντικές και τις κοινωνικές αξίες της περιοχής και οι οποίες επιτρέπουν τόσο στην κοινωνία υποδοχής όσο και στους επισκέπτες να απολαύσουν μια θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες. Οι βασικές αρχές που πρέπει να διέπουν έναν τέτοιο εναλλακτικό τουρισμό σύμφωνα με τους Hitchcock κ. συν.(1993) όπως αναφέρεται στον Holden είναι οι παρακάτω :

- Πρέπει να βασίζεται σε ένα διάλογο με την τοπική κοινωνία η οποία πρέπει να είναι ενήμερη για τις επιδράσεις του.
- Πρέπει να βασίζεται σε ορθές περιβαλλοντικές αρχές και να λαμβάνει υπόψη τον τοπικό πολιτισμό και τις θρησκευτικές ιδιαιτερότητες.
- Πρέπει να είναι ένα μέσο για την πιο δίκαιη κατανομή των κερδών στους φτωχούς.
- Η κλίμακα ανάπτυξης θα πρέπει να είναι σύμφωνη με την ικανότητα της περιοχής να ανταπεξέλθει, τόσο σε όρους αισθητικής όσο και οικολογίας.

Ο εναλλακτικός τουρισμός ορίστηκε ως μια πιο κατάλληλη μορφή τουριστικής ανάπτυξης για τον αναπτυσσόμενο κόσμο από ότι το μοντέλο του μαζικού, το οποίο κυριαρχούσε τότε δημιουργώντας φαινόμενα εξάρτησης από τον ανεπτυγμένο κόσμο Dearden και Harron (1994), Mowforth και Munt (1998). Ο εναλλακτικός και ο μαζικός τουρισμός είναι δύο αντίθετες έννοιες, με τον εναλλακτικό να εμφανίζεται ως καλός και τον μαζικό ως κακός τουρισμός όπως σημειώνουν οι Pearce (1992) και Lane (1989). Ουσιαστικά η πλειοψηφία των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης προκύπτει από τον μαζικό τουρισμό, και τούτο διότι συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών, απαιτεί επενδύσεις μεγάλης κλίμακας και τις

περισσότερες φορές οι επενδύσεις αυτές έχουν και περιβαλλοντικό κόστος, καθώς επίσης η ντόπια κοινωνία ελάχιστα συμμετέχει στην γενικότερη αναπτυξιακή διαδικασία. Συμπερασματικά ο μαζικός τουρισμός είναι μια ξεπερασμένη μορφή τουρισμού ενώ ο εναλλακτικός μία νέα περιβαλλοντικά φιλική μορφή που εστιάζει στην διατήρηση των πόρων ενός προορισμού και στις επιθυμίες πεπειραμένων ταξιδιωτών Poon (1993). Τα τελευταία χρόνια, εξαιτίας των μεγάλων προβλημάτων που έχουν προκύψει από την μαζική τουριστική ανάπτυξη, πολλά κράτη επικεντρώνουν τις πολιτικές τους στην ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού για την επίλυση φυσικά των μακροχρόνιων προβλημάτων που έχει προκαλέσει η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη του παρελθόντος. Στόχος είναι λιγότερες καταστροφικές συνέπειες στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στον πολιτισμό (τρίπτυχο Αειφόρου Ανάπτυξης), του προορισμού υποδοχής, χωρίς φυσικά να υποβαθμίζονται οι θετικές οικονομικές επιπτώσεις. Συγγραφείς όπως ο Weaver (1991) και Inskoop (1987) προτείνουν τον εναλλακτικό τουρισμό ως αντικαταστάτη του μαζικού, θεωρώντας τον ως ποιοτικό τουρισμό, με ελεγχόμενη ανάπτυξη και επιλεκτικό marketing. Άλλοι συγγραφείς όπως ο Godfrey (1993) διαφωνούν και υποστηρίζουν ότι ο μαζικός τουρισμός είναι αναπόφευκτος λόγω της τουριστικής ζήτησης και ότι αυτό που χρειάζεται είναι να γίνουν προσπάθειες για να γίνει το συμβατικό πιο βιώσιμο. Συνοψίζοντας θα μπορούσαμε να πούμε ότι : ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ήπιος και επιλεκτικός, ιδιαίτερα απαιτητικός, συμμετοχικός σε μικρές ομάδες, πιο ανεξάρτητος με μεγάλο βαθμό ελευθερίας στα άτομα και με σεβασμό στο περιβάλλον και στην παράδοση. Άνθρωποι με ειδικά ενδιαφέροντα που αναζητούν μια αυθεντική επαφή με την φύση, τον τοπικό πολιτισμό, τους ανθρώπους, με την ζωή στην ύπαιθρο και την άσκηση στην φύση. Εδώ δεν επικρατεί η απαίτηση για φτηνό πακέτο διακοπών, αλλά η απαίτηση για ποιότητα που δεν περιορίζεται μόνο στον χώρο διαμονής αλλά και στον δημόσιο χώρο (φυσικό και πολιτιστικό). Ενώ αντίθετα ο μαζικός τουρισμός είναι μαζικός δηλαδή μεγάλης κλίμακας και απρόσωπος, είναι ο τουρισμός του πακέτου και της παραλίας. Ο μαζικός τουρισμός με την άναρχη ανάπτυξη του και την υπερσυγκέντρωση ανθρώπινων δραστηριοτήτων που επιφέρει στο χώρο, είναι η δραστηριότητα που αλλάζει βαθμιαία την λειτουργία της φύσης , καταναλώνει τους μη ανανεώσιμους φυσικούς πόρους, μειώνει την βιοποικιλότητα. Συχνά μετατρέπει ανεπανόρθωτα τα φυσικά τοπία, χτίζοντας μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες σε γραφικές παραλίες, επεκτείνει τις αστικές ζώνες και παράγει σημαντικά φορτία αποβλήτων. Πολλοί τουριστικοί προορισμοί στην Ευρώπη έχουν

ήδη εμπειρία από τέτοιου είδους υποβάθμιση της ποιότητας του περιβάλλοντος λόγω τουριστικής ανάπτυξης που οδήγησε σε πτώση του τουρισμού. Τα προβλήματα αυτά έχουν εμφανιστεί έντονα σε ορισμένες περιοχές που πρώιμα αναπτύχθηκαν ως τουριστικοί πόλοι και είναι στενά συνδεδεμένες με το κυρίαρχο μεταπολεμικό μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Η αυξανόμενη συνειδητοποίηση της ανάγκης για ποιότητα του περιβάλλοντος και έναν τουριστικό προορισμό επιβάλλει την ανάγκη για σχεδιασμό σε μικρό (τοπικό επίπεδο) και μάκρο (περιφερειακό-εθνικό) κλίμακα, με γνώμονα την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων και την ποικιλία των τοπικών πόρων , και προσφέροντας υψηλότερα πρότυπα για υποδομές και ανωδομή. Οι τουρίστες, ο τοπικός πληθυσμός και οι σχετικοί με τον κλάδο φορείς, συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο ότι ο τουρισμός βασίζεται για την επιτυχία του στην ποιότητα του περιβάλλοντος υποδοχής»(Κοκώσης και Τσάρτας 2001).

2.2. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

«Συχνά η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού σε σχέση με την τοπική, παραγωγική, κοινωνική και περιβαλλοντική δομή αποκτά μαζικά χαρακτηριστικά, με αποτέλεσμα να έχει δυσμενείς επιπτώσεις, ιδιαίτερα σε οικολογικά και κοινωνικά «ευαίσθητες» περιοχές της υπαίθρου όπου παρατηρείται μια μαζικοποίηση του εναλλακτικού τουρισμού. Το γεγονός αυτό έρχεται σε αντίθεση με τον ουσιαστικό στόχο μίας τέτοιας ανάπτυξης : την ένταξη στην κοινωνική παραγωγική δομή της περιοχής με παράλληλη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι λοιπόν δεδομένο ότι και στην περίπτωση αυτού του προτύπου, όπως και στα προηγούμενα , καταγράφεται η ανάγκη για ορθολογικό σχεδιασμό, προγραμματισμό, οργάνωση και διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης»(Κοκκώσης-Τσάρτας 2001). Μια σημαντική διευκρίνηση πρέπει να γίνει όσο αφορά τους όρους εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ειδικές μορφές τουρισμού. « Οι ειδικές μορφές τουρισμού (ή αλλιώς τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων) έχουν θεωρηθεί από πολλούς μελετητές ως συνώνημο του εναλλακτικού τουρισμού. Ωστόσο, κάτι τέτοιο είναι ανακριβές καθώς ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων δεν ενδιαφέρεται απαραίτητως για την εναλλακτική τουριστική ανάπτυξη ή την αειφόρο ανάπτυξη.

Το κίνητρο αυτών των τουριστών δεν είναι τόσο να κάνουν υπεύθυνο τουρισμό όσο το να λάβουν μέρος σε κάποια δραστηριότητα ή να επισκεφθούν ένα συγκεκριμένο τόπο ή σημείο ενδιαφέροντος, με άλλα λόγια επιλέγουν τον προορισμό τους με βάση την ευκαιρία που τους προσφέρει ώστε να ικανοποιήσουν το ειδικό ενδιαφέρον τους Jafari (2000). Σύμφωνα με τους Hall και Weiler (1992) όπως αναφέρεται στονTrauer (2006) ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων είναι : ο τουρισμός όπου το κίνητρο και η επιλογή του τουρίστα καθορίζονται πρωτίστος από κάποιο ειδικό ενδιαφέρον που έχει σε μία ή περισσότερες δραστηριότητες ή και σε προορισμούς» (Σωτηριάδης και Φαρσάρη 2009). Σύμφωνα με την Βενετσανοπούλου « Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση (πχ. συνέδρια) και από την ανάπτυξη μίας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές , που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών της κάθε ειδικής μορφής.Ο τουρισμός αυτής της μορφής είναι μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού, που περιλαμβάνει ομαδικές ή ατομικές μετακινήσεις ανθρώπων, για να αναπτύξουν ειδικά ενδιαφέροντα και να επισκεφθούν αξιοθέατα και μέρη που συνδέονται με ένα συγκεκριμένο θέμα (πχ. υγεία, θρησκεία, επαγγελματική δραστηριότητα κ.α.). Οι ειδικές μορφές τουρισμού, χωρίς να υποκαθιστούν το μαζικό τουρισμό, λειτουργούν συμπληρωματικά, εμπλουτίζουν, διευρύνουν και διαφοροποιούν το τουριστικό προϊόν, καλύπτοντας την αντοίσιχη ζήτηση που φαίνεται να είναι αυξανόμενη. Επισημαίνεται ότι ο πλέον δόκιμος όρος που έχει καθιερωθεί και διεθνώς χρησιμοποιείται για την περιγραφή των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού, είναι οι ειδικές μορφές τουρισμού (special interest tourism) ». « Όλες αυτές οι ειδικές μορφές που συχνά ομαδοποιούνται ως ‘επιλεκτικός τουρισμός’ αναμένεται να αποτελέσουν ένα διαρκώς αυξανόμενο ποσοστό των παγκόσμιων μετακινήσεων. Επιπλέον παρατηρούνται αλλαγές στη συχνότητα και διάρκεια των διακοπών, στην κατανομή τους στο χρόνο, στην ποικιλία των σκοπών για αναψυχή. Ο έντονος προσανατολισμός ορισμένου τύπου δραστηριοτήτων, που έχουν ειδικές απαιτήσεις για το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν, επιβάλλει έντονα μια έμφαση στην ποιότητα» (Κοκκώσης-Τσάρτας 2001). Σύμφωνα με τους Σωτηριάδη και Φαρσάρη : κατά κανόνα οι ειδικές μορφές τουρισμού ταξινομούνται με βάση δύο κριτήρια : (α) το κίνητρο των τουριστών και (β) το περιβάλλον (χώρος-πλαίσιο) στο οποίο πραγματοποιούνται οι τουριστικές δραστηριότητες. Οι εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού είναι πάρα πολλές και δεν θα μπορούσαν να αναπτυχθούν όλες αναλυτικά στην ενότητα αυτή αλλά θα παρουσιάσω

ονομαστικά κάποιες από αυτές. Καταγράφονται συνοπτικά οι ακόλουθες μορφές εναλλακτικού και ειδικού τουρισμού με βάση τα δύο κριτήρια :

(α) Κίνητρο- Ειδικές μορφές τουρισμού

- Επαγγελματικός τουρισμός : Συνέδρια, Εκθέσεις, Ταξίδια κινήτρων (Incentives) ,
- Επαγγελματικές εκδηλώσεις-συναντήσεις (Events)
- Αθλητικός τουρισμός (αθλητικών διοργανώσεων)
- Θεραπευτικός τουρισμός (υγείας και ιαματικός)
- Οικολογικός τουρισμός
- Θρησκευτικός (προσκυνήματα)
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας

(β) Χώρος- Πλαίσιο- Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

- Αστικός τουρισμός
- Αγροτουρισμός και τουρισμός υπαίθρου
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Ορεινός τουρισμός

2.2.1. Συνεδριακός τουρισμός

«Η μορφή αυτή περιλαμβάνει την οργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες. Δυστυχώς για τη χώρα μας ενώ οι δυνατότητες που διαθέτει για την ανάπτυξη του τουρισμού αυτού είναι πολύ μεγάλες, βρίσκεται στην τελευταία θέση στη διεθνή συνεδριακή πίτα από την άποψη του αριθμού συνεδρίων που φιλοξενεί ετήσια. Η μέχρι σήμερα πείρα δείχνει ότι όσες ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επένδυσαν σε μεγάλα και σύγχρονα συνεδριακά κέντρα διαπίστωσαν ότι ο τζίρος των συνεδριακών πελατών τους ήταν διπλάσιος από αυτόν των άλλων πελατών τους και ότι παρά τη διεθνή ύφεση η ζήτηση για

συνεδριακό τουρισμό αυξάνει σε αντίθεση με το γενικό τουρισμό που μειώνεται. Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού απαιτείται η λήψη μιας σειράς μέτρων τα οποία σχετίζονται τόσο με την υποδομή όσο και με την αλλαγή του θεσμικού πλαισίου για τους οργανωτές συνεδρίων και εκθέσεων καθώς πολλά μη ειδικευμένα άτομα οργανώνουν σήμερα συνέδρια με αποτέλεσμα να δυσφημίζεται η Ελλάδα στο εξωτερικό. Όσον αφορά την υποδομή την τελευταία περίοδο υπάρχει μια έντονη κινητικότητα εκ μέρους της πολιτείας για να καλυφθούν οι ελλείψεις και παραλείψεις των προηγούμενων χρόνων» (TravelDailyNews 2006).

2.2.2. Θρησκευτικός τουρισμός

« Περιλαμβάνει εκκλησίες, μοναστήρια, πανηγύρεις κλπ, και που στη χώρα μας βρίσκεται ακόμα σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης. Η Ελλάδα είναι ίσως μια από τις λίγες χώρες στον κόσμο που μπορεί να αναπτύξει τη μορφή αυτή του τουρισμού, καθώς τα ελληνικά μοναστήρια αποτελούν θαυμάσια τεκμήρια τέχνης και τεχνικής, χτισμένα από το 10ο αιώνα συνδυάζουν την ελληνική ορθόδοξη παράδοση με την εξέλιξη της αρχιτεκτονικής και της ζωγραφικής στον ελληνικό χώρο. Ο ορθόδοξος μοναχισμός έχει προσφέρει σε κάθε γωνιά του τόπου μας θαυμάσια μνημεία, προσαρμοσμένα απόλυτα στη γεωγραφική θέση, το ανάγλυφο του εδάφους και το φυσικό τοπίο» (TravelDailyNews 2006).

2.2.3. Αθλητικός τουρισμός

«Ο αθλητισμός αποτελεί σοβαρό παράγοντα δημιουργίας και ανάπτυξης τουριστικής κίνησης για τις περιοχές εκείνες οι οποίες προσφέρονται για διάφορα σπόρ και στις οποίες λαμβάνουν χώρα διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις. Τα τελευταία χρόνια πολλές κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές έχουν συντελέσει στο να αποτελεί ο αθλητισμός ένα σημαντικό κίνητρο για την ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας. Συγκεκριμένα, ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες εκείνες τις τουριστικές δραστηριότητες του ατόμου με σκοπό την άθληση, την άσκηση, την παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων ή την αναψυχή. Σήμερα πολλά κράτη ανταγωνίζονται για να αναλάβουν τη διοργάνωση μεγάλων αθλητικών γεγονότων, καθώς θεωρούν ότι θα τους βοηθήσουν στην οικονομική τους ανάπτυξη» (Βενετσανοπούλου 2006).

2.2.4. Τουρισμός υγείας

«Τουρισμός Υγείας είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία. Τα προγράμματα υγείας είναι προγράμματα διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους και με φυσικές μεθόδους και προγράμματα που σχετίζονται και επηρεάζουν την υγεία όπως προγράμματα υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής επανένταξης, κλπ.» (Βενετσανοπούλου 2006).

Αυτές είναι μερικές από τις κυριότερες ειδικές μορφές τουρισμού που είναι αξιοσημείωτες και χρειάζονται μερική ανάπτυξη για την κατανόηση των εννοιών τους. Η πιο σημαντική μορφή εναλλακτικού τουρισμού και που είναι άμεσα συνδεδεμένη με τους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, αντικείμενο της εργασίας μου, είναι αυτή του αγροτουρισμού.

2.3 Αγροτουρισμός

« Ο αγροτουρισμός ως έννοια εμφανίστηκε λίγο μετά τη λήξη του Β' Παγκόσμιου Πολέμου , όταν ορισμένες ανεπτυγμένες χώρες όπως οι ΗΠΑ και κάποιες χώρες της Δυτικής Ευρώπης , άρχισαν να κατευθύνουν μέρος των εγχώριων τουριστών προς την ύπαιθρο τους , για να απολαύσουν τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες που παρείχαν οι απασχολούμενοι στον αγροτικό τομέα , δηλαδή που παρείχαν οι κάτοικοι των αγροτικών περιοχών με τις «αγροτουριστικές μονάδες» τους ή τις «αγροτουριστικές επιχειρήσεις» τους , έχοντας σαν σκοπό να αυξήσουν τα αγροτικά τους εισοδήματα. Ο αγροτουρισμός είναι ένα είδος διακοπών που έχει υπαγορευθεί από την ανάγκη της οικονομικής επιβίωσης κάποιων μικρών ιδιοκτητών γης (αγροτών) και που αποφάσισαν να ακολουθήσουν παραδοσιακές μεθόδους καλλιέργειας με αποφυγή φυτοφαρμάκων και χημικών ουσιών και να παράσχουν φιλοξενία σε ανθρώπους που θέλουν να ζήσουν κοντά στην φύση που θέλουν να δουν από κοντά τις παραδοσιακές μορφές καλλιέργειας και που πολλές φορές θέλουν να συμμετέχουν ενεργά σε αυτές , και έτσι με αυτόν τον τρόπο να διασφαλίζουν οι ιδιοκτήτες γης (αγρότες) ένα επιπλέον εισόδημα » (Έξαρχος και Καραγιάννης 2004). « Αγροτουρισμός λοιπόν, σημαίνει επίσκεψη ανθρώπων στην ύπαιθρο

, στον αγροτικό χώρο , με σκοπό την απόλαυση προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν οι αγρότες με οικογενειακές ή συνεταιριστικές « μονάδες» ή « επιχειρήσεις» (Αυγελή 2005). Ένας άλλος ορισμός είναι : « Ο όρος αγροτουρισμός ή αγροτικός τουρισμός ή πράσινος τουρισμός περιλαμβάνει ένα σύνολο τουριστικών δραστηριοτήτων, που αναπτύσσονται σε αγροτικό χώρο και στηρίζονται στην αξιοποίηση των φυσικών, ανθρώπινων και πολιτιστικών πόρων. Ειδικότερα αγροτουρισμός είναι εκείνη η τουριστική δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό, από τους απασχολούμενους κυρίως στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα της παραγωγής σε οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής μικρές τουριστικές μονάδες παροχής αγαθών και υπηρεσιών. Ο αγροτουρισμός στηρίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρώπινων πόρων, ικανοποιεί εξειδικευμένες προσωπικές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου και αποβλέπει στην συγκράτηση ή την επιστροφή του τοπικού πληθυσμού, στην ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας και στην άνοδο του βιοτικού και πολιτιστικού επιπέδου» (Βενετσανοπούλου 2006). « Ο όρος αγροτουρισμός άρχισε να καθιερώνεται στην Ελλάδα στα χρόνια της δεκαετίας του 1990, αντικαθιστώντας τους ταυτόσημους όρους «αγροτουρισμός» και «αγροτικός τουρισμός», που είχαν κάνει την εμφάνιση τους στη δεκαετία του 1980».(Έξαρχος-Καραγιάννης). Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται με ταχύ ρυθμό τόσο στην χώρα μας όσο και στις υπόλοιπες χώρες, ως αποτέλεσμα της πολιτικής της ΕΕ και των κρατών – μελών της στον τομέα του τουρισμού , καθώς και της προτίμησης των ανθρώπων να περάσουν τις διακοπές τους στην ύπαιθρο. Οι δύσκολες συνθήκες ζωής των μεγάλων αστικών κέντρων δημιουργούν στους ανθρώπους έντονη επιθυμία να βρεθούν κοντά στην φύση για να απολαύσουν τη γαλήνη , την ησυχία και το διαφορετικό τρόπο ζωής που θα τους προσφέρει η ελληνική ύπαιθρος. Έτσι , ο αγροτουρισμός παρέχει στον επισκέπτη την ευκαιρία να κάνει τις διακοπές του σε ένα ήσυχο περιβάλλον, κοντά στη φύση και κοντά στους απλούς ανθρώπους της υπαίθρου , οι οποίοι είναι δεμένοι με τη γη και την φύση. Με το πρόγραμμα του αγροτουρισμού παρέχεται άνετη διαμονή και αναψυχή. Τα αγροτουριστικά καταλύματα , που βρίσκονται σε περιοχές με φυσικές ομορφιές , περιλαμβάνουν ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια ή διαμερίσματα , εστιατόρια οικογενειακής μορφής με τοπική παραδοσιακή κουζίνα , χώρους άθλησης και αναψυχής , με πολιτιστικές εκδηλώσεις , εργαστήρια παραγωγής ειδών λαϊκής τέχνης και διατροφής με εγχώρια προϊόντα κ.α. Έτσι , δίδεται στον επισκέπτη η δυνατότητα , πέραν της γνωριμίας του με την φύση , να γνωρίσει τα

τοπικά ήθη και έθιμα , την καθημερινή αγροτική ζωή των κατοίκων της υπαίθρου, να χαρεί τη ζεστή ανθρώπινη φιλοξενία και να συμμετάσχει σε αγροτικές δραστηριότητες , περιηγήσεις, πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.λ.π.

2.3.1. Δραστηριότητες αγροτουρισμού και οι μορφές του

Σύμφωνα με την Αυγελή (2005) : « Ο αγροτουρισμός είναι έννοια που συνάδει μόνο με δραστηριότητες ήπιας μορφής εκμετάλλευσης στο πλαίσιο των «εναλλακτικών μορφών τουρισμού» , εδράζεται στην αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων των περιοχών υποδοχής επισκεπτών-τουριστών. Έχει ως κύριο χαρακτηριστικό του τη δημιουργία , διατήρηση και εμβάθυνση της προσωπικής σχέσης ανάμεσα στους «φιλοξενούμενους» και τους «οικοδεσπότες» και την ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών στα τοπικά πολιτιστικά δρώμενα , γεγονός που σημαίνει ότι οι επισκέπτες – τουρίστες :

- 1) Αναζητούν την τοπική αρχιτεκτονική και οικιστική κληρονομία
- 2) Ενημερώνονται για τα τοπικά γεγονότα του πρόσφατου παρελθόντος.
- 3) Ξεναγούνται και συμμετέχουν στις θρησκευτικές τελετές.
- 4) Συμμετέχουν στις τοπικές εορτές και πανηγύρια.
- 5) Προωθούν τις φυσιολατρικές δραστηριότητες αναψυχής.
- 6) Αναπτύσσουν αθλητικές δραστηριότητες και συμμετέχουν σε αυτές.
- 7) Μνούνται στην παρασκευή παραδοσιακών τοπικών εδεσμάτων (π.χ. τραχανάδες , γιαούρτια , πίτες , αρτοσκευάσματα κλπ).
- 8) Ανακαλύπτουν και αναδεικνύουν τη γοητεία και την αξία των χειροτεχνημάτων και εργόχειρων (π.χ. υφαντά , κεντήματα , ξυλόγλυπτα , κατασκευή οικιακών σκευών κλπ).
- 9) Ενημερώνονται σχετικά με τις αγροτικές εργασίες και παρακολουθούν τον τρόπο άσκησης αυτών (π.χ. σπορά , άρμεγμα , τρύγος , βόσκηση κλπ).
- 10) Διερευνούν τις ιδιαιτερότητες (γλωσσικές , πολιτισμικές , εθιμικές) των «κλειστών κοινωνιών» του αγροτικού χώρου και ιδίως εκείνες των ορεινών κοινοτήτων ».

Ποικίλες μορφές τουρισμού σχετίζονται κατά άμεσο τρόπο με τον αγροτουρισμό, γεγονός που καθορίζει και την δομή των συγκεκριμένων τουριστικών μονάδων ή επιχειρήσεων και υπό αυτήν την έννοια ο αγροτουρισμός είναι :

- 1) τουρισμός σε αγρόκτημα (συμβίωση με αγρότες).
- 2) τουρισμός σε αυτόνομα οικήματα σε αγροκτήματα (οικίσκοι ή bungalows).
- 3) τουρισμός στην ύπαιθρο (τροχόσπιτα , σκηνές).
- 4) τουρισμός σε ενοικιαζόμενα δωμάτια ή σε οικήματα παραδοσιακών οικισμών.
- 5) τουρισμός σε προστατευόμενες περιοχές (εθνικά πάρκα , περιοχές οικολογικής προστασίας κλπ).
- 6) τουρισμός για δραστηριότητες ειδικών κοινωνικών ομάδων (νέοι , οικογένειες , φυσιολάτρες , συνταξιούχοι , περιηγητές κλπ).
- 7) τουρισμός συνδυαζόμενος με άλλες μορφές τουρισμού (αθλητικός , φυσιολατρικός , χειμερινός κλπ.

2.3.2. Οφέλη αγροτουρισμού και η σημασία του

«...Άφησε τον κόσμο καλύτερο από ότι τον βρήκες , μην πάρεις περισσότερο από όσο χρειάζεται , μη βλάπτεις την ζωή ή το περιβάλλον και κάνε διορθώσεις αν τελικά το πράξεις». (Hawken,1993).Σύμφωνα με την Αυγελή (2005) : « Ο τουρισμός και το περιβάλλον έχουν σχέσεις αλληλένδετες καθώς ο τουρισμός βασίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων. Δημιουργεί θετικές αλλά και πολλές φορές αρνητικές επιπτώσεις στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους με κινδύνους απώλειας , σημαντικής αλλοίωσης ή υποβάθμισης τους. Η σχέση του τουρισμού και περιβάλλοντος έχει αποκτήσει τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερη σημασία λόγω :

- 1) Αύξησης του διεθνούς ανταγωνισμού στον τουρισμό καθώς νέες χώρες και προορισμοί εισέρχονται στην αγορά , προσφέροντας νέο και σχετικά ανέπαφο «περιβάλλον» ως «τουριστικό προϊόν» στον τουρίστα-επισκέπτη.

2) Γενικότερης αναζήτησης του ανθρώπου για βελτίωση της ποιότητας ζωής και καλύτερο περιβάλλον, όχι μόνο στον τόπο διαμονής του αλλά και στον τόπο προορισμού του για αναψυχή και διακοπές.

Ο τουρισμός αποτελεί από την φύση του ένα πολυδιάστατο φαινόμενο, το οποίο και βρίσκεται σε μια κατάσταση συνεχούς και μόνιμης σχέσης αλληλεξάρτησης και αλληλοδόμησης με το φυσικό,οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον. Σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό, ο αγροτουρισμός προσφέρει διάφορα οφέλη σε όλα τα επίπεδα : οικονομικά, πολιτισμικά, κοινωνικά και κυρίως περιβαλλοντικά. Σύμφωνα με τους Έξαρχο και Καραγιάννη (2004), ο αγροτουρισμός συμβάλλει θετικά για τους εξής λόγους :

1. Στη συγκράτηση και τη μόνιμη εγκατάσταση του αγροτικού πληθυσμού στην ύπαιθρο.
2. Στην ενδυνάμωση της κοινωνικής σύνδεσης και των κοινωνικών σχέσεων του τοπικού πληθυσμού.
3. Στη δημιουργία θέσεων εργασίας στους νέους αγρότες.
4. Στη μακροπρόθεσμη οικονομικοκοινωνική ανάπτυξη των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών.
5. Στη διατήρηση , διαφύλαξη , προστασία και ανάδειξη του παραδοσιακού αγροτικού τοπίου (π.χ. εθνικοί δρυμοί , βιότοποι)
6. Στη διατήρηση , διαφύλαξη , προστασία και ανάδειξη του αρχιτεκτονικού και οικιστικού στοιχείου (π.χ. παραδοσιακοί οικισμοί , μοναστήρια , ιστορικά οικήματα)
7. Στη συνολική ανάδειξη των περιοχών και των στοιχείων ιδιαιτέρου φυσικού κάλλους.
8. Στην οικολογικά ισόρροπη (και όχι εγωιστικά ανθρωποκεντρική) διαχείριση των φυσικών πόρων (με ανάπτυξη τουριστικών μονάδων μικρής κλίμακας) και στην ταυτόχρονη προστασία των σπάνιων φυσικών σχηματισμών.
9. Στη δημιουργία συμπληρωματικής απασχόλησης του αγροτικού πληθυσμού για αύξηση του εισοδήματός του.

10. Στην ποιοτική βελτίωση, προώθηση και διάδοση των προϊόντων της αγροτικής οικοτεχνίας-βιοτεχνίας και χειροτεχνίας.
11. Στην αποκέντρωση του «τουριστικού κυκλώματος» και στην τουριστική ανάδειξη άγνωστων και «νέων» περιοχών της υπαίθρου.
12. Στη μείωση του κοινωνικού κόστους του τουρισμού που αναπτύσσεται στις αστικές περιοχές.
13. Στην ενεργό δράση και ενασχόληση των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλων φορέων των τοπικών κοινωνιών με τέτοιου είδους αγροτουριστικές δραστηριότητες πού βοηθούν την τοπική ανάπτυξη.
14. Στη βελτίωση του επιπέδου ζωής των ανθρώπων της υπαίθρου και ιδιαίτερα του αγροτικού κόσμου.
15. Στην απορρόφηση του πληθυσμού που «κινείται» στο πλαίσιο της «αστικής εξόδου».

Οι προβληματισμοί που κατά καιρούς έχουν αναπτυχθεί οδηγούν στις εξής θέσεις-απόψεις :

- Ο αγροτουρισμός , ως ήπια μορφή εκμετάλλευσης φυσικών πόρων και ανθρωπογενών στοιχείων , προσφέρεται για την προσέλκυση επισκεπτών-τουριστών στην ύπαιθρο, ικανοποιώντας τη σχετική ζήτηση αυτών με την διοργάνωση ποικίλων ψυχαγωγικών , αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων.
- Ο αγροτουρισμός, με τις δραστηριότητες που μπορεί να αναπτύξει και να προσφέρει , δημιουργεί πρόσθετα συμπληρωματικά εισοδήματα στους αγρότες, οι οποίοι μπορούν να συμπράξουν από κοινού σε έργα υποδομής ή παροχής σχετικών υπηρεσιών.
- Ο αγροτουρισμός κινητοποιεί και ποικίλους τοπικούς φορείς , διότι έχουν διαπιστώσει ότι με τα έργα υποδομής ή την παροχή τουριστικών υπηρεσιών στην ύπαιθρο στηρίζουν τον αγροτικό πληθυσμό, τονώνουν το κοινό συμφέρον των τοπικών πληθυσμών και των επισκεπτών και αναζωογονούν την ύπαιθρο χώρα.

- Ο αγροτουρισμός άρχισε να απασχολεί σοβαρά τις δημόσιες και κρατικές αρχές καθώς και τους τοπικούς κοινωνικοοικονομικούς φορείς, λόγω των θετικών αποτελεσμάτων του.

Τελευταία, παρατηρείται ύπαρξη ιδιαίτερης κρατικής μέριμνας και φροντίδας για την διασφάλιση αναγκαίων πόρων που θα «συνδράμουν» στην επέκταση και προώθηση των επενδύσεων στον αγροτικό τουρισμό. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι ο αγροτουρισμός φέρει πολλούς θετικούς λόγους για να δώσουμε την κατάλληλη βαρύτητα στην ανάπτυξη και προώθηση του. Σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό ο οποίος ναι μεν έχει θετικές επιπτώσεις σε μια χώρα αλλά σε σύγκριση με τον αγροτουρισμό υστερεί σε πάρα πολλούς τομείς μίας χώρας, και δεν προσφέρει τόσα πολλά πλεονεκτήματα όσο ο δεύτερος» (Έξαρχος-Καραγιάννης , 2004) .

2.3.3. Το προφίλ του αγροτουρίστα

«Σύμφωνα με τους ερευνητές (Fennel 2001, Σχίζας 1998, Τσάρτας 1998), οι εναλλακτικοί τουρίστες αναζητούν ουσιαστικότερη επαφή με την φύση, είναι πιο έμπειροι, μορφωμένοι, ενημερωμένοι, αποστρέφονται τη μαζική εξυπηρέτηση και αναζητούν μόνοι τους τις λύσεις. « Κοινό στοιχείο στις ειδικές μορφές τουρισμού είναι ότι ο πελάτης νιώθει την ανάγκη για προσωπική εξυπηρέτηση και φροντίδα, παρακινούμενος από διαφορετικά κίνητρα. Χαρακτηριστικά είναι τα κίνητρα : ανάγκη για ενεργοποίηση, επιθυμία στην μάθηση, γνωριμία αλλά και ανακάλυψη νέων πολιτιστικών στοιχείων. Επίσης ο τουρίστας των ειδικών μορφών τουρισμού είναι αρκετά ευαίσθητοποιημένος σε σχέση με την φύση και συνδέεται στενά με την περιοχή που επισκέπτεται. Αυτό σημαίνει οτι αναζητά αυθεντικότητα και απαιτεί σεβασμό, τόσο στον παραδοσιακό τρόπο ζωής των κατοίκων όσο και στο περιβάλλον » (Σωτηριάδης και Φαρσάρη, 2009). Απλώς η προτίμησή του στις παραδοσιακές μεθόδους οφείλεται στο ότι συνήθως συνεπάγονται μικρότερες οχλήσεις στο περιβάλλον και τον ίδιο, ενώ οδηγούν και σε πολύ πιο αναζωογονητικές μορφές αναψυχής. (Σχίζας 1998) « Οι αγροτουρίστες αναζητούν ξεκούραση, χαλάρωση σε ένα ήρεμο περιβάλλον, σε μια προσπάθεια να αποκοπούν προσωρινά από την αστική τους καθημερινότητα. Επιζητούν την επαφή με την φύση, προκειμένου να γνωρίσουν τόσο την αγροτική ζωή όσο και τους αγρότες, τους ντόπιους που θα τους μνήσουν σε

ένα διαφορετικό και άγνωστο για πολλούς από αυτούς τρόπο ζωής. Θέλουν να απολαύσουν την αυθεντικότητα της επαρχιακής ζωής, την ανεπιτήδευτη φιλοξενία, την καθαρότητα του τόπου, και την καθαρότητα του περιβάλλοντος, τα παραδοσιακά, σπιτικά εδέσματα, να γίνουν κοινωνοί σε μια ζωή που έχει να τους πεί πολλά για το κοντινό παρελθόν τους. Οι τουρίστες αυτοί θεωρούνται πολυταξιδευμένοι και έμπειροι. Είναι άτομα που έχουν ήδη γευτεί τους τουριστικούς προορισμούς με τη μορφή του μαζικού τουρισμού και κορεσμένοι από το συγκεκριμένο πρότυπο, αναζητούν στον προορισμό μια νέα διάσταση, εντυφλώνοντας στην πολιτιστική, φυσιολατρική του υπόσταση αλλά και στη δυνατότητα για ανθρώπινη επαφή και επικοινωνία. Οι αγροτουρίστες ανήκουν σε ένα ευρύ φάσμα. Σε χώρες της Ευρώπης που ο αγροτουρισμός έχει παράδοση δεκαετιών, αποτελεί έναν τρόπο ζωής ο οποίος απευθύνεται σε όλη την οικογένεια και σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύτηκε διεκδικεί το ήμισυ των ετήσιων οικογενειακών διακοπών. Τα νεότερα άτομα είναι αυτά που προτιμούν να συνδιάζουν το πακέτο αγροτουρισμού με «σπορ περιπέτειας», ενώ οι μεγαλύτεροι με περιηγήσεις πολιτιστικού, θρησκευτικού, λαογραφικού κ.λ.π. περιεχομένου» (www.in.gr, 2009). Από τα σπουδαιότερα όμως χαρακτηριστικά που διακρίνουν τα άτομα που επιλέγουν τον αγροτουρισμό σύμφωνα με την δήλωση της Παπασταύρου Μ. πρόεδρος του Ελληνικού κέντρου αγροτουρισμού είναι : το υψηλό οικονομικό και μορφωτικό τους επίπεδο. Τα άτομα αυτά θεωρούνται ότι έχουν αυξημένη οικολογική συνείδηση, πολυποίκιλα ενδιαφέροντα, διάθεση για μόρφωση και πολιτιστική προσέγγιση. Δεν παρασύρονται από τον μιμητισμό και τα πρότυπα της καταναλωτικής κοινωνίας, είναι εκλεπτυσμένοι και με υψηλές απαιτήσεις ως προς την ποιότητα και το επίπεδο των υπηρεσιών που τους παρέχονται..

2.3.4. Φορείς ανάπτυξης αγροτουρισμού

Για να επιτευχθεί η ανάπτυξη του αγροτουρισμού χρειάζεται να δημιουργηθούν διάφοροι φορείς που θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη αυτή. Έχουν δημιουργηθεί κρατικοί φορείς ανάπτυξης αγροτουρισμού αλλά και ιδιωτικοί που έχουν δημιουργηθεί με την πρωτοβουλία διαφόρων ανθρώπων που έχουν δραστηριοποιηθεί στον τομέα του αγροτουρισμού και έχουν καταλάβει την σημασία της έννοιας του αγροτουρισμού. Μερικοί από τους φορείς ανάπτυξης αγροτουρισμού είναι : LEADER, ΕΛΟΤ, Αγροξενία, ΕΟΜΜΕΧ, ΕΠΑΝ, κ.α. « Όλα αυτά τα προγράμματα ανάπτυξης βασίζονται σε έναν ενικό σχεδιασμό, ο οποίος αποσκοπεί στην πλήρη οικονομική,

κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη του τόπου. Τα προγράμματα αυτά περιλαμβάνουν εισοδηματικές ενισχύσεις και αυξημένα κίνητρα για επενδύσεις. Στα πλαίσια της τοπικής ανάπτυξης, ο αγροτουρισμός μπορεί να αποτελέσει μια αξιόπιστη στρατηγική επιλογή για την βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών» (Ιακωβίδου 2000, Roberts & Hall 2001). « Οι προϋποθέσεις επιτυχίας ενός σχεδίου δράσης για την τοπική ανάπτυξη είναι (Gunn 1994, Inskeep 1991, McIntyre et al. 1993) :

- Η ολοκληρωμένη προσέγγιση με βάση ορισμένους άξονες που προκύπτουν από τους παραγωγικούς πόρους της περιοχής
- Η εκπόνηση και υλοποίηση ενός επιχειρησιακού σχεδίου με όλες τις συνιστώσες ανάπτυξης
- Η αποτελεσματικότητα των παρεμβάσεων, που προϋποθέτει συντονισμό όλων των εμπλεκόμενων φορέων

Η τουριστική πολιτική στην Ελλάδα, όπως και σε όλες τις ανεπτυγμένες τουριστικά χώρες, δεν αποτελεί πάντα μια αυτόνομη πολιτική αλλά διατρέχει οριζόντια όλες τις επιμέρους δημόσιες πολιτικές (οικονομία, περιβάλλον, υγεία, παιδεία, μεταφορές, πολιτισμό κ.α.). Ανταποκρινόμενοι σε ένα ολόενα μεταβαλλόμενο κοινωνικό-οικονομικό ανταγωνιστικό περιβάλλον, οι τοπικοί, περιφερειακοί και εθνικοί φορείς τουρισμού καλούνται να επέμβουν εκεί όπου η αγορά αποτυγχάνει (Smeral 1998), ασκώντας δημόσια πολιτική στον τομέα των ειδικών μορφών τουρισμού. Στην Ελλάδα υπάρχουν αρκετές δράσεις που υλοποιούνται από φορείς τουρισμού και δίνουν έμφαση στην ανάπτυξη εξειδικευμένων τουριστικών δραστηριοτήτων σχετιζόμενων με τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Για παράδειγμα, σε ορισμένες νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις έχουν ιδρυθεί αναπτυξιακές εταιρείες με αντικείμενο αποκλειστικά την προώθηση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού» (Σωτηριάδης, Φαρσάρη 2009). Οι φορείς που μπορούν να καλύψουν τις παραγωγικές δραστηριότητες του αγροτουρισμού, κάτω από διάφορες μορφές επιχειρηματικής δράσης, σύμφωνα με τον Λογοθέτη Μ. (1988) ανήκουν στις ακόλουθες κατηγορίες :

1. Ιδιωτικός τομέας

Κάτω από τις σημερινές παραγωγικές συνθήκες η ιδιωτική επιχείρηση αποτελεί σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης του αγροτουρισμού τουλάχιστον για τις περιοχές που παρουσιάζουν αναπτυξιακή αυτονομία. Αλλά και για τις άλλες περιοχές, ο ρόλος της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, μπορεί να είναι θετικός, αν, όπως ισχυρίζονται οι οικίες οργανώσεις των τουριστικών επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα, λειτουργήσει κάτω από ίσες ανταγωνιστικές συνθήκες με τις ομοειδείς επιχειρήσεις του δημόσιου γενικά τομέα.

2. Δημόσιος τομέας

Το κράτος ή οι άλλοι δημόσιοι οργανισμοί μπορούν να αναλάβουν επιχειρηματικές δραστηριότητες, που ανήκουν στον παραγωγικό τομέα του αγροτουρισμού σε περιοχές που κανένας άλλος φορέας δεν εκδηλώνει ενδιαφέρον ή σε τομείς, που οι πρώτες ύλες ανήκουν στο δημόσιο (ιαματικές πηγές, χιονοδρομικά κέντρα). Υπάρχουν αρκετές περιπτώσεις τέτοιων επιχειρήσεων, που έχουν δημιουργηθεί είτε από κρατικές υπηρεσίες (υπουργείο γεωργίας), είτε από δημόσιους οργανισμούς (ΕΟΤ). Πρέπει να σημειώσουμε ότι οι ιδιόμορφες αυτές επιχειρήσεις έχουν κοινωνικό χαρακτήρα με επιδιώξεις- αποτελέσματα το πολύ εξισωτικά.

3. Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) δηλαδή οι δήμοι και οι κοινότητες, είναι οι πιο κατάλληλοι φορείς για να αναλάβουν επιχειρηματικές δραστηριότητες του παραγωγικού τομέα του αγροτουρισμού σε τοπικό επίπεδο. Διαθέτουν οργάνωση σε όλες τις αγροτικές περιοχές, έχουν αρκετή πείρα στην εκτέλεση έργων, μπορούν να εξασφαλιστούν οικονομικά μέσα από το κράτος και προπάντων εκφράζουν την θέληση των δημοτών τους στις αναπτυξιακές επιλογές της περιοχής τους.

4. Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί

Στους οποίους θα αναφερθώ στο 4^ο κεφάλαιο αναλυτικά.

Η μεγαλύτερη πρόκληση και ταυτόχρονα δυσκολία για τους εθνικούς φορείς συνιστάται στο ότι πρέπει να είναι διαρκώς σε θέση να αντιλαμβάνονται και να προσαρμόζουν τη δράση τους, σχετικά με τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στις γενικές κατευθύνσεις πολιτικής

της κεντρικής εξουσίας, στις ανάγκες των επιχειρήσεων και φυσικά στις απαιτήσεις τις τουριστικής ζήτησης.

« Μεγάλος αριθμός αγροτουριστικών επιχειρήσεων δημιουργήθηκαν κατόπιν επιχορηγήσεων από διάφορα προγράμματα. Ωστόσο, επενδύσεις που βασίζονται σε επιχορηγήσεις εμφανίζουν συχνά προβλήματα στη λειτουργία τους. σύμφωνα με τις “ Αρχές και Οδηγίες για την διατήρηση και ανάπτυξη της απασχόλησης στον τουρισμό στις αγροτικές περιοχές” (ILO 2007), η ανάπτυξη του αγροτουρισμού πρέπει πάντα να είναι ‘καθοδηγούμενη από την αγορά’ παρά από ‘επιχορηγήσεις’, ενώ οι νέες επενδύσεις πρέπει να ενισχυθούν μόνο σε περιπτώσεις που καταδεικνύεται η ανάγκη της ‘αγοράς’ για πρόσθετες εγκαταστάσεις. Στην Ελλάδα η ανάπτυξη του αγροτουρισμού συνοδεύτηκε από πολλά προβλήματα τα κυριότερα των οποίων ήταν :

- Άστοχες επενδύσεις. Η χρηματοδότηση επενδύσεων δε συνοδεύταν από μια εμπεριστατωμένη έρευνα αγοράς και ένα επιχειρηματικό σχέδιο, ώστε να τεκμηριώνουν τη σκοπιμότητα και βιωσιμότητα της επένδυσης, με αποτέλεσμα να έχουν αβέβαιες προοπτικές.
- Ακατάλληλοι επενδυτές. Σε μεγάλο ποσοστό των επενδύσεων, οι επιχειρηματίες δεν είχαν καμία σχέση ή γνώση αναφορικά με την επιχειρηματικότητα στον τουρισμό, με αποτέλεσμα όχι μόνο να σημειώνονται επιχειρηματικά λάθη, αλλά και να παρέχονται χαμηλής ποιότητας υπηρεσίες.
- Η έλλειψη πόρων. Μεγάλο ποσοστό των επιδοτούμενων επιχειρήσεων βασίστηκε στις επιδοτήσεις, μη διαθέτοντας τους απαραίτητους πόρους για συμπληρωματικές επενδύσεις ή και για τη λειτουργία της επιχείρησης.
- Προβλήματα ποιότητας. Ο ήπιος τουρισμός, σε καμία περίπτωση δεν θα έπρεπε να ταυτίζεται με έννοιες όπως πρόχειρος ή φθηνός. Αντίθετα, είναι ένας ποιοτικά αναβαθμισμένος τουρισμός, που έπρεπε να διασφαλίζει υψηλό επίπεδο υπηρεσιών.
- Έλλειψη κατάρτισης, όχι μόνο για τη ποιοτική εξυπηρέτηση, αλλά και για τη λειτουργία των επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα να προκύπτουν επιπρόσθετα λειτουργικά προβλήματα.

- Έλλειψη δημιουργίας πλέγματος (συμπληρωματικών) επιχειρήσεων, οι οποίες θα προσέφεραν όλες τις βασικές και συμπληρωματικές υπηρεσίες προς τον τουρίστα, όπως διαμονή, εστίαση, ψυχαγωγία δραστηριότητες αναψυχής.
- Έλλειψη οργανωμένης προώθησης πωλήσεων. Σημαντικότερο πρόβλημα απετέλεσε η έλλειψη οργανωμένης προώθησης πωλήσεων και ειδικότερας της συνεργασίας με ταξιδιωτικά πρακτορεία.
- Έλλειψη μέτρων προβολής και διαφήμισης. Τα περισσότερα αγοτουριστικά καταλύματα παρουσίαζαν αδυναμία μιας οργανωμένης προβολής λόγω έλλειψης πόρων και τεχνογνωσίας.
- Μη τήρηση των αρχών ήπιου τουρισμού. Στις περισσότερες περιπτώσεις δεν ελήφθησαν υπόψη οι άξονες ανάπτυξης του ήπιου τουρισμού, όπως αυτές παρουσιάστηκαν παραπάνω.

Στην ίδια κατεύθυνση είναι απαραίτητο να εξασφαλίζουν ότι δεν υπάρχει αλληλοεπικάλυψη ή σύγχυση αρμοδιοτήτων μεταξύ των επιμέρους φορέων και οργανισμών που εμπλέκονται στην ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού» (Σωτηριάδης, Φαρσάρι 2009). Ταυτόχρονα απαιτείται να συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής και στη δημιουργία ενός γενικότερου ρυθμιστικού πλαισίου για την ομαλή λειτουργία της αγοράς (Keller 1999).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

3.1. Αναπτυξιακά προγράμματα στην Ελλάδα

Χωρίς ολοκληρωμένα προγράμματα ανάπτυξης που να βασίζονται σε έναν εθνικό σχεδιασμό, ο οποίος θα αποσκοπεί στην πλήρη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη του τόπου, είναι αδύνατον να περιμένει κανείς ότι θα υπάρξει ριζική και ολοκληρωτική λύση στο μείζον πρόβλημα της πληθυσμιακά συρρικνούμενης και παραγωγικά απεξηλωμένης υπαίθρου, με τα κατά καιρούς λαμβανόμενα και εφαρμοζόμενα μέτρα οικονομικής πολιτικής. «Η ανάπτυξη της αγροτουριστικής υποδομής στη χώρα μας στηρίχτηκε θεσμικά από το πρόγραμμα αγροτουρισμού-αγροτοβιοτεχνίας, από το πρόγραμμα των ολοκληρωμένων μεσογειακών προγραμμάτων αλλά και από τους τοπικούς αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, από τις πρωτοβουλίες τοπικών φορέων, όπως η νομαρχιακή αυτοδιοίκηση και οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, από τις αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις, τους τοπικούς πολιτιστικούς συλλόγους και αγροτικούς συλλόγους. Όμως, τον κύριο λόγο στο σχεδιασμό και την υλοποίηση της αγροτουριστικής πολιτικής έχουν οι φορείς κεντρικού σχεδιασμού αγροτικής πολιτικής, δηλαδή το Υπουργείο Γεωργίας, ο ΕΟΤ, η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδας, η Γενική Γραμματεία Ισότητας, η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς, ο Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), η Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑΣΕΓΕΣ), ο Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) κ.α.» (Βενετσανοπούλου, 2006). Τα κοινοτικά πλαίσια στήριξης που αποσκοπούν στην αγροτική ανάπτυξη περιλαμβάνουν μέτρα για την προώθηση δραστηριοτήτων αγροτουρισμού, μέσα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο ολοκληρωμένης ανάπτυξης (Sharpley, 2005). Το ενδιαφέρον για ανάληψη αγροτουριστικής δραστηριότητας είναι έντονο σε όλη τη χώρα. Η χρηματοδότηση πηγάζει από κοινοτικά κονδύλια, από τα προγράμματα ΟΠΑΑΧ (Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου) του υπουργείου Γεωργίας, από το πρόγραμμα Leader, που είχε μεγάλη απορρόφηση και ανέπτυξε την επιχειρηματικότητα στην

περιφέρεια, αλλά και από τον αναπτυξιακό νόμο. « Ο νέος αναπτυξιακός νόμος είναι προσανατολισμένος στην περιφέρεια. Η 4η προγραμματική περίοδος (Δ' ΚΠΣ), διαθέτοντας μεγάλο ποσοστό των πόρων στην περιφέρεια, έχει τις προϋποθέσεις για να χαραχθεί μια στρατηγική ώστε οι επιδοτήσεις να εναρμονιστούν με ευρύτερους στόχους» σημειώνει η Παπασταύρου Μ. και καταλήγει: «Η Ελλάδα είναι μια χώρα που διαθέτει καταπληκτική ενδοχώρα, πάρα πολλά νησιά και παράκτιες περιοχές. Ο τουρισμός υπαίθρου είναι ένα ισχυρό συμπληρωματικό προϊόν του μαζικού τουρισμού. Είναι ένα σύγχρονο τουριστικό προϊόν που απευθύνεται σε μια άλλη πελατεία, η οποία δεν έχει ακόμη ανακαλύψει την Ελλάδα. Τουρισμός υπαίθρου σημαίνει τουρισμός 12 μήνες τον χρόνο και άρα βιώσιμη ανάπτυξη για την "άλλη Ελλάδα"» (www. BHMA on line).

3.2 LEADER

3.2.1 Τι είναι το LEADER

«Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε το 1990 μια κοινοτική πρωτοβουλία για την αγροτική ανάπτυξη, με την ονομασία LEADER (Liaisons Entre Actions pour le Developpement de l'Economie Rurale), μέσα στα πλαίσια της οποίας ενθαρρύνεται η ολοκληρωμένη ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο. Μέσω αυτής της πρωτοβουλίας είχε δημιουργηθεί ένα δίκτυο 200 Ομάδων Τοπικής Δράσης (ΟΔΤ), (Midmore et al. 1994). Κατά την περίοδο 1994-1999 λειτούργησε η πρωτοβουλία LEADER II. Κάθε ΟΔΤ ανέλαβε την ευθύνη διαχείρισης πόρων για την ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων μέσα στα όρια της χωρικής ενότητας, επενδυτικά σχέδια που θα έπρεπε να εξυπηρετούν συγκεκριμένα μέτρα. Μέσα στα ίδια πλαίσια κινήθηκε και το τρίτο πρόγραμμα LEADER +, για την περίοδο 2000-06» (Σωτηριάδης, Φαρσάρη 2009). « Το LEADER + είναι μια πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχει ως στόχο τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής των κατοίκων της υπαίθρου μέσα από την αειφόρο ανάπτυξη. Η αειφορία αυτή επιτυγχάνεται μέσα από δραστηριότητες των κατοίκων που αναδεικνύουν τις ομορφιές του τόπου τους, αποτελούν μια ακόμη πηγή εισοδήματος και παράλληλα προστατεύεται η φυσική και πολιτιστική κληρονομιά. Οι άνθρωποι των αγροτικών περιοχών, παράλληλα με την ενασχόλησή τους με τη γεωργία ή την κτηνοτροφία, μπορούν να αναπτύξουν νέες πρωτοβουλίες-επενδυτικές δραστηριότητες, οι οποίες συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Με άλλα λόγια, το LEADER + δεν είναι ένα ακόμη πρόγραμμα κοινοτικών

επιδότησεων ή στήριξης αγροτικών προϊόντων, οι οποίες παρέχονται από τον κοινοτικό προϋπολογισμό μέσω του Υπουργείου Γεωργίας. Εδώ οι κάτοικοι των τοπικών κοινωνιών ενεργοποιούνται μόνοι τους, αποφασίζουν οι ίδιοι για την τύχη τους, προβαίνουν σε μικρές επενδύσεις που δημιουργούν, όμως, έναν ιδιαίτερα παραγωγικό ιστό και κάνουν πράξη οι ίδιοι όσα οραματίζονται για την ανάπτυξη της περιοχής τους. Τα κέντρα λήψης των αποφάσεων δεν βρίσκονται σε κάποιο απομονωμένο από τα προβλήματα της υπαίθρου γραφείο κεντρικής υπηρεσίας στην Αθήνα, αλλά εκεί, στην ίδια την κοινότητα.

Όλα τα παραπάνω συμπεκνώνονται στους δύο γενικούς αναπτυξιακούς στόχους του LEADER+:

§ Ολοκληρωμένη, υψηλής ποιότητας, αειφόρος ανάπτυξη της υπαίθρου μέσω πιλοτικών εφαρμογών.

§ Ενίσχυση της προσπάθειας για άρση της απομόνωσης των αγροτικών περιοχών σε όλα τα επίπεδα οικονομικής και κοινωνικής ζωής.

3.2.2 Ποιες περιοχές αφορά το LEADER + ;

Το LEADER + απευθύνεται σε όλες τις αγροτικές περιοχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, στη χώρα μας θα εφαρμοστεί κυρίως στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές, ώστε να ενισχυθεί η προσπάθεια ανάκαμψής τους. Αξίζει να σημειωθεί, άλλωστε, ότι σύμφωνα με την πιο πρόσφατη απογραφή, αυτή του 1991, το 15,6% του συνολικού πληθυσμού, καθώς, λόγω των δυσμενών συνθηκών ζωής, οι νέοι μεταναστεύουν προς τα αστικά κέντρα. Υπολογίζεται ότι περίπου πάνω από το 33% του πληθυσμού των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών έχει μετακινηθεί εκτός των ορίων των περιοχών του.

Το LEADER + είναι μια μοναδική ευκαιρία, προκειμένου οι περιοχές αυτές όχι μόνο να μην ενημερώσουν, αλλά να αναγεννηθούν.

3.2.3 Ποιοί υλοποιούν το LEADER ;

Η εφαρμογή του Εθνικού προγράμματος LEADER+ θα πραγματοποιηθεί μέσω των τοπικών προγραμμάτων LEADER +. Τα τοπικά προγράμματα LEADER+ υλοποιούνται από Αναπτυξιακές Εταιρείες οι οποίες ονομάζονται Ομάδες Τοπικής Δράσης. Η Ο.Τ.Δ. συγκροτείται από τοπικούς φορείς όπως :

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση πρώτου και δεύτερου βαθμού, σύλλογοι, επιμελητήρια, συνεταιρισμοί και ενώσεις γεωργικών συνεταιρισμών, γυναικείοι συνεταιρισμοί, επιστημονικοί φορείς, περιβαλλοντικές και άλλες οργανώσεις, ιδιώτες.

3.2.4 Ποιοι μπορούν να συμμετέχουν στο LEADER+ ;

Επένδυση στα πλαίσια του LEADER+ μπορεί να κάνει φυσικό ή νομικό πρόσωπο (ιδιώτες, Ο.Τ.Α., επιχειρήσεις Ο.Τ.Α., Συνεταιρισμοί, Σύλλογοι κλπ.)

3.2.5 Τι δραστηριότητες μπορούν να αναπτύσσονται στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας LEADER+;

Βασικός άξονας της πρωτοβουλίας LEADER+ είναι η εφαρμογή ολοκληρωμένου και πιλοτικού χαρακτήρα στρατηγικών αγροτικής ανάπτυξης που περιλαμβάνουν :

A. Παρεμβάσεις αγροτικού συνεταιρισμού ολοκληρωμένης προσέγγισης :

§ Δημιουργία και βελτίωση της υπάρχουσας δυναμικότητας σε κλίνες.

§ Αγροκτήματα που θα μπορούν να επισκέπτονται οι τουρίστες και να διανυκτερεύουν σε αυτά.

§ Προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θρησκευτικός, ιαματικός, εκπαιδευτικός κλπ)

§ Δημιουργία τοπικών κέντρων οργάνωσης, πληροφόρησης και προώθησης του αγροτουρισμού.

B. Μικρές Βιοτεχνίες & επιχειρήσεις :

§ Μονάδες οικοτεχνίας, χειροτεχνίας και ειδών παραδοσιακής τέχνης.

§ Επιχειρηματική αξιοποίηση τοπικών φυσικών πόρων.

§ Επιχειρήσεις μεταποίησης και τυποποίησης τοπικών προϊόντων φυτικής και ζωικής παραγωγής (ελιές, γλυκά, ποτά, γαλακτομικά προϊόντα, αλλαντικά).

§ Επιχειρήσεις παραγωγής ειδών διατροφής, μετά την πρώτη μεταποίηση.

§ Επιχειρήσεις αξιοποίησης αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών σε πρωτότυπες εφαρμογές.

§ Αξιοποίηση παραδοσιακών τεχνικών και χώρων (επισκέψιμα οινοποιεία, πατητήρια, κελάρια).

§ Εκτροφεία θηραμάτων.

§ Επιχειρήσεις αξιοποίησης ήπιων και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

§ Εκθετήριο προϊόντων.

§ Επιχειρήσεις κοινωνικής εξυπηρέτησης (π.χ. παιδικοί σταθμοί).

§ Βελτίωση επιχειρήσεων προς την κατεύθυνση της προστασίας του περιβάλλοντος.

Γ. Στήριξη της ανταγωνιστικότητας και ποιότητας με αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας.

§ Εγκατάσταση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας (ISO & HACCP).

§ Δικτύωση ομοειδών ή συμπληρωματικών επιχειρήσεων (clusters)..

§ Τοπικά σύμφωνα ποιότητας.

§ Ανάπτυξη ηλεκτρονικών συστημάτων πληροφόρησης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

§ Ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου.

§ Ανάπτυξη τηλεργασίας.

§ Στήριξη διεπαγγελματικών οργανώσεων.

§ Δίκτυα διανομής.

Δ. Προστασία – ανάδειξη και αξιοποίηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.

§ Αξιοποίηση, ανάδειξη και προστασία περιοχών φυσικής ομορφιάς.

§ Οριστική αναβάθμιση περιοχών με αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον (δημιουργία, δηλαδή παραδοσιακών οικισμών).

§ Ανάδειξη μνημείων, ιστορικών κτιρίων και κτιρίων αγροτικής κληρονομιάς.

§ Αναπαλαίωση αγροτικών κτισμάτων και ένταξή τους στις ανάγκες της σύγχρονης ζωής (εκτός της αγροτουριστικής δραστηριότητας).

- § Σήμανση αξιοθέατων, μνημείων, μονοπατιών.

- § Δημιουργία και βελτίωση των υπαρχόντων καταφυγίων.

- § Ίδρυση μουσείων αγροτικής, λαογραφικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.

- § Ενίσχυση πολιτιστικών εκδηλώσεων που έχουν σχέση με τη λαογραφική παράδοση του τόπου.

- § Κατασκευή γεφυριών και μονοπατιών.

- § Ανάπτυξη συστημάτων παρακολούθησης και προστασίας του περιβάλλοντος.

Άλλες δράσεις που μπορούν να περιληφθούν στο LEADER+ και αφορούν στην υποστήριξη των παρεμβάσεων του προγράμματος (κατάρτιση και εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού, ευαισθητοποίηση και ενημέρωση του πληθυσμού, προβολή και προώθηση τομέων, προϊόντων και περιοχών), καθώς και στην τεχνική στήριξη Ομάδων Τοπικής Δράσης (στελέχωση και λειτουργία).

3.2.6 Επιτρέπονται οι συνεργασίες μεταξύ διαφορετικών περιοχών ;

Φυσικά και επιτρέπονται. Μάλιστα, στην πρωτοβουλία LEADER+ προβλέπεται ειδικός άξονας για τις συνεργασίες, τόσο μεταξύ περιοχών στο ίδιο κράτος, όσο και μεταξύ περιοχών που βρίσκονται σε διαφορετικά κράτη. Η ανταλλαγή εμπειριών και τεχνογνωσίας και γιατί όχι οι κοινές ενέργειες θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικά συστατικά για την επιτυχία των δράσεων του LEADER+.

3.2.7 Πως μπορεί κάποιος να συμμετάσχει στο LEADER+ ;

§ Μετά την έγκρισή τους οι Ομάδες Τοπικής Δράσης θα προβούν σε ευρεία δημοσιοποίηση του προγράμματός τους με σκοπό να καλέσουν κάθε ενδιαφερόμενο επενδυτή να υποβάλει την πρότασή του.

§ Προτάσεις από υποψήφιους επενδυτές μπορούν να υποβληθούν, εφόσον :

u στην περιοχή στην οποία θέλουν να υλοποιήσουν την επένδυσή τους υλοποιείται τοπικό πρόγραμμα LEADER+

u περιλαμβάνεται αντίστοιχη δραστηριότητα στο τοπικό πρόγραμμα

§ Οι προτάσεις από τους ενδιαφερόμενους υποψήφιους επενδυτές συντάσσονται βάσει υποδείγματος που ονομάζεται «φάκελος υποψηφιότητας», το οποίο χορηγείται από την Ο.Τ.Δ.

§ Οι προτάσεις υποβάλλονται στην Ο.Τ.Δ. και αξιολογούνται από αυτήν (από αρμόδια επιτροπή), σύμφωνα με κριτήρια τα οποία θα είναι εκ των προτέρων γνωστά.

§ Μετά την αξιολόγηση και την επιλογή των επενδύσεων που θα ενταχθούν τελικά στο πρόγραμμα υπογράφεται σύμβαση μεταξύ του επενδυτή (τελικού δικαιούχου) και της ΟΤΔ, στην οποία αποτυπώνονται και γίνονται αμοιβαία αποδεκτές οι υποχρεώσεις και οι όροι υλοποίησης του έργου» (www.anko.gr)

3.3 ΑΓΡΟΞΕΝΙΑ Α.Ε

3.3.1 Τι είναι η ΑΓΡΟΞΕΝΙΑ Α.Ε

Η ΑΓΡΟΞΕΝΙΑ Α.Ε είναι μια Αστική Μή Κερδοσκοπική Εταιρία (ΑΜΚΕ) η οποία ασχολείται με τον τουρισμό υπαίθρου και τον αγροτουρισμό.

3.3.2 Σκοπός της ΑΓΡΟΞΕΝΙΑΣ Α.Ε

1. Την επεξεργασία των συνθηκών και η υποστήριξη της αύξησης της ζήτησης του τουρισμού υπαίθρου και αγροτουρισμού.
2. Την υποστήριξη του συντονισμού, των συνεργασιών και του συνεργατισμού των επιχειρηματιών και των επιχειρήσεων Αγροτουρισμού και τουρισμού υπαίθρου.
3. Την υποστήριξη επίλυσης προβλημάτων του τουρισμού υπαίθρου και του αγροτουρισμού.
4. Την διαμόρφωση συνθηκών οριοθέτησης των αντικειμένων του τουρισμού υπαίθρου και του Αγροτουρισμού.
5. Την διευκόλυνση ανταλλαγής εμπειριών των επιχειρηματιών τουρισμού υπαίθρου και αγροτουρισμού και η υποστήριξη μεταφοράς τεχνογνωσίας και πληροφοριών.
6. Την υποστήριξη τεκμηρίωσης και η συμβολή στην επεξεργασία θεμάτων που έχουν σχέση με τον τουρισμό υπαίθρου και τον αγροτουρισμό.

3.3.3 Δραστηριότητες της ΑΓΡΟΞΕΝΙΑΣ Α.Ε

- Συνεργάζεται με φορείς-οργανισμούς-υπηρεσίες-επιχειρήσεις-ομάδες πολιτών και άτομα.
- Συμμετέχει και συνεργάζεται με άλλες δομές.
- Σχεδιάζει και υλοποιεί παρουσιάσεις, εκθέσεις, ημερίδες, εκδηλώσεις και συνέδρια.
- Διοργανώνει προγράμματα ανταλλαγών και επισκέψεων.
- Συγκροτεί Επιτροπές μελέτης ή/και εργασίας για επιλεγμένα θέματα.
- Συντάσσει προτάσεις επίλυσης προβλημάτων, κυρίως για τουρισμό Υπαίθρου-αγροτουρισμό.
- Συμμετέχει σε επιτροπές, ομάδες ή άλλης μορφής εκπροσωπήσεις για την προώθηση του τουρισμού υπαίθρου και του Αγροτουρισμού.
- Αποβλέπει και υποστηρίζει την λειτουργία σχημάτων προώθησης της ενδογενούς Τοπικής Ανάπτυξης στην ύπαιθρο.
- Θεωρεί πρωτεύουσα συνθήκη την εξασφάλιση ποιότητας ζωής και πολιτισμού στους κατοίκους της υπαίθρου (αγρότες).
- Υποστηρίζει την εξασφάλιση αειφορίας και βιωσιμότητας τόσο στον τουρισμό υπαίθρου και στον αγροτουρισμό, όσο και στις επιχειρήσεις τουρισμού υπαίθρου και αγροτουρισμού.
- Προωθεί την οριζόντια διασύνδεση των τοπικών δομών & μικροκοινωνιών.
- Δίνει ιδιαίτερη σημασία στον άνθρωπο (και τις ανθρώπινες σχέσεις), έναντι της αγοράς.

- Υπολογίζει πολύ στις συνεργασίες, τις δικτύώσεις, τον συνεργατισμό και τις συμβολαιακές σχέσεις για την εξασφάλιση μεγεθών κλίμακας σε εθνικό ή διεθνικό επίπεδο.
- Εκπονεί, διαχειρίζεται, υλοποιεί, αξιολογεί τοπικά περιφερειακά, εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα και πρωτοβουλίες για την εταιρία, για τους εταίρους και τα μέλη της ή και για τρίτους.
- Μεριμνά και αναλαμβάνει πρωτοβουλίες για την προστασία, ανάδειξη και βελτίωση του περιβάλλοντος.
- Εκδίδει ή συμμετέχει στην έκδοση βιβλίων, περιοδικών, εντύπων, εφημερίδων, πρακτικών και διαλέξεων.
- Υποστηρίζει επιστημονικά και συμβουλευτικά, τοπικούς και περιφερειακούς φορείς καθώς και εθνικές δομές, σε θέματα τουρισμού υπαίθρου και αγροτουρισμού.
- Αξιοποιεί όλες της δυνατότητες πληροφόρησης-επικοινωνίας και προβολής.

3.3.4 Ποιοί είναι οι εταίροι της ΑΓΡΟΞΕΝΙΑΣ Α.Ε

Οι εταίροι της Αστικής Μη Κερδοσκοπικής Εταιρίας ΑΓΡΟΞΕΝΙΑ, είναι φυσικά πρόσωπα επενδυτές-επιχειρηματίες, με τουριστικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο και τον αγροτουρισμό (π.χ. ξενοδοχεία, ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια, ταβέρνες, παραδοσιακά καφενεία, επιχειρήσεις τουρισμού, δραστηριότητες, τουριστικά γραφεία κλπ) στην Ελλάδα, που αποδέχτηκαν και πληρούν τους όρους του καταστατικού της ΑΜΚΕ.

3.3.5 Ποιοί μπορούν να γίνουν μέλη

Μέλη της ΑΜΚΕ μπορούν να γίνουν όλοι όσοι ασχολούνται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό υπαίθρου και τον αγροτουρισμό» (www.TravelDailynews, Σγάρτσου Δώρα)

3.4 Ε.Λ.Ο.Τ

3.4.1 Τι είναι ο Ε.Λ.Ο.Τ

« Ο ΕΛΟΤ είναι ο Εθνικός Οργανισμός Τυποποίησης της Ελλάδας, εξουσιοδοτημένος από το κράτος να εκδίδει τυποποιητικά έγγραφα, όπως πρότυπα. (www.elot.gr) . Ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης ιδρύθηκε ως ΝΠΙΔ με το Νόμο 372/76 που ψηφίστηκε ομόφωνα από τη Βουλή στις 10 Ιουνίου 1976 και που δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης στις 30 Ιουνίου του ίδιου χρόνου. Η αντιπροσωπευτική δομή του Διοικητικού Συμβουλίου αλλά κυρίως η ανάγκη λήψης άμεσων αποφάσεων οδήγησε την 1η Οκτωβρίου 1976 στην πρώτη του συνεδρίαση. Το Φεβρουάριο του 1977 είχε ήδη προσληφθεί ο πρώτος πυρήνας του προσωπικού και είχε μισθωθεί το κτίριο των γραφείων του ΕΛΟΤ στην οδό Διδότου 15. Τα τρία άτομα του Φεβρουαρίου 1977 είναι σήμερα εκατό, ο εξοπλισμός του Οργανισμού πλήρης και έχει συνάψει στενές σχέσεις συνεργασίας με όλους τους ευρωπαϊκούς /διεθνείς φορείς τυποποίησης. (www.elot.gr, Νέλλη Β. Βάγια, Χημικός Μηχανικός)

3.4.2 Δραστηριότητες του Ε.Λ.Ο.Τ

1. Τυποποίηση

Η Τυποποίηση είναι η διαδικασία μέσω της οποίας δημιουργούνται τα Πρότυπα. Πρότυπα εκπονούνται για δραστηριότητες, διεργασίες και προϊόντα. Τα προϊόντα μπορεί να είναι υλικά (π.χ. βιομηχανικά προϊόντα), άυλα (π.χ. υπηρεσίες, λογισμικό) ή συνδυασμός αυτών. Στην Ελλάδα, ο μοναδικός φορέας που είναι υπεύθυνος για την εκπόνηση, έγκριση, έκδοση και διάθεση των Ελληνικών Προτύπων είναι ο ΕΛΟΤ. Η εκπόνηση των Προτύπων γίνεται από Τεχνικές Επιτροπές και Ομάδες Εργασίας του ΕΛΟΤ στις οποίες εκπροσωπούνται οι ενδιαφερόμενοι φορείς του Δημόσιου και του Ιδιωτικού Τομέα, επιδιώκοντας την επίτευξη της μέγιστης δυνατής συναίνεσης μεταξύ τους. Στο πλαίσιο αυτό, στον ΕΛΟΤ λειτουργούν περισσότερες από 190 Τεχνικές Επιτροπές και Ομάδες Εργασίας, έχοντας ως μέλη τους πλέον των 1100 διακεκριμένων Ελλήνων επιστημόνων. Στον ΕΛΟΤ έχει συσταθεί το Εθνικό Συμβούλιο Τυποποίησης, το οποίο είναι το αρμόδιο γνωμοδοτικό όργανο της πολιτείας επί θεμάτων τυποποίησης. Σ' αυτό μετέχουν 15 μέλη, τα οποία εκπροσωπούν υπουργεία, επιστημονικούς και επαγγελματικούς φορείς και τους καταναλωτές. Η ένταξη και ενεργός συμμετοχή του ΕΛΟΤ στις ευρωπαϊκές και διεθνείς διαδικασίες Τυποποίησης και τους Οργανισμούς που τις διαχειρίζονται (ISO & IEC για τη Διεθνή Τυποποίηση, CEN, CENELEC, ETSI, EOTA για την Ευρωπαϊκή Τυποποίηση) προσδίδουν στα Ελληνικά Πρότυπα το

απαραίτητο διεθνές κύρος και αναγνώριση. Επιπλέον, με τη συμμετοχή του ΕΛΟΤ στους Οργανισμούς αυτούς, παρέχεται η δυνατότητα διατύπωσης και στήριξης των ελληνικών θέσεων, ενώ μέσω της υιοθέτησης των Διεθνών και Ευρωπαϊκών Προτύπων ως Ελληνικών, επιτυγχάνεται η απαιτούμενη συμβατότητα και μεταφέρεται πολύτιμη τεχνογνωσία.

2. Πιστοποίηση

Με βάση την ισχύουσα νομοθεσία ο ΕΛΟΤ αναπτύσσει και εφαρμόζει διαδικασίες και συστήματα πιστοποίησης με σκοπό την απονομή σημάτων συμμόρφωσης και τη χορήγηση πιστοποιητικών συμμόρφωσης, τα οποία υποδηλώνουν τη συμμόρφωση προϊόντων, υπηρεσιών, διεργασιών, δραστηριοτήτων, οργανισμών, συστημάτων, προσώπων ή και συνδυασμό τους με τις απαιτήσεις τυποποιητικών εγγράφων. Ανώτατο όργανο αξιολόγησης, απονομής σημάτων και χορήγησης πιστοποιητικών συμμόρφωσης είναι το ενδεκαμελές Συμβούλιο Πιστοποίησης του ΕΛΟΤ, το οποίο απαρτίζεται από εκπροσώπους αντιπροσωπευτικών κλάδων της ελληνικής οικονομίας και της δημόσιας διοίκησης. Τα σήματα συμμόρφωσης/πιστοποιητικά συμμόρφωσης, τα οποία απονέμονται από τον ΕΛΟΤ με βάση τις απαιτήσεις Ελληνικών και Ευρωπαϊκών Προτύπων και άλλων τυποποιητικών εγγράφων που εκδίδονται από τους Ευρωπαϊκούς Οργανισμούς (CEN/CENELEC/ETSI), ονομάζονται Ελληνικά Σήματα Συμμόρφωσης/Ελληνικά Πιστοποιητικά Συμμόρφωσης και χορηγούνται αποκλειστικά από τον ΕΛΟΤ. Ο ΕΛΟΤ είναι ο μοναδικός οργανισμός Πιστοποίησης από την Ελλάδα, που συμμετέχει μαζί με τους Εθνικούς Οργανισμούς πλέον των 30 άλλων χωρών στο Διεθνές Δίκτυο Φορέων Πιστοποίησης (IQNet), χορηγώντας παράλληλα με το πιστοποιητικό ΕΛΟΤ και το Πιστοποιητικό IQNet, εξασφαλίζοντας έτσι την αμοιβαία αναγνώριση και αποδοχή των πιστοποιητικών του. Ο ΕΛΟΤ είναι διαπιστευμένος για την πιστοποίηση Συστημάτων Διαχείρισης τόσο από το Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης (ΕΣΥΔ), όσο και από τον Ιταλικό Φορέα Διαπίστευσης (SINCERT), ενώ ως φορέας ελέγχου καθώς και για την Πιστοποίηση Προϊόντων είναι διαπιστευμένος από το ΕΣΥΔ. Στην υλοποίηση των δραστηριοτήτων πιστοποίησης συμμετέχει ένας μεγάλος αριθμός άριστα εκπαιδευμένων και εξειδικευμένων επιθεωρητών.

3.4.3 Ποιοί μπορούν να γίνουν μέλη

Μέλη μπορούν να γίνουν

1. Δημόσιες Υπηρεσίες, Νομικά Πρόσωπα και Οργανισμοί Δημοσίου ή Ιδιωτικού Δικαίου εποπτευόμενοι από το Κράτος, Επιχειρήσεις Κοινής Ωφέλειας και Τράπεζες.
2. Επαγγελματικές Ενώσεις, Επιστημονικά Σωματεία, Ενώσεις ή Σωματεία Καταναλωτών και Βιομηχανικές, Βιοτεχνικές ή Εμπορικές Μονάδες, με αξιολογη επιφάνεια, εφόσον έχουν ενδιαφέρον για την Τυποποίηση στην Ελλάδα ή και διεθνώς και μπορούν να συνεισφέρουν ηθικά ή υλικά στην προώθησή της.

Τα Μέλη του ΕΛΟΤ απολαμβάνουν συγκεκριμένων προνομίων όπως είναι η δωρεάν παροχή περιοδικών εκδόσεων, οι εκπτώσεις σε προμήθειες Προτύπων και υπηρεσιών του ΕΛΟΤ, η εκπροσώπηση σε συνέδρια και η συμμετοχή σε αποστολές του ΕΛΟΤ. Οι Συνδρομητές του ΕΛΟΤ απολαμβάνουν συγκεκριμένων προνομίων όπως είναι η δωρεάν παροχή περιοδικών εκδόσεων και η έκπτωση σε προμήθειες Προτύπων. (πηγή www.elot.gr)

3.4.4 Τι περιλαμβάνει η Ελληνική Προδιαγραφή του Ε.Λ.Ο.Τ για τον αγροτουρισμό

«Η Ελληνική προδιαγραφή για τον αγροτουρισμό ουσιαστικά αποτελεί το απόσταγμα των κατά καιρούς προσπαθειών για την κατάρτιση μιας σειράς προδιαγραφών για την ποιότητα των υπηρεσιών τουρισμού που παρέχονται στην Ελληνική ύπαιθρο. Το περιεχόμενο της αντανακλάται στον πλήρη τίτλο της, ο οποίος είναι « Αγροτουρισμός : Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού».

Περιλαμβάνει ορισμούς για τα παρακάτω :

- Αγροτουρισμός
- Αγροτουριστικό προϊόν
- Αγροτουριστικός προορισμός
- Αγροτουριστική επιχείρηση και

- Μορφές αγροτουριστικών επιχειρήσεων

Και γενικές απαιτήσεις για την λειτουργία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Οι απαιτήσεις αυτές σχετίζονται με επτά επιμέρους διακριτούς τομείς της λειτουργίας των επιχειρήσεων, ήτοι :

1. Νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο λειτουργίας (άδειες λειτουργίας, περιορισμοί)
2. Κτιριοδομικοί και λειτουργικοί όροι (αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά, δομικά υλικά, εξοπλισμός, ασφάλεια)
3. Περιβάλλον (πρόγραμμα περιβαλλοντικής διαχείρισης, φιλοπεριβαλλοντικά μέτρα)
4. Τοπικά χαρακτηριστικά (προβολή και προώθηση των ιδιαίτερων πολιτισμικών και φυσικών χαρακτηριστικών της περιοχής, χρήση και προώθηση τοπικών προϊόντων)
5. Ανθρώπινο δυναμικό (θέσεις εργασίας, εκπαίδευση επιμόρφωση προσωπικού)
6. Πελάτης (επικοινωνία, μέτρηση ικανοποίησης, συνεχής βελτίωση)
7. Συνεργεία- Άμμιλα- Δικτύωση- Ανταγωνιστικότητα- Καινοτομία

Ποιές συγκεκριμένες επιχειρήσεις αφορά

Σύμφωνα με τους ορισμούς της Προδιαγραφής, αγροτουριστικές επιχειρήσεις είναι αυτές που δραστηριοποιούνται σε αγροτουριστικούς προορισμούς, σε περιοχές δηλαδή με μικρό πληθυσμό και περιορισμένη ανάπτυξη υποδομών, και παρέχουν μια απο τις παρακάτω υπηρεσίες :

- Διαμονή
- Εστίαση
- Περιήγηση στη φύση
- Ευαισθητοποίηση, περιβαλλοντική εκπαίδευση
- Γνωριμία με τα πολιτισμικά στοιχεία μιας περιοχής, επίσκεψη στα ιστορικά και λοιπά αξιοθέατα, συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής
- Γνωριμία με παραδοσιακά επαγγέλματα, αγροτικές μεθόδους παραγωγής και καλλιέργειας καθώς και σε παραγωγικές διαδικασίες που έχουν εκλείψει

Ποιοί συνεργάστηκαν για την έκδοση της

Ο Ε.Λ.Ο.Τ ως κρατικός φορέας τυποποίησης συνέστησε ομάδα εργασίας, στην οποία, εκτός των εκπροσώπων του Ε.Λ.Ο.Τ , συμμετείχαν με εκπροσώπους τους η ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε, και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ) » (www.rethymno.gr, 02/02/2006).

3.5 Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ

3.5.1 Τι είναι ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ ;

« Ο ΕΟΜΜΕΧ (Ελληνικός Οργανισμός Μικρών – Μεσαίων Επιχειρήσεων & Χειροτεχνίας) ιδρύθηκε το έτος 1977 ως Ν.Π.Ι.Δ. με το Ν.707/1977, με την ενοποίηση του Εθνικού Οργανισμού Ελληνικής Χειροτεχνίας (ΕΟΕΧ) και του Κέντρου Βιοτεχνικής Ανάπτυξης (ΚΕΒΑ), με σκοπό την προαγωγή και προώθηση της Ελληνικής Βιοτεχνίας & Χειροτεχνίας με κάθε πρόσφορο τρόπο, στα πλαίσια της εκάστοτε ασκούμενης Κυβερνητικής Πολιτικής. Από το 1997 (Π.Δ. 159/96, που εκδόθηκε κατ' εφαρμογή του Ν. 2414/96) έως σήμερα ο ΕΟΜΜΕΧ λειτουργεί ως Ανώνυμη Εταιρία κοινωφελούς χαρακτήρα, με μοναδικό μέτοχο το Υπουργείο Ανάπτυξης, που λειτουργεί για χάρη του Δημοσίου συμφέροντος με βάση τους κανόνες της ιδιωτικής οικονομίας.

Ο ΕΟΜΜΕΧ όλα αυτά τα χρόνια λειτούργησε αποδοτικά ως Δημόσιος Οργανισμός και πρόσφερε σημαντικό αναπτυξιακό έργο. Με τις δραστηριότητες δε που αφορούσαν την αποτελεσματική διαχείριση / υλοποίηση κοινοτικών συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, εξυπηρέτησε περισσότερες από 200.000 ΜΜΕ, με έργα προϋπολογισμού περίπου 2 δις € σε όλη την Ελλάδα.

3.5.2 Στόχοι Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ

Ο ΕΟΜΜΕΧ, με την πολυετή εμπειρία του, έχει αποκτήσει συνθετική αντίληψη και ειδική γνώση των προβλημάτων και των αναγκών των ΜΜΕ, διαθέτει ισχυρό δίκτυο συνεργασιών, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, κατέχει σημαντική τεχνογνωσία στο σχεδιασμό, στην υλοποίηση και στη διαχείριση αναπτυξιακών προγραμμάτων κι έχει καθιερωθεί στη συνείδηση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Ο ΕΟΜΜΕΧ, λαμβάνοντας υπόψη τις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται διεθνώς, με τη συνεργασία και υπό την εποπτεία του Υπουργείου Ανάπτυξης, έχει εκπονήσει ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό κι επιχειρησιακό σχέδιο, το οποίο προσδιορίζει το όραμα και την αποστολή του Οργανισμού, τις δράσεις και τα μέσα υλοποίησης τους, με σαφείς στόχους και συγκεκριμένα αποτελέσματα. Ο ΕΟΜΜΕΧ στο πλαίσιο της αποστολής του, προσαρμόζει τις λειτουργίες και τις δομές του με τρόπο ώστε να είναι σε θέση να δρά με όρους αποτελεσματικότητας, για την επίτευξη των στόχων της πολιτικής που έχει χαράξει το ΥΠΙΑΝ. Επιπλέον αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες που παρέχει η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υπέρ των ΜΜΕ. Ο ΕΟΜΜΕΧ θα δραστηριοποιηθεί τα επόμενα χρόνια με την ιδιότητα του Συμβούλου της Πολιτείας, του Φορέα διαχείρισης και υλοποίησης δράσεων και έργων για τις ΜΜΕ και του Δημόσιου Οργανισμού υποστήριξης αναγκών συντονισμού δικτύων και δομών παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών προς τις ΜΜΕ. Ο ΕΟΜΜΕΧ, θα συνεχίσει να μελετά, να σχεδιάζει και να εφαρμόζει καινοτόμα προγράμματα και ειδικές δράσεις, με στόχο τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και της επιχειρηματικότητας και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρών επιχειρήσεων, συμβάλλοντας ενεργητικά στην υλοποίηση των στόχων της εθνικής πολιτικής. Ο ΕΟΜΜΕΧ, κατά πάγια τακτική, στηρίζει παρεμφερείς με το αντικείμενό του, Οργανισμούς, για αποτελεσματικότερη παροχή βοήθειας στις ΜΜΕ και συνεργάζεται με όλους τους δημόσιους, ημι-δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, περιλαμβανομένης και της ακαδημαϊκής κοινότητας, εις

τρόπον ώστε, μέσα από τη συνεργασία και τη συνέργεια να προκύπτει το καλλίτερο δυνατό αποτέλεσμα προς όφελος των ΜΜΕ.

3.5.3 Προγράμματα Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ

Ο ΕΟΜΜΕΧ έχει υλοποιήσει ή υλοποιεί προγράμματα στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ με μεγάλη επιτυχία,

- Από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας (ΕΠΑΝ),
- Από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κοινωνία της Πληροφορίας (ΚτΠ),
- Από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Απασχόλησης, τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες
- Καθώς και πλήθος άλλων προγραμμάτων της Ε.Ε.

Ένα από αυτά τα προγράμματα που αφορά την παρούσα εργασία είναι :

Προγράμματα Ίδρυσης & Στήριξης Νέων Επιχειρήσεων από Ειδικές Ομάδες Πληθυσμού, όπως:

- «Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας»
- «Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας»
- «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Ατόμων με Αναπηρίες»
- «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γονέων με τρία τέκνα και άνω»
- «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας ΡΟΜ»

Συγκεκριμένα το πρόγραμμα « Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας »

Στόχος της δράσης είναι η παροχή υποστήριξης για την ανάπτυξη υφιστάμενων επιχειρήσεων γυναικών επιχειρηματιών, καθώς και η διατήρηση και ενίσχυση του ποσοστού απασχόλησης στις γυναικείες επιχειρήσεις.

3.5.4 Τι είναι και ποιούς αφορά το επιχειρησιακό πρόγραμμα « Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα » πρόγραμμα « Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γυναικών »

Το πρόγραμμα υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» (ΕΠΑΝ II) και εντάσσεται στον άξονα προτεραιότητας 2, ο οποίος επιδιώκει την επέκταση της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας ως ισχυρής και ικανής συνθήκης για την παραγωγική αναβάθμιση της χώρας προς αγαθά και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας με ενσωμάτωση γνώσης και καινοτομίας με ποιότητα και περιβαλλοντική ευαισθησία.Το πρόγραμμα αποσκοπεί στη διευκόλυνση – μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων – της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων από γυναίκες επιχειρηματίες (Επιχειρηματικότητα Γυναικών) σε όλους σχεδόν τους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας.Η Δημόσια Δαπάνη του προγράμματος συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης – ΕΤΠΑ) και το Ελληνικό Δημόσιο.Ενδιάμεσος Φορέας Διαχείρισης (ΕΦΔ) για την Έκδοση της Προκήρυξης είναι η Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας – Διεύθυνση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.Ενδιάμεσος Φορέας Διαχείρισης (ΕΦΔ) για την Αξιολόγηση, Διαχείριση και Παρακολούθηση Υλοποίησης του Προγράμματος είναι ο Ελληνικός Οργανισμός Μικρών – Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας Ανώνυμη Εταιρεία (ΕΟΜΜΕΧ Α.Ε.).Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν γυναίκες που γεννήθηκαν από 01/01/1954 μέχρι και 31/12/1991, είναι άνεργες, μισθωτοί ή ελεύθερες επαγγελματίες που δεν ασκούσαν επιχειρηματική δραστηριότητα από 01/01/2008 έως και την ημερομηνία προδημοσίευσης του προγράμματος (04/03/2009).Η επιχορήγηση των προτάσεων που θα επιλεγούν θα ανέλθει στο 50% του συνολικού εγκεκριμένου προϋπολογισμού (60% σε νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων και σε πυρόπληκτες των νομών Ηλείας, Μεσσηνίας, Λακωνίας, Αρκαδίας, Εύβοιας, περιοχή Αιγιαλείας και επιλεγμένες περιοχές των νομών Κεφαλληνίας και Μαγνησίας που έχουν χαρακτηριστεί ως πυρόπληκτες).Ο συνολικός επιχορηγούμενος προϋπολογισμός της πρότασης δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 200.000€ για τις επιχειρήσεις του τομέα της μεταποίησης και του τομέα της ανακύκλωσης / περιορισμού ρύπανσης, τα 100.000€ για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και τουρισμού και τα 80.000€ για τις εμπορικές επιχειρήσεις με κατώτατο όριο για όλες τις περιπτώσεις τα 30.000€ » (www.eommex.gr).

3.6 Ε.Π.Α.Ν

3.6.1 Τι είναι το ΕΠΑΝ II

« Το ΕΠ Ανταγωνιστικότητα - Επιχειρηματικότητα 2007-2013 (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα), έχει ως Κεντρικό αναπτυξιακό στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων και του παραγωγικού συστήματος της χώρας, με έμφαση στη διάσταση της καινοτομικότητας. Η Συγχρηματοδοτούμενη Δημόσια Δαπάνη του ΕΠΑΝ II ανέρχεται στο ποσό των 1.519.000.000 € από τα οποία 1.291.000.000 € προέρχεται από πόρους του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και 228.000.000 € από πόρους του Ελληνικού Δημοσίου . Η ιδιωτική συμμετοχή αναμένεται να φθάσει το 1.410.565.249 €. Ανήκει στο Υπουργείο Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας.

3.6.2 Ποιούς αφορά

Εν δυνάμει ενδιαφερόμενοι για τις δράσεις και τις ενισχύσεις του ΕΠΑΝ II είναι: επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων και τομέων ανεξαρτήτως αριθμού απασχολούμενων σε αυτές –ιδίως μικρομεσαίες επιχειρήσεις, Ερευνητικοί και Τεχνολογικοί φορείς, ΑΕΙ, ΤΕΙ, νέοι, γυναίκες, άτομα με αναπηρίες, νέοι επιστήμονες, νέοι επενδυτές, μεταποιητικές, εμπορικές, τουριστικές επιχειρήσεις, χρήστες του τουριστικού προϊόντος, εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις, καταναλωτές.

3.6.3 Οι οφελούμενοι από τους άξονες 2,3

Άξονας 2

Οι παρεμβάσεις του Άξονα Προτεραιότητας 2 περιλαμβάνουν δράσεις ενισχύσεων για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας στους τομείς της Μεταποίησης και των Υπηρεσιών, του Τουρισμού και του Εμπορίου. Ωφελούμενοι από τις Δράσεις του Άξονα θα είναι:

- Επιχειρήσεις και συνεργασίες / δίκτυα / clusters επιχειρήσεων όλων των τύπων και μεγέθους, με έμφαση στις ΜΜΕ.
- Φυσικά πρόσωπα – επιχειρηματίες / επενδυτές.

- Άτομα από ειδικές κοινωνικές ομάδες.
- Σύγχρονοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί και μέσα, που θα συμμετάσχουν στην επενδυτική / επιχειρηματική δραστηριότητα.

Με την ευρύτερη έννοια του όρου, ωφελούμενο από τις παρεμβάσεις του Άξονα θα είναι επίσης το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, μέσω της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, της ενίσχυσης της απασχόλησης και της βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου..

Άξονας 3

Οι παρεμβάσεις του Άξονα Προτεραιότητας 3 αναφέρονται σε όλους τους τομείς κάλυψης του Προγράμματος (Έρευνα – Τεχνολογία, Ενέργεια, Μεταποίηση – Υπηρεσίες, Τουρισμός Εμπόριο – Προστασία του Καταναλωτή).

Ωφελούμενοι από τις Δράσεις του Άξονα θα είναι:

- Οι επιχειρήσεις όλων των τύπων και μεγέθους που δραστηριοποιούνται στους τομείς κάλυψης του Προγράμματος.
- Φυσικά πρόσωπα – επιχειρηματίες / επενδυτές.
- Επιμελητήρια και δομές στήριξης της επιχειρηματικότητας και μεταφοράς τεχνολογίας.
- Σύγχρονοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί και μέσα.
- Φορείς ανάπτυξης ή εκκόλαψης της καινοτομίας και των επιχειρήσεων έντασης γνώσης (Τεχνολογικά Πάρκα, Θερμοκοιτίδες κλπ).
- Οι φορείς και οργανισμοί πιστοποίησης και οι μηχανισμοί εποπτείας της αγοράς.
- Ο Έλληνας καταναλωτής και οι καταναλωτικές οργανώσεις.
- Άτομα από ειδικές κοινωνικές ομάδες.
- Οι δημόσιες υπηρεσίες και οργανισμοί αρμόδιοι για τον σχεδιασμό, την παρακολούθηση και την διαχείριση των παρεμβάσεων και των πολιτικών στους τομείς κάλυψης του Προγράμματος.

Με την ευρύτερη έννοια του όρου, ωφελούμενο από τις παρεμβάσεις του Άξονα θα είναι επίσης το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, μέσω της βελτίωσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των συνθηκών ανταγωνισμού αλλά και ελέγχου της αγοράς, της ενίσχυσης της απασχόλησης και της βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου» (www.epan2.antagonistikotita.gr).

3.7 Ε.Σ.Π.Α

3.7.1 Τι είναι το Ε.Σ.Π.Α

« Το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007 - 2013 αποτελεί το έγγραφο αναφοράς για τον προγραμματισμό των Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε εθνικό επίπεδο για την περίοδο 2007-2013. Το ΕΣΠΑ «..εξασφαλίζει ότι η συνδρομή από τα Ταμεία συμβαδίζει με τις κοινοτικές στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές για τη συνοχή και προσδιορίζει το σύνδεσμο μεταξύ των κοινοτικών προτεραιοτήτων αφενός και του εθνικού προγράμματος μεταρρυθμίσεων αφετέρου». Ανήκει στο Υπουργείο Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας.

3.7.2 Αγροτική ανάπτυξη με βάση το Ε.Σ.Π.Α

Το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΣΣΑΑ) 2007-2013 καθορίζει τις προτεραιότητες της Ελλάδας για την περίοδο 2007-2013, σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΚ) 74/2009 του Συμβουλίου της 19ης Ιανουαρίου 2009, ο οποίος τροποποιεί τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1698/2005 για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ) και στον οποίο ορίζεται ότι η εθνική στρατηγική αγροτικής ανάπτυξης θα εφαρμοστεί μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) 2007-2013. Η πολιτική αγροτικής ανάπτυξης 2007-2013 για την Ελλάδα εστιάζεται σε τρεις βασικούς άξονες:

-Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τομέα της γεωργίας και της δασοκομίας

-Βελτίωση του περιβάλλοντος και της υπαίθρου

- Βελτίωση της ποιότητας ζωής στις αγροτικές περιοχές και διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας,

συνεπικουρούμενους από ένα τέταρτο οριζόντιο άξονα LEADER, που βασίζεται στην εμπειρία που αποκτήθηκε από τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων.

3.7.3 Ποιοί είναι οι δικαιούχοι

Οι δικαιούχοι είναι δημόσιοι ή ιδιωτικοί οργανισμοί, φορείς ή επιχειρήσεις αρμόδιοι για την έναρξη ή την έναρξη και υλοποίηση πράξεων. Στα πλαίσια των καθεστώτων ενίσχυσης δυνάμει του άρθρου 87 της Συνθήκης, οι δικαιούχοι είναι δημόσιες ή ιδιωτικές επιχειρήσεις που εκτελούν μεμονωμένο έργο και λαμβάνουν δημόσια ενίσχυση » (www.espa.gr).

3.8 Αλέξανδρος Μπαλατατζής 2007-2013

3.8.1 Τί είναι το αναπτυξιακό πρόγραμμα « Αλέξανδρος Μπαλατατζής»

« Το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΣΣΑΑ) 2007-2013 καθορίζει τις προτεραιότητες της Ελλάδας για την περίοδο 2007-2013, σύμφωνα με το άρθρο 11 του Κανονισμού (ΕΚ) 1698/2005 για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ), στον οποίο ορίζεται ότι η εθνική στρατηγική αγροτικής ανάπτυξης θα εφαρμοστεί μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) 2007-2013.

3.8.2 Ποιοί είναι οι στόχοι του προγράμματος « Αλέξανδρος Μπαλατατζής»

Η πολιτική αγροτικής ανάπτυξης 2007-2013 για την Ελλάδα εστιάζεται σε τρεις βασικούς άξονες:

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

συνεπικουρούμενους από ένα τέταρτο οριζόντιο άξονα LEADER, που βασίζεται στην εμπειρία που αποκτήθηκε από τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader των προηγούμενων προγραμματικών

περιόδων. Συνεπικουρούμενους από ένα τέταρτο οριζόντιο άξονα LEADER, που βασίζεται στην εμπειρία που αποκτήθηκε από τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων.

3.8.3 Οι άξονες αναλυτικά

Για την περίοδο 2007 – 2013, οι άξονες που αφορούν τις δράσεις του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής είναι ο Άξονας 2 και ο Άξονας 3.

- Άξονας 1: "Διατήρηση και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της γεωργίας, της δασοκομίας και του αγροδιατροφικού τομέα"
- Άξονας 2: "Προστασία του περιβάλλοντος και αειφόρος διαχείριση των φυσικών πόρων"

Οι παρεμβάσεις του Άξονα στοχεύουν κυρίως στην προστασία του εδάφους και των υδατικών πόρων, στην άμβλυση των επιπτώσεων των κλιματικών μεταβολών, στην προστασία της βιοποικιλότητας, στην προστασία και διατήρηση του αγροτικού τοπίου και στη βελτίωση της οικολογικής σταθερότητας των δασών.

- Άξονας 3: "Βελτίωση της ποιότητας ζωής στις αγροτικές περιοχές και ενθάρρυνση της διαφοροποίησης της αγροτικής οικονομίας"

Οι παρεμβάσεις του Άξονα στοχεύουν κυρίως στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική αναβάθμιση των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών της χώρας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προώθηση δραστηριοτήτων εκτός της γεωργίας, στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μικρής κλίμακας και στην αναστροφή των δυσμενών τάσεων της πληθυσμιακής συρρίκνωσης σε μια ελκυστικότερη ύπαιθρο με προοπτικές ήπιας ανάπτυξης.

- Άξονας 4: "Δημιουργία τοπικών ικανοτήτων για την απασχόληση και την διαφοροποίηση στις αγροτικές περιοχές μέσω της προσέγγισης Leader » (www.ypeka.gr).

3.8.4 Επιλέξιμες επενδυτικές δράσεις

1. Ιδρύσεις, επεκτάσεις, εκσυγχρονισμοί:

- μικρής δυναμικότητας υποδομών διανυκτέρευσης,
- χώρων εστίασης και αναψυχής,
- επισκέψιμων αγροκτημάτων,
- επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση του τουρισμού της υπαίθρου (εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ειδικές μορφές τουρισμού, χώροι αθλοπαιδιών, χώροι γευσιγνωσίας),
- μονάδων οικοτεχνίας, χειροτεχνίας, παραγωγής ειδών παραδοσιακής τέχνης, βιοτεχνικών μονάδων (σε ενδεικτικούς κλάδους με βάση ταξινόμηση ΣΤΑΚΟΔ, όπως αυτοί αναφέρονται στο Παράρτημα 1),
- βιοτεχνικών μονάδων (σε ενδεικτικούς κλάδους με βάση ταξινόμηση ΣΤΑΚΟΔ, όπως αυτοί θα αναφέρονται σε σχετικό Παράρτημα)
- επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών (σε ενδεικτικούς κλάδους με βάση ταξινόμηση ΣΤΑΚΟΔ, όπως αυτοί θα αναφέρονται σε σχετικό Παράρτημα),
- επιχειρήσεων πρωτογενούς γεωργικής παραγωγής ειδών διατροφής μετά την άμεση μεταποίηση (σε ενδεικτικούς κλάδους με βάση ταξινόμηση ΣΤΑΚΟΔ, όπως αυτοί θα αναφέρονται σε σχετικό Παράρτημα),

2. Βελτίωση επιχειρήσεων (των κατηγοριών που αναφέρονται στις δράσεις αυτού του Μέτρου και για τους δικαιούχους αυτού του Μέτρου) για τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (όπως φωτοβολταϊκά, αξιοποίηση βιομάζας, γεωθερμίας) με σκοπό την ίδια κατανάλωση.

Σημειώνεται ότι στο παρόν Μέτρο δεν περιλαμβάνονται ενέργειες παραγωγής, μεταποίησης και εμπορίας γεωργικών προϊόντων.

3. Παρεμβάσεις δημοσίου χαρακτήρα (για ΟΤΑ και τις επιχειρήσεις τους) για την προβολή και προώθηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των περιοχών.

3.8.5 Ποιοί είναι οι δικαιούχοι

1. Φυσικά πρόσωπα που ασκούν δραστηριότητα σε γεωργική εκμετάλλευση κατά κύρια ή μερική απασχόληση.

2. Φυσικά ή νομικά πρόσωπα (πολύ μικρές επιχειρήσεις), κάτοικοι ή μη των περιοχών παρέμβασης του Άξονα 3, που δύνανται να ασκήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα.

3. Για τις παρεμβάσεις δημοσίου χαρακτήρα επιλέξιμοι είναι οι ΟΤΑ Α' βαθμού και οι εταιρείες τους.

Οι περιοχές παρέμβασης του άξονα 3 αφορούν κυρίως αγροτικές περιοχές παρέμβασης των Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου (ΟΠΑΑΧ) σε δημοτικά διαμερίσματα έως 3.000 κατοίκους » (www.edo-mko.gr).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Τι είναι συνεταιρισμός

« Οι απόψεις που διατυπώθηκαν παρουσιάζουν αρκετές διαφορές μεταξύ τους. Αυτό το γεγονός βρίσκει εξήγηση στο ότι όλες οι απόψεις δεν προέρχονται από τον ίδιο επιστημονικό χώρο, αλλά ξεκινούν από διαφορετικούς χώρους, όπως είναι της οικονομίας ή της κοινωνιολογίας, κι αυτό γιατί ο συνεταιρισμός αποτελεί ένα φαινόμενο πολυσύνθετο ». Σύμφωνα με την Ε. Τζίβα η οποία συνεχίζει και αναφέρει : « Ορισμένους ορισμούς σχετικά με τον συνεταιρισμό αναφέρουμε στη συνέχεια προερχόμενους κυρίως από το χώρο της νομικής επιστήμης, χωρίς αυτή η επιλογή να δικαιολογείται από κάποιους ειδικούς λόγους, απλά στοχεύει στο να επισημάνει το πολυσήμαντο των δοθέντων ορισμών, συγχρόνως όμως να εντοπίσει τα κοινά σημεία που συνιστούν το εννοιολογικό υπόβαθρο του συνεταιρισμού ». Ο Ε. Staudinger αναφέρει συγκεκριμένα : « ο συνεταιρισμός είναι μία ελεύθερα παρέχουσα εισόδων και επί ίσων δικαιωμάτων και ευθυνών των προσώπων στηριζόμενη ένωση ανθρώπων προς άσκηση οικονομικής επιχειρήσεως λειτουργούσης δια κοινόν λογαριασμόν, και η οποία παρέχει εις τα μέλη ωφέλειαν, όχι αναλόγως του κεφαλαίου, αλλά αναλόγως της υπ' αυτών χρησιμοποιήσεως της επιχειρήσεως ». Ο Schultze- Delitzsch δίνει τον εξής ορισμό : « ο συνεταιρισμός είναι μία ένωσης μεταξύ όχι εύπορων, κατ' εξοχήν εργαζόμενων τάξεων, η οποία επί οικονομικών σκοπών, επιδιώκει δια της συνενώσεως να εξασφαλίσει όσο είναι τούτο δυνατόν, εις τας μεμονωμένας μικράς και εις την οικονομικήν ζώην εξαφανιζόμενας δυνάμεις τα πλεονεκτήματα της μεγάλης δυνάμεως ». Ο R. Liefman υποστηρίζει ότι : « συνεταιρισμοί είναι οικονομία (οργανώσεις), αι οποίαι δια μέσου κοινής επιχειρήσεως επιδιώκουν την προαγωγήν ή συμπλήρωσιν της οικιακής οικονομίας ή του επαγγέλματος των μελών αυτών ». Ο H. Kaufmann, αναφέρει : « συνεταιρισμοί είναι εταιρίες αορίστου αριθμού προσώπων ή ενώσεων προσώπων, τα οποία δι' ελεύθερας συμφωνίας και υπό ίσην ευθύνην και ίσα δικαιώματα

αναθέτουν εις κοινήν εκμετάλλευσιν (επιχείρησιν) οικονομικής λειτουργίας προς τον σκοπόν επιτεύξεως οικονομικών πλεονεκτημάτων ». Ο Γάλλος συγγραφέας Fauquet θεωρεί, ότι : « οι συνεταιρισμοί είναι οργανώσεις προσώπων, των οποίων τα μέλη επιδιώκουν την ικανοποίηση των προσωπικών, οικογενειακών ή επαγγελματικών αναγκών αυτών δια μέσου κοινής επιχειρήσεως, διευθυνόμενης υπό των ιδίων προς όφελος και υπό ιδίων αυτών κινδύνων επί της βάσεως των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων αυτών ». Τέλος ο Θ. Τζωρτζάκης δίνει τον παρακάτω ορισμό : « ο συνεταιρισμός είναι μέσο αυτοβοήθειας ασθενών οικονομικώς προσώπων. Δημιουργείται δια της μεταξύ των ελευθέρως ενώσεως προς συνεργασίαν (άνευ καταναγκασμού αλλά δια κατανόησεως της αξίας του ως μέσον αυτοβοήθειας ». Επιπλέον η Ε. Τζίβα μας λέει ότι : « Από την παράθεση των παραπάνω ορισμών και τα χαρακτηριστικά των συνεταιρισμών συγκλίνουν σε ένα σημείο, στην ιδιαίτερη έμφαση που αποδίδεται στο σκοπό του συνεταιρισμού και στα μέσα που χρησιμοποιούνται για την πραγματοποίησή του. Ο σκοπός, αποτελεί πράγματι. Το βασικότερο γνώρισμα του συνεταιρισμού και συγχρόνως την ειδοποιό διαφορά του απέναντι στις άλλες εταιρίες».

4.2 Η έννοια των αγροτουριστικών συνεταιρισμών

Σύμφωνα με την Β.Τσούμα ο όρος αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί είναι : « Κατά τον διδόμενο στο άρθρο 1 παρ. 1 Ν 2810/2000 ορισμό οι Αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις είναι αυτόνομες ενώσεις προσώπων, συγκροτούμενες εθελοντικά και επιδιώκουσες την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη και προαγωγή των μελών τους με την αμοιβαία βοήθεια όλων τους, μέσω μίας συνιδιόκτητης και διοικουμένης δημοκρατικά επιχείρησης». Διακρίνονται, κατά την επόμενη παράγραφο του άρθρου 1, σε πρωτοβάθμιες αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις και σε δευτεροβάθμιες, όπου υπάγονται οι Ενώσεις Αγροτικών Συνεταιρισμών (Ε.Α.Σ) και οι Κοινοπραξίες Αγροτικών Συνεταιριστικών Οργανώσεων (Κ.Α.Σ.Ο) και σε τριτοβάθμιες, στις οποίες εντάσσονται οι Κεντρικές Συνεταιριστικές Οργανώσεις (ΚΕ.Σ.Ε.). Τα είδη των αγροτικών συνεταιριστικών οργανώσεων είναι ποικίλα, αναφέρονται δε ενδεικτικώς στο κείμενο του Νόμου (άρθρο 1 παρ. 1) οι Αλιευτικοί, Κτηνοτροφικοί, Μελισσοκομικοί, Πτηνοτροφικοί, Σηροτροφικοί, Δασικοί, Αγροτουριστικοί,

Αγροβιοτεχνικοί και Οικοτεχνικοί, ενώ γίνεται λόγος αορίστως και για άλλους, οποιουδήποτε κλάδου και οποιασδήποτε δραστηριότητας, αλλά πάντα στα πλαίσια που αφορούν την αγροτική οικονομία». Στην προκειμένη περίπτωση μας ενδιαφέρει να κατανοήσουμε το είδος των αγροτουριστικών συνεταιρισμών όπου σύμφωνα με την Ε.Τζίβα : « Στο αντίστοιχο άρθρο 1 του ν.2169/93 αναφέρεται ο παρακάτω ορισμός :οι αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις όλων των βαθμίδων και οι Κοινοπραξίες τους είναι εκούσιες ενώσεις προσώπων, οι οποίες επιδιώκουν την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική τους ανάπτυξη, μέσα από μια κοινή επιχείρηση με ισότιμη συνεργασία και αμοιβαία βοήθεια των μελών της». Ένα από τα φαινόμενα που αναπτύχθηκαν τα τελευταία χρόνια είναι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί για πολλούς λόγους που θα αναπτυχθούν παρακάτω και τα οφέλη που έχουν. Το Αγροτουριστικό συνεταιριστικό κίνημα στη χώρα μας είναι καθαρά γυναικεία υπόθεση, καθόσον όλοι οι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί που υπάρχουν είναι γυναικείοι συνεταιρισμοί. Ιδρύθηκαν, οργανώθηκαν,λειτουργούν και διοικούνται από γυναίκες αγρότισσες. « Ως γνωστόν, το γυναικείο συνεταιριστικό κίνημα, από τα μέσα της δεκαετίας του '80, οπότε και άρχισαν να ιδρύονται οι πρώτοι συνεταιρισμοί, γνώρισε τρομακτική ανάπτυξη τη δεκαετία του '90, με την μεγάλη διάδοση των εννοιών αγροτουρισμός, τοπικά προϊόντα, ήπια ανάπτυξη, και έφτασε στις αρχές του 21ου πρώτου αιώνα να αριθμεί περίπου 90 συνεταιρισμούς σε όλη τη χώρα, ενώ σήμερα υπολογίζεται ότι ανέρχονται σε περισσότερους από 120. Η περιφέρεια Θεσσαλίας καταλαμβάνει την πρώτη θέση σε συνεταιρισμούς (19), με τρεις από αυτούς να δραστηριοποιούνται στον Νομό Καρδίτσας (γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί Λίμνης Πλαστήρα, Σοφάδων και Ιτάμου).Μία σειρά από λόγους συντέλεσαν σε αυτήν την ανάπτυξη. Η κόπωση και η απόγνωση των κατοίκων της υπαίθρου από ένα συγκεκριμένο μοντέλο αγροτικής ανάπτυξης που έχει πια δείξει τα όρια του, η ανάγκη χειραφέτησης και κοινωνικής καταξίωσης των γυναικών, αλλά και η ανάγκη ενίσχυσης του οικογενειακού εισοδήματος, σε συνδυασμό με την κρατική και πολιτική στήριξη που γνώριζαν οι συνεταιρισμοί από τα πρώτα τους βήματα, καθώς και την δραστηριότητα των ΟΤΑ και των αναπτυξιακών εταιριών που διαχειρίζονταν τις ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες (π.χ. προγράμματα LEADER), και – κυρίως – η συγκράτηση του γυναικείου πληθυσμού στον τόπο καταγωγής του, ανέδειξαν τους γυναικείους συνεταιρισμούς στους κυριότερους φορείς παραγωγής και διαχείρισης τοπικών προϊόντων». (πηγη : www.karditsalive.net). « Οι συνεταιρισμοί , μορφές ως γνωστό συλλογικής δράσης από τις πιο

παλιές και πιο πετυχημένες σε παγκόσμιο επίπεδο έχουν να επιδείξουν πολύ θετικά αποτελέσματα , όπου και οπότε εφαρμόστηκαν απρόσκοπτα στον τομέα της γεωργίας και αφέθηκαν να λειτουργήσουν σωστά. Μια περαιτέρω χρησιμοποίησή τους στον αγροτουριστικό χώρο με την συσπείρωση μεμονωμένων ιδιοκτητών αγροτουριστικών καταλυμάτων σε συνεταιρισμούς και τη συνεταιριστική οργάνωση, λειτουργία και διαχείριση μικρών βιοτεχνικών επιχειρήσεων, έχει ευεργετικά αποτελέσματα γιατί μπορεί αναμφισβήτητα να πετύχει :

- Καλύτερη οργάνωση σε επιχειρηματική βάση λόγω μεγαλύτερου μεγέθους της επιχείρησης ανεξάρτητα αν πρόκειται για δωμάτια, εργαστήρια παραγωγής προϊόντων, ή εστιατόρια
- Καλύτερο καταμερισμό εργασίας και αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των δεξιοτήτων των μελών της συνεταιριστικής επιχείρησης.
- Αποτελεσματικότερη διαφήμιση λόγω καλύτερης οικονομικής δυνατότητας για ανάληψη των όποιων αναγκαίων δαπανών.
- Αποσόβηση του εξοντωτικού ανταγωνισμού σε μικροκλίμακα Δήμου ή κοινότητας και όλων των συνεπειών του, είτε αυτά είναι οικονομικά (σπάσιμο τιμών), είτε είναι κοινωνικά (διασάλευση των διαπροσωπικών σχέσεων).
- Αποτελεσματικότερη επενδυτική προσπάθεια για εξοπλισμό δωματίων, εστιατορίων , μικρών επιχειρήσεων κλπ και όχι μόνο , λόγω μαζικών αγορών.
- Ευκολότερη δημιουργία παρασκευής ενός τουριστικού πακέτου με την καταγραφή και την ανάδειξη των πολιτιστικών στοιχείων της περιοχής που έχει την έδρα του ο συνεταιρισμός, η αναβίωση παλιών τοπικών εθίμων, η χάραξη μονοπατιών για περίπατους αναψυχής, πάντοτε με σεβασμό και φροντίδα για το φυσικό περιβάλλον , οι επιδείξεις κατασκευής τοπικών προϊόντων (υφαντών, ξυλόγλυπτων, ζυμαρικών, κρεάτων) η οργάνωση και διατήρηση μικρών μονάδων οικόσιτων ζώων για τους μικρούς επισκέπτες από τις πόλεις μπορεί να διαμορφώσουν ένα δελεαστικό πακέτο για τους τουρίστες , οι οποίοι έχουν κάθε λόγο έτσι να παρατείνουν την διαμονή τους σ'ένα συγκεκριμένο χώρο.

- Ευκολότερη αποδοχή της φιλοσοφίας και του πνεύματος μιας αειφόρου τοπικής τουριστικής ανάπτυξης, όπου παράγονται και προσφέρονται τα όποια τουριστικά προϊόντα μέσα από μια συνετή αξιοποίηση των φυσικών πόρων και μέσα από μια πρόσθετη φροντίδα για το φυσικό και δομημένο περιβάλλον.
- Αναντίρρητη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και ευκολότερη ικανοποίηση της ζήτησης για ντόπια , νωπά καθώς και μεταποιημένα προϊόντα , μέσα από τη λειτουργία των Α.Σ. καθώς και τη λειτουργία των Γυναικείων Αγροτουριστικών Συνεταιρισμών καθώς και τη λειτουργία εκθετηρίων , εστιατορίων και μικρών βιοτεχνικών μονάδων.
- Αρμονική συνεργασία με τους Αγροτικούς Συνεταιρισμούς τους Αγροτικούς Συλλόγους και την τοπική αυτοδιοίκηση για την καλύτερη λειτουργία τους , για την εφαρμογή προγραμμάτων κοινού τοπικού ενδιαφέροντος LEADER κλπ.
- Βελτίωση της αυτοπεποίθησης και κοινωνική αναβάθμιση των νέων γυναικών της υπαίθρου, τόσο μέσα από τις δραστηριότητες που συνεπάγεται η απασχόλησή τους στην αγροτουριστική επιχείρηση, όσο και με την εκλογή και συμμετοχή τους στα όργανα του συνεταιρισμού, που αμβλύνει τις τάσεις φυγής τους για τις κοντινότερες ή μακρινότερες πόλεις αναζητώντας καλύτερες συνθήκες ζωής . Έτσι μένοντας , αποφασίζουν ευκολότερα να στήσουν στον τόπο τους το δικό τους σπιτικό αποτρέποντας την ερημοποίηση μικρών και μεγάλων χωριών από το γυναικείο κυρίως πληθυσμό , που τείνει να πάρει επιδημική μορφή τα τελευταία χρόνια.

Αυτά είναι μερικά από τα ευεργετήματα που μπορεί να προσφέρει ο Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός στα μέλη του και στους τρίτους, αν και εφόσον αυτά τα μέλη, λειτουργήσουν σωστά, οικοδομήσουν υγιείς διαπροσωπικές σχέσεις στηριγμένες μόνο στο κοινό συμφέρον και αφαιρέσουν από το λεξιλόγιό τους όπου είναι αυτό δυνατό τη λέξη ΕΓΩ, αντικαθιστώντας την με την λέξη ΕΜΕΙΣ» (www.paseges.gr). Πέρα από τους λόγους που αναπτύχθηκαν οι γυναικείοι αγροτικοί συνεταιρισμοί και τα διάφορα οφέλη που παρέχουν, όπως προανέφερα άνωθεν, οι γυναικείοι αγροτικοί συνεταιρισμοί έχουν και τις δραστηριότητές τους οι οποίες είναι : «

- Ίδρυση και λειτουργία αγροτουριστικών μονάδων και καταλυμάτων

- Ανάπτυξη του οικοτουρισμού, του κοινωνικού τουρισμού και των οικοτουριστικών εργασιών
- Απόκτηση κάθε είδους μηχανικού ή τεχνικού εξοπλισμού και μέσων μεταφοράς για την εκπλήρωση των στόχων του συνεταιρισμού
- Συγκέντρωση, συσκευασία, τυποποίηση, αποθήκευση, συντήρηση, μεταφορά και πώληση των προϊόντων της οικιακής οικονομίας και οικοτεχνίας των μελών
- Δημιουργία περιπτέρων και εκθετηρίων
- Απόκτηση κατά κυριότητα ή μίσθωση αστικών και αγροτικών ακινήτων για δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων
- Ίδρυση και λειτουργία εστιατορίων και αναψυκτηρίων
- Προώθηση και αξιοποίηση των προϊόντων που παράγουν τα μέλη (εδέσματα, χειροτεχνήματα κ.ο.κ) και παροχή υπηρεσιών αγροτουρισμού
- Δημιουργία εργαστηρίων παρασκευής τοπικών παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, τραχανάδες, ζυμαρικά κ.ο.κ)
- Διάθεση προϊόντων στην τοπική-εθνική-διεθνή (ει δυνατόν) αγορά
- Προβολή και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών του συνεταιρισμού
- Οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων
- Συμμετοχή στα ετήσια προγράμματα του κοινωνικού τουρισμού που καταρτίζει ο Ε.Ο.Τ
- Οργάνωση εκθέσεων τοπικών γεωργικών προϊόντων
- Οργάνωση εμποροπανηγύρεων σε συνδιασμό με πολιτιστικές εκδηλώσεις
- Ανάπτυξη και προβολή ιδιαιτεροτήτων της τοπικής βιοτεχνίας
- Ανάπτυξη βιολογικών καλλιεργειών

- Συνεργασία με τους τοπικούς παράγοντες και τους τοπικούς, πολιτιστικούς, περιβαλλοντικούς, αναπτυξιακούς συλλόγους για την επίλυση τοπικών προβλημάτων κ.α.» (Έξαρχος,Καραγιάννης. 2004)

Συνεπώς πέρα από τα πολλά οφέλη που παράγουν οι αγροτικοί συνεταιρισμοί και συγκεκριμένα οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, παρατηρούμε ότι έχουν και πολλές δραστηριότητες οι οποίες δεν περιορίζονται μόνο σε βασικές δραστηριότητές τους. Δραστηριοποιούνται, συνεργάζονται, επεκτείνονται και βελτιώνουν τους οικονομικούς, κοινωνικούς και πολιτιστικούς τομείς της χώρας.

4.3 Νομικό πλαίσιο αγροτουριστικών συνεταιρισμών

4.3.1 Οι σκοποί των αγροτουριστικών συνεταιρισμών και οι τρόποι εκπλήρωσής τους

Ο βασικός συνεταιριστικός σκοπός, κατά τα προλεχθέντα, είναι η προώθηση της οικονομίας των μελών του, για την επιδίωξη της οποίας δικαιούνται να αναπτύσσουν ελεύθερα παντοειδήδραστηριότητες, αλλά πάντα εντός του πλαισίου του Νόμου και των οικείων καταστατικών διατάξεων (άρθρο 1 παρ. 3 εδ. β' Ν 2810/2000). Οι δραστηριότητες των αγροτουριστικών συνεταιρισμών, όπως προβλέπετο από το άρθρο 2 παρ. 1 Ν 2169/93, μπορεί να καλύπτουν την παραγωγή, μεταποίηση και εμπορία αγροτικών προϊόντων, την παραγωγή και προμήθεια γεωργικών εφοδίων και την κατασκευή και προμήθεια των μέσων αγροτικής παραγωγής « κια βιοτικής ανάγκης». Οι συμπράττοντες στην συνεταιριστική επιχείρηση το πράττουν για να μπορέσουν να ασκήσουν την οικονομική τους δραστηριότητα χωρίς να τους εκμεταλλευθεί κάποιος μεσάζων, ο οποίος αποκομίζει, μεσολαβώντας μεταξύ παραγωγών και καταναλωτων, την μερίδα του λέοντος, αξιοποιώντας τα κεφάλαια που διαθέτει κατά τον επωφελέστερο τρόπο γι' αυτόν αλλά όχι και για τους παραγωγούς. Δευτερευόντως, όμως, οι συνεταιρισμοί αποσκοπούν τόσο στην πολιτιστική ανάπτυξη και καλλιέργεια των συνεταίρων, όσο και στην δημιουργία κοινωνικών δεσμών μεταξύ τους, καίτοι βέβαια δεν θα μπορούσαμε να πούμε ότι αν άλογες δραστηριοποιήσεις απαντώντα συχνά στη συνεταιριστική πρακτική. Εξυπακούεται ότι θα ήταν εξαιρετικά πολύπλοκο να αναπτυχθεί εν προκειμένω το περιεχόμενο των ειδικών δραστηριοτήτων των διάφορων περιπτώσεων αγροτουριστικών συνεταιρισμών

λόγω της ποικιλίας των αντικειμένων τους, αναλόγως προς το είδος τους, διότι είναι π.χ. ευνόητο πως άλλη θα είναι η απασχόληση ενός οινοποιητικού, άλλη ενός δασικού κι άλλη ενός αλιευτικού. Οι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί μπορούν να ιδρύουν προς επίτευξη των σκοπών τους υποκαταστήματα, παραρτήματα ή γραφεία είτε εντός της χώρας είτε και στο εξωτερικό, να συνιστούν νέα νομικά πρόσωπα, να συμπράττουν σε κοινές επιχειρήσεις με άλλους συνεταιρισμούς, νομικά πρόσωπα δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, κοινοφελείς οργανισμούς ή οργανισμούς Ο.Τ.Α. και με αλλοδαπές συνεταιριστικές οργανώσεις ή αλλοδαπά πρόσωπα, « στα πλαίσια της διακρατικής ή και διεπαγγελματικής συνεργασίας» (άρθρο 1 παρ. 4 Ν 2810/2000)

4.3.2 Η σύσταση του αγροτικού συνεταιρισμού

Για να συσταθεί ο αγροτικός συνεταιρισμός απαιτείται α) να καταρτισθεί καταστατικό και υπογραφεί από τουλάχιστον επτά ιδρυτικά μέλη, πληρούντα τις τασσόμενες στο άρθρο 5 του Ν 2810/2000 προϋποθέσεις, στις οποίες θα αναφερθούμε πιο κάτω, στο οικείο κεφάλαιο, β) να κατατεθεί και εγκριθεί από το Ειρηνοδικείο της συνεταιριστικής έδρας και γ) να καταχωρηθεί στο βιβλίο μητρώου αγροτικών συνεταιρισμών, όπου θα μνημονεύεται και η ειρηνοδικειακή απόφαση που θα το έχει κάνει δεκτό. Η διαδικασία τηρείται και επί τροποποίησης του καταστατικού (άρθρο 3 παρ. 1 Ν 2810/2000). Το προσωρινό διοικητικό συμβούλιο του υπό σύσταση συνεταιρισμού, τα μέλη του οποίου ορίζονται υποχρεωτικώς στο καταρτιζόμενο καταστατικό, θα πρέπει να καταθέσει αίτηση στο Ειρηνοδικείο περί έγκρισης του τελευταίου, η οποία θα εκδικασθεί κατά την διαδικασία της Εκούσιας Δικαιοδοσίας (άρθρο 3 παρ. 2 Ν 2810/2000). Το ανωτέρω δικαστήριο αν εντοπίσει ελλείψεις ή αντίθεση του περιεχομένου του καταστατικού προς κείμενες διατάξεις αναγκαστικού δικαίου, οφείλει να αναβάλει την έκδοση της απόφασής του και να καλέσει με μια μη οριστική το υποβαλόν την αίτηση προσωρινό διοικητικό συμβούλιο να προχωρήσει στις απαιτούμενες αναμορφώσεις των καταστατικών διατάξεων εντός δεκαπέντε εργάσιμων ημερών από τη δημοσίευση της ειρημένης απόφασής του (άρθρο 3 παρ. 3 Ν 2810/2000). Μετά τη συμμόρφωση της ενδιαφερομένης προσωρινής διοίκησης εκδίδεται η οριστική απόφαση του Ειρηνοδικείου που εφόσον θα εγκρίνει το υποβληθέν καταστατικό θα καταχωρηθεί στο οικείο Μητρώο, κατά τα προλεχθέντα, οπότε και θα ολοκληρωθεί η σύσταση του συνεταιρισμού (άρθρο 3 παρ. 3 Ν 2810/2000). Εξυπακούεται

ότι αν το αιτήσαντην έγκριση συμβούλιο αγνοήσει τις υποδείξεις της μη οριστικής απόφασης του Ειρηνοδικείου ή υποβάλει το διορθωμένο αναλόγως κείμενο προς έγκριση μετά την παρέλευση της ταχθείσας από το Νόμο προθεσμίας, η αίτηση του θα απορριφθεί με την εκδοθησομένη οριστική απόφαση. Παρατηρείται, πάντως, ότι η θέσπιση της πιο πάνω δεκαπενθήμερης προθεσμίας από τη δημοσίευση της μη οριστικής απόφασης δυσχεραίνει την θέση του δικηγόρου που θα έχει επιφορτισθεί με το έργο της έγκρισης του καταστατικού και, κατ'επέκταση, του προσωρινού διοικητικού συμβουλίου που του έχει αναθέσει, διότι δεν είναι πάντα ευχερής η καθημερινή παρακολούθηση της δημοσίευσης των αναμενομένων δικαστικών αποφάσεων. Εν πάση περιπτώσει, η τυχόν απόρριψη της ως άνω ένδικης αίτησης δεν δημιουργεί δεδικασμένο σε βάρος του αιτούντος προσωρινού διοικητικού συμβουλίου, που δικαιούται να προβεί στις υποδειχθείσες τροποποιήσεις ή συμπληρώσεις βραδύτερα και να επανυποβάλει με νέα αίτησή του το αναμορφωθέν καταστατικό προς έγκριση. Πρέπει να τονισθεί ότι εφόσον θα αποδειχθεί ότι έχουν τηρηθεί όλες οι νόμιμες προϋποθέσεις και ο σκοπός του αγροτικού συνεταιρισμού είναι σύννομος το Ειρηνοδικείο υποχρεούται να δεχθεί την αίτηση του προσωρινού διοικητικού συμβουλίου για την έγκριση του υποβαλλομένου καταστατικού (Ειρ Μεγ 3/86 ΑρχΝ 38,62). Αν η προσωρινή διοίκηση του υπό υπόσταση συνεταιρισμού έχει αντιρρήσεις ως προς την βασιμότητα και νομιμότητα της απορριπτικής απόφασης δικαιούται να ασκήσει έφεση κατ'αυτής, κατά τις εφαρμοστέες στην διαδικασία της Εκούσιας Δικαιοδοσίας γενικές διατάξεις (άρθρο 3 παρ. 4 Ν 2810/2000). Εφόσον γίνει δεκτή η αίτηση του προσωρινού διοικητικού συμβουλίου, ο γραμματέας του Ειρηνοδικείου οφείλει εντός μηνός από την πραγματοποίηση της οικείας καταχώρησης στο Μητρώο να αποστείλει την εγκριτική απόφαση και το εγκριθέν καταστατικό, σε κεκυρωμένα αντίγραφα, προς την εποπτεύουσα αρχή (άρθρο 3 παρ. 3 Ν 2810/2000).

4.3.3 Τα μέλη του αγροτικού συνεταιρισμού

Ως συνέταιροι μπορεί να γίνονται δεκτά στους αγροτικούς συνεταιρισμούς φυσικά πρόσωπα, καθώς και νομικά, αλλ'εφόσον προβλέπεται συμμετοχή και τέτοιων προσώπων από το καταστατικό τους. Τα φυσικά πρόσωπα καθίστανται μέλη εφόσον έχουν δικαιοπρακτική

ικανότητα, κατά τις γενικές διατάξεις και εφόσον, σωρευτικώς : α) απασχολούνται σε οποιοδήποτε κλάδο ή δραστηριότητα της αγροτικής οικονομίας που εξυπηρετείται από τον συγκεκριμένο συνεταιρισμό

β) πληρούν τους όρους που τάσσονται από το κατά περίπτωση οικείο καταστατικό και

γ) αποδέχονται να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της υπόψη συνεταιριστικής μονάδας

Είχε κριθεί παλιότερα ότι βασική προϋπόθεση για να γίνει κάποιος μέλος γεωργικού συνεταιρισμού είναι η άσκηση γεωργικής εκμετάλλευσης στην συνεταιριστική περιφέρεια, άσχετα αν ο ίδιος κατοικεί στα όρια της ή όχι (ΕιρΣικ 93/82 ΕλΔ 23,734). Η εγγραφή ως μέλους προσώπου μή έχοντος τις καταστατικές προϋποθέσεις δεν ασκεί επιρροή στην αποκτηθείσα συνεταιρική ιδιότητά του, η οποία διατηρείται με όλα τα εντεύθεν δικαιώματα μέχρι να ακυρωθεί ή ανακληθεί από τη γενική συνέλευση η απόφαση του διοικητικού συμβουλίου περί παραδοχής του. Ο ανωτέρω, κατά συνέπειαν, έχει μέχρι και το δικαίωμα του εκλεγείν και εκλέγεσθαι (ΕιρΚαρδ 372/81 ΑρχΝ 33,60-βλ. και ΑΠ 13/67 ΝοΒ 15,640, ΑΠ 667/78 ΝοΒ 27,517, ΠρΑΘ 1614/72 ΝοΒ 20,1337). Πρόσωπα τελούντα υπό δικαστική συμπαράσταση δεν μπορεί να γίνουν συνεταίροι. Νομικά πρόσωπα είναι δυνατόν να γίνουν μέλη, εφόσον έχουν ως καταστατικό τους σκοπό την άσκηση επιχείρησης αγροτικής παραγωγής, εξυπηρετούμενης από τις δραστηριότητες του συγκεκριμένου συνεταιρισμού. Οι ειδικότεροι όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής νομικών προσώπων στον αγροτικό συνεταιρισμό, καθώς και ο τρόπος εκπροσώπησης τους σ' αυτόν ορίζονται επί συγκεκριμένης βάσης στο καταστατικό (άρθρο 5 Ν 2810/2000).

4.3.4 Η οργάνωση των αγροτικών συνεταιρισμών

Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί γνωρίζουν μόνο δύο (συλλογικά) όργανα που διαχειρίζονται τις τύχες τους, τη γενική συνέλευση και το διοικητικό συμβούλιο, είναι δε οι μόνοι συνεταιρισμοί στους οποίους δεν προβλέπεται από τον Νόμο ύπαρξη Εποπτικού Συμβουλίου, αντίθετα από ότι συνέβαινε υπό το καθεστώς του Ν 2169/93, διατάξεις του οποίου διατηρούνται ακόμα σε ισχύ. «

αυτό δεν αποτελεί παράλειψη αλλά αναγνώριση μίας πραγματικότητας», κατά την εισηγητική έκθεση του Ν 2810/2000, όπου περαιτέρω εξηγείται το σκεπτικό του νομοθέτη : « Με την πολυπλοκότητα που απέκτησαν οι οικονομικές δοσοληψίες και οι νομοθετικές ρυθμίσεις, είναι πραγματικά δυσχερές και εξειδικευμένο το έργο ενός εποπτικού συμβουλίου, αφού απαιτεί τη σύμπραξη ειδικών. Ο ελεγκτικός μηχανισμός που προβλέπεται... κρίνεται κατάλληλος και επαρκής για την διασφάλιση των συμφερόντων των μελών. Εξάλλου, στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες και για όλες τις κατηγορίες των συνεταιρισμών, όχι μόνο των αγροτικών, ο έλεγχος νομιμότητας και διαχειριστικής τάξεως διενεργείται από εξειδικευμένα όργανα». Το σκεπτικό αυτό , πάντως, έχει περιορισμένη πειστικότητα, αφού η έλλειψη εξειδίκευσης των μελών του εποπτικού συμβουλίου, στην οποία στηρίζεται, υπάρχουσα σε όλα τα εποπτικά συμβούλια συνεταιρισμών, αναπληρούται από τη δυνατότητα στήριξής τους στην παρουσία επιστρατευομένων προς τούτο ειδικών, που θα πληρωθούν για τις καλές υπηρεσίες τους, ενώ το ίδιο μειονέκτημα εμφανίζεται και επί των διοικητικών συμβουλίων, τα οποία εν τούτοις ουδείς νομοθέτης διανοήθηκε να καταργήσει με αυτό το αιτιολογικό. Εξάλλου, ο έλεγχος εκ των έndon είναι πολύ πιο αποδεκτός από τις διοικήσεις των συνεταιρισμών σε σχέση με τον επιχειρούμενον έξωθεν και η συζήτηση των προβλημάτων που εμφανίζονται ή έχουν εμφανισθεί είναι πολύ ευκολότερη μεταξύ των συμβούλων της διοίκησης ενός συνεταιρισμού και των εμφανιζομένων ξένων προσώπων, με την ιδιότητα των ελεγκτών. Γίνεται, πάντως, η διευκρίνιση ότι τα ανωτέρω ισχύουν υπό την προϋπόθεση ότι δεν υπάρχουν αντιπαλότητες και ανταγωνιστική διάθεση μεταξύ διοίκησης και εποπτείας, ότι αμφότερες λειτουργούν με ενδιαφέρον για την ομαλή προώθηση των συνεταιριστικών υποθέσεων στα πλαίσια της καλής πίστης και ότι, τέλος, συνεργάζονται μεταξύ τους για το κοινό καλό, αλλά δεν συνδέονται με σχέσης συνενοχής, προς εξυπηρέτηση αλλοτρίων σκοπών υπό διαβλητά κίνητρα.

4.3.5 Τα βιβλία των αγροτικών συνεταιρισμών

Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί τηρούν υποχρεωτικώς, κατ'άρθρον 20 Ν 2810/2000 τα εξής βιβλία :

α) Βιβλίο Μητρώου μελών, που αποτελεί και το πίο βασικό για την παρακολούθηση των εσόδων και εξόδων από την μονάδα των συνεταιρίων κ.τ.λ

β) « Βιβλίο Πρακτικών των Γενικών Συνελεύσεων και του Διοικητικού Συμβουλίου», κατά την μάλλον ατυχή διατύπωση της παραπάνω διάταξης, δεδομένου ότι ασφαλώς δεν θα πρόκειται περί ενός αλλά περί δύο : τα πρακτικά των συνεδριάσεων του διοικητικού συμβουλίου δεν μπορούν να τηρούνται στο ίδιο βιβλίο με εκείνο των γενικών συνελεύσεων και

γ) Υποχρεωτική είαι επίσης η τήρηση και παντός Βιβλίου ειδικώς προβλεπομένου από τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων της φορολογικής νομοθεσίας.

Είναι αυτονόητο ότι τόποτε δεν εμποδίζει τη διοίκηση του συνεταιρισμού να αποφασίσει την τήρηση και άλλων βιβλίων στη γραμματεία της μονάδας για την καλύτερη εξυπηρέτηση των λειτουργικών της αναγκών, γι' αυτό, άλλωστε και σε όλους τους συνεταιρισμούς με τους οποίους συμβαίνει να έχουμε συναλλαγεί μέχρι τούδε τηρείται ένα τουλάχιστον ακόμα βιβλίο, προαιρετικό μόν αλλ' απολύτως αναγκαίο, το Βιβλίο Πρωτοκόλλου εισερχόμενων και εξερχόμενων εγγράφων.

4.3.6 Μετατροπή αγροτικών συνεταιρισμών σε Α.Ε ή Ε.Π.Ε

Δευτεροβάθμιες ή τριτοβάθμιες αγροτικοί συνεταιρισμοί επιτρέπεται να μετατρέπονται σε Ανώνυμες ή Περιορισμένης Ευθύνης εταιρίες, εφόσον ληφθεί σχετική απόφαση των γενικών τους συνελεύσεων με την εξαιρετική απαρτία και πλειοψηφία των άρθρων 11 παρ. 3 και 12 παρ. 2 του Νόμου. Κατά αυτόν τον τρόπο μπορεί να εισφέρονται κλάδοι ή τμήματα λειτουργούσας αγροτικών συνεταιρικών οργανώσεων σε υφιστάμενη ήδη ή νεοσυνιστωμένη συνεταιριστική ΑΕ ή ΕΠΕ, με δυνατότητα εισφοράς και περουσιακών τους στοιχείων από επιχορηγήσεις τους διά των ισχυόντων εκάστοτε αναπτυξιακών νόμων. Κατ' άρθρο 18 παρ. 10 Ν 3147/2003, « οι ρυθμίσεις των παραγράφων 3,4, καθώς και της παραγράφου 11, περίπτωση iii υποπερίπτωση (α) εδάφιο 1 του άρθρου 11 του Ν 2601/98 δεν εφαρμόζονται και στην περίπτωση της

μεταβίβασης πάγιων στοιχείων, για τα οποία δόθηκε επιχορήγηση από τον εν λόγω νόμο, η οποία γίνεται με την εισφορά ενός ή περισσότερων κλάδων ή τμημάτων λειτουργούσας... αγροτικών συνεταιριστικών οργανώσεων σε λειτουργούσα ή συνιστωμένη συνεταιριστική Ανώνυμη Εταιρία ή συνεταιριστική Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης». Στις προερχόμενες εκ μετατροπής ΑΕ ή ΕΠΕ είναι επιτρεπτή η είσοδος νέων μετόχων ή εταίρων, αντιστοίχως. Επί μετατροπών εφαρμόζονται κατά τα λοιπά αναλόγως οι διατάξεις των Νόμων 2190/20 και 3190/55 και εκείνες των αναπτυξιακών νόμων. Για τα ρυθμιζόμενα από το άρθρο 21 Ν 2810/2000 θέματα έχουν συμπληρωματική εφαρμογή οι ορισμοί του Ν 2190/20.

4.3.7 Μορφές συνεργασίας μεταξύ αγροτικών συνεταιρισμών

Οι πρωτοβάθμιοι αγροτικοί συνεταιρισμοί μπορούν να συνιστούν μεταξύ τους, υπό τη μορφή που θεωρούν οι ίδιοι απαραίτητη, χάριν της μεγιστοποίησης της αποτελεσματικότητάς τους ενώσεις με αντικείμενο την ενίσχυση, τη διεύρυνση και το συντονισμό των δραστηριοτήτων τους, στα πλαίσια που τίθενται για μια τέτοια επιθυμητή συνεργασία με τις διατάξεις των άρθρων 26 έως και 33 του Ν 28120/2000. Αυτές οι ενώσεις, που αποτελούν συνασπισμούς δυνάμεων των αγροτικών συνεταιριστικών οργανώσεων, μπορούν να αναλαμβάνουν και δραστηριότητες εκ των προβλεπόμενων για τα μέλη τους, για λογαριασμό είτε των μελών είτε και ιδίων. Η δραστηριοποίηση των ενώσεων κάθε μορφής δεν έχει χαρακτήρα επικάλυψης εκείνης των μελών, αλλά επικούρησής τους διότι, αλλιώς, δεν θα υπήρχε συνεργασία μεταξύ πρωτοβαθμίων μονάδων και ενώσεων, αλλά σχέση ανταγωνισμού αναμεσά τους, αντίθετη στην συνεταιριστική φιλοσοφία. Έτσι, στο νόμο περιλαμβάνονται ρυθμίσεις για την σύσταση : α) Από δύο ή πλείονες Αγροτικούς Συνεταιρισμούς Ενώσεων Αγροτικών Συνεταιρισμών (ΕΑΣ) με έδρα τον τόπο εγκατάστασης της διοίκησής τους, υπό τασσόμενες στα άρθρα 26 και 28 προϋποθέσεις. β) Μεταξύ δύο ή πλείονων ΕΑΣ Κεντρικών Συνεταιριστικών Ενώσεων (ΚΕ.Σ.Ε.) πρὸς συντονισμό και ενίσχυση της συνεταιριστικής τους δράσης και ανάληψη εργασιών και παροχή υπηρεσιών σε ευρύτερη κλίμακα, κατά τα εν άρθρω 29 οριζόμενα. γ) Μεταξύ δύο ή περισσότερων αγροτικών συνεταιριστικών οργανώσεων της αυτής ή διαφορετικής βαθμίδας Κοινοπραξιών Αγροτικών Συνεταιριστικών Οργανώσεων (Κ.Α.Σ.Ο.) πρὸς προαγωγή των καταστατικών τους σκοπών, ως το άρθρο 30 ειδικότερα και δ) Μεταξύ αγροτικών

συνεταιριστικών οργανώσεων κάθε βαθμίδας και Συνεταιριστικών Εταιριών (Σ..Ε.) ή και τρίτων φυσικών και νομικών προσώπων εδρευόντων στην Ελλάδα ή το εξωτερικό ανωνύμων ή περιορισμένης ευθύνης εταιριών, αποτελουσών συνεταιριστικές εταιρίες όταν η πλειοψηφία των μετόχων ή των εταιρικών μεριδίων ανήκουν στις ανωτέρο αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις ή Σ.Ε., κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 32. Οι δευτεροβάθμιες και τριτοβάθμιες αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις μπορούν να συγχωνευθούν με τις Σ.Ε., είτε με δημιουργία νέας Συνεταιριστικής Εταιρίας μεταξύ τους, είτε με την απορρόφησή τους σε υπάρχουσα, οπότε και απολαμβάνουν των προβλεπομένων κινήτρων και φορολογικών απαλλαγών για τις συγχωνεύσεις των αγροτικών συνεταιριστικών οργανώσεων, εφαρμοζόμενων κατά τα λοιπά επί των Σ.Ε. των διατάξεων των Νόμων 2190/20 και 3190/55. (Τσούμα Β. ,2005)

4.4 Χωροθέτηση στους διάφορους νομούς της χώρας

«Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε επίπεδο ατομικής επιχείρησης ή ως γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός αναλύονται σε χώρες με διαφορετικά χαρακτηριστικά ανάπτυξης του αγροτικού και τουριστικού επιπέδου, όπως είναι οι Η.Π.Α. και η Ελλάδα. Στην περίπτωση των Η.Π.Α. (βλ. Bosselamn F.P., Peterson C.A., Mc Carthy C., 1999, σς. 260-261), ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται με τη μορφή οικογενειακού τύπου ιδιωτικής επιχείρησης και συνδιαζει τη διαμονή στην ύπαιθρο και τη γνωριμία με τη ζωή και την εργασία στο αγρόκτημα ενώ παράλληλα δίνει μεγάλη έμφαση στην εκπαιδευτική διάσταση αυτών των ταξιδιών. Στην περίπτωση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών (Παπακωνσταντινίδης Λ., 1993,σς. 81-138, Λογοθέτης Μ., 1988, σς . 92-97) δόθηκε μεγάλη έμφαση στον συνδιασμό των διακοπών και της γνωριμίας των τουριστών με τις αγροτικές δραστηριότητες της περιοχής. Επιπλέον συνδέθηκε η ανάπτυξη τους με την προσπάθεια ένταξης των αγροτισσών, που συμμετείχαν στον συνεταιρισμό, στην τοπική παραγωγική δομή» (Κοκκώσης-Τσάρτας 2001). « Στην Ελλάδα οι πρώτες μορφές αγροτουριστικής δραστηριότητας ξεκίνησαν τη δεκαετία του 1980,με την ίδρυση των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών (Ιακωβίδου 2002). Η ιστορία των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών στην Ελλάδα ξεκινάει στις αρχές

της δεκαετίας του 1980. Η ευαισθητοποίηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε ζητήματα ισότητας των δύο φύλων γενικότερα, στην Ελλάδα αξιοποιήθηκε κατά κύριο λόγο από τη Γενική Γραμματεία Ισότητας (ΓΓΙ). Η νεοσύστατη αυτή Υπηρεσία του Υπουργείου Εσωτερικών, σε ό,τι αφορά την ύπαιθρο, κατέβαλε προσπάθειες ευαισθητοποίησης και κινητοποίησης των γυναικών μέσω πρωτοβουλιών επαγγελματικής κατάρτισης, με σκοπό τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων. Παράλληλα, ο κορεσμός από το υπάρχον τουριστικό πρότυπο του μαζικού τουρισμού, η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση του κοινού σε θέματα περιβάλλοντος σε συνδυασμό με τις φυσικές ομορφιές των μεσογειακών χωρών της Κοινότητας, κατέστησαν από τότε τον αγροτουρισμό ως τομέα με τις πιο ευόχιες προοπτικές για την ανάπτυξη εξωγεωργικών δραστηριοτήτων. Στο πλαίσιο των συνθηκών αυτών συστάθηκαν με πρωτοβουλία της Γενικής Γραμματείας Ισότητας οι πρώτοι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στη χώρα το 1983. Το 1983 με πρωτοβουλία της Γενικής Γραμματείας Ισότητας των δύο φύλων ξεκίνησαν 24 γυναίκες της Πέτρας Λέσβου τον πρώτο γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό στην Ελλάδα. Στόχος τους ήταν και είναι να αυξήσει η γυναίκα το οικογενειακό εισόδημα και να γίνει οικονομικά ανεξάρτητη. Αυτές οι γυναίκες (σήμερα 54) ενοικιάζουν δωμάτια με δικό τους μπάνιο σε όλο το χωριό με θέα την θάλασσα ή στα στενά πλακόστρωτα σοκάκια του χωριού με τις όμορφες λουλουδένιες αυλές. Το καλοκαίρι οι γυναίκες έχουν ένα εστιατόριο στην πλατεία του χωριού που σερβίρουν παραδοσιακά φαγητά. Παρακάτω θα αναφερθώ στην χωροθέτηση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών ανά νομό της Ελλάδος και θα παρουσιάσω τα βασικά στοιχεία από κάθε γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό που λειτουργεί εν έτη 2010 σύμφωνα με τα έγκυρα στοιχεία που μου παραχώρησε η Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας. Οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί που λειτουργούν στην Ελλάδα είναι στο συνολό τους 155 και παρουσιάζονται παρακάτω ανά περιφέρειες και οι νομοί τους (βλέπε παράρτημα II σελ. 137) :

- Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας –Θράκης, νομοί : Δράμας-Έβρου-Καβάλας-Ξάνθης-Ροδόπης
- Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, νομοί : Φλώρινας-Καστοριάς-Κοζάνης-Γρεβενών
- Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, νομοί : Ημαθίας-Θεσσαλονίκης-Κιλκίς-Πέλλας-Πιερίας-Σερρών-Χαλκιδικής

- Περιφέρεια Ηπείρου, νομοί : Άρτας-Θεσπρωτίας-Ιωαννίνων-Πρέβεζας
 - Περιφέρεια Θεσσαλίας , νομοί : Λάρισας-Μαγνησίας-Καρδίτσας-Τρικάλων
 - Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, νομοί : Ζακύνθου-Κέρκυρας-Κεφαλληνίας-Λευκάδος
 - Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, νομοί : Αιτωλωακαρνανίας-Αχαΐας-Ηλείας
 - Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, νομοί : Ευβοίας-Φθιώτιδας-Ευρυτανίας-Βοιωτίας-Φωκίδας
 - Περιφέρεια Πελοποννήσου, νομοί : Αργολίδας-Αρκαδίας-Κορινθίας-Μεσσηνίας-Λακωνίας
 - Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου, νομοί : Λέσβου-Χίου-Σάμου
 - Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, νομοί : Κυκλάδων-Δωδεκανήσου
- Περιφέρεια Κρήτης, νομοί : Χανίων- Ρεθύμνου-Ηρακλείου-Λασιθίου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΑΓΡΟΤΙΣΣΑΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

5.1 Ο ρόλος της γυναίκας αγρότισσας παλαιότερα

«Αναζητώντας τους χαρακτήρες εκείνους στην ελληνική αγροτική περιφέρεια που προσδίνουν σε αυτήν την ιδιαιτερότητά της, διαπιστώνει κανείς μια σειρά προβλημάτων που έχουν να κάνουν τόσο με το νομικό καθεστώς, όσο και ιδιαίτερα με την πολιτική ανάπτυξης. Ιδιαίτερα, ο πολυτεμαχισμός του γεωργικού κλήρου, η κατάτμηση της γεωργικής εκμετάλλευσης, ο χαμηλός βαθμός σύνδεσης των επιμέρους τομέων οικονομικής δραστηριότητας σε τοπικό επίπεδο, που κατ'ανάγκη οδηγεί στη διαπίστωση της μή ισχυρής τοπικής αγοράς, ο χαμηλός βαθμός εκσυγχρονισμού της γεωργίας, ο χαμηλός βαθμός εξειδίκευσης και μόρφωσης-εκπαίδευσης, αποτελούν ορισμένα μόνο από τα προβλήματα διαρθρωτικής φύσης που χαρακτηρίζουν τη μειονεκτική αγροτική περιφέρεια. Ιδιαίτερα στο θέμα της απασχόλησης αναφέρονται τα προβλήματα ανεργίας, υποαπασχόλησης και ιδιαίτερα εκείνης που αποδίδεται στην εποχικότητα της γεωργικής απασχόλησης. Ωστόσο, η γυναίκα στον αγροτικό χώρο, αντιμετωπίζει, όσον αφορά το θέμα «απασχόληση» ένα πρόσθετο πρόβλημα : Μιλάμε για την γυναίκα εκείνη που έχει τη φροντίδα του νοικοκυριού και παράλληλα τη φροντίδα των μικρών παιδιών. Αυτή η γυναίκα ανήκει στην κατηγορία των ατόμων εκείνων που οι οικονομική θεωρία αποκαλεί «αποθαρρημένους εργάτες» (Δροσοπούλου 1989). Σύμφωνα με την Λουβέρδη : « Ιστορικά, ο ρόλος των γυναικών της υπαίθρου επικεντρωνόταν και συνδύαζε την οικιακή και έξω-οικιακή απασχόληση. Η οικιακή απασχόληση των γυναικών της υπαίθρου αφορά στην εργασία εντός του σπιτιού, την ανατροφή των παιδιών, την φροντίδα του σπιτιού, κ.α. ενώ παράλληλα, η έξω-οικιακή απασχόληση αφορά στην εργασία εκτός σπιτιού, τις περισσότερες φορές στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις της οικογένειας, άλλοτε υπό την καθοδήγηση του πατέρα-αρχηγού, και άλλοτε υπό την καθοδήγηση του συζύγου-αρχηγού της γεωργικής εκμετάλλευσης. Έως τότε η απασχόλησή τους παρέμενε αφανής, αποτελούσαν απλώς συμβοηθόντα μέλη της

οικογενειακής αγροτικής εκμετάλλευσης. Παρά την μη αναγνώριση επισήμως έως τότε του ρόλου τους, αυτός ήταν σημαντικότερος, δεδομένου ότι συνέβαλαν ουσιαστικά στην οικονομική ενίσχυση της οικογένειας, πέρα όμως από κάθε πλαίσιο εργασιακών δικαιωμάτων και εργοδοτικών υποχρεώσεων. Η εργασία των γυναικών της υπαίθρου ήταν αφανής, μη μετρήσιμη και μη ασφαλισμένη, σε αντίθεση με αυτή των ανδρών γενικότερα, αλλά και την αντίστοιχη εργασία των γυναικών των αστικών κέντρων, οι οποίες τύχαιναν άλλης αντιμετώπισης, τόσο από το οικογενειακό, όσο και από το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο ανήκουν. Η εργασία των γυναικών των αστικών κέντρων περιελάμβανε και αυτή με την σειρά της την οικιακή και εξω-οικιακή απασχόλησή τους, με μόνη διαφορά την φύση και το αντικείμενο της εργασίας εκτός της οικίας, του επαγγέλματος δηλαδή. Η απασχόληση αυτή εκτός του σπιτιού των γυναικών των αστικών κέντρων τύχαινε αναγνώρισης τόσο από το οικογενειακό όσο και από το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο ανήκαν, και αυτό αποδεικνύεται από το ότι η απασχόληση αυτή καλείται "επάγγελμα" και είναι στο μέγιστο βαθμό της ορατή, μετρήσιμη, αμειβόμενη και ασφαλισμένη. Αντίθετα, η απασχόληση των γυναικών της υπαίθρου εκτός της οικίας δεν τύχαινε της ίδιας αναγνώρισης ούτε από το οικογενειακό ούτε από το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο ανήκουν. Οι γυναίκες της υπαίθρου, οι γυναίκες που απασχολούνταν στον αγροτικό τομέα παραγωγής, στην γεωργία δεν είχαν αναγνωρισμένη ταυτότητα ως αγρότισσες, δεν θεωρείτο ότι ασκούσαν επάγγελμα, δεν "επαγγελματοποιούνταν", αντίθετα "νοικοκυροποιούνταν". Αυτό είχε ως αποτέλεσμα και ταυτόχρονα συνιστούσε αιτία για τον αποκλεισμό των γυναικών της υπαίθρου από την απόκτηση μιας παγιωμένης επαγγελματικής ταυτότητας». Συνεχίζοντας η Λουβέρδη αναφέρει : « Η μη αναγνώριση αυτή του ρόλου των γυναικών της υπαίθρου, ο οποίος περιελάμβανε και κοινωνικά και οικονομικά οφέλη τόσο για την ίδια την οικογένεια, όσο και για την αγροτική κοινωνία στην οποία εντασσόταν, σε συνδυασμό με σειρά άλλων περιοριστικών αξιών και κανόνων συμπεριφοράς που συντηρούνται, καλλιεργούνται και κληροδοτούνται από γενιά σε γενιά, οδήγησε σε περιθωριοποίηση της γυναικείας συνεισφοράς στην οικογένεια και κοινωνία και τις περισσότερες φορές, σύμφωνα με κοινωνιολόγους του αγροτικού χώρου, στην εξουδετέρωση τους ως ενεργά συμμετέχοντα άτομα στην αγροτική κοινωνία και οικονομία και στον αυτό-αποκλεισμό τους». « Η θέση της γυναίκας στο γεωργικό επάγγελμα και μέσα από το ρόλο της ως μητέρας, επηρεάζει τη στάση των νεοτέρων γενιών απέναντι σε αυτό (Mendras,1976). Ερευνητικά δεδομένα δείχνουν ότι η απόρριψη του γεωργικού επαγγέλματος

είναι φαινόμενο συχνότερο εκδηλούμενο μεταξύ των κοριτσιών παρά των αγοριών, στοιχείο που επιτείνει το ήδη δύσκολο πρόβλημα διαδοχής. Λόγω της κυρίαρχης τάσης της απόρριψης της αγροτικής ζωής, η συντριπτική πλειονότητα των γυναικών-μητέρων που έχουν μετάσχει στην ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων παραγωγικού χαρακτήρα στα πλαίσια του αγροτικού νοικοκυριού, είναι μέλη γυναικείων συνεταιρισμών αλλά δεν θεωρούν τις ασχολίες αυτές ικανοποιητικές για τις κόρες τους. Αντιθέτως, τις προτρέπουν να σπουδάσουν και να αναζητήσουν εξωγεωργική απασχόληση ενώ, ελάχιστες θα προτιμούσαν ως σύζυγο για την κόρη τους έναν αγρότη» (Γιδαράκου,1996). « Θα πρέπει να προσθέσουμε ότι το αγροτικό επάγγελμα είναι σχετικά απαξιωμένο στην ελληνική κοινωνία. Σε ότι αφορά τις γυναίκες υπάρχουν ακόμη περισσότεροι λόγοι που τις απωθούν από το να μην θέλουν να δραστηριοποιηθούν στο συγκεκριμένο επάγγελμα. Κατά πρώτον, κοινωνικοί λόγοι τις αποτρέπουν από το να ασχοληθούν με τη γεωργία, καθώς επιθυμούν να καταξιωθούν σε περισσότερο κοινωνικώς αποδεκτά επαγγέλματα. Ακόμη, οικονομικοί λόγοι σε συνδιασμό με τη γενικότερη κρίση των γεωργικών αγορών τα τελευταία χρόνια, δεν δημιουργούν ισχυρά κίνητρα προκειμένου να δραστηριοποιηθούν οι γυναίκες στο αγροτικό επάγγελμα» (Ζάβαλη, 2007). Σύμφωνα με την Ζάβαλη : « Θεσμικές πρακτικές και κοινωνικές δομές έξω από το χώρο της εκμετάλλευση, παράγουν έναν έμμεσο μηχανισμό εξουσίας που συμβάλλει στη διαμόρφωση μίας λιγότερο ισχυρής θέσης για την γυναίκα, η οποία συνδιαζόμενη με την αντίληψη της αδυναμίας της από μέρους της να επιβάλλει αλλαγές, οδηγεί σε μια σιωπηλή στάση εκ μέρους των ίδιων των γυναικών όσον αφορά τον καταμερισμό των εργασιών τόσο στο νοικοκυριό, όσο και στην ουσιαστική διαχείριση της αγροτικής παραγωγής». « Πρόκειται για τα άτομα εκείνα, τα οποία θα επιθυμούσαν να απασχοληθούν, εάν και εφόσον υπάρχουν οι κατάλληλες προς τούτο προϋποθέσεις. Στην περίπτωση της γυναίκας που ζεί στη μειονεκτική αγροτική περιοχή, αφήνοντας κατά μέρος τις περιπτώσεις εκείνες κατά τις οποίες είναι αναγκασμένη να απασχολείται στο χωράφι (μάζεμα ελιάς), για ενα τουλάχιστον χρονικό διάστημα θα πρέπει να βρίσκεται μέσα στο νοικοκυριό,α πασχολούμενη ταυτόχρονα εφόσον βεβαίως επιθυμεί να συμβάλλει στον προϋπολογισμό της οικογένειας της. Από την άλλη, οι οικονομικές και κοινωνικές συγκυρίες έχουν καταστήσει την γυναίκα του χωριού, άτομο πολυδραστήριο, με την έννοια ότι όντας από την φύση φιλότιμη και εργατική επιτυγχάνει συνδιασμό ενασχολήσεων για να συμβάλλει στο εισόδημα του συζύγου, ενώ παράλληλα έχει και την φροντίδα του νοικοκυριού

και των παιδιών. Αντιλαμβάνεται κανείς, ότι κάτω από τις συνθήκες αυτές, η γυναίκα του χωριού καταπονείται σημαντικά και από την άποψη αυτή υπάρχει πρόβλημα που εντοπίζεται βασικά στην ανάγκη βελτίωσης των συνθηκών και όρων εργασίας της» (Παπακωνσταντινίδης, 1993). « Οι λόγοι που εμποδίζουν την ένταξη της γυναίκας των αγροτικών περιοχών στην αγορά εργασίας είναι πολλοί και σχετίζονται τόσο με τις γενικότερες συνθήκες που επικρατούν στην ελληνική ύπαιθρο, όσο και με κοινωνικού-μορφωτικού χαρακτήρα αίτια που εμποδίζουν τη γυναίκα της υπαίθρου να βγει από την απομόνωση και να αναλάβει επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Πιο συγκεκριμένα, οι περιορισμοί για την απασχόληση των γυναικών των αγροτικών περιοχών μπορούν να αποτυπωθούν στους εξής άξονες :

- Της έλλειψης εργασιών στην ύπαιθρο. Η αστικοποίηση έχει ως αποτέλεσμα, τη συρρίκνωση των δημόσιων και ιδιωτικών υπηρεσιών και τη διόγκωσή τους στα αστικά κέντρα
- Τις κακές συνθήκες επικοινωνίας των μικρών πληθυσμιακών κέντρων με τους αστικούς χώρους όπου προσφέρεται εργασία. Η γυναίκα του αγροτικού χώρου σπανίως διαθέτει η ίδια μεταφορικό μέσο. Έτσι, περιορίζεται σημαντικά η πιθανότητα αναζήτησης επαγγελματικής κατάρτισης, καθώς και εναλλακτικών επαγγελματικών ευκαιριών
- Της ανεπάρκειας των κοινωνικών δομών στην ύπαιθρο. Η φροντίδα των παιδιών και των ηλικιωμένων αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους περιοριστικούς παράγοντες στην εκ μέρους των γυναικών της υπαίθρου αναζήτηση απασχόλησης έξω από το νοικοκυριό
- Των κοινωνικοπολιτικών απόψεων περί του ρόλου των γυναικών μέσα στο νοικοκυριό και των στερεότυπων γενικότερα

Δεδομένων των παραπάνω περιορισμών, η διάσταση του φύλου άρχισε να απασχολεί σταδιακά όλο και περισσότερο την πολιτική της Κοινότητας και κατ' επέκταση και την αντίστοιχη εθνική πολιτική των κρατών μελών» (Ζάβαλη, 2007). «Η γυναίκα του χωριού, εκείνη που μέχρι χθές περιόριζε τον ορίζοντα της στο στενό χώρο του νοικοκυριού της, έχοντας ξεπεράσει πλέον τις όποιες προκαταλήψεις την κρατούσαν μακριά από την παραγωγική διαδικασία και σε μια σχέση πλήρους εξάρτησης από τον αρχηγό της οικογένειας, διαπιστώνει πλέον ότι είναι εξίσου ή και περισσότερο ικανή να πάρει ενεργό μέρος σε αυτή, να αγωνιστεί με ίσους όρους, να συμβάλει ισότιμα με τον άντρα της και με μια σχέση συντροφικότητας και όχι κατωτερότητας στην

ευημερία, κατ'αρχήν αυτής της ίδιας της οικογένειας και κατ'επέκταση του τόπου της, του χώρου που ορίζει μαζί με άλλους κατοίκους. Ο αγροτουρισμός, πέρα από φιλοσοφία, πέρα από μέσο πολιτικής συνιστά στην άμυνα, συνιστά την ασπίδα απέναντι στην όποια ξενόφερτη εισβολή, συνιστά σε τελική ανάλυση το μέσο για τη διατήρηση της ελληνικότητας του χώρου μας, τη μοναδικότητα του τοπίου μας, της επιβιώσής μας σαν λαός, σαν έθνος. Και η γυναίκα στον αγώνα αυτό έχει ρόλο πρωταρχικό και καθοριστικό ταυτόχρονα» (Παπακωνσταντινίδης, 1993).

5.2 Ο ρόλος της γυναίκας αγρότισσας στην σημερινή κοινωνία

« Σημαντική υπήρξε η αρχική πρωτοβουλία και κατόπιν υποστήριξη της Γενικής Γραμματείας Ισότητας για τον προσανατολισμό των γυναικών της υπαίθρου προς την ενασχόλησή τους με εξωγεωργικές δραστηριότητες, με κύρια αυτή της ενασχόλησης στον αγροτουρισμό, οι οποίες εκδηλώνονται είτε με την συμμετοχή τους σε γυναικείους συνεταιρισμούς είτε σε ατομικές επιχειρήσεις. Η Γενική Γραμματεία Ισότητας έδωσε μεγαλύτερη βαρύτητα στην δραστηριοποίηση των γυναικών μέσα στα πλαίσια γυναικείων συνεταιρισμών και όχι ιδιωτικών πρωτοβουλιών και επιχειρήσεων και αυτό γιατί είχε επίγνωση της κοινωνικής κατάστασης και των συνθηκών που επικρατούσαν στην ελληνική ύπαιθρο και χώρα. Οι γυναίκες της υπαίθρου δίσταζαν να αναλάβουν οποιαδήποτε πρωτοβουλία επαγγελματικής δραστηριοποίησης πέρα από τα γνωστά και καθιερωμένα όρια της αγροτικής κοινωνίας, αφού στην καθημερινότητά τους είχαν να αντιμετωπίσουν την κοινωνική κριτική και δυσπιστία από το οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον. Το γεγονός αυτό ώθησε την Γενική Γραμματεία Ισότητας στην προτροπή των γυναικών της υπαίθρου προς την δραστηριοποίηση τους στον αγροτουρισμό μέσω των συνεταιρισμών, όπου τα μέλη, ενωμένα και συσπειρωμένα γύρω από έναν κοινό στόχο και σκοπό, μπορούν να επιτύχουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, περισσότερο από ότι θα συνέβαινε στις περιπτώσεις των ατομικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Η Γενική Γραμματεία Ισότητας δεν αρκέστηκε μόνο στην αρχική ώθηση των γυναικών της υπαίθρου προς τη δραστηριοποίηση τους σε αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, αλλά συνέβαλε σημαντικά στην ίδρυση και εξάπλωση των γυναικείων αυτών συνεταιρισμών, παρέχοντας την δυνατότητα

νομικής ενημέρωσης των γυναικών μελών, αλλά και κατά την λειτουργία τους, συμμετείχε στη διαμόρφωση προγραμμάτων, επαγγελματικής κατάρτισης, επιμόρφωσης και επιδότησης αυτών, σε συνεργασία με τοπικούς φορείς, όπως το Υπουργείο Εργασίας, την ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ, τον Ο.Α.Ε.Δ, κ.α. Σύμφωνα με την Γενική Γραμματεία Ισότητας, η ιδεολογική αφετηρία των συνεταιρισμών αυτών σχετίζεται κυρίως με την αντιμετώπισή τους ως μοχλών αλλαγής της θέσης των γυναικών στις αγροτικές περιοχές και ως χώρων συλλογικής δράσης των γυναικών, και λιγότερο ως αγροτουριστικών επιχειρήσεων με συνεταιριστική μορφή που λειτουργούν σε μια χώρα καθαρά μαζικού και οργανωμένου τουρισμού. Βασικός στόχος της Γενικής Γραμματείας Ισότητας με την στήριξη των συνεταιρισμών αυτών είναι η προσπάθεια διασφάλισης μιας οικονομικής αυτοτέλειας και ανεξαρτησίας για την γυναίκα της υπαίθρου, σαν πρώτο βήμα που ανοίγει τον δρόμο της μετέπειτα κοινωνικής της απελευθέρωσης. Σταδιακά λοιπόν άρχισε να αλλάζει η ίδια η θέση των γυναικών της υπαίθρου μέσα στην οικογένεια και την τοπική κοινωνία, οι γυναίκες μέλη των συνεταιρισμών άρχισαν να αποκτούν όλο και μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και ικανοποίηση για τις υπηρεσίες που προσφέρουν, αισθάνονται ικανές και για άλλες εργασίες, έξω από τα στενά πλαίσια της οικογενειακής επιχείρησης και εκμετάλλευσης, ο ρόλος τους διευρύνεται και αναπτύσσουν επιχειρηματικότητα, αποκτούν μεγαλύτερη οικονομική ανεξαρτησία και κοινωνική καταξίωση. Πέρα από την υποστήριξη αυτή της Γενικής Γραμματείας Ισότητας, τα τελευταία χρόνια ο ρόλος των γυναικών της υπαίθρου τυχαίνει υποστήριξης και αναγνώρισης γενικότερα σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο. Η υποστήριξη αυτή εντάσσεται στα πλαίσια του εκσυγχρονισμού της γεωργικής παραγωγής και της ενδογενούς ανάπτυξης που αποτελεί βασικό στοιχείο της πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των επιμέρους πολιτικών και κρατών μελών. Ενδογενής ανάπτυξη, ετερογένεια, διαφοροποίηση δραστηριοτήτων γεωργικής εκμετάλλευσης και εναλλακτικές μορφές γεωργίας αποτελούν βασικά στοιχεία της σύγχρονης αγροτικής πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της χώρας μέλος Κοινότητας. Η έννοια της ενδογενούς ανάπτυξης περιλαμβάνει πρωτοβουλίες που αντιπαλεύουν τις δυνάμεις της περιθωριοποίησης περιοχών και ομάδων πληθυσμών. Οι γυναίκες της υπαίθρου συνδυάζουν απόλυτα τα στοιχεία αυτά καθώς αποτελούν μέλη κοινωνιών και περιοχών που κινδυνεύουν από την πληθυσμιακή εγκατάλειψη και ερήμωση και παράλληλα είναι τα αφανή πρόσωπα του οικογενειακού και κοινωνικού περιβάλλοντος, τα οποία δραστηριοποιούνται στην οικογένεια και στην γεωργική εκμετάλλευσή της, χωρίς όμως η

δραστηριοποίηση αυτή να αναγνωρίζεται από το ίδιο το οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο ανήκουν, τουλάχιστον όσο τους αναλογεί. Παράλληλα με την ενδογενή ανάπτυξη προωθούνται πρωτοβουλίες που κινητοποιούν και αναδεικνύουν τις τοπικές πηγές πλούτου, όπως η διατήρηση, αξιοποίηση και ανάδειξη της πολιτισμικής κληρονομιάς κάθε τόπου και που υποστηρίζουν την ετερογένεια των αγροτικών περιοχών στις οποίες ανήκουν. Οι γυναίκες από την φύση τους έχουν εκείνες τις ιδιαίτερες ικανότητες να υποστηρίξουν τέτοιες πρωτοβουλίες αφού θεωρούνται φορείς της αυθεντικότητας και συνεπώς βρίσκονται πιο κοντά στην φύση και τις τοπικές παραδόσεις και οι οποίες εντέλει τις καθιστούν θεματοφύλακες της παράδοσης της χώρας. Στα πλαίσια της ενδογενούς ανάπτυξης λοιπόν οι κοινοτικοί και εθνικοί φορείς τα τελευταία χρόνια προωθούν την απασχόληση και δραστηριοποίηση των γυναικών της υπαίθρου, δημιουργούν τις βάσεις για την ανάπτυξη νέων μορφών απασχόλησης, σε πεδία που “επαγγελματοποιούν” τώρα πια, πρώην άτυπες μορφές απασχόλησης των γυναικών της υπαίθρου, αναδεικνύουν νέους ρόλους με την ανάληψη πρωτοβουλιών από μέρους των γυναικών μέσα αλλά κυρίως παράπλευρα με την αγροτική εργασία. Όλα τα παραπάνω βρήκαν την έκφρασή τους στον αγροτουρισμό. Ο χαρακτήρας του αγροτουρισμού και οι δραστηριότητες τις οποίες εμπεριέχει τον καθιστά ιδιαίτερα προσιτό στις γυναίκες της υπαίθρου, οι οποίες βλέπουν σε αυτόν μια νέα ευκαιρία απασχόλησης αλλά και την δυνατότητα βελτίωσης και αναγνώρισης του ρόλου και της θέσης τους στην αγροτική κοινωνία. Η ίδια η φύση της γυναίκας ταιριάζει με την λειτουργία αυτού του είδους δραστηριοποίησης, αφού τα βασικά χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού όπως η φιλοξενία, η ευαισθησία, η φροντίδα, η καθαριότητα, η επικοινωνία, η αυθεντικότητα έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο γυναικείο πνεύμα και χαρακτήρα. Η γυναίκα είναι κατεξοχήν πολυδραστήριο άτομο που συνδυάζει πολλές ενασχολήσεις μέσα στο ίδιο το νοικοκυριό και που αυτές οι ενασχολήσεις αποτελούν τα κύρια χαρακτηριστικά επιτυχίας δραστηριοποίησης στον αγροτουρισμό. Ο αγροτουρισμός δίνει την δυνατότητα απόδρασης των γυναικών της υπαίθρου από τον αθέατο και ανώνυμο χώρο του νοικοκυριού και της αφανούς απασχόλησης στην αγροτική οικογενειακή εκμετάλλευση και παράλληλα ενδυνάμωσης της ενδογενούς ανάπτυξης της χώρας, η οποία συντελεί στην γενικότερη οικονομική και κοινωνική αναπτυξής της. Τις τελευταίες δύο δεκαετίες σημειώνεται η δημιουργία μιας νέας ταυτότητας των γυναικών της υπαίθρου, οι οποίες με τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες τις οποίες αναλαμβάνουν κάνουν περισσότερο ορατή και αισθητή την παρουσία

τους στο οικογενειακό, αγροτικό και κοινωνικό τους περιβάλλον. Οι γυναίκες της υπαίθρου δεν βρίσκονται πλέον υπό την σκιά των ανδρών αρχηγών των αγροτικών εκμεταλλεύσεων. Προβαίνουν οι ίδιες σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που ορίζουν τη νέα και ορατή πια επαγγελματική τους ταυτότητα, κάνουν διαρκή και ισχυρή την παρουσία τους στον αγροτικό χώρο και αποκαλύπτουν την συμβολή τους στην επιβίωση του αγροτικού νοικοκυριού. Η ανάπτυξη αυτή επιχειρηματικών πρωτοβουλιών αφορά κυρίως στον αγροτουρισμό και στις συναφείς με αυτόν δραστηριότητες, με σημαντικότερη την βιοτεχνική και οικοτεχνική παραγωγή και εμπορία ειδών που προέρχονται από την μεταποίηση προϊόντων της γεωργικής εκμετάλλευσης, την κατασκευή και εμπορία προϊόντων της πολιτισμικής κληρονομιάς και την παραγωγή και εμπορία προϊόντων εναλλακτικών μορφών γεωργίας. Η ανάπτυξη αυτή των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από τις γυναίκες της υπαίθρου αποτελεί ανερχόμενο φαινόμενο της ευρωπαϊκής αλλά και ελληνικής υπαίθρου, και αυτό οφείλεται όπως προαναφέρθηκε στην πολιτική που προωθεί η ίδια ευρωπαϊκή κοινότητα για την ενδογενή ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό της αγροτικής πολιτικής. Ήδη έχουν αρχίσει να διαφαίνονται τα οφέλη στις ίδιες τις γυναίκες αλλά και στο οικογενειακό και κοινωνικό τους περιβάλλον. Τα οφέλη αυτά είναι ακόμη πιο ορατά στις περιπτώσεις της δραστηριοποίησης των γυναικών της υπαίθρου μέσα από συλλογικές μορφές και οργανώσεις, όπως είναι οι συνεταιρισμοί» (Λουβέρδη, 2006). Σύμφωνα με την Ζάβαλη : « Πέρα από την καθαρά γεωργική παραγωγή, η ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών παραγεωργικού χαρακτήρα ή και εξώγεωργικού χαρακτήρα από τη γυναίκα αγρότισσα, αποτελεί σχετικά πρόσφατη εξέλιξη στην αγροτική οικονομία της ελληνικής υπαίθρου. Η ανάληψη παρόμοιων οικονομικών πρωτοβουλιών γίνεται αντιληπτή και εξελίσσεται παράλληλα με τις ευρύτερες διαρθρωτικές αλλαγές που συνοδεύουν τον αγροτικό χώρο. Οι γυναικείες αυτές επιχειρηματικές δραστηριότητες, εκδηλώνονται σταδιακά στη διάρκεια αυτής της πορείας και διάσπαρτα στο χώρο, ανάλογα με τις τοπικές αναπτυξιακές δυναμικές που υπάρχουν. Πρόκειται για αυτόνομες προσπάθειες κατά τα αρχικά στάδια τουλάχιστον, που αποτελούν κυρίως το αποτέλεσμα ατομικών και οικογενειακών πρωτοβουλιών και αναζητήσεων εκ μέρους των γυναικών, στο πλαίσιο της πληρέστερης ένταξής τους στις πολιτικές απασχόλησης» (Γιδαράκου, κ.α. 2005). «Η στροφή από την συμβατική γεωργία στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο, ήταν αναγκαία εξαιτίας της χαμηλής κατά κεφαλήν εισοδημάτων, καθώς και της διαρκώς φθίνουσας γεωργικής πορείας. Έτσι, η

επιχειρηματικότητα αναδεικνύεται ως ένα ιδιαίτερο εργαλείο για την επιτάχυνση και την ενίσχυση της ανάπτυξης. Η ύπαιθρος δεν περιορίζεται δηλαδή, αποκλειστικά σε γεωργικές ασχολίες και χρήσεις γής αλλά, αποτελεί ένα πρόσφορο πεδίο για την ανάπτυξη διαφοροποιημένων και εναλλακτικών δραστηριοτήτων. Σε ότι αφορά την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο, έχει αποδειχθεί ότι οι κυριότεροι παράγοντες συμβολής είναι οι νέοι, ο ρόλος των ανθρώπων που μετεγκαθίστανται στην ύπαιθρο, καθώς και η παρουσία ικανών ατόμων-καθοδηγητών (leaders). Ωστόσο, η προσφορά εν δυνάμει επιχειρηματιών, σε καμιά περίπτωση δεν είναι εγγυημένη διότι τέτοια άτομα που λογικά θα ήταν αναμενόμενο να ανταποκρίνονται στις ευκαιρίες, τείνουν να εί ναι οι πρώτοι που θα μεταναστεύσουν στις αστικές περιοχές» (Καλανταρίδης 2004). « Η εκδήλωση όμως της γυναικείας επιχειρηματικότητας στον αγροτικό χώρο, αντιμετωπίζει σημαντικά συμβολικά και κοινωνικά εμπόδια τα οποία απορρέουν από τις υπάρχουσες αδυναμίες του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Στη συνέχεια αναφέρονται μερικά από αυτά :

- Ο συντηρητισμός των οικογενειακών αντιλήψεων
- Οι υποστηρικτικοί κοινωνικοί μηχανισμοί για τις οικογενειακές υποχρεώσεις είναι ελλειπείς και απουσιάζουν
- Η ανεπαρκής για τις γυναίκες πρόσβαση στην πληροφόρηση και τους συμβουλευτικούς μηχανισμούς σχετικά με τις ευκαιρίες που μπορούν να αξιοποιήσουν, καθώς και τους χρηματοδοτικούς μηχανισμούς
- Η αγορά στις αγροτικές περιοχές είναι πολύ περιορισμένη
- Οι θεσμοί της κοινωνικής οικονομίας είτε δεν είναι ανεπτυγμένοι, είτε απουσιάζουν τελείως από τον αγροτικό χώρο
- Η ανάπτυξη επιχείρησης έξω από τα όρια περιοχής είναι δύσκολη, λόγω απουσίας- στις περισσότερες περιπτώσεις- μεταφορικού μέσου, αλλά και του συνδυασμού οικογενειακών και εργασιακών υποχρεώσεων

Από τις ελάχιστες έρευνες που υπάρχουν σχετικά με την γυναικεία επιχειρηματικότητα στον αγροτικό χώρο, προκύπτει ότι αυτή είναι πίο ανεπτυγμένη εκεί που υπάρχει η δυνατότητα

ανάπτυξης μικρών επιχειρήσεων (Γιδάρáκου 2006) σε ότι αφορά το προφίλ των γυναικών, πρόκειται κυρίως για γυναίκες μέσης ηλικίας (30-45 ετών) και με χαμηλό γενικά μέσο όρο εκπαίδευσης που δεν υπερβαίνει αυτό της υποχρεωτικής εκπαίδευσης για την πλειονότητα των γυναικών. Στη συντριπτική τους πλειονότητα, είναι παντρεμένες και κατά κανόνα η επιμέλεια των παιδιών προηγείται της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Είναι ακόμα αρκετά ανασφαλείς και διστακτικές στην ανάληψη ρίσκου, αποφεύγοντας να επενδύουν υψηλά ποσά. Για το λόγο αυτό, η πλειονότητα των επιχειρήσεων δεν είναι δυναμικές και σημειώνουν χαμηλά κέρδη (Γιδάρáκου 2006). Πρόκειται ακόμη για επιχειρήσεις, οι οποίες συνήθως βρίσκονται πολύ κοντά στον τόπο κατοικίας των γυναικών, κάτι που επιβεβαιώνει το ότι η γυναίκα επιχειρηματίας διεκπεραιώνει τον ρόλο της παράλληλα με εκείνου της μητέρας και της νοικοκυράς. Πρόκειται για μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, αυτοαπασχολούμενων κυρίως γυναικών ή στην καλύτερη περίπτωση για επιχειρήσεις απασχόλησης ενός πολύ μικρού αριθμού ατόμων. Ένα μεγάλο ποσοστό αποτελούν οι επιχειρήσεις μικρής ηλικίας (κάτω των 5 ετών), γεγονός που επιβεβαιώνει την προσφυγή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια τόσο λόγω του προβλήματος της ανεργίας, όσο λόγω της εφαρμογής των ευρωπαϊκών προγραμμάτων. Τις δύο τουλάχιστον δεκαετίες, δέσμες μέτρων και κινήτρων των σχετικών πολιτικών της Ε.Ε. στοχεύουν στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας των γυναικών της υπαίθρου. Δεδομένου του παραγωγικού χαρακτήρα της πολυαπασχόλησης των αγροτικών νοικοκυριών, της ποικιλομορφίας του φυσικού τοπίου και της ελληνικής ενδοχώρας, των περιορισμένων θέσεων εργασίας στην ελληνική ύπαιθρο, αλλά και της ευαισθητοποίησης που υπάρχει σε θέματα περιβάλλοντος και διατροφής, ο αγροτουρισμός, τα είδη λαϊκής τέχνης και η οικοτεχνία αποτέλεσαν τους πύο συνηθισμένους τομείς για την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών» (Ζάβαλη,2007). « Από τις πρώτες εφαρμογές, η συνεργασία Γραμματείας Ισότητας με ΕΚΛΕΠΑ, Αγροτική και άλλους φορείς δίνει το μοντέλο της Πέτρας του νομού Λέσβου σαν την πρώτη και την πύο επιτυχημένη μορφή αγροτουρισμού στη χώρα, για να ακολουθήσει Πυργί Χίου, Αράχωβα, Πρέσπες, Αμπελάκια κ.α. Σε όλα αυτά τα σχήματα πρωτοστατεί η γυναίκα. Η γυναίκα του χωριού, έχοντας να αντιμετωπίσει την όποια προκατάληψη βγαίνει θαρρετά μπροστά, ξεδιπλώνοντας ικανότητες και δεξιότητες όχι μόνο σε «γυναικείες» ενασχολήσεις αλλά και σε καθαρά άλλες, τις λεγόμενες «ανδρικές». Αναδειχεται σε επιχειρηματία. Με το συνεναιτικό πνεύμα που τη διακρίνει προσαρμόζεται στις νέες συνθήκες, ξέρει να συνεργάζεται,

ξέρει να αγωνίζεται για την υλοποίηση κοινών στόχων και επιδιώξεων, ξέρει να πετυχαίνει. Σήμερα μπορεί να διαπραγματεύεται, εκτός από το να μαγειρεύει, ξέρει να κλείνει συμφέρουσες συμφωνίες, εκτός από το να φροντίζει το νοικοκυριό της. Ο συνεταιρισμός στην Πέτρα αναδειχεται σε μοχλό ανάπτυξης της περιοχής. Το ίδιο και ο γυναικείος συνεταιρισμός στο Πυργί. Οι πρώτες 47 γυναίκες στην Πέτρα πάλεψαν γερά για να φτάσουν σε οικονομικά αποτελέσματα που προκαλούν θαυμασμό. Η γυναίκα μέλος του γυναικείου αγροτουριστικού συνεταιρισμού Πέτρας-Μυτιλήνης πραγματοποιεί σήμερα ετήσιο εισόδημα, εργαζόμενη 100 περίπου μέρες, τρεις και τέσσερις φορές μεγαλύτερο από εκείνο που ο σύζυγός της πραγματοποιεί από τη γεωργία» (Παπακωνσταντινίδης, 1993). « Άν και σήμερα οι εργασίες είναι δυνατόν να γίνουν από το κάθε άτομο, ανεξάρτητα από το φύλο που ανήκουν, χωρίς τις παραδοσιακές ταμπέλες σε «ανδρικές» και «γυναικείες», θα έλεγε κανείς ότι στο συγκεκριμένο πεδίο δραστηριότητας, η γυναικεία φύση προσιδιάζει καλύτερα. Εκείνο όμως που λίγα χρόνια νωρίτερα φαινόταν αδιανόητο ήταν το καθαρά επιχειρησιακό-επιχειρηματικό μέρος της λειτουργίας του προγράμματος. Εδώ και η κάθε επιφύλαξη που μπορεί να υπήρχε διαψεύστηκε. Η γυναίκα του χωριού της μικρής κοινότητας έδειξε στην πράξη ικανότητες επιχειρηματικής φύσης που θα ζήλευαν φτασμένοι businessman (επιχειρηματίες), ικανότητες που προφανώς βρίσκονταν σε λανθάνουσα κατάσταση και ίσως να μην εκδηλωνόνταν αν δεν υπήρχε το κατάλληλο ερέθισμα : Η αγροτουριστική λειτουργία. Η έμφυτη τάση της «νοικοκυροσύνης» εξωτερικεύτηκε πάνω στην λειτουργία του προγράμματος, παρά τα οποία προβλήματα προσέγγισης αρχικά, που ήταν κάτι το φυσικό και αναμενόμενο. Το κυριότερο ίσως στοιχείο εδώ είναι ότι έμαθαν να συνεργάζονται κατά τέτοιο τρόπο ώστε η δραστηριότητα της μίας να συμπληρώνει εκείνη της άλλης. Και κάτι ακόμα : Αναδείχθηκαν ορισμένες σε ηγετικές φυσιογνωμίες στους τόπους τους και με την πίστη τους στο πρόγραμμα παρεκίνησαν και άλλες που δίσταζαν στη αρχή. Δημιουργήθηκε αίσθημα εμπιστοσύνης και αλληλοκατανόησης μέσα από το δέσιμο πάνω σε ενα κοινό σκοπό : να πετύχουν αυτό που ξεκίνησαν» (Παπακωνσταντινίδης,1993). «Η γυναίκα της υπαίθρου και μάλιστα η γυναίκα στο συνεταιρισμό μπορεί κάτω από μια παρακολούθηση στο αρχικό στάδιο και επιμόρφωση σωστή και υπεύθυνη να αναδειχθεί σε επιχειρηματική φυσιογνωμία εξωτερικεύοντας κάποιες απο τις ικανότητές της που βρίσκονταν ενδεχόμενα σε λανθάνουσα κατάσταση. Θα μπορούσε κανείς, σε αυτές τις λίγες γραμμές να συνοψίσει τη λογική, τη φιλοσοφία αλλά και τις τάσεις που διαμορφώνονται αργά

αλλά και σταθερά, σε σχέση με τη θέση της γυναίκας της υπαίθρου μέσα σε ένα ευρύτερο και διαρκώς μεταβαλλόμενο ευρωπαϊκό γίγνεσθαι. Η γυναίκα της υπαίθρου με τον δυναμισμό που τη διακρίνει μπορεί να προσφέρει κάτι το διαφορετικό από εκείνο που παραδοσιακά πρόσφερε μέσα στη μικρή κοινωνία. Δεν είναι υπερβολή να υποστηρίζεται ότι ο αγροτουρισμός ως συμπληρωματική δραστηριότητα (σε σχέση με τη γεωργία) αλλά και ως μέσο ενεργοποίησης του ενδογενούς δυναμικού ενός τόπου θα αποτελέσει την κυρίαρχη μορφή τουριστικής δραστηριότητας στην Ευρώπη του '92 και ύστερα, ούτε το ότι η γυναίκα της υπαίθρου θα πρωτοστατήσει στη δραστηριότητα αυτή, αναπτύσσοντας ικανότητες επιχειρηματικής φύσης, σε βαθμό που ούτε καν η ίδια θα μπορούσε να πιστέψει ότι διαθέτει σήμερα σε λανθάνουσα κατάσταση. Οι δύο αυτές εκτιμήσεις δεν αποτελούν παρά το σύνολο μιας συλλογιστικής διαδικασίας, που αφετηρία της έχει τις πρώτες τεκμηριωμένες διαπιστώσεις :α) ενός νέου πρότυπου διακοπών που φαίνεται να κυριαρχεί στη σύγχρονη αντίληψη για ξεκούραση β) στη σύγχρονη τάση της καθαρά ευρωπαϊκής πολιτικής που επιδιώκει πλέον συνειδητά την επιστροφή του πληθυσμού στην ύπαιθρο μετά την διαπιστωμένη συγκέντρωση στους αστικούς χώρους γ) των πρώτων για την Ελλάδα επιτυχημένων λειτουργικών ολοκληρωμένων αγροτουριστικών προγραμμάτων, που κινήθηκαν και πέτυχαν ακριβώς επειδή η έντονη γυναικεία παρουσία επέτρεψε αυτή τη πορεία» (Παπακωνσταντινίδης, 1993).

5.3 Συμβολή συνεταιρισμών στα μέλη τους και στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού

Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των συνεταιρισμών, ως συλλογικές μορφές δραστηριοποίησης στον αγροτουρισμό, αναδεικνύουν και την συμβολή τους στα μέλη τους αλλά και στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού γενικότερα. Τα σημαντικότερα από τα χαρακτηριστικά αυτά γνωρίσματα παρουσιάζονται σύμφωνα με την Λουβέρδη ακολούθως :

- Καλύτερη οργάνωση σε επιχειρηματική βάση

Οι συνεταιρισμοί επιτυγχάνουν λόγω του μεγαλύτερου μεγέθους της επιχείρησης που αποτελούν, είτε αυτό αφορά σε επίπεδο φιλοξενίας, είτε εστίασης, είτε παραγωγής και προώθησης τοπικών και παραδοσιακών προϊόντων, καλύτερη οργάνωση σε επιχειρηματική

βάση, από αυτή που θα μπορούσε να επιτύχει κάθε μέλος δραστηριοποιούμενο ως ανεξάρτητος επιχειρηματίας. Αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι μέσα από τη συλλογική προσπάθεια, τα μέλη των συνεταιρισμών αποκτούν ισχυρότερη διαπραγματευτική δύναμη και έτσι μπορούν να πετύχουν καλύτερους όρους πώλησης των υπηρεσιών τους κατά τις συναλλαγές είτε άμεσα με τους ίδιους τους αγροτουρίστες καταναλωτές, είτε έμμεσα, με τις επιχειρήσεις ή φορείς που συνεργάζονται για την προώθηση των αγροτουριστικών προϊόντων των μελών τους. Επίσης, οι συνεταιρισμοί επιτυγχάνουν μεγαλύτερες οικονομίες μεγέθους, δηλαδή μείωση του ανά μονάδα συνολικού κόστους παραγωγής των υπηρεσιών αγροτουριστικού χαρακτήρα, αφού η ποσότητα των υπηρεσιών που παράγεται, αυξάνεται. Αυτό σημαίνει ότι όταν ο ίδιος ο συνεταιρισμός αναλαμβάνει τη διανομή των υπηρεσιών αγροτουριστικού χαρακτήρα που προσφέρουν τα μέλη του συνεταιρισμού, μειώνεται το ανά μονάδα κόστος διανομής, άρα και το ανά μονάδα συνολικό κόστος παραγωγής υπηρεσιών.

- Καλύτερο καταμερισμό εργασίας και αξιοποίηση των δεξιοτήτων

Οι συνεταιρισμοί οργανωμένοι όπως είναι σε επιχειρηματική βάση, μπορούν να επιτύχουν καλύτερο καταμερισμό της εργασίας αλλά και αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των δεξιοτήτων των μελών τους. Οι συνεταιρισμοί έχουν την δυνατότητα να ξεχωρίσουν τις δυνατότητες προσφοράς κάθε μέλους και να το αξιοποιήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Έτσι, σε περιπτώσεις όπου π.χ. κάποιο μέλος δεν έχει τις απαιτούμενες γνώσεις για την πώληση των προϊόντων του συνεταιρισμού αντικαθιστάται από κάποιο άλλο μέλος, έως ότου εκπαιδευτεί και καταρτισθεί από τον ίδιο τον συνεταιρισμό. Το ίδιο μέλος όμως μπορεί να έχει ιδιαίτερη ικανότητα την τυποποίηση και την καλλιτεχνική επιμέλεια των προϊόντων του συνεταιρισμού. Η αποτελεσματική αξιοποίηση των δεξιοτήτων των μελών αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξη του ίδιου του αγροτουριστικού συνεταιρισμού, αλλά και την ανάπτυξη γενικότερα της υπαίθρου στην οποία δραστηριοποιείται.

- Ευκολότερη δημιουργία παρασκευής ενός αγροτουριστικού πακέτου

Οι συνεταιρισμοί, όπως έχει ήδη αναφερθεί, έχουν την δυνατότητα να δραστηριοποιηθούν όχι αποκλειστικά και μόνο σε μια από τις αναφερόμενες υπηρεσίες του αγροτουριστικού προϊόντος (στην παροχή καταλύματος, ή στην πώληση τοπικών προϊόντων, ή στην παροχή εστίασης, κ.α.),

αλλά και στο σύνολο αυτών, δημιουργώντας έτσι ένα ολοκληρωμένο αγροτουριστικό πακέτο υπηρεσιών που προσφέρονται στον αγροτουρίστα. Το πακέτο αυτό μπορεί να περιλαμβάνει και την ανάδειξη των πολιτιστικών και των φυσιολατρικών στοιχείων της κάθε περιοχής, με αποτέλεσμα την προσέλκυση του ενδιαφέροντος εκ μέρους των αγροτουριστών ακόμη περισσότερο. Η ευκολία αυτή που έχουν οι συνεταιρισμοί στη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου πακέτου δημιουργείται από τα ίδια τα μέλη του, τα οποία μπορούν να προσφέρουν κάθε ένα ξεχωριστά τις δικές τους υπηρεσίες. Η δημιουργία ενός αγροτουριστικού πακέτου από έναν επιχειρηματία ανεξάρτητο, από την άλλη πλευρά, αποτελεί δύσκολο εγχείρημα, γιατί προϋποθέτει την ύπαρξη οικονομικής και επιχειρηματικής βάσης καλά υποστηριγμένης και οργανωμένης.

- Αποτελεσματικότερη διαφήμιση

Η διαδικασία προώθησης των υπηρεσιών και των προϊόντων των μελών του συνεταιρισμού θεωρείται μία από τις σημαντικότερες συνιστώσες στην επιτυχή πορεία και ανάπτυξη του κάθε συνεταιρισμού. Η διαδικασία διαφήμισης, όποια μορφή και αν έχει, είτε έντυπο υλικό, είτε διαφήμιση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, είτε στο διαδίκτυο, κ.α., είναι σημαντικά δαπανηρή, και πολλές φορές απαγορευτική σε κάποιον επιχειρηματία μεμονωμένο, ιδιαίτερα δε στην περίπτωση των γυναικών αγροτισσών, οι οποίες προστρέχουν στον αγροτουρισμό προκειμένου να έχουν κάποιο συμπληρωματικό εισόδημα και δεν έχουν την δυνατότητα να επενδύουν μεγάλα ποσά για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής του δράσης. Οι συνεταιρισμοί, από την άλλη πλευρά, έχουν την δυνατότητα χρήσης των οφελών που προσφέρει η διαφημιστική καμπάνια, δεδομένου ότι έχουν καλύτερη οικονομική δυνατότητα που τους παρέχεται από την οικονομική συμβολή όλων των μελών και επιπλέον διαπραγματευτική ικανότητα που τους επιτρέπει να κλείνουν συμφωνίες με σίγουρα αποτελέσματα για τους ίδιους και τα μέλη τους.

- Αρμονική συνεργασία με τοπικούς φορείς

Οι συνεταιρισμοί έχουν την δυνατότητα, όπως προαναφέρθηκε, της συνεργασίας με τοπικούς φορείς, την τοπική αυτοδιοίκηση της περιοχής τους, άλλους Αγροτικούς Συνεταιρισμούς και τους Αγροτικούς Συλλόγους με αποτέλεσμα να δημιουργούν συνθήκες θετικές για την αποτελεσματική λειτουργία τους. Όλοι οι παραπάνω φορείς αποτελούν σημαντικούς παράγοντες κάθε τύπου, και όταν επικρατούν συνθήκες συνεργασίας, αλληλεγγύης και ένωσης, τότε τα αποτελέσματα μπορούν να είναι ευεργετικά και για τους ίδιους αλλά και για το αγροτουριστικό προϊόν και τον αγροτουρισμό γενικότερα.

- Εξαπόλυση του εξοντωτικού ανταγωνισμού της περιοχής

Οι μεμονομένες δράσεις των επιχειρηματιών σε περιοχές όπου η προσφορά είναι περιορισμένη σε τοπικό, δημοτικό ή κοινοτικό επίπεδο, πολλές φορές ωθεί τους επιχειρηματίες σε ακραίο ανταγωνισμό τόσο σε επίπεδο οικονομικό, όπως είναι το σπάσιμο των τιμών, όσο και σε κοινωνικό επίπεδο, όπως η διασάλευση των διαπροσωπικών σχέσεων μεταξύ των επιχειρηματιών, προκειμένου η κάθε πλευρά να επιτύχει την προώθηση και πώληση των προϊόντων της. Στην περίπτωση αυτή, οι συνεταιρισμοί δείχνουν ακόμη μια φορά την ευεργετική τους συνεισφορά, δεδομένου ότι δεν επιτρέπουν να δημιουργούνται τέτοιου είδους φαινόμενα εξοντωτικού ανταγωνισμού, προστατεύοντας την ίδια στιγμή τα ίδια τα μέλη τους και διατηρώντας την οικονομία γενικότερα της περιοχής στην οποία δραστηριοποιούνται.

- Αποτελεσματικότερη επενδυτική αξιοποίηση

Οι συνεταιρισμοί έχουν την δυνατότητα να κάνουν μεγαλύτερη και εποικοδομητικότερη χρήση των χρηματοδοτήσεων και επενδυτικών προγραμμάτων που προέρχονται από τοπικούς, εθνικούς και κοινοτικούς πόρους, από ότι κάνουν οι απλοί επιχειρηματίες, και αυτό οφείλεται κυρίως στην οργάνωση που διαθέτουν αλλά και την διαρκή ενημέρωση και πληροφόρηση πάνω σε αυτά τα θέματα. Για έναν απλό επιχειρηματία, και ιδιαίτερα στην περίπτωση των γυναικών αγροτισσών, τόσο η ενημέρωση όσο και η ανάληψη πρωτοβουλίας για την απόκτηση χρηματοδότησης προς όφελος ενός ορισμένου σκοπού φαίνεται και πολλές φορές είναι

εγχείρημα δύσκολο λόγω της γραφειοκρατίας που συνήθως επικρατεί. Έτσι, οι συνεταιρισμοί, λαμβάνοντας επιχορηγήσεις και χρηματοδοτήσεις από τους υπεύθυνους φορείς κάθε φορά, μπορούν να επενδύουν αποτελεσματικά στην βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών (όπως βελτίωση εξοπλισμού καταλυμάτων, εστιατορίων, αγορά τεχνικού εξοπλισμού κ.α.)

- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας

Οι συνεταιρισμοί στα πλαίσια των δραστηριοτήτων τους δίνουν την δυνατότητα όχι μόνο στα μέλη τους αλλά και σε άλλα άτομα της τοπικής τους κοινωνίας να έχουν μία επαγγελματική ενασχόληση. Αυτό αποτελεί σημαντικό ευεργέτημα των συνεταιρισμών, αφού όπως έχει ήδη αναφερθεί, η δημιουργία θέσεων εργασίας και η συμπληρωματικότητα του οικογενειακού εισοδήματος υπήρξαν οι πρώτοι λόγοι που ώθησαν την αγροτική κοινωνία στην αγροτική πολυδραστηριότητα και συγκεκριμένα στον αγροτουρισμό, αλλά και τους ίδιους τους υπεύθυνους φορείς, στην υποστήριξη και ανάπτυξή του. Με τον τρόπο αυτό, ενδυναμώνεται η ισχύς των συνεταιρισμών στην τοπική και όχι μόνο αγορά, με αποτέλεσμα την ισχυροποίηση του αγροτουριστικού προϊόντος που προσφέρουν, την δυνατότητα βελτίωσης και περαιτέρω ανάπτυξής του καθώς και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που επιφέρει η συνεχής αυτή ανάπτυξή του. Στο σημείο αυτό της δημιουργίας θέσεων εργασίας αξίζει να αναφερθεί η ώθηση που δίνεται από τους συνεταιρισμούς στην ανάδειξη και αξιοποίηση των παραδοσιακών επαγγελμάτων, όπως αυτό της υφαντικής, της κεραμικής, του αργαλειού, ακι ο σημαντικός ρόλος της γυναίκας στην εξάσκηση των επαγγελμάτων αυτών, τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της πολιτισμικής μας κληρονομιάς και τα οποία εμπλουτίζουν το αγροτουριστικό προϊόν του κάθε τόπου και της χώρας γενικότερα.

- Βελτίωση της αυτοπεποίθησης και κοινωνική αναβάθμιση των γυναικών της υπαίθρου

Το σημαντικότερο πιθανότατα ευεργέτημα που προσφέρουν οι συνεταιρισμοί στην τοπική κοινωνία που δραστηριοποιούνται είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας στις γυναίκες της υπαίθρου, η οποία μεταφράζεται στην βελτίωση των όρων διαβίωσης των ίδιων και των οικογενειών τους, αλλά πρωτίστως στην βελτίωση της αυτοπεποίθησης και της κοινωνικής αναβάθμισής τους. Αυτός άλλωστε υπήρξε ο κύριος λόγος ίδρυσης των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών από την Γενική Γραμματεία Ισότητας. Η βελτίωση της

αυτοπεποίθησης της γυναίκας της υπαίθρου προέρχεται είτε από την ίδια την προσφορά των υπηρεσιών τους και δραστηριοποίηση μέσα από τους συνεταιρισμούς, είτε από την συμμετοχή σε δραστηριότητες που πλαισιώνουν την οργανωτική λειτουργία των συνεταιρισμών, όπως συμμετοχή και εκλογή τους στα όργανα κάθε συνεταιρισμού, γεγονός που αμβλύνει τις τάσεις φυγής τους για τα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας αναζητώντας καλύτερες συνθήκες διαβίωσης. Με τον τρόπο αυτό παραμένουν στον τόπο τους και δραστηριοποιούνται στα πλαίσια του συνεταιρισμού, και γιατί όχι αργότερα, ως ανεξάρτητες επιχειρηματίες, αφού θα έχουν πάρει δυνάμεις, τις απαραίτητες γνώσεις και το “know how” προκειμένου να δραστηριοποιηθούν ως ιδιώτες στον αγροτουρισμό. Τελικό όφελος για την ύπαιθρο είναι εντέλει η οικονομική και πληθυσμιακή της ενδυνάμωση που στην πορεία επιφέρει και την ανάπτυξη σε επίπεδο χώρας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Στόχοι έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο με τη βοήθεια ερωτηματολογίου κλειστού τύπου, θα προσπαθήσω με τις απαντήσεις που θα δοθούν να πετύχω τους στόχους της έρευνας. Το αντικείμενο της έρευνας και μελέτης είναι οι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί. Επειδή όμως κατά την διάρκεια της εργασίας μου αντιλήφθηκα ότι ως επί το πλείστον οι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί είναι καθαρά θέμα γυναικείο, οι ερευνά μου επομένως μετατράπηκε σε έρευνα γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Ο πρωταρχικός στόχος της έρευνας είναι να φανεί εάν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί έχουν όφελος ως προς την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη κάθε περιφέρειας της Ελλάδας. Οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί έκαναν την εμφάνισή τους το 1985 και έχουν φτάσει να αριθμούνται σε 155 το 2010, γεγονός που σημαίνει ότι υπάρχουν κάποιοι σημαντικοί λόγοι και παράγοντες που συνέβαλλαν στην ανάπτυξη αυτή. Αυτούς τους λόγους και παράγοντες θέλω να εντοπίσω με την έρευνα αυτή. Άραγε έχουν βελτιωθεί με τα χρόνια οι συνθήκες ζωής της γυναίκας αγρότισσας ή μήπως παραμένουν σε γενικές γραμμές οι ίδιες με το παρελθόν, παρότι έχουν δημιουργηθεί οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί ; Ένα άλλο εύλογο ερώτημα είναι εάν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί προσφέρουν οικονομική ενίσχυση στο εισόδημα μιας αγροτικής οικογένειας και συμβάλλουν στο να παραμείνουν οι νέες γενιές στα χωριά. Επίσης ένα άλλο θέμα που προκύπτει μέσω της έρευνας είναι να εντοπιστούν τα υπάρχοντα και μελλοντικά προβλήματα που μπορεί να αντιπετωπίζουν ή θα αντιμετωπίσουν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί. Επομένως δημιουργούνται κάποια ερωτήματα τα οποία θα απαντηθούν από τις ίδιες τις γυναίκες της υπαίθρου, που είναι τα πλέον αρμόδια και κατάλληλα άτομα, για να δοθούν οι βάσιμες και αληθείς πληροφορίες ώστε να φτάσω στο στόχο

της έρευνας. Έπειτα να βγάλω τα συμπεράσματά και τις προτάσεις μου που αφορά στο αντικείμενο της μελέτης μου, τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς.

6.2 Ερωτηματολόγιο

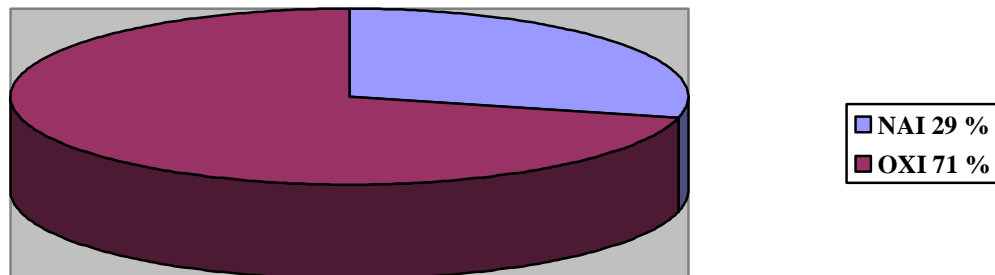
Το ερωτηματολόγιο είναι κλειστού τύπου (NAI-OXI) και απαντήθηκε τηλεφωνικός από τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς. Άλλοτε απαντήθηκε από τους προέδρους των συνεταιρισμών και άλλοτε από τα ιδρυτικά μέλη σε περίπτωση απουσίας του προέδρου. Απαρτίζεται από 21 ερωτήσεις οι οποίες στοχεύουν σε απαντήσεις που μπορούν να βοηθήσουν στα αποτελέσματα της έρευνας. Ερωτήσεις που αφορούν σε οικονομικούς, κοινωνικούς και πολιτιστικούς τομείς. Το ερωτηματολόγιο ξεκινάει με τα βασικά στοιχεία κάθε συνεταιρισμού όπως είναι : η επωνυμία, το έτος ίδρυσης, ο αριθμός μελών του συνεταιρισμού, η διεύθυνση-τρόποι επικοινωνίας και τέλος τι προσφέρει ο κάθε γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός. Στη συνέχεια η δομή των ερωτήσεων ξεκινάει με ερωτήσεις κοινωνικοπολιτιστικού περιεχομένου, έπειτα συνεχίζει με ερωτήσεις διαφήμισης και προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, μετέπειτα με ερωτήσεις που αφορούν την μόρφωση και εκπαίδευση των γυναικών της υπαίθρου και τέλος ερωτήσεις οικονομικού περιεχομένου. Θα πρέπει να σημειωθεί, ότι η έρευνα έγινε με βάση τα στοιχεία που μου έστειλε το υπουργείο αγροτικής ανάπτυξης, συγκεκριμένα το τμήμα αγροτικής οικιακής οικονομίας, που αφορούν το σύνολο των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών που υπήρχαν το έτος 2010 και αριθμούνται σε 155. Επειδή το ερωτηματολόγιο, όπως προανέφερα, απαντήθηκε τηλεφωνικός πολλοί από τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς δεν απάντησαν στις κλήσεις με αποτέλεσμα να αποφασίσω να πάρω ένα δείγμα 70 γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών από όλη την Ελλάδα, το 50% από το συνολικό αριθμό που υπήρχαν το 2010. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι δεν υφίστανται ακόμα και στο έτος 2011, αλλά μερικοί από αυτούς τους συνεταιρισμούς που επικοινωνήσα τηλεφωνικός μου εκμυστηρεύτηκαν ότι υπολειτουργούν ή ότι οδεύουν προς κλείσιμο του συνεταιρισμού. Για τους παραπάνω λόγους το σύνολο των ερωτηματολογίων φτάνει τον αριθμό των 70. Με βάση τις απαντήσεις που μου έχουν δοθεί, στα 70 ερωτηματολόγια, θα παρουσιάσω

στη συνέχεια ποσοστιαία διαγράμματα, διαμορφώνοντας έτσι μια ξεκάθαρη εικόνα για την υφιστάμενη κατάσταση που επικρατεί στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς.

ΜΕΛΕΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

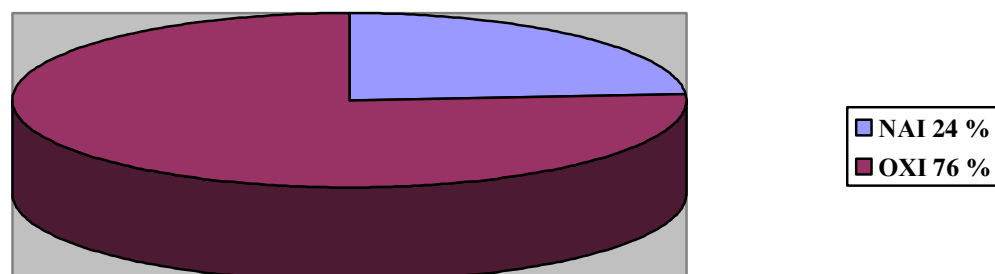
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Αντιμετώπισατε προβλήματα ένταξής σας στο συνεταιρισμό από το οικογενειακό σας περιβάλλον ;



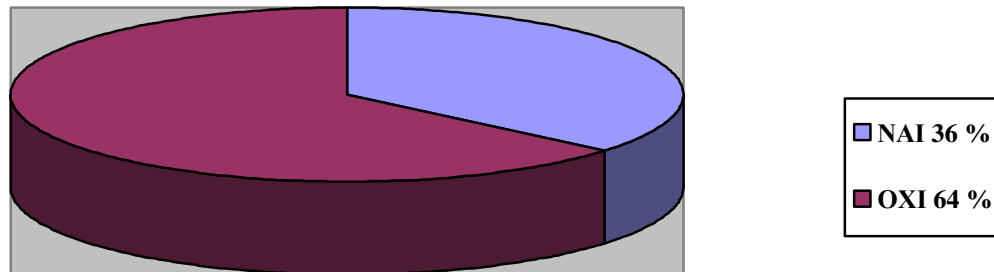
Από την πρώτη ερώτηση παρατηρούμε ότι το 71 % δεν αντιμετώπισε κάποιο πρόβλημα στην ένταξή του στον συνεταιρισμό από το οικογενειακό του περιβάλλον, ενώ μόλις το 29 % αντιμετώπισε κάποια αντίδραση

2. Συνέβαλλε ο συνεταιρισμός στη συγκράτηση των νέων στην περιφέρεια ;



Από το παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε πως μόνο το 24 % απάντησε ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί συμβάλλουν στη συγκράτηση των νέων στην περιοχή τους και δυστηχώς αρνητικά απάντησε το 76 %. Αυτό συμβαίνει για πολλούς και διάφορους λόγους οι οποίοι θα επισημανθούν στα αποτελέσματα της έρευνας.

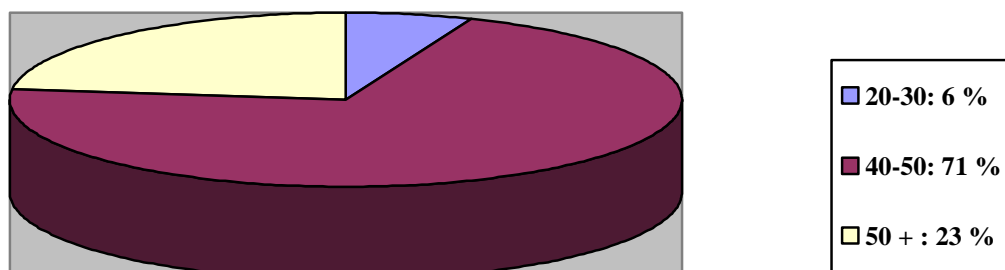
3. Έχουν ενταχθεί νέα μέλη μετά την ίδρυση του συνεταιρισμού σας ;



Σε αυτό το διάγραμμα απαντήθηκε πως μόνο το 36 % από τους συνεταιρισμούς έχει εντάξει νέα μέλη μετά την ίδρυσή του, ενώ το 64 % απάντησε αρνητικά.

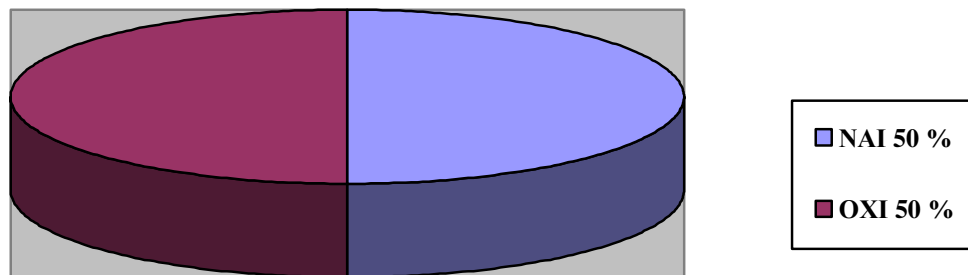
4. Η πλειοψηφία των μελών του συνεταιρισμού σας είναι ηλικίας :

20-30, 40-50, 50 +



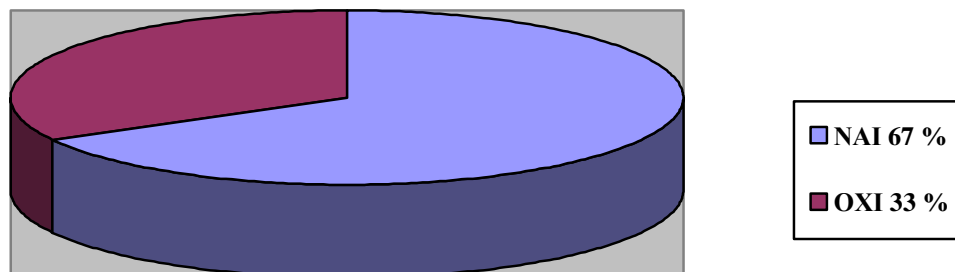
Στο διάγραμμα αυτό χρησιμοποιήθηκαν διάφορες κατηγορίες ηλικιών, με διαφορά μεταξύ τους 10 έτη. Η μικρότερη κατηγορία είναι αυτή των 20-30 όπου και έχει το μικρότερο ποσοστό της τάξεως 6 %. Το μεγαλύτερο ποσοστό καταλαμβάνει η κατηγορία 40- 50 με ποσοστό 71 %, το 23 % καταλαμβάνει η κατηγορία ηλικίας 50 +.

5. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποιο/α από τα αναπτυξιακά /επιδοτούμενα προγράμματα ;



Το συγκεκριμένο διάγραμμα είναι το μοναδικό από τα 21 διαγράμματα του ερωτηματολογίου που τα ποσοστά είναι ίσα μεταξύ τους. Από τους 70 γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς οι 35 είχαν χρησιμοποιήσει κάποιο επιδοτούμενο ή αναπτυξιακό πρόγραμμα, ενώ οι υπόλοιποι 35 απάντησαν αρνητικά.

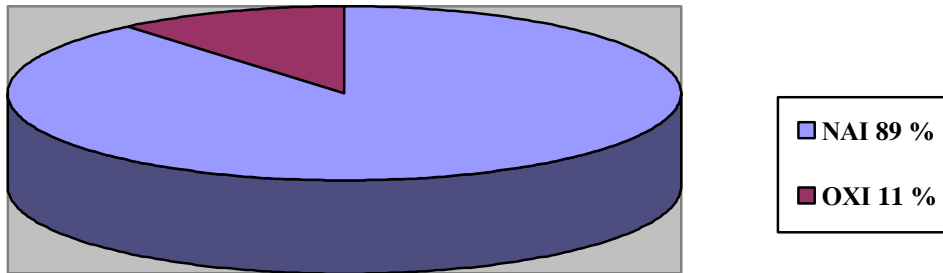
6. Έχει αυξηθεί η επισκεψιμότητα στην περιοχή σας μετά την ίδρυση του συνεταιρισμού ;



Το διάγραμμα αυτό μας παρουσιάζει εάν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί συνδράμουν στην ανάπτυξη της ενδοχώρας. Μόλις το 33 % απάντησε αρνητικά στο ερώτημα εάν έχει αυξηθεί η επισκεψιμότητα στην περιοχή μετά την ίδρυση του συνεταιρισμού, ενώ το 67 % απάντησε θετικά.

7. Προβάλλετε και προωθείτε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας ;

Και εάν ναι με ποιούς τρόπους ;

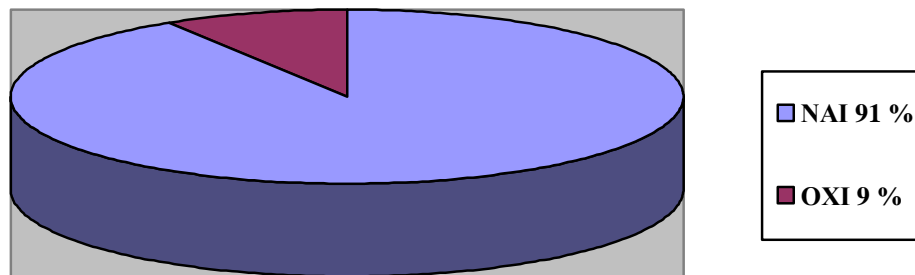


Σε αυτήν την ερώτηση, όπως παρουσιάζεται και στο διάγραμμα το 89 % των συνεταιρισμών απάντησε πως προβάλλει και προωθεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του, ενώ μόλις το 11 % απάντησε αρνητικά. Επιγραμματικά μου αναφέρουν τους τρόπους με τους οποίους προβάλλονται και είναι οι εξής :

1. εκθέσεις
2. τοπικές εκδηλώσεις
3. έντυπο υλικό (φυλλάδια, prospectus)
4. internet
5. διαφήμιση στο ραδιόφωνο. εφημερίδες και πιο σπάνια εκπομπές στην τηλεόραση

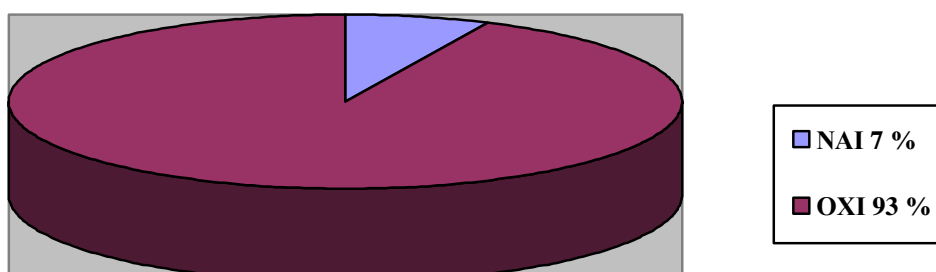
8. Προβάλλετε τα πλεονεκτήματα και τις οφέλεις που έχει ένας γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός ;

Και εάν ναι με ποιούς τρόπους ;



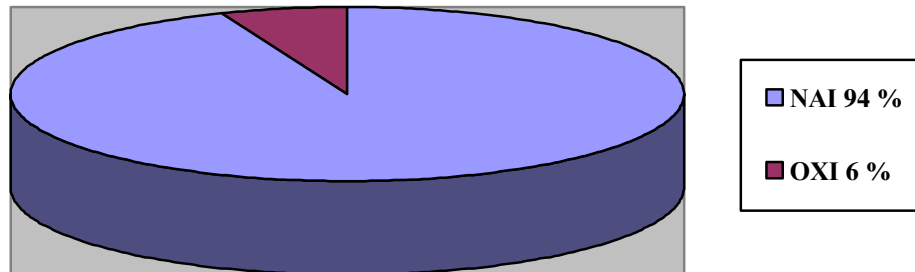
Σε αυτό το διάγραμμα φαίνεται ξεκάθαρα πως το 91 % απο τα μέλη των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών προβάλλει τα πλεονεκτήματα και τις οφέλεις που παρέχει ένας συνεταιρισμός. Ένα μικρό ποσοστό το 9 % δεν προβάλλει τα πλεονεκτήματα και τις οφέλεις που μπορεί να έχει ένας γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός. Οι τρόποι με τους οποίους προβάλλουν τους θετικούς παράγοντες είναι οι ίδιοι με τους παραπάνω τρόπους προβολής και προώθησης, το μόνο που προστέθηκε είναι ότι τις περισσότερες φορές προβάλλουν τα πλεονεκτήματα και τις οφέλεις λεκτικά (από στόμα σε στόμα).

9. Προωθείτε τα προϊόντα και εκτός τη ελληνικής επικράτειας ;



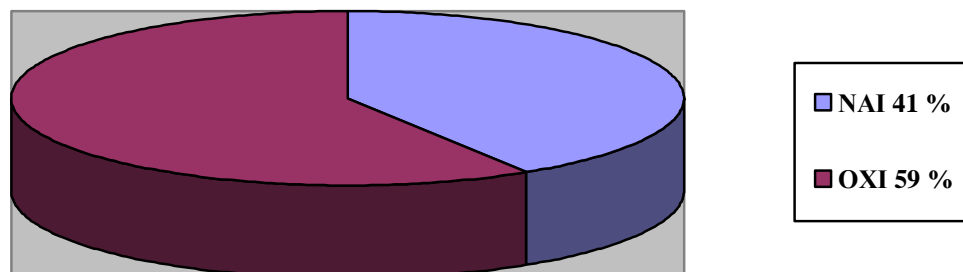
Στην περίπτωση της εξαγωγής των προϊόντων των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών, είναι συντριπτική η πλειοψηφία 93 % που δεν κάνει εξαγωγές προϊόντων. Ένα ελάχιστο ποσοστό 7 % προωθεί τα προϊόντα και εκτός της ελληνικής επικράτειας. Η στάση των γυναικών δεν είναι αρνητική αλλά υπάρχουν κάποιοι σοβαροί λόγοι που δεν επιτρέπουν τις εξαγωγές και σε αυτούς θα αναφερθώ στα αποτελέσματα της έρευνας.

10. Συμμετέχετε σε εκθεσιακά περίπτερα ή σε διάφορες τοπικές εκδηλώσεις για προβολή των προϊόντων ή υπηρεσιών σας ;



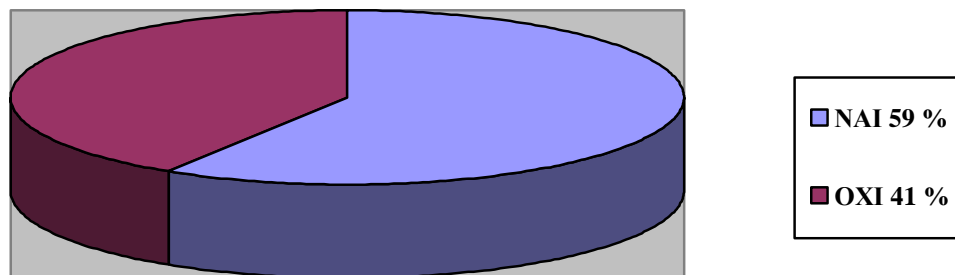
Στο συγκεκριμένο διάγραμμα παρατηρούμε την πλειοψηφία των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών να φτάνει το 94 %, καταλήγοντας έτσι στο συμπέρασμα ότι προσπαθούν με κάθε τρόπο να προβάλλονται και να προωθούνται. Το 6 % απάντησε αρνητικά για διάφορους λόγους οι οποίοι θα αναλυθούν σε παρακάτω ενότητα.

11. Συνεργάζεστε με άλλους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς ;



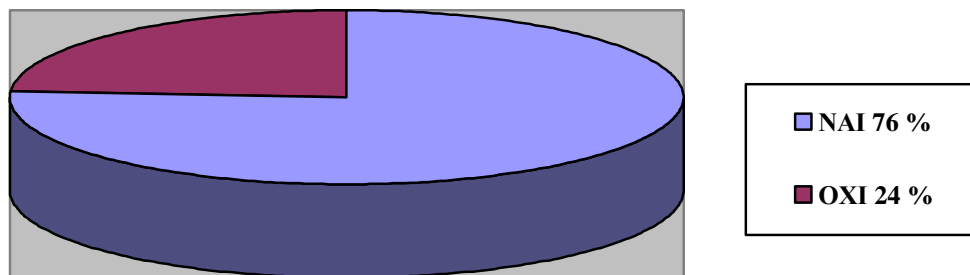
Το ποσοστό που συνεργάζεται με άλλους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς είναι 41 %. Η συνεργασία δεν είναι απαραίτητα με ανταλλαγή προϊόντων ή με υλική βοήθεια, γιατί όπως μου ανέφεραν υπάρχει και η συνεργασία με ανταλλαγή απόψεων και ιδεών. Το 59 % μου απάντησε πως δεν συνεργάζετε με άλλους γυναικείους συνεταιρισμούς επειδή ο κάθε συνεταιρισμός δουλεύει με τον δικό του μοναδικό τρόπο.

12. Έχετε την στήριξη και συνεργασία των κρατικών και τοπικών φορέων ;



Παρατηρούμε σε αυτό το διάγραμμα ότι η ποσοστιαία διαφορά είναι μικρή, της τάξεως του 18 %. Το 59 % απάντησε πως είχε την στήριξη πιά πολύ των τοπικών φορέων και μερικές φορές του κράτους μέσω των επιδοτούμενων προγραμμάτων ή αναπτυξιακών προγραμμάτων. Το 41 % απάντησε πως δεν είχε καμμία απολύτως βοήθεια και στις περισσότερες περιπτώσεις μου απάντησαν πως ότι κατάφεραν το κατάφεραν εντελώς μόνες τους και πως ούτε κρατικός ούτε τοπικός φορέας δεν ενδιαφέρθηκε να στηρίξει ή να συνεργαστεί μαζί τους.

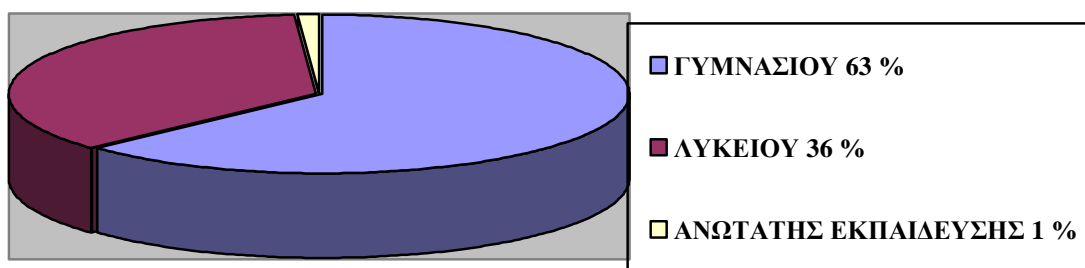
13. Έχουν παρακολουθήσει κάποια από τα μέλη σας προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης στον αγροτουρισμό ;



Η πλειοψηφία, το 76 % απάντησε θετικά, πως έχουν παρακολουθήσει διάφορα επιδοτούμενα σεμινάρια πάνω στον τομέα που ασχολείται ο κάθε συνεταιρισμός ξεχωριστά. Μάλιστα σε ορισμένες περιπτώσεις έχουν πληρώσει για να παρακολουθήσουν σεμινάρια τα οποία δεν είναι επιδοτούμενα από το κράτος, αλλά είναι απαραίτητα για την ομαλή λειτουργία του συνεταιρισμού. Το 24 % απάντησε πως δεν έχει παρακολουθήσει προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, επειδή δεν πιστεύουν ότι προσφέρουν ουσιαστική βοήθεια στην μόρφωση τα προγράμματα αυτά.

14. Η πλειοψηφία των μελών του συνεταιρισμού σας είναι απόφοιτοι :

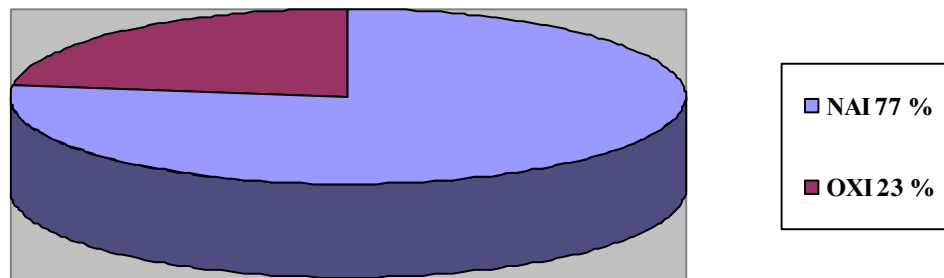
ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ - ΛΥΚΕΙΟΥ - ΑΝΩΤΑΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ



Παρατηρούμε πως την πρώτη θέση την έχει η εκπαίδευση του γυμνασίου με ποσοστό 63 %. Δεύτερο στη σειρά έρχεται το λύκειο με ποσοστό 36 % και τελευταίο με μόλις 1 % η ανώτατη εκπαίδευση. Συμπεραίνουμε επομένως, πως η γυναίκα της υπαίθρου που είναι μέλος σε έναν γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό έχει σε μεγαλύτερο ποσοστό την βασική μόρφωση.

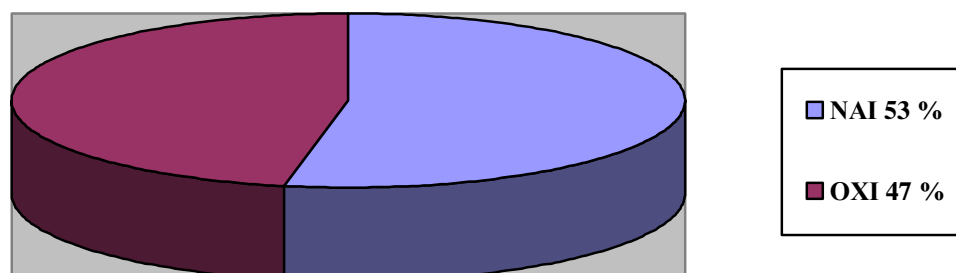
Ένας και μοναδικός συνεταιρισμός με λίγα μέλη, απάντησε πώς η πλειοψηφία των μελών του είναι απόφοιτες ανώτατης εκπαίδευσης και να σημειωθεί όχι όλα τα μέλη του.

15. Εκμεταλλεύεται ο συνεταιρισμός σας τα επιμορφωτικά/εκπαιδευτικά προγράμματα για την γυναίκα της υπαίθρου από το κράτος ;



Μόλις το 23 % απάντησε πώς δεν εκμεταλλεύεται τα διαθέσιμα επιμορφωτικά προγράμματα από το κράτος και αυτό γιατί οι περισσότεροι συνεταιρισμοί έχουν ήδη συμμετάσχει σε κάτι παρόμοιο. Πιστεύουν ότι όλα αυτού του είδους προγράμματα είναι το ίδιο ενώ αντίθετα το 77 % απάντησε θετικά.

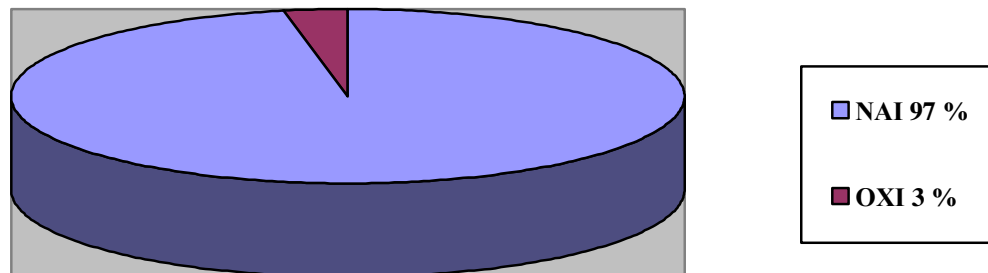
16. Είστε ικανοποιημένες από τα έσοδα του συνεταιρισμού ;



Το διάγραμμα αυτό μας παρουσιάζει τα οικονομικά αποτελέσματα της σημερινής εποχής. Σχεδόν είναι 50-50 στο ερώτημα της ικανοποίησης από τα έσοδα του συνεταιρισμού. Είναι

πολλοί και διαφορετικής αιτίας οι παράγοντες που το 53 % απάντησε θετικά και το υπόλοιπο 47 % αρνητικά. Παρ' όλα αυτά υπερिशχύει το 53 % που απάντησε θετικά ότι είναι ευχαριστημένοι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί από τα έσοδά τους.

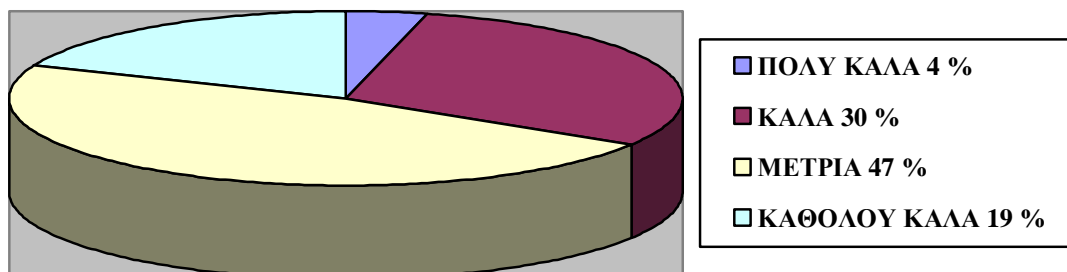
17. Συμβάλλει ο συνεταιρισμός στην αύξηση του γεωργικού εισοδήματος ;



Σε αυτό το διάγραμμα παρατηρούμε πως σχεδόν ομόφωνα το 97 % παραδέχτηκε ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί συμβάλλουν στην αύξηση του γεωργικού ή οικογενειακού εισοδήματος. Το μικρό ποσοστό 3 % που απάντησε αρνητικά είναι επειδή αντιμετωπίζουν πολλά οικονομικά προβλήματα, τα οποία δεν επιτρέπουν την αύξηση του γεωργικού εισοδήματος μέσω των συνεταιρισμών.

18. Ποιά είναι τα οικονομικά αποτελέσματα του συνεταιρισμού σας ;

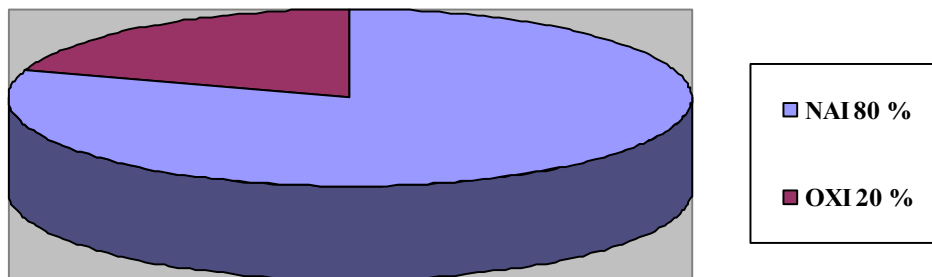
ΠΟΛΥ ΚΑΛΑ – ΚΑΛΑ – ΜΕΤΡΙΑ – ΚΑΘΟΛΟΥ ΚΑΛΑ



Σε αυτό το διάγραμμα έχουμε μια πιο ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με το πώς κρίνουν τα οικονομικά αποτελέσματά τους οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί. Το 47 % απάντησε μέτρια, έπειτα ακολουθεί το 30 % που απάντησε καλά. Στη συνέχεια το 19 % απάντησε καθόλου καλά και μόνο το 4 % απάντησε πολύ καλά. Με τα σημερινά δεδομένα απαντήθηκε αυτή η ερώτηση με κύριο πρόβλημα την οικονομική κρίση που περνάει η Ελλάδα, το οποίο δεν αφήνει ανεπηρέαστους τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς.

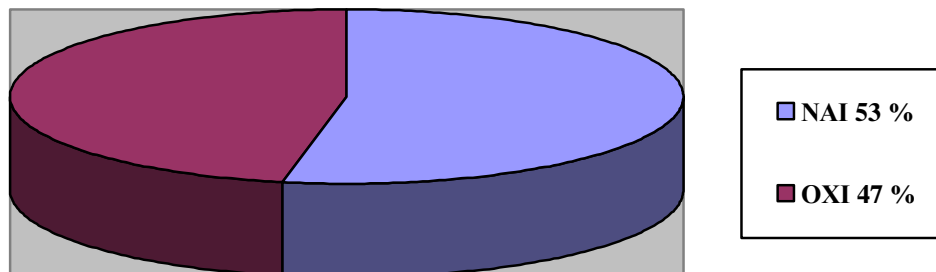
19. Αντιμετωπίζετε προβλήματα ως γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός ;

Εάν ναι αναφέρετε μερικά από αυτά



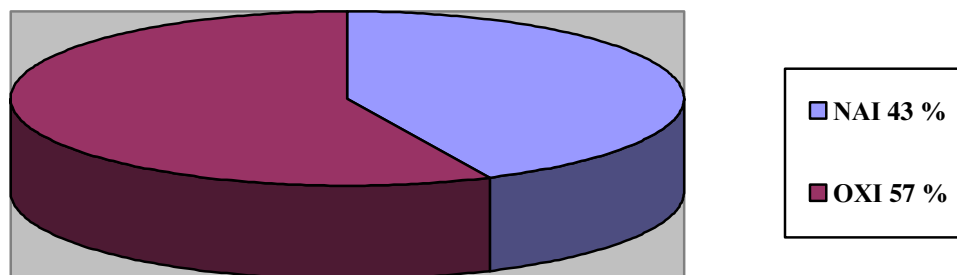
Μόλις το 20 % απάντησε πως δεν αντιμετωπίζει κάποιο πρόβλημα ως γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός, ενώ αντίθετα η πλειοψηφία το 80 % απάντησε πως αντιμετωπίζουν προβλήματα ποικίλης φύσεως. Επιγραμματικά μου ανέφεραν πώς το κύριο πρόβλημα είναι οικονομικής φύσεως έπειτα η συνεργασία μεταξύ των μελών κ.α. Τα υπόλοιπα θα αναφερθούν αναλυτικά στη παρακάτω ενότητα.

20. Αντιμετωπίζετε προβλήματα ανταγωνισμού (εργοστάσια, άλλοι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί) ;



Εδώ παρατηρούμε πώς η ποσοστιαία διαφορά είναι ελάχιστη της τάξεως του 6 %. Το 53 % απάντησε ότι αντιμετωπίζει πρόβλημα ανταγωνισμού ενώ το 47 % απάντησε αρνητικά. Και σε αυτήν την περίπτωση υπάρχουν πολλοί παράγοντες που συνδράμουν στην δημιουργία του ανταγωνισμού ή όχι στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς.

21. Σκέφτεστε για μελλοντική επέκταση των δραστηριοτήτων σας ;



Στο τελευταίο ερώτημα του ερωτηματολογίου παρατηρούμε στο διάγραμμα πως το 57 % απάντησε πως δεν σκέφτεται για μελλοντική επέκταση των δραστηριοτήτων του. Το υπόλοιπο 43 % απάντησε θετικά με πολλές προϋποθέσεις όμως και κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες. Το 57 % που απάντησε αρνητικά ο κυριότερος λόγος είναι η υφιστάμενη κατάσταση της Ελλάδας.

6.3 Αποτελέσματα έρευνας

Τα αποτελέσματα της έρευνας μέσω του ερωτηματολογίου, έδειξαν πως το αντικείμενο «γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί» δεν είναι ένα απλό αντικείμενο μελέτης. Απεναντίας αντιλήφθηκα ότι είναι ένα αντικείμενο μελέτης πολυσύνθετο και πολυμορφικό το οποίο εξαρτάται από πολλούς παράγοντες και κριτήρια τα οποία έχουν αλληλεπίδραση μεταξύ τους, είτε θετική είτε αρνητική. Αυτοί οι παράγοντες είναι επιγραμματικά :

- Κοινωνικοί
- Πολιτιστικοί
- Οικονομικοί
- Εκπαιδευτικοί
- Γεωγραφικοί
- Διαφημιστικοί
- Ανταγωνιστικοί

6.3.1 Κοινωνικοπολιτιστικοί παράγοντες

Θα ξεκινήσω με τον κοινωνικοπολιτιστικό παράγοντα στον οποίο αναφέρονται και οι πλειοψηφία των ερωτήσεων. Οι γυναίκες της υπαίθρου στις περισσότερες περιπτώσεις ανέφεραν ότι οι άντρες τους βοήθησαν στην ίδρυση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών και δεν ήταν καθόλου αρνητικοί. Το 29 % μου ανέφερε ελάχιστες περιπτώσεις πως έφτασαν σε σημείο διαζυγίου, αλλά οι υπόλοιπες περιπτώσεις απάντησαν πως στην αρχή αντιμετώπισαν πολλά οικογενειακά προβλήματα αλλά στην πορεία τα προβλήματα αυτά εξομαλύνθηκαν. Το γεγονός που προκαλεί εντύπωση είναι πως το 71 % δεν αντιμετώπισε προβλήματα ένταξης στον συνεταιρισμό, που κανονικά θα έπρεπε επειδή οι γυναίκες της υπαίθρου ζούν σε κλειστές

κοινωνίες όπου οι άντρες συνήθως σκέφτονται με τον παλιό παραδοσιακό τρόπο. Συμπερασματικά το 71 % είναι ένα ποσοστό το οποίο δείχνει πως οι παλιές νοοτροπίες έχουν αλλάξει με αποτέλεσμα οι γυναίκες της υπαίθρου να έχουν ελευθερία κινήσεων, επιλογών και ανεξαρτησίας. Μετέπειτα διαπιστώνω ότι δυστυχώς οι συνεταιρισμοί αυτοί δε ν παίζουν σημαντικό ρόλο στη συγκράτηση των νέων στην περιοχή τους εφόσον το 76 % απάντησε αρνητικά. Οι λόγοι που συντελούν είναι κυρίως οικονομικοί, οι νέοι δυστυχώς θέλουν το εύκολο χρήμα και δεν απασχολούνται σε θέσεις οι οποίες δεν προσφέρουν ένα καλό μισθό. Οι συνεταιρισμοί αυτού του είδους πολλές φορές δεν έχουν έσοδα και η εργασία που παράγουν είναι εθελοντική, χωρίς έσοδα. Δεν είναι σίγουρο ότι κάθε μήνα θα έχουν έναν σίγουρο μισθό για αυτό το λόγο απογοητεύονται οι νέες του χωριού και αστικοποιούνται. Επίσης ένας άλλος λόγος είναι ότι οι γονείς τους, ιδιαίτερα η μητέρες των νεαρών κοριτσιών, τις παροτρύνουν να φύγουν από το χωριό να πάνε να σπουδάσουν και να μην μείνουν στο χωριό να παριστάνουν τις νοικοκυρές. Ένα άλλο αρνητικό φαινόμενο που παρατήρησα είναι ότι το 64 % κρατάει αρνητική στάση στην ένταξη νέων μελών στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς. Αυτό συμβαίνει όπως μου ανέφεραν επειδή θέλουν να κρατήσουν τους συνεταιρισμούς με λίγα μέλη, γιατί διαφορετικά θα πρέπει τα έσοδα να μοιράζονται σε περισσότερα άτομα. Επομένως, δεν θα μένει μεγάλο κέρδος από το συμπληρωματικό εισόδημα του συνεταιρισμού όταν η πίτα θα μοιράζεται σε πολλά κομμάτια. Ένας άλλος λόγος που δεν εντάσσουν νέα μέλη είναι επειδή δεν θέλουν να προκύπτουν προβλήματα συνεργασίας μεταξύ τους. Σύμφωνα με τις γυναίκες μέλη όσο πιο πολλές τόσο περισσότερα προβλήματα συνεργασίας θα παρουσιάζονται στο συνεταιρισμό, λόγω διαφορετικών χαρακτήρων, διαφορετικών απόψεων και αντίληψης πραγμάτων και καταστάσεων. Το 36 % που απάντησε ότι έχουν ενταχθεί νέα μέλη μετά την ίδρυση του συνεταιρισμού τους ανέφερε ότι τα μέλη αυτά τις περισσότερες φορές έφευγαν από τον συνεταιρισμό επειδή δεν είχαν κάποια οικονομική οφέλια. Οι πλειοψηφία των γυναικών κυμαίνεται μεταξύ 40-50 και τις περισσότερες φορές υπάρχουν και γηραιότερες ηλικίες ανάμεσά τους από 60+. Διαπιστώνω επομένως ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, ως επί το πλείστον, απασχολούν γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας. Είναι ολοφάνερο ότι οι μικρότερες ηλικίες δεν έχουν κανέναν πρωταγωνιστικό ρόλο εφόσον μονάχα το 6 % αφορά την ηλικία 20-30. Το 50 % από τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς που επικοινωνήσα, είχε χρησιμοποιήσει κάποιο από τα επιδοτούμενα/αναπτυξιακά προγράμματα. Συγκεκριμένα το

LEADER είναι το πρόγραμμα που έχουν χρησιμοποιήσει περισσότερο, έπειτα το Ο.Π.Α.Α.Χ και το Ε.Π.Α.Ν. Το άλλο 50 % από τους συνεταιρισμούς μου ανέφερε ότι ήθελε να συμμετέχει σε αυτά τα προγράμματα αλλά τις περισσότερες φορές δεν πληρούσαν τις προϋποθέσεις και τα απαραίτητα δικαιολογητικά. Επίσης στα περισσότερα προγράμματα πρέπει να πάρεις δάνειο μεγάλου ποσού από την τράπεζα, έπειτα τα προγράμματα αυτά δεν καλύπτουν όλο το ποσό από το δάνειο παρά μόνο ένα μικρό ποσοστό. Όπως μου ανέφεραν αυτό δεν μπορούν να το ρισκάρουν σε περίπτωση που ο συνεταιρισμός δεν έχει κέρδη. Στον τομέα της συνεργασίας των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών το 59 % απάντησε ότι δεν συνεργάζεται με άλλους συνεταιρισμούς επειδή δεν χρειάστηκε. Θεωρούν ότι ο κάθε συνεταιρισμός είναι ξεχωριστός και παράγει τα προϊόντα του με τον δικό του μοναδικό τρόπο. Επίσης, σε πολλές περιοχές της χώρας δεν υπάρχουν παραπάνω από ένας συνεταιρισμός και έτσι δεν χρειάστηκε καμμία απολύτως συνεργασία. Το υπόλοιπο ποσοστό 41 % έχει συνεργαστεί με άλλους συνεταιρισμούς με μικρότερο ποσοστό την ανταλλαγή προϊόντων αλλά με μεγαλύτερο ποσοστό την ανταλλαγή τεχνογνωσίας, απόψεων και ιδεών. Στα διάφορα επιμορφωτικά σεμινάρια, εκθέσεις που λαμβάνουν μέρος, παράδειγμα στην γιορτή της αγρότισσας, δίνεται πολλές φορές το έναυσμα και ξεκινάει αυτού του είδους η συνεργασία. Σε ορισμένους νομούς, για παράδειγμα στον νομό Ηρακλείου έχει δημιουργηθεί τα τελευταία 2-3 χρόνια ένα δίκτυο γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών «ΚΡΙΚΟΣ», ο οποίος δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την συνεργασία των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Στον τομέα της στήριξης και της συνεργασίας του κράτους και των τοπικών φορέων με τους συνεταιρισμούς, το 59 % απάντησε πως την είχε στο ξεκίνημά του και μερικοί συνεταιρισμοί πως ακόμα την έχουν. Η βοήθεια από το κράτος εμφανίζεται με την μορφή των επιδοτούμενων/αναπτυξιακών προγραμμάτων. Το 59 % όμως ανέφερε ότι έχουν περισσότερο την στήριξη των τοπικών φορέων, δηλαδή του δημαρχείου και της νομαρχίας. Σε ορισμένες περιπτώσεις η νομαρχία τους παραχώρησε κάποιο κτίριο για να εγκατασταθούν εκεί. Ένα άλλο παράδειγμα, ο δήμος διοργανώνει τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις έτσι ώστε να μπορούν να συμμετέχουν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί. Επίσης, μερικές φορές κάνουν διαφήμιση στην ιστοσελίδα του δήμου χωρίς να πληρώσουν ένα ποσό. Αυτό το οποίο πρέπει να επισημανθεί και μου το ανέφεραν πολλοί γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί είναι πως τώρα με το νέο νομοσχέδιο του Καλλικράτη, φοβούνται πως δεν θα έχουν καμμία πλέον στήριξη από τον δήμο τους και

συγκεκριμένα από τους δημάρχους τους εφόσον πολλοί δήμαρχοι θα αλλάξουν. Το 49 % που απάντησε αρνητικά φάνηκε πάρα πολύ απογοητευμένο από το κράτος και από τους τοπικούς φορείς. Στην ερώτησή μου πολλές φορές απαντούσαν λέγοντας συγκεκριμένα : “πιο κράτος”;. Μου ανέφεραν ότι θυμούνται τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς μόνο την προεκλογική περίοδο και τους υπόσχονται έργα για να τους στηρίξουν αλλά όταν περάσει η περίοδος αυτή τους ξεχνάνε. Μερικοί από το 49 % που απάντησαν αρνητικά, ανέφεραν ότι η εποχές που ήταν κατάλληλες για να δημιουργηθούν οι συνεταιρισμοί και είχαν πράγματι την συνεργασία και στήριξη του κράτους και των τοπικών φορέων ήταν οι εποχές του '85-95. Τώρα πλέον τους έχουν ξεχάσει και παλεύουν μοναχές τους σε αυτούς τους δύσκολους καιρούς.

6.3.2 Γεωγραφικοί παράγοντες

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που μπορεί να έχει μεγάλη επιρροή πάνω σε έναν γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό είναι ο γεωγραφικός. Το 67 % απάντησε πως έχει αυξηθεί η επισκεψιμότητα μετά την ίδρυση του συνεταιρισμού άλλα τις περισσότερες φορές από Έλληνες των κοντινών περιοχών και πόλεων και δυστυχώς όχι από αλλοδαπούς επισκέπτες. Στις περισσότερες περιπτώσεις μου είπαν ότι τους επισκέπτονται σχολεία στα πλαίσια εκπαιδευτικών εκδρομών, Κ.Α.Π.Η και οργανωμένες εκδρομές με πούλμαν με Έλληνες. Ανάμεσα στο 67 % που απάντησε θετικά μου ανέφερε ότι δεν αυξήθηκε η επισκεψιμότητα δραματικά εξαιτίας του συνεταιρισμού, σε ορισμένες περιπτώσεις στα χωριά τα οποία βρίσκονται οι συνεταιρισμοί είναι τουριστικά και έτσι προϋπήρχε επισκεψιμότητα. Υπάρχει όμως και η άλλη όψη του νομίσματος, το 33 % το οποίο δεν έχει επισκεψιμότητα καθόλου ή τουλάχιστον δεν αυξήθηκε μετά την ίδρυση των συνεταιρισμών. Κατά την τηλεφωνική μου έρευνα παρατήρησα ότι στους βόρειους νομούς της Ελλάδας και ιδιαίτερα στην περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης, οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί είναι απομονωμένοι και δεν υπάρχει καθόλου επισκεψιμότητα. Το γεγονός αυτό δείχνει πόσο σημαντικός παράγοντας είναι η γεωγραφική θέση κάθε συνεταιρισμού. Οι συνεταιρισμοί οι οποίοι βρίσκονται σε περιοχές όπου δεν είναι «πέρασμα», τις περισσότερες φορές είναι καταδικασμένοι να κλείσουν γιατί δεν έχουν οικονομικές απολαβές από πουθενά και είναι απομακρυσμένοι χωρίς μεταφορικό μέσο για την παροχή των προϊόντων ή υπηρεσιών τους.

6.3.3 Διαφημιστικοί παράγοντες

Ένα άλλο επίσης πολύ σημαντικό κριτήριο όπως προανέφερα είναι αυτό της διαφήμισης και της προβολής των προϊόντων και υπηρεσιών. Το 89 % απάντησε πώς προβάλλει και προωθεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του. Το υπόλοιπο 11 % απάντησε αρνητικά λόγω οικονομικών δυσχεριών που δεν τους επιτρέπουν να μπούν σε έξοδα και καμιά φορά επειδή όπως μου ανέφεραν η καλύτερη διαφήμιση είναι « από στόμα σε στόμα » . Οι υπόλοιποι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί χρησιμοποίησαν ως μέσο διαφήμισης και προβολής στην πλειοψηφία της τοπικές εκδηλώσεις που διοργανώνει ο δήμος, έπειτα της εκθέσεις όπου μερικοί από τους συνεταιρισμούς έφτασαν μέχρι το εξωτερικό (Γαλλία, Γερμανία). Μερικοί από τους συνεταιρισμούς έχουν εκτυπώσει έντυπο υλικό (prospectus, φυλλάδια) και ελάχιστοι είναι αυτοί που έχουν προβληθεί μέσω τηλεόρασης ή περιοδικών/εφημερίδων και ραδιοφώνου. Όσο αφορά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης τις φορές αυτές που έχουν προβάλλει γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, γίνεται αφιλοκερδός χωρίς να ζητήσουν χρήματα από τους συνεταιρισμούς στα πλαίσια μίας εκπομπής. Αυτό που διαπιστώνει κανείς είναι πως το διαδύκτιο (internet) δεν χρησιμοποιείται σχεδόν από κανένα γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό. Όταν τους ρωτούσα εάν έχουν κάποια ηλεκτρονική διεύθυνση σε κάποιες περιπτώσεις η απάντηση ήταν θετική, αλλά δεν ήξεραν την διεύθυνση επειδή τους την έφτιαξε την διεύθυνση αυτή ο δήμος. Αυτό που επίσης παρατήρησα είναι πως το 91 % απάντησε πως προβάλλει τα πλεονεκτήματα και τις οφέλεις που έχει ο γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός με τους παραπάνω τρόπους και ένα μικρό ποσοστό απάντησε πώς προβάλλει τα πλεονεκτήματα λεκτικά δηλαδή «από στόμα σε στόμα». Το 94 % των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών που ρώτησα μου απάντησαν πως συμμετέχουν σε διάφορες εκθέσεις και παρευρίσκονται με την παραμικρή ευκαιρία σε τοπικές εκδηλώσεις. Θεωρούν πώς είναι δύο από τους καλύτερους τρόπους διαφήμισης και προβολής και θα συνεχίσουν να συμμετέχουν. Το 6 % ήταν αρνητικό στο κομμάτι των εκθέσεων γιατί δεν μπορούν να πληρώνουν το περίπτερο της εκθέσεως ή επειδή έχουν συμμετάσχει μία φορά δεν χρειάζεται κατά την γνώμη τους να ξανασυμμετέχουν. Το κομμάτι της προώθησης και προβολής των προϊόντων στο εξωτερικό δεν είχε θετικά αποτελέσματα. Το 93 % απάντησε αρνητικά αν και

όπως μου ανέφεραν πολλοί συνεταιρισμοί θα το ήθελαν. Οι λόγοι που κρύβονται πίσω από την αρνητική απάντηση είναι πώς χρειάζονται μια ειδική πιστοποίηση των προϊόντων από το κράτος και απαιτείται μεγάλο κεφάλαιο και κάποιες προϋποθέσεις για την απόκτηση της πιστοποίησης αυτής. Επίσης, από την στιγμή που ένας γυναικείος συνεταιρισμός θα ξεκινήσει τη διαδικασία της εξαγωγής των προϊόντων του στο εξωτερικό απαιτείται μεγαλύτερη κτιριακή εγκατάσταση, μεγαλύτερος εξοπλισμός, μεταφορικά μέσα και περισσότερα εργατικά χέρια δηλαδή μέλη.

6.3.4 Εκπαιδευτικοί παράγοντες

Το συμπέρασμα που προκύπτει από την έρευνα πάνω στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς είναι ότι το 63 % έχουν την βασική εκπαίδευση από το σχολείο. Οι περισσότερες γυναίκες, μέλη των συνεταιρισμών, είναι απόφοιτες του δημοτικού-γυμνασίου. Έχουν δηλαδή την στοιχειώδη εκπαίδευση που χρειάζεται ένας άνθρωπος για να μπορεί να ορθοποδήσει μελλοντικά. Αυτό όμως δεν είναι αρκετό στην περίπτωση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών όπως μου ανέφεραν. Για να πετύχει ένας συνεταιρισμός πρέπει τα μέλη του να έχουν γνώσεις όχι μόνο τεχνογνωσίας αλλά και γνώσεις οικονομικές, λογιστικές, επιχειρηματικές κάτι το οποίο οι περισσότερες γυναίκες της υπαίθρου δεν έχουν. Οι περισσότεροι συνεταιρισμοί το διαπίστωσαν στην πορεία ότι τους λείπουν οι γνώσεις αυτές, με αποτέλεσμα να δυσκολεύονται πάρα πολύ στην οργάνωση και στήριξη των συνεταιρισμών. Στους 70 συνεταιρισμούς που ρώτησα ένας και μοναδικός υπήρχε που η πλειοψηφία των μελών του είναι απόφοιτες ανώτατης εκπαίδευσης και σε αυτήν την περίπτωση όχι όλες. Αυτό που επίσης διαπίστωσα, είναι ότι οι προέδροι που επικοινωνήσα μαζί τους στην πλειοψηφία είναι απόφοιτες λυκείου. Για αυτούς τους λόγους το 76 % έχει παρακολουθήσει επιμορφωτικά σεμινάρια από το κράτος και έχουν θετική στάση στα σεμινάρια αυτά. Σεμινάρια τα οποία διαφέρουν μεταξύ τους, και παρακολουθεί ο κάθε συνεταιρισμός ανάλογα με το που υστερεί στις γνώσεις. Πολλές γυναίκες έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια επιχειρηματικότητας, λογιστικής, τεχνογνωσίας και σεμινάρια πάνω στον αγροτουρισμό. Το υπόλοιπο 23 % ανέφερε ότι δεν εκμεταλλεύεται ο συνεταιρισμός τους τα εκπαιδευτικά/επιμορφωτικά προγράμματα για την γυναίκα της υπαίθρου. Μου επισήμαναν ότι τις περισσότερες φορές τα προγράμματα αυτά δεν προσφέρουν στην πραγματικότητα καμμία επιπλέον γνώση και πως τις περισσότερες φορές επαναλαμβάνονται οι ίδιες θεωρίες χωρίς να τις βοηθάει ουσιαστικά. Ένα άλλο πρόβλημα το

οποίο εμφανίζεται είναι αυτό της απόστασης. Τα περισσότερα επιδοτούμενα σεμινάρια πραγματοποιούνται στις μεγάλες πόλεις της Ελλάδας, με αποτέλεσμα οι γυναίκες αυτές να μην έχουν μεταφορικό μέσο ή να μην μπορούν να φύγουν από την περιοχή τους λόγω των οικογενειακών υποχρεώσεων. Τέλος, να αναφέρω ότι πολλά από τα εξειδικευμένα σεμινάρια δεν επιδοτούνται από το κράτος, αλλά είναι χρήσιμα και οφέλιμα στην κατάρτιση των γυναικών της υπαίθρου, και δυστηχώς πραγματοποιούνται επί πληρωμή.

6.3.5 Ανταγωνιστικοί παράγοντες

Όταν αναφέρομαι στους ανταγωνιστικούς παράγοντες που μπορεί να έχουν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί εννοώ τους ανταγωνιστικούς παράγοντες όπως, τα βιομηχανοποιημένα προϊόντα που παράγουν τα μεγάλα εργοστάσια, τις εταιρίες που πουλάνε τα ίδια προϊόντα, τους φούρνους, τα ζαχαροπλαστεία και τα αγροτουριστικά καταλύματα. Το 47 % των ερωτηθέντων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών απάντησε πώς δεν αντιμετωπίζει προβλήματα ανταγωνισμού με έναν άλλο γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό. Αυτό οφείλεται επειδή στις περισσότερες περιπτώσεις ο κάθε συνεταιρισμός είναι μοναδικός στην περιοχή του και βρίσκεται μακριά από τους άλλους συνεταιρισμούς. Για παράδειγμα, στην Ρόδο και την Σύρο υπάρχει ένας και μοναδικός συνεταιρισμός με αποτέλεσμα να μην αντιμετωπίζει πρόβλημα ανταγωνισμού με άλλους συνεταιρισμούς. Επίσης, οι συνεταιρισμοί απάντησαν πώς δεν αντιμετωπίζουν πρόβλημα ανταγωνισμού με άλλους συνεταιρισμούς και ως βρίσκονται σε κοντινή περιοχή μεταξύ τους γιατί αυτό είναι υγιείς συναγωνισμός και όχι ανταγωνισμός. Κάθε γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός προσφέρει τις δικές του μοναδικές υπηρεσίες και προϊόντα και σε μερικές περιπτώσεις διαφέρουν μεταξύ τους και ως βρίσκονται σε κοντινή απόσταση. Όσον αφορά τα βιομηχανοποιημένα προϊόντα, ανέφεραν ότι ο κόσμος που γνωρίζει την ποιότητα των προϊόντων τους, τα αγνά υλικά που χρησιμοποιούνται και το χειροποίητο, θα προτιμήσει αυτούς και ως είναι πιο ακριβά από τα βιομηχανοποιημένα. Οι περισσότεροι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί 53 % απάντησαν ότι αντιμετωπίζουν προβλήματα ανταγωνισμού. Το μεγαλύτερο πρόβλημα ανταγωνισμού είναι αυτό των βιομηχανοποιημένων προϊόντων. Φαίνεται ξεκάθαρα πώς στο 53 % επικρατεί τελείως διαφορετική άποψη όσον αφορά των ανταγωνισμό. Μου ανέφεραν ότι λόγω των δύσκολων οικονομικών συνθηκών που περνάει

η χώρα μας έχουν παράτηρήσει πτώση στις πωλήσεις τους επειδή ο κόσμος δεν έχει χρήματα και στρέφεται στο φθηνό προϊόν, γνωρίζοντας πώς δεν συγκρίνεται με τα δικά τους προϊόντα. Οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί δεν μπορούν να ρίξουν τις τιμές τους και να ανταγωνιστούν τα εργοστάσια επειδή χρησιμοποιούν τις καλύτερες πρώτες ύλες και επειδή τα προϊόντα τους φτιάχνονται στο χέρι και απαιτεί πάρα πολύ χρόνο και κόπο. Μου επισήμαναν πώς έχουν ανταγωνισμό και με τους φούρνους και τα ζαχαροπλαστεία που πουλάνε σχεδόν τα ίδια προϊόντα με αυτούς. Ένας συνεταιρισμός μου ανέφερε ότι αντιμετώπισε στο ξεκίνημά του μεγάλο ανταγωνισμό από ένα ζαχαροπλαστείο σε σημείο να στέλνει την αστυνομία στο συνεταιρισμό για έλεγχο, επειδή προσέλκυσε πολλούς από τους πελάτες του ζαχαροπλαστείου. Ένας άλλος γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός που λειτουργεί αναπηκτήριο αντιμετωπίζει μεγάλο ανταγωνισμό με γνωστή εταιρία franchise που παρέχει τις ίδιες υπηρεσίες. Τέλος ένας άλλος γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός που λειτουργούσε παραδοσιακό καφενείο αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα ανταγωνισμού από τα υπόλοιπα καφενεία και την τοπική κοινωνία της περιοχής.

6.3.6 Οικονομικοί παράγοντες

Ο συγκεκριμένος παράγοντας είναι κατά την γνώμη μου ο σημαντικότερος παράγοντας και κριτήριο που μπορεί να επηρεάσει είτε θετικά είτε αρνητικά έναν γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό. Το 53 % απάντησε πώς είναι ικανοποιημένο από τα έσοδα του συνεταιρισμού και το 47 % απάντησε πως δεν είναι. Σχεδόν 50-50 από τους 70 συνεταιρισμούς που απάντησαν. Το 47 % που απάντησε πώς δεν είναι ευχαριστημένο ανέφερε ότι εργάζονται πάρα πολύ σκληρά, αμέτρητες ώρες λείπουν από το σπίτι τους και τις οικογενειές τους, και στα πρώτα χρόνια δούλευαν χωρίς να βάζουν τίποτα στο πορτοφόλι τους επειδή ξεχρέωναν τα δάνεια που έχουν πάρει για την ίδρυση του συνεταιρισμού. Ακόμα και τώρα πολλοί συνεταιρισμοί χρωστάνε στις τράπεζες και δουλεύουν με το αζημίωτο χωρίς να μένουν ικανοποιημένοι από τα έσοδα του συνεταιρισμού. Άλλοι παλαιότεροι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί ανέφεραν πώς τα παλαιότερα χρόνια ήταν ευχαριστημένοι από τις οικονομικές απολαβές αλλά τα τελευταία χρόνια πάνε από το κακό στο χειρότερο. Το 53 % που απάντησε πώς είναι ευχαριστημένοι από τα έσοδα του συνεταιρισμού μου επισήμανε να μην φανταστούμε τεράστια έσοδα. Ίσα, ίσα

καταφέρνουν να κρατήσουν τους συνεταιρισμούς ανοιχτούς και ανάλογα με την εποχή βάζουν ένα μικρό ποσό στο πορτοφόλι τους. Αυτό που πρέπει να τονιστεί και είναι θετικό, το 97 % των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών πιστεύει πως οι συνεταιρισμοί συμβάλλουν στην αύξηση του οικογενειακού/γεωργικού εισοδήματος. Για αυτό το λόγο από τους πρώτους συνεταιρισμούς που ιδρύθηκαν το '85 μέχρι και σήμερα έχει αυξηθεί ο αριθμός τους. Σε γενικές γραμμές όπως μου ανέφεραν συμβάλλει στο οικογενειακό εισόδημα αλλά απαιτεί πάρα πολύ μακροπρόθεσμο χρόνο και κόπο. Και να μην φανταστούμε ενα μηνιάτικο μεγάλου ποσού επί μονίμου βάσεως, αλλά ένα μικρό σεβαστό ποσό που μπορεί να βοηθήσει μια αγροτική οικογένεια. Τα οικονομικά αποτελέσματα στην σημερινή εποχή που παρουσιάζονται δεν είναι θετικά αλλά ανησυχητικά. Το μεγαλύτερο ποσοστό 47 % απάντησε μέτρια, το 30 % απάντησε καλά, το 19 % καθόλου καλά, και μόλις το 4 % απάντησε πολύ καλά. Όπως προανέφερα σημαντικό κριτήριο είναι η οικονομική κρίση που διανύει αυτή την εποχή η χώρα. Ο κόσμος δεν έχει αρκετά χρήματα, ούτε του περισσεύουν για να αγοράζουν προϊόντα δεύτερης ανάγκης, με αποτέλεσμα οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί να μην έχουν έσοδα. Θα αναφέρω ότι πολλοί από τους συνεταιρισμούς μου εκμυστηρεύτηκαν πως εάν συνεχιστεί αυτή η οικονομική κατάσταση θα κλείσουν γιατί με νύχια και με δόντια παλεύουν να κρατηθούν. Για παράδειγμα διάφοροι συνεταιρισμοί δεν έχουν ούτε καν τηλέφωνο σταθερό γιατί το θεωρούν πολυτέλεια και μετά βίας μπορούν να πληρώσουν τα πάγια έξοδά τους, με αποτέλεσμα να κάνουν περικοπές. Προβλήματα αντιμετωπίζει το 80 % των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών και μου ανέφεραν συγκεκριμένα πως όποιος συνεταιρισμός απαντήσει πως δεν αντιμετωπίζει ψεύδεται. Το βασικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι συνεταιρισμοί είναι το οικονομικό. Από εκεί ξεκινάνε αλυσιδωτά όλα τα προβλήματα. Πρώτα από όλα οι συνεταιρισμοί που έχουν δανειστεί από τις τράπεζες ή έχουν χρησιμοποιήσει κάποιο επιδοτούμενο πρόγραμμα αδυνατούν να ξεπληρώσουν τις δόσεις τους. Από την άλλη αρκετοί είναι οι συνεταιρισμοί που τονίζουν ότι δεν υπάρχουν επιδοτούμενα προγράμματα και στήριξη από το κράτος ή τους τοπικούς φορείς και πως εάν υπάρχουν επιδοτούμενα/αναπτυξιακά προγράμματα, δεν μπορούν να δηλώσουν συμμετοχή επειδή οι προϋποθέσεις είναι πολύ αυστηρές και δεν υπάρχει το απαιτούμενο κεφάλαιο. Χρειάζονται εξοπλισμό και κτιριακές εγκαταστάσεις, όμως αδυνατούν να τον αποκτήσουν γιατί κοστίζει πολύ ακριβά. Σύμφωνα με τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς το κράτος φαίνεται να συνωμοτεί εναντίων τους. Αυτό γιατί εφαρμόζουν νέες

ρυθμίσεις στην νομολογία για την ασφάλιση των μελών και αντί του Ο.Γ.Α που είναι ασφαλισμένες τόσα χρόνια θέλουν να τις εντάξουν στο Τ.Ε.Β.Ε πράγμα αδύνατον γιατί κοστίζει πολύ ακριβά η μηνιαία ασφάλισή τους στο συγκεκριμένο ταμείο. Με την αύξηση του Φ.Π.Α έχουν ακριβείνει οι πρώτες ύλες και συνάμα οι προμήθειές τους. Το θέμα της εφορίας είναι και αυτό ένα μεγάλο φορτίο γιατί πρέπει να πληρώνουν την φορολογία από τις κτιριακές εγκαταστάσεις τους μέχρι τα προϊόντα τους ή τις υπηρεσίες που παρέχουν. Τους χρωστάνε σε πολλές περιπτώσεις χρήματα ή τους δίνουν ακάλυπτες επιταγές οι έμποροι με τους οποίους συνεργάζονται με αποτέλεσμα να μην μπορούν να αγοράσουν νέες πρώτες ύλες ή να πληρωθούν για την εργασία τους και να πληρώσουν τα πάγια έξοδά τους. Δυστυχώς μου ανέφεραν ότι η τοπική κοινωνία δεν τους στηρίζει και δεν τους βοηθάει στην προώθηση των προϊόντων τους. Αντίθετα σε μερικές περιπτώσεις τους κάνουν «πόλεμο» γιατί δεν πιστεύουν στην έννοια των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Ένα άλλο μεγάλο πρόβλημα που παρατήρησα μέσω της έρευνας είναι η συνεργασία μεταξύ των μελών ενός γυναικείου αγροτουριστικού συνεταιρισμού. Δημιουργούνται πολλές παρεξηγήσεις και εντάσεις επειδή οι χαρακτήρες, οι απόψεις και οι ιδέες των μελών διαφέρουν, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ομαλή λειτουργία μέσα στους συνεταιρισμούς. Πολλά από τα μέλη φεύγουν άλλοτε επειδή οι λόγοι είναι συνεργασιακοί, άλλοτε επειδή οι λόγοι είναι οικονομικοί. Μία περίπτωση στους 70 συνεταιρισμούς μου ανέφερε συγκεκριμένα ότι πάει να κλείσει και ο λόγος που οδήγησε τον συνεταιρισμό σε αυτό το σημείο είναι μια μεγάλη παρεξήγηση που δημιουργήθηκε μεταξύ δυο μελών. Το αποτέλεσμα ήταν να πάρει μεγάλες διαστάσεις το θέμα, να ανακατευτούν οι άντρες των γυναικών και να διχαστεί μια τοπική κοινωνία σε δυο πλευρές. Από αυτό και μόνο το παράδειγμα μπορούμε να αντιληφθούμε πόσο μεγάλο πρόβλημα μπορεί να αποτελέσει η συνεργασία μεταξύ των μελών των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Σε ορισμένους συνεταιρισμούς υπάρχει πρόβλημα λόγω πολλών μελών και δημιουργείται αυτομάτως πρόβλημα βιωσιμότητας, ενώ σε άλλους συνεταιρισμούς εντοπίζεται έλλειψη μελών με αποτέλεσμα να οδεύουν προς κλείσιμο γιατί δεν υπάρχουν εργατικά χέρια. Παρατηρούμε επομένως ότι κάθε γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός είναι μοναδικός και ξεχωριστός, αντιμετωπίζοντας διαφορετικού τύπου προβλήματα ο ένας με τον άλλον. Στην τελευταία ερώτηση της έρευνας το 57 % απάντησε πως σκέφτεται το ενδεχόμενο για μελλοντική επέκταση των δραστηριοτήτων τους και το υπόλοιπο 43 % απάντησε αρνητικά. Οι συνεταιρισμοί που απάντησαν αρνητικά

παρουσίασαν σαν επιχείρημα όλα τα οικονομικά προβλήματα που ανέφερα παραπάνω. Τόνισαν πως οι καιροί είναι δύσκολοι για επεκτατικά σχέδια, και πως δεν θέλουν να αναλάβουν ένα τόσο μεγάλο ρίσκο. Μετά βιάς αντιμετωπίζουν τα οικονομικά προβλήματα και δεν θέλουν να φορτωθούν με επιπλέον προβλήματα. Το 57 % που απάντησε θετικά ανέφερε ότι το σκέφτονται για το μέλλον αλλά κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις. Εάν δοθούν από το κράτος νέα επιδοτούμενα/αναπτυξιακά προγράμματα με όχι τόσο απαιτητικά κριτήρια. Επίσης μία άλλη προϋπόθεση είναι εάν αλλάξει η οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα και βελτιωθεί η υφιστάμενη κατάσταση. Λίγοι ήταν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί που ανέφεραν ότι σίγουρα στο άμεσο μέλλον θα δημιουργήσουν αγροτουριστικά καταλύματα ή κάποιες υπηρεσίες. Σε γενικές γραμμές η πλειοψηφία είναι επιφυλακτική και φοβάται να προβεί σε επιχειρηματικό ρίσκο, στις δύσκολες οικονομικές εποχές που διανύει η χώρα της Ελλάδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

7.1 Συμπεράσματα

Το βασικότερο συμπέρασμα που έβγαλα κατόπιν της έρευνας είναι ότι το αντικείμενο «γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί» δεν είναι ένας όρος απλός. Όπως προανέφερα είναι ένα αντικείμενο μελέτης πολυσύνθετο και πολυμορφικό, εξαρτώμενο από πολλούς παράγοντες. Αυτοί οι παράγοντες που αναφέρονται στο 6^ο κεφάλαιο παρατήρησα ότι είναι αλληλένδετοι και αλληλοεξαρτώμενοι, είναι μία αλυσίδα παραγόντων που προσαρμόζεται ανάλογα των προϋποθέσεων και καταστάσεων που επικρατούν σε κάθε συνεταιρισμό. Ο κάθε γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός είναι ξεχωριστός και μοναδικός. Λειτουργεί με τον δικό του τρόπο, παράγει τα δικά του προϊόντα, προσφέρει τις δικές του υπηρεσίες, έχει τα ανάλογα μέλη, τα δικά του προβλήματα και πλεονεκτήματα. Αυτό που πρέπει να επισυμανθεί είναι ότι, τα μέλη των συνεταιρισμών αυτών πρέπει να κατανοήσουν την έννοια του «συνεταιρίζεσθαι». Στις περισσότερες περιπτώσεις των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών παρατήρησα δυστηχώς ότι την έννοια αυτή δεν την έχουν κατανοήσει. Αυτό διαπιστώνεται ξεκάθαρα μέσω της έρευνας που πραγματοποιήθηκε. Οι πλειοψηφία των συνεταιρισμών αντιμετωπίζει ένα βασικό χαρακτηριστικό που δυσκολεύει την ορθή και ομαλή λειτουργία τους : την συνεργασία μεταξύ των μελών. Ο γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός είναι εθελοντισμός, το μεράκι και η αγάπη για την παράδοση, όχι το χρήμα. Στους περισσότερους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς παρατηρείται το φαινόμενο της αποχώρησης των μελών και ο λόγος είναι οι οικονομικές απολαβές που τις περισσότερες φορές δεν έχουν. Όμως στον συνεταιρισμό οι γυναίκες της υπαίθρου που έχουν συγκεντρωθεί, έχουν συγκεντρωθεί εκεί για έναν κοινό σκοπό. Δεν έχουν αντιληφθεί τα μέλη των συνεταιρισμών αυτών ότι ο συνεταιρισμός δεν λειτουργεί σαν καφεενείο, όπου πας και κουβεντιάζεις με τις υπόλοιπες γυναίκες του χωριού. Είναι πολύ δύσκολο για την γυναίκα της υπαίθρου να αντιληφθεί ότι είναι γυναίκα και επιχειρηματίας ταυτόχρονα. Πολλοί από τους συνεταιρισμούς έχουν μείνει με ελάχιστα μέλη και

έτσι δυσκολεύει το έργο τους και δεν μπορούν να παραμείνουν ανοιχτοί. Για να προστεθούν νέα μέλη είναι επίσης πολύ δύσκολο γιατί οι περισσότερες νέες γυναίκες της υπαίθρου δεν ενδιαφέρονται. Το αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης είναι ότι στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς παραμένουν τα γηραιότερα μέλη, ουσιαστικά γυναίκες άνω των 60, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να δημιουργήσουν μελλοντικά επεκτατικά σχέδια δραστηριοποίησης. Μια επίσης σημαντική παρατήρηση είναι ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στα πρώτα χρόνια της λειτουργίας τους, τα μέλη δεν έχουν καθόλου προσωπικά έσοδα. Οι περισσότεροι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, χρειάζονται χρόνο για να αναπτυχθούν. Στην αρχή της λειτουργίας τους χρεώνονται με μεγάλα ποσά από δάνεια στις τράπεζες και έπειτα από κάποια χρόνια κάνουν την απόσβεση των δανείων αυτών. Κατ'αυτό το τρόπο τα μέλη εργάζονται σκληρά και αδιάκοπα, με αποτέλεσμα να εργάζονται χωρίς να αμοίβονται και με λογικό επακόλουθο τα περισσότερα μέλη να αποχωρούν. Για αυτούς τους λόγους πρέπει να καταλάβουν τα μέλη την έννοια του «συνεταιρισμού». Συμπεράνα επίσης, ότι τα μέλη των γυναικείων αγροτουριστικών επιχειρήσεων πάνω στον θέμα του ανταγωνισμού δεν αντιμετωπίζουν μεγάλο πρόβλημα. Ειδικά στον ανταγωνισμό μεταξύ τους φάνηκε ότι δεν είναι ανταγωνισμός αλλά αντιθέτως υγιής ανταγωνισμός, συναγωνισμός. Δεν κατεβάζουν τις τιμές τους για να ανταγωνιστούν μεταξύ τους και να προσελκύσουν κόσμο αλλά τις κρατάνε σταθερές. Επίσης είναι πολύ ξεκάθαρες πάνω στο θέμα του ανταγωνισμού με τα βιομηχανοποιημένα προϊόντα των εργοστασίων. Είναι απόλυτες και πιστεύουν ότι ο κόσμος ξεχωρίζει την ποιότητα και τις προτιμάει σε αντίθεση με τα βιομηχανοποιημένα προϊόντα. Αναλύοντας την έρευνα ενα άλλο σημείο που συμπεράνα και πρέπει να τονιστεί είναι ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί δεν βοηθούν στην συγκράτηση των νέων στην περιφέρεια. Επίσης κατέληξα στο συμπέρασμα ότι τα μέλη των συνεταιρισμών αυτών δεν έχουν ιδιαίτερη μόρφωση πέρα από την υποχρεωτική, το αποτέλεσμα επομένως είναι να μην γίνεται σωστός καταμερισμός δεξιοτήτων και γνώσεων, γιατί οι γνώσεις και η δυνατότητες προσφοράς των μελών είναι σε γενικές γραμμές ίδιες. Ο γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός δεν είναι ενα μέσο όπου θα αμοίβονται τα μέλη για τις παροχές τους και τις υπηρεσίες τους με ενα μεγάλο μηνιαίο ποσό. Ο συνεταιρισμός λειτουργεί συμπληρωματικά στην αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος και όχι 12 μήνες τον χρόνο απαραίτητα. Το πρόβλημα είναι ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί όπως τον τουρισμό αντιμετωπίζουν ν μεγάλο

πρόβλημα εποχικότητας. Είτε βρίσκονται σε απομακρισμένες και παραμεθώριες περιοχές είτε σε τουριστικές περιοχές υπάρχουν κάποιοι μήνες τον χρόνο που δεν έχουν δουλειά. Για αυτό τον λόγο τονίζω ότι δεν υπάρχει συμπληρωματικό σταθερό εισόδημα 12 μήνες τον χρόνο. Σαφώς και οι συνεταιρισμοί που βρίσκονται σε απομακρυσμένες και δύσκολα προσβάσιμες περιοχές, αντιμετωπίζουν μεγαλύτερα προβλήματα από τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς που βρίσκονται σε ευνοϊκότερες περιοχές. Το επόμενο συμπέρασμα που ακολουθεί σχετίζεται με την συνεργασία και στήριξη από το κράτος και τους τοπικούς φορείς με τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς. Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι πώς εάν τα θεμέλια ενός σπιτιού δεν είναι σταθερά και γερά το σπίτι μπορεί να γκρεμιστεί με μεγάλη ευκολία. Με άλλα λόγια εάν το κράτος και οι τοπικοί φορείς δεν είναι σωστοί και συνεργάσιμοι απέναντι στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, μπορούν με πάρα πολύ μεγάλη άνεση να τους καταδικάσουν. Όταν πρωτοξεκίνησαν οι πρώτοι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στις αρχές της δεκαετίας του 80^ο, είναι γεγονός ότι είχαν την στήριξη της Γενικής Γραμματείας της Ισότητας και του Ελληνικού κράτους. Ήταν μια πρωτοεμφανιζόμενη έννοια για τα τότε χρονικά δεδομένα και υπήρχε πολύς ενθουσιασμός και όρεξη από την μεριά των γυναικών της υπαίθρου καθώς και από την μεριά του κράτους να αλληλοστηριχθούν και να αλληλοσυνεργαστούν για ένα καλύτερο αποτέλεσμα. Με την πάροδο όμως των δεκαετιών, παράλληλα με την αύξηση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών ανά περιφέρειες της Ελλάδος, παρατήρησα μέσω της έρευνάς μου, ότι οι νεοσύστατοι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί των τελευταίων 10 ετών είναι χωρίς καμμία στήριξη και ενδιαφέρον από την μεριά του κράτους και των τοπικών φορέων. Πολλοί από αυτούς τους συνεταιρισμούς είναι καταδικασμένοι να κλείσουν εάν δεν αλλάξει στάση το κράτος και οι τοπικοί φορείς απέναντί τους. Δεν δημιουργούν νέα επιδοτούμενα/αναπτυξιακά προγράμματα, νέα επιδοτούμενα επιμορφωτικά/εκπαιδευτικά προγράμματα για την γυναίκα της υπαίθρου, υπάρχει έλλειψη ενημέρωσης και πληροφόρησης από το κράτος περί των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών στις υποψήφιες γυναίκες της υπαίθρου, τα κριτήρια για την πιστοποίηση των προϊόντων τους για να σταλθούν στο εξωτερικό είναι πολύ αυστηρά, αλλάζουν και τροποποιούν τις παλαιότερες νομολογίες που αφορούν τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς περί ασφάλισης και όχι μόνο εις βάρος τους. Τέτοια παραδείγματα είναι αποθαρυντικά και δεν δημιουργούν προϋποθέσεις ανάπτυξης και ευημερίας των γυναικείων αγροτουριστικών

συνεταιρισμών. Είναι γεγονός ότι κάθε χρόνο η οικονομία του κράτους της Ελλάδας χειροτερεύει. Επειδή όμως η οικονομία είναι μία αλυσίδα συντελεστών και παραγόντων, μαζί της χειροτερεύει και το μέλλον των συνεταιρισμών αυτών. Το βασικότερο συμπέρασμα που προκύπτει, είναι ότι η αιτία του κακού είναι το οικονομικό. Από εκεί ξεκινάνε όλα τα προβλήματα, τα μέλη αποχωρούν, δεν υπάρχουν έσοδα επειδή οι άνθρωποι δεν έχουν χρήματα για να αγοράσουν παραδοσιακά προϊόντα, τα μέλη των συνεταιρισμών δεν μπορούν να αγοράσουν νέο εξοπλισμό ή να μεταφερθούν σε νέες κτιριακές εγκαταστάσεις, δεν μπορούν να σκεφτούν μελλοντικές επεκτατικές δραστηριότητες λόγω φόβου ανάληψης του ρίσκου στις δύσκολες εποχές που διανύουμε κ.α. Η όρεξη και η θέληση των γυναικών αυτών παρ'όλα αυτά υπάρχει γιατί προσπαθούν με κάθε τρόπο να παραμείνουν ανοιχτοί οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, χωρίς όμως καμμία βοήθεια και έξοδο της χώρας από την οικονομική κρίση, κάποια στιγμή θα λυγίσουν και θα κλείσουν. Θα είναι πραγματικά μεγάλο πλήγμα για της γυναίκες της υπαίθρου που προσπαθούν με κάθε τρόπο να κρατήσουν τους συνεταιρισμούς τους ανοιχτούς, έπειτα από τόσα χρόνια μόχθου και επίπονης εργασίας να κλείνουν ο ένας μετά τον άλλον. Όταν ξεκίνησα να γράφω τα οφέλη που προκύπτουν μέσω των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών, αρχικά είχα ενθουσιαστεί γιατί πίστευα, από όσα διάβαζα, πώς είναι ένα μεγάλο πλεονέκτημα για την γυναίκα της υπαίθρου, πέρα από τον ρόλο της νοικοκυράς που είχε τα προηγούμενα χρόνια, να μπορεί να εργάζεται, να είναι ανεξάρτητη, δυναμική με δικό της πορτοφόλι. Έπειτα πέρα από τα οφέλη σε σχέση με την γυναίκα της υπαίθρου, είχα ενθουσιαστεί γιατί πίστευα ότι οι συνεταιρισμοί αυτοί μπορούν να συνεισφέρουν στον τομέα του εναλλακτικού τουρισμού, συγκεκριμένα του αγροτουρισμού. Τα συμπεράσματά μου όμως μετά την έρευνα και τα αποτελέσματα που συγκέντρωσα, μου έδειξαν ότι στην θεωρία όλα μπορούν να ωραιοποιούνται και να μοιάζουν με παραμύθι. Δυστηχώς μετά την έρευνά που πραγματοποίησα η πραγματικότητα φάνηκε τελείως διαφορετική και με προσγείωσε με άσχημο τρόπο. Η στάση και η νοοτροπία των γυναικών της υπαίθρου δεν έχει αλλάξει δραματικά σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες. Εξακολουθούν και παραμένουν νοικοκυρές χωρίς ανώτερη εκπαίδευση και δεν αντιλαμβάνονται την έννοια της συνεργασίας και της επιχειρηματικότητας. Δεν λειτουργούν με οργάνωση και δεν χρησιμοποιούν έξυπνους τρόπους, για παράδειγμα το διαδύκτιο, για την πρόωθηση των προϊόντων ή υπηρεσιών τους και για να ενημερωθούν πάνω στο αντικείμενό τους. Ένα ακόμη λάθος που κάνουν οι γυναικείοι

αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί είναι ότι πρέπει να μάθουν να βασίζονται στις δικές τους δυνάμεις και να μην έχουν μεγάλες προσδοκίες από την κρατική βοήθεια. Πέρα όμως από την δική τους πλευρά δεν μπορούν να αλλάξουν την υφιστάμενη οικονομική κατάσταση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών μόνες τους και έτσι το πορτοφόλι τους αντί να γεμίζει αδειάζει. Δεν προχωράνε με άλλα λόγια μπροστά αλλά παραμένουν στάσιμες εξαρτώμενες και πάλι από τους άντρες τους. Όσο για την αρχική θεωρία που πίστευα ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί μπορούν να συνδράμουν θετικά στον τομέα του εναλλακτικού τουρισμού, συγκριμένα του αγροτουρισμού, εντόπισα στην διάρκεια της έρευνας ότι η πλειοψηφία των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών δραστηριοποιούνται ως επί το πλείστον στην παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων και όχι στα αγροτουριστικά καταλύματα. Δεν προσφέρουν στην πραγματικότητα οι περισσότεροι από αυτούς τους συνεταιρισμούς υπηρεσίες διαμονής, εστίασης και συμμετοχής των τουριστών στην παραγωγική διαδικασία των προϊόντων τους. Ελάχιστες ήταν οι περιπτώσεις κατά την διάρκεια της έρευνας που επικοινωνήσα με γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς και μου απάντησαν ότι πέρα από τα παραδοσιακά προϊόντα έχουν και αγροτουριστικά καταλύματα ή παραδοσιακό εστιατόριο,καφενείο. Τις περισσότερες φορές μου ανέφεραν ότι έχουν υπηρεσία τροφοδοσίας φαγητού (catering) και αναλαμβάνουν διάφορες δεξιότητες, τοπικές εκδηλώσεις, μνημόσυνα κ.α. Επομένως, συμπεράνα ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικού συνεταιρισμοί δεν βοηθούν ουσιαστικά στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού.

7.2 Προτάσεις

Όλα αυτά τα συμπεράσματα με οδήγησαν να δημιουργήσω προτάσεις και ιδέες οι οποίες μπορούν να οφελήσουν κατά την γνώμη μου σε ελάχιστο ή μεγάλο βαθμό τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς. Οι προτάσεις και οι ιδέες αυτές είναι μέσα στα πλαίσια της λογικής και δεν είναι προτάσεις οι οποίες δεν μπορούν να προσαρμοστούν στα πραγματικά δεδομένα. Βέβαια μερικές από αυτές τις προτάσεις και ιδέες αφορούν το κράτος και τους τοπικούς φορείς οι οποίοι κατά την γνώμη μου έχουν τον κυρίαρχο και πρωταγωνιστικό ρόλο στην βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών.

1. Κατανόηση της έννοιας «συνεταιρισμός»

Οι γυναίκες της υπαίθρου, τα μέλη των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών, θα πρέπει να κατανοήσουν την έννοια του «συνεταιρισμού». Μπορούν να παρακολουθήσουν ειδικά σεμινάρια είτε επιδοτούμενα από το κράτος είτε με την βοήθεια ειδικών πάνω στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς για την ενημέρωσή τους προτού γίνουν μέλη σε έναν συνεταιρισμό. Εναλλακτική λύση σε περίπτωση απομακρυσμένης περιοχής ή λόγω οικονομικών δυσχεριών είναι η μόρφωσή και ενημέρωσή τους μέσω βιβλίων ή έντυπου υλικού πάνω στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς. Οι συντελεστές όμως αυτοί θα πρέπει να είναι αντικειμενικοί και να προβάλλουν την πραγματικότητα και όχι να παρουσιάζουν μόνο τα θετικά των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Αυτό θα βοηθήσει πολύ στο να αποφεύγονται παρεξηγήσεις και συγκρούσεις μεταξύ των μελών του συνεταιρισμού. Η σωστή ενημέρωση θα προσελκύσει τα υποψήφια μέλη που πραγματικά θέλουν να συμμετέχουν σε έναν συνεταιρισμό χωρίς να οδηγούνται μετά από λίγο καιρό στην αποχώρησή τους. Κατά την γνώμη μου αυτό είναι το 1^ο βήμα για την καλύτερευση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών και αφορά αποκλειστικά και μόνο της γυναίκες της υπαίθρου και υποψήφια μελλοντικά μέλη.

2. Εκπαίδευση και μόρφωση πάνω στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς

Οι νεότερες γενιές που βρίσκονται στα χωριά και θα ήθελαν να ασχοληθούν με το αντικείμενο αυτό θα ήταν προτιμότερο στην αρχή να φεύγουν για να σπουδάσουν στις μεγάλες πόλεις. Να σπουδάσουν σε τομείς που σχετίζονται με τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς. Εφόσον αποφοιτήσουν τότε να επιστρέψουν πίσω στο χωριό τους, να ιδρύσουν ή να γίνουν μέλη σε έναν γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό. Χωρίς την κατάλληλη μόρφωση και απόκτηση γνώσεων, επιχειρηματικότητας, τεχνογνωσίας, δεξιοτήτων από τα μέλη δεν μπορεί ένας συνεταιρισμός να προχωρήσει μπροστά. Διαφορετικά θα σταδιοδρομήσει ένας συνεταιρισμός που απαρτίζεται από μέλη που έχουν μια ανώτερη μόρφωση και διαφορετικά ένας συνεταιρισμός όπου τα μέλη του είναι απόφοιτες δημοτικού- γυμνασίου. Το ίδιο ισχύει και για τις μεγαλύτερες σε ηλικία μέλη. Θα πρέπει να παρακολουθήσουν επιμορφωτικά/ εκπαιδευτικά σεμινάρια εάν υπάρχουν επιδοτούμενα από το κράτος, πάνω στην γυναικεία επιχειρηματικότητα, γνώσεις λογιστικής, μάρκετινγκ, προώθησης και πωλήσεων, υπολογιστών, αγροτουρισμού, διαφορετικά θα πρέπει μόνες τους με δικά τους έξοδα να αποκτήσουν τις

απαραίτητες και χρήσιμες γνώσεις. Η κάθε πρόεδρος των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών θα πρέπει να ενημερώνεται τακτικά στο θέμα των επιδοτούμενων επιμορφωτικών σεμιναρίων και σε περίπτωση που δεν υπάρχουν να λάβουν δράσεις μόνες τους. Για παράδειγμα, να οργανώσουν μια ομάδα μελών του κάθε συνεταιρισμού και να προσλάβουν καθηγητές που θα τους παραδίδουν εντατικά μαθήματα επί πληρωμή. Εάν βρίσκονται κοντά στην περιοχή τους πανεπιστήμια ή Τ.Ε.Ι να συνεργαστούν πάνω στον τομέα της μόρφωσής τους.

3. Προβολή και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους

Οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί σε γενικές γραμμές προσπαθούν πάνω σε αυτό τον τομέα αρκετά αλλά όχι ουσιαστικά. Είναι αναγκαία η χρήση σύγχρονων και αποτελεσματικών μέσων επικοινωνίας, έτσι ώστε οι συνεταιρισμοί να είναι σε θέση να αποκτήσουν μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα και να διακινούν με περισσότερη ευκολία τα προϊόντα τους και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας. Παρατήρησα ότι σχεδόν η πλειοψηφία των συνεταιρισμών δεν έχουν δική τους ηλεκτρονική διεύθυνση. Το internet είναι το χρησιμότερο εργαλείο που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί για την προβολή και προώθηση των προϊόντων τους παρ'όλα αυτά δεν το χρησιμοποιούν. Δεν το χρησιμοποιούν επειδή δεν έχουν τις απαραίτητες και κατάλληλες γνώσεις για να το χρησιμοποιήσουν, οφείλουν όμως να προσαρμοστούν σήμερα στις νέες συνθήκες τις αγορές. Πρέπει επομένως να δημιουργηθούν από το κράτος και τους τοπικούς φορείς ειδικά σεμινάρια υπολογιστών για της γυναίκες της υπαίθρου. Θα είναι ένα μεγάλο βοήθημα για αυτές και θα τους διευκολύνει την ζωή και συγκεκριμένα το τρόπο προβολής και διαφήμισης των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Πέρα όμως από την χρήση του internet όπου υστερούν, θα πρέπει να συμμετέχουν σε εκθέσεις και καλό θα ήταν από το κράτος να δημιουργήσει εκθέσεις όπου θα μαζεύονται όλοι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί μία ή δύο φορές τον χρόνο, χωρίς πληρωμή του περιπτέρου των εκθέσεων αυτών. Σε περίπτωση που οι απομακρυσμένοι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί δεν μπορούν λόγω έλλειψης χρημάτων ή μεταφορικού μέσου να συμμετάσχουν, θα μπορούσαν οι τοπικοί φορείς να τους στηρίξουν παρέχοντάς τους βοήθεια. Διαφορετικά οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί μπορούν να δημιουργούν τοπικές εκδηλώσεις όπου με την πάροδο του χρόνου μέσω της ενέργειας αυτής να διαφημιστούν, μέσω τηλεοπτικών εκπομπών, ραδιοφώνου, εφημερίδων κ.α. Επίσης να δημιουργήσουν ειδικές μέρες μέσα στο

μήνα όπου θα παραδίδουν μαθήματα πάνω στους χειροποίητους παραδοσιακούς τρόπους παρασκευής προϊόντων στους ενδιαφερόμενους. Αποτέλεσμα αυτών των πράξεων θα είναι η προσέλκυση του κόσμου και των τουριστών και θα έχουν περισσότερη δουλειά και επισκεψιμότητα. Οι απομακρυσμένες και δύσκολα προσβάσιμες περιοχές αντιμετωπίζουν δυσκολία στην προώθηση των προϊόντων τους. Το κράτος θα μπορούσε να παραχωρήσει δωρεάν σε όλες τις μεγάλες πόλεις ένα μεγάλο κτίριο το οποίο θα λειτουργήσει σαν εμπορικό κέντρο και θα στεγάζει μαγαζιά από όλες τις περιφέρειες των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Οι τοπικοί φορείς μπορούν και αυτοί να βοηθήσουν στην προβολή και διαφήμιση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Μπορεί ο κάθε δήμος να τους δημιουργήσει μια ηλεκτρονική διεύθυνση, να τους παραχωρήσει κτιριακές εγκαταστάσεις οι οποίες δεν τους χρειάζονται και να στεγαστούν εκεί οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί από όπου θα προμηθεύουν τα προϊόντα τους. Να τους παραχωρήσει μεταφορικό μέσο που είναι απαραίτητο σε κάθε συνεταιρισμό για την προβολή και προώθηση των προϊόντων τους. Τα μέλη των συνεταιρισμών αυτών θα πρέπει και από την μεριά τους να έρθουν σε επαφή με μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ σε όλη την Ελλάδα και να προσπαθήσουν να συνεργαστούν για την προώθηση των προϊόντων τους. Πολύ βασικό πλεονέκτημα θα ήταν εάν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί προωθούσαν τα προϊόντα τους και στο εξωτερικό. Το κράτος θα μπορούσε να τους βοηθήσει και όχι να τους σαμποτάρει με τα αυστηρά κριτήρια πιστοποίησης που ζητάνε. Οι συνεταιρισμοί που έχουν και αγροτουριστικά καταλύματα θα μπορούσαν μέσω internet να διαφημιστούν σε Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Να έρθουν σε επαφή με ταξιδιωτικά γραφεία και να συνεργαστούν για την προώθηση και προβολή των υπηρεσιών τους.

4. Στήριξη του κράτους και των τοπικών φορέων

Το κράτος θα πρέπει να εξετάσει εις βάθος το αντικείμενο των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Να δημιουργήσει μια ομάδα ερευνητών η οποία θα ερευνήσει και θα μελετήσει τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς μακροπρόθεσμα από όλες τις οπτικές γωνίες, όχι επιφανειακά, την δομή των συνεταιρισμών αυτών, τον τρόπο λειτουργίας τους, τον τρόπο συνεργασίας μεταξύ των μελών, τους παράγοντες που είναι πλεονεκτικοί ή μειονεκτικοί και καθορίζουν την πορεία των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Για να στηρίξει

επομένως το κράτος, οι τοπικοί φορείς που εκτελούν τις αποφάσεις του κράτους, θα πρέπει όπως προανέφερα οι βάσεις να είναι γερές. Το κράτος δεν θα μπορέσει να βοηθήσει ουσιαστικά τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς εάν πρώτα δεν έχουν ληφθεί υπ'όψιν όλα τα παραπάνω. Όταν πρωτοξεκίνησαν οι πρώτοι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί το κράτος είχε ένα γενικό πλάνο για να την βοήθεια και την στήριξη τους. Με την πάροδο του χρόνου και έπειτα από μια 25ετία οι συνθήκες αλλάζουν, τα δεδομένα και οι παράγοντες με τον οποίο λειτουργούν οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί αλλά το ίδιο ισχύει και για το κράτος. Εντόπισα τα σημεία όπου υστερεί το κράτος και καταθέτω διάφορες προτάσεις που αφορούν μόνο το κράτος και τους τοπικούς φορείς :

- Δημιουργία επιδοτούμενων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων (υπολογιστών, λογιστικής, αγροτουρισμού, γυναικείας επιχειρηματικότητας, μάρκετινγκ, συνεταιρισμών κ.α.) όχι μόνο στις μεγάλες πόλεις αλλά και στην περιφέρεια και τις απομακρυσμένες περιοχές τους
- Δημιουργία νέων αναπτυξιακών/επιδοτούμενων προγραμμάτων, με λιγότερα απαιτητικά κριτήρια και περισσότερη χρηματοδότηση κεφαλαίου
- Δημιουργία νέων αναπτυξιακών/επιδοτούμενων προγραμμάτων, που να συνδιάζονται οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί με αγροτουριστικά καταλύματα, για την αύξηση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών που παρέχουν και υπηρεσίες διαμονής και εστίασης
- Παραχώρηση από το κράτος ενός μεγάλου κτιριακού συγκροτήματος στις μεγάλες πόλεις για την εγκατάσταση αντιπροσώπων όλων των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών της Ελλάδας
- Χορήγηση επιδοτούμενων κεφαλαίων για την αγορά εξοπλισμού και κτιριακών εγκαταστάσεων, καταλυμάτων
- Δημιουργία νέων νομοθετικών ρυθμίσεων υπέρ της ασφάλισης των μελών των συνεταιρισμών, ευνοϊκότερες ρυθμίσεις στην φορολογία τους

- Πρόωθηση νέων προτάσεων και ιδεών κατόπιν μακροπρόθεσμης έρευνας ειδικών για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε συνδιασμό με τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς (όχι μόνο παραδοσιακά προϊόντα)
- Να δοθούν νέα κίνητρα στους μαθητές από το λύκειο μέσω του επαγγελματικού προσανατολισμού για σπουδές που σχετίζονται με τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς
- Οι τοπικοί φορείς να δημιουργήσουν κατάλληλες και ευνοϊκότερες προϋποθέσεις και εναύσματα για να παραμείνουν οι νέες γυναίκες στα χωριά τους
- Δημιουργία κρατικού δικτύου γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών σε όλη την χώρα
- Ανάπτυξη οργανωμένου συστήματος πληροφόρησης και ενημέρωσης από το κράτος πάνω σε θέματα που αφορούν τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς
- Καθορισμός νομοθετικού πλαισίου για δραστηριότητες αγροτουρισμού σε συνδιασμό με τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς

5. Συνεργασία μεταξύ των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών

Είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει συνεργασία μεταξύ των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών σε όλη την Ελλάδα. Συνεργασία όχι μόνο ανταλλαγής τεχνογνωσίας και ιδεών αλλά ανταλλαγής προϊόντων, συνεργασία παροχής υπηρεσιών και ουσιαστικής εξυπηρέτησης των συνεταιρισμών μεταξύ τους. Όπως προανέφερα στην Κρήτη έχει δημιουργηθεί ένα δίκτυο που ονομάζεται ΚΡΙΚΟΣ και προτρέπει την συνεργασία των συνεταιρισμών. Θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα δίκτυο χώρας ή ανά περιφέρειες της χώρας το οποίο θα συγκεντρώνει ομάδες γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών και θα λειτουργεί προς όφελός τους. Το δίκτυο θα μπορούσε να ενημερώνει και να πληροφορεί τους συνεταιρισμούς στις ευκαιρίες που παρουσιάζονται από το κράτος έτσι ώστε να τις αξιοποιούν. Να διευκολύνει στην αντιμετώπιση των προβλημάτων και αδυναμιών που παρουσιάζονται στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς. Να συνεργάζεται με το κράτος και τους τοπικούς παράγοντες και να διαμεσολαβεί στην πρόωθηση και ανάπτυξη των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών.

Όλα τα παραπάνω μπορούν να επιτευχθούν ευκολότερα όταν δημιουργηθεί ένα δίκτυο το οποίο θα λειτουργεί ενωμένο και δυνατό και θα συγκεντρώνει πολλούς γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς παρά όταν ο κάθε συνεταιρισμός δραστηριοποιείται μεμονωμένα.

7.3 Επίλογος

Ο αγροτουρισμός, ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού σε συνδιασμό με ένα παρακλάδι του το οποίο είναι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, αποδείχτηκε ένα ενδιαφέρον θέμα ανάλυσης και έρευνας. Αποδείχτηκε επίσης ότι όταν ασχοληθείς με τον αγροτουρισμό και συγκεκριμένα τους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς διαπιστώνεις τελικά ότι οι θεωρίες και αυτά που ακούς δεν έχουν καμία σχέση με την πραγματικότητα. Η εργασία αυτή μου σχημάτισε την δική μου προσωπική άποψη πάνω στην μελέτη αγροτουριστικών συνεταιρισμών και στην θέση της γυναίκας της υπαίθρου σε σχέση με τον τουρισμό. Κατά την γνώμη μου μπορεί να συνδιαστούν άψογα, αγροτουρισμός και γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, αν και ακόμα έχει πολύ μέλλον στην Ελλάδα μέχρι ο «αγροτουρισμός» και «συνεταιρισμός» να κατανοηθούν ως έννοιες σωστά από τους εμπλεκόμενους, να λειτουργήσουν αρμονικά και να αναπτυχθούν με ορθό και καλύτερο δυνατό τρόπο. Κατόπιν της έρευνας και τα αποτελέσματα τα οποία παρουσιάστηκαν με ποσοστιαία διαγράμματα συμπεράνα ότι το είδος αυτού του εναλλακτικού τουρισμού δεν έχει αναπτυχθεί όπως θα έπρεπε και όπως θα μπορούσε με τις δυνατότητες που υπάρχουν στην Ελλάδα. Σε πολλούς τομείς υστερεί ακόμα ο αγροτουρισμός και συνάμα και το παρακλάδι του, οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί. Παρατήρησα ότι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί υστερούν υπερβολικά στο να στηρίξουν τον αγροτουρισμό. Δεν τον στηρίζουν όπως θα έπρεπε γιατί δεν επιτυγχάνουν το σκοπό του αγροτουρισμού, δηλαδή να προσελκύσουν επιλεκτικό τουρισμό από τα διάφορα μέρη της Ελλάδας αλλά και από το εξωτερικό. Απεναντίας, οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί δραστηριοποιούνται στην πραγματικότητα και έχουν ρίξει όλο τους το βάρος στην παρασκευή τοπικών παραδοσιακών προϊόντων και όχι στον εναλλακτικό τουρισμό. Δεν είναι δυνατόν όταν δεν υπάρχουν οι σωστές βάσεις να περιμένουμε από τις γυναίκες της υπαίθρου να αλλάξουν ουσιαστικά τα δεδομένα μιας χώρας και να συνδράμουν στην ανάπτυξη και προώθηση του αγροτουρισμού. Στην διάρκεια της τηλεφωνικής μου έρευνας οι πλειοψηφία των γυναικών της

υπαίθρου δεν αναφέρθηκαν στον όρο αγροτουρισμό. Πως λοιπόν να περιμένουμε από αυτές τις γυναίκες να στηρίξουν τον αγροτουρισμό μέσω των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Δεν έχουν τις απαραίτητες γνώσεις και παιδεία και δεν τους έχει εξηγήσει κανείς την πραγματική έννοια του αγροτουρισμού και του αντικειμένου πάνω στο οποίο δραστηριοποιούνται. Ξεκινάνε έναν αγροτουριστικό συνεταιρισμό στα τυφλά με όποιες συνέπειες και αν έχει αυτό. Ενώ θα μπορούσαν τα πράγματα να ήταν πολύ καλύτερα και ο αγροτουρισμός να αναπτύσσεται μέσω των συνεταιρισμών αυτών. Προωθούν και στηρίζονται στην πώληση των προϊόντων τους και τα αγροτουριστικά καταλύματα δεν τα υπολογίζουν καθόλου. Θα μπορούσαν όμως οι γυναίκες της υπαίθρου να συνδιάσουν άψογα τα αγροτουριστικά καταλύματα με την πώληση και παρασκευή των προϊόντων τους. Μπορεί οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί να πρωτοεμφανίστηκαν στις αρχές της δεκαετίας του 80 και να αυξήθηκαν στην διάρκεια των δεκαετιών όμως δεν δημιουργήθηκαν με τον σωστό τρόπο ώστε να συντελέσουν ουσιαστικά στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική :

- Δρ. Ανδριώτης Κων/νος, “Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός, Αγροτουρισμός, Ορεινός Τουρισμός, Οικοτουρισμός, Πολιτιστικός Τουρισμός” Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα, 2008
- Βενετσανοπούλου Γ, Μάρω, “Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστορική αναδρομή – Θεσμικό πλαίσιο” Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2006
- Δροσοπούλου Σόνια, “Αγροτό – Τουριστικοί συνεταιρισμοί” Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1989
- Ζάβαλη Μαρία, “Γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, Η συμβολή στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη, Προβλήματα και πολιτικές εξυγίανσης”, 2007
- Κοκκώσης Χάρης, Τσάρτας Πάρις, “Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον” Εκδόσεις Κριτική Α.Ε, Αθήνα, 2001
- Λογοθέτης Μιλτιάδης, “Αγροτικός Τουρισμός, Μια εναλλακτική λύση” Εκδόσεις 1988
- Λουβέρδη Άννα, “Αγροτουρισμός και γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα”, 2006
- Αποστολόπουλος Γ, Παπαδόπουλος, “Η ανάπτυξη σε μια πολυλειτουργική ύπαιθρο” Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα, 2004
- Παπακωνσταντινίδης Α, Λεωνίδα, “Αγροτουρισμός, σταθμός στον δρόμο για την τοπική ανάπτυξη” Εκδόσεις Δωρικός, Αθήνα, 1993
- Σωτηριάδης Μάριος, Φαρσάρη Ιωάννα, “Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού, Σχεδιασμός management και marketing” Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2009

- Τζίβα Έφη, “Η εταιρική συμμετοχή στον συνεταιρισμό και ειδικότερα τα δικαιώματα των συνεταιρίων” Εκδόσεις Σακκούλα, 1997
- Τσούμα Βασιλική, “Οι συνεταιρισμοί : Οικοδομικοί, Αστικοί και Αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις” Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2005

Διαδικτυακές πηγές :

- www.TravelDailyNews.gr “Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, σημαντικός αρωγός στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος” Σταθόπουλος Δημήτριος, 02/10/2006
- users.forthnet.gr, Λασιθιώτικο στίγμα, “Πολιτιστικός τουρισμός, μια σημαντική εναλλακτική λύση” Τάσος Ανθουλιάς
- www.rethimno.gr “Μαζικός Τουρισμός, Εναλλακτικός Τουρισμός, Αθλητικός Τουρισμός” Τερζάκης Δημήτριος, 29/01/2009
- www.rethimno.gr “Τι είναι αγροτουρισμός, Ελληνική Προδιαγραφή για τον ΕΛΟΤ ΠΡΔ 1417” Στεφανάκης Πέτρος, 02/02/2006
- www.in.gr “Το προφίλ του αγροτουρίστα” 02/06/2009
- www.anko.gr Ομάδα Τοπικής Δράσης ANKO
- www.elot.gr
- www.espa.gr
- www.edo-mko.gr
- www.eommex.gr
- www.ypeka.gr
- www.epan2antagonistikotita.gr
- www.paseges.gr
- www.minagric.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Ερωτηματολόγιο

ΜΕΛΕΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Στοιχεία γυναικείου αγροτουριστικού συνεταιρισμού

Επωνυμία συνεταιρισμού:

Έτος ίδρυσης:

Αριθμός μελών συνεταιρισμού :

Διεύθυνση συνεταιρισμού :

Τηλέφωνο/e-mail :

Προϊόντα/υπηρεσίες :

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Αντιμετωπίσατε προβλήματα ένταξης σας στο συνεταιρισμό απο το οικογενειακό σας περιβάλλον ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

2. Συνέβαλλε ο συνεταιρισμός στη συγκράτηση των νέων στην περιφέρεια ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

3. Έχουν ενταχθεί νέα μέλη μετά την ίδρυση του συνεταιρισμού σας ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

4. Η πλειοψηφία των μελών του συνεταιρισμού σας είναι ηλικίας :

20-30, 40-50, 50+

5. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποιο/α απο τα αναπτυξιακά/επιδοτούμενα προγράμματα ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

6. Έχει αυξηθεί η επισκεψιμότητα στην περιοχή σας μετά την ίδρυση του συνεταιρισμού ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

7. Προβάλλετε και προωθείτε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

και εάν ναι με ποιούς τρόπους ;

-
-
-

8. Προβάλλετε τα πλεονεκτήματα και τις οφέλειες που έχει ένας γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

και εάν ναι με ποιούς τρόπους ;

-
-
-

9. Προωθείτε τα προϊόντα και εκτός της ελληνικής επικράτειας ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

10. Συμμετέχετε σε εκθεσιακά περίπτερα ή σε διάφορες τοπικές εκδηλώσεις για προβολή των προϊόντων ή υπηρεσιών σας ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

11. Συνεργάζεστε με άλλους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

12. Έχετε την στήριξη και συνεργασία των κρατικών και τοπικών φορέων ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

13. Έχουν παρακολουθήσει κάποια από τα μέλη σας προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης στον αγροτουρισμό ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

14. Η πλειοψηφία των μελών του συνεταιρισμού σας είναι απόφοιτοι :

ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ-ΛΥΚΕΙΟΥ-ΑΝΩΤΑΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

15. Εκμεταλλεύεται ο συνεταιρισμός σας τα επιμορφωτικά /εκπαιδευτικά προγράμματα για τη γυναίκα της υπαίθρου από το κράτος ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

16. Είστε ικανοποιημένες από τα έσοδα του συνεταιρισμού ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

17. Συμβάλλει ο συνεταιρισμός στην αύξηση του γεωργικού εισοδήματος ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

18. Ποιά είναι τα οικονομικά αποτελέσματα του συνεταιρισμού σας ;

ΠΟΛΥ ΚΑΛΑ-ΚΑΛΑ-ΜΕΤΡΙΑ-ΚΑΘΟΛΟΥ ΚΑΛΑ

19. Αντιμετωπίζετε προβλήματα ως γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

εάν ναι αναφέρετε μερικά από αυτά :

-
-
-

20. Αντιμετωπίζετε προβλήματα ανταγωνισμού (εργοστάσια, άλλοι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί) ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

21. Σκέφτεστε για μελλοντική επέκταση των δραστηριοτήτων σας ;

ΝΑΙ-ΟΧΙ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Χωροθέτηση στους διάφορους νομούς της χώρας

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ-ΘΡΑΚΗΣ								
Νομοί : Δράμας-Έβρου-Καβάλας-Ξάνθης-Ροδόπης								
	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/ΦΑΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
1	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Καλού Αγρού Δράμας «Η Καλοαγρίτισα»	Καλός Αγρός	Δράμας	Καλός Αγρός, Τ.Κ. 661 00	25210 – 96601	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά).	7	2009
2	Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Κοκκινογείων «Ο ΜΑΑΡΑΣ»	Κοκκινόγεια Δράμας	Δράμας	Κοκκινόγεια, Τ.Κ. 662 00	25220 – 60456	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, πίτες), υπηρεσίες τροφοδοσίας.	9	1998
3	Αγροτικός Συνεταιρισμός Βαθυτόπου «Οι ορεσίβιες»	Βαθύτοπος Κάτω Νευροκοπίου Δράμας	Δράμας	Βαθύτοπος, Τ.Κ. 660 33	25230 – 41376	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, πίτες) και αρωματικά φυτά.	9	2005

4	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Βαθύτοπου «Οι Ορβηλιώτισσες»	Βαθύτοπος Κάτω Νευροκοπίου Δράμας	Δράμας	Βαθύτοπος, Τ.Κ. 660 33	25230 – 41256	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, αρτοσκευάσματα, πίτες) και αρωματικά φυτά.	7	2006
5	Αγροτικός Συνεταιρισμός Παρανεστίου «Η Συνεργασία»	Παρανέστι Δράμας	Δράμας	Παρανέστι, Δράμας Τ.Κ. 660 35	25240 – 22292	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού).	10	2003
6	Συνεταιρισμός Γυναικών Σαμοθράκης ΑΞΙΟΚΕΡΣΑ	Καμαριώτισσ α Σαμοθράκης	Έβρου	Καμαριώτισσα, Τ.Κ. 680 02	25510 – 41814 25510 – 41307	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά), υφαντά.	15	2000
7	Παραγωγικός Συνεταιρισμός Γυναικών «ΧΑΝΑ»	Λουτρά Τραϊανούπολ ης	Έβρου	Λουτρά Τραϊανούπολης Τ.Κ. 68100	25510 – 61070	Λειτουργούν εστιατόριο, αναψυκτήριο.	10	1997
8	Παραγωγικός Συνεταιρισμός Γυναικών Φερών Π.Ε. «Η ΕΚΑΒΗ»	Φέρες	Έβρου	Φέρες, Εγνατίας 60 Τ.Κ. 685 00	25550 – 50055 6977666562	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού).	20	1996
9	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Δαδιάς	Δαδιά	Έβρου	Δαδιά, Τ.Κ. 684 00	25540 – 32396	Παραδοσιακά προϊόντα (διάφορα είδη ζυμαρικών). Λειτουργούν εστιατόριο.	15	1994

	«Η ΓΕΡΑΚΙΝΑ»							
10	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λύρας «ΝΕΡΟΜΥΛΟΣ»	Λύρα	Έβρου	Λύρα, Τ.Κ 680 03	25540 – 61236 6973578033	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, πίτες, γλυκά κουταλιού).	7	2006
11	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Τριγώνου «ΓΑΙΑ»	Σπήλαιο Δήμου Τριγώνου	Έβρου	Πλάτη Έβρου Τ.Κ. 680 07	25560 – 51100	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού), υπηρεσίες τροφοδοσίας.	30	1998
12	Γυναικείος Συνεταιρισμός Πέπλου «ΑΚΡΙΤΙΣΣΕΣ»	Κήποι (Τελωνείο)	Έβρου	Κήποι Τ.Κ. 685 00	25550 – 31901	Παραδοσιακά γλυκά. Λειτουργούν καφενείο	15	1996
13	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αισύμης	Αισύμη	Έβρου	Αισύμη, Τ.Κ. 68 100	25510 – 93 154	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, πίτες, γλυκά κουταλιού). Διαθέτουν εστιατόριο.	9	2004
14	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λευκίμης	Λευκίμη	Έβρου	Λευκίμη, Τ.Κ. 680 03	25540 – 33244	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού και λουκούμια).	9	2004
15	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Υπαίθρου	Κομνηνά	Ξάνθης	Κομνηνά, Τ.Κ. 67062	6974045365	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά).	42	1995

	Κομνηνών							
16	Οικοτεχνικός Αναπτυξιακός Συνεταιρισμός Γυναικών Κοτύλης	Κοτύλη	Ξάνθης	Κοτύλη, Εχινός, Τ.Κ. 673 00	25440 – 24190	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, είδη ζαχαροπλαστικής), χειροτεχνήματα (πλεκτά, υφαντά, κεντήματα).	10	2005
17	Παραγωγικός Οικοτεχνικός Αναπτυξιακός Συνεταιρισμός Γυναικών Σάρτρων	Σάρτραι	Ξάνθης	Σάρτραι, Εχινός, Τ.Κ. 673 00	25440 – 24530 6975593345	Παραδοσιακά προϊόντα (φύλλα για πίτες, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ). Χειροτεχνήματα (δαντέλες, τερλίκια, υφαντά).	10	2005

Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας

Ν. Φλώρινας – Καστοριάς – Κοζάνης – Γρεβενών

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/ΦΑΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
18	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Άνω Καλλινίκης Φλώρινας «ΠΕΛΑΓΟΝΙΑ»	Άνω Καλλινίκη	Φλώρινας	Φλώρινα, Ταγματάρχου Σωτηρίου 6 Τ.Κ. 531 00	23850 – 46048 23850 – 23318 Fax : 23850 – 23957	Χειροτεχνήματα (παραδοσιακές φορεσιές, διάφορα είδη υφαντικής, εργόχειρα).	15	1997
19	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Ψαράδων Πρεσπών	Ψαράδες	Φλώρινας	Ψαράδες, Τ.Κ. 530 77	23850 – 46015 23850 – 46506 23850 – 46840 Fax: 23850 – 46207	Αγροτουριστικά καταλύματα. Λειτουργούν εστιατόριο.	14	1994
20	Αστικός Συνεταιρισμός Π.Ε. Γυναικών Νυμφαίου «Η ΝΥΜΦΗ»	Νυμφαίο	Φλώρινας	Νύμφαιο, Τ.Κ. 530 75	23860 – 31117	Παραδοσιακά προϊόντα (μαρμελάδες, γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά, λικέρ). Αρωματικά φυτά. Χειροτεχνήματα (ξυλοκατασκευές).	14	1995

21	Συνεταιρισμός Γυναικών Δήμου Αγίων Αναργύρων	Βασιλειάδα Μελισσότοπος	Καστοριάς	Βασιλειάδα Τ.Κ. 520 52	24670 – 98438 24670 – 98403	Παραδοσιακά προϊόντα (πίτες, γλυκά κουταλιού, αρωματικά φυτά, κεριά).	16	1999
22	Συνεταιρισμός Γυναικών Κωσταραζίου Σ.Π.Ε.	Κωσταράζι	Καστοριάς	Κωσταράζι, Τ.Κ. 52200	24670 – 52002 6943564982	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, τουρσιά).	18	2006
23	Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός «ΓΕΥΣΕΙΣ ΑΚΡΙΤΩΝ»	Διποταμία	Καστοριάς	Διποταμία, Τ.Κ. 520 50	24670 – 91213 6988624947	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού).	28	2009
24	Αγροτικός Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Βελβενδού	Βελβενδός	Κοζάνης	Βελβενδός, Τ.Κ. 504 00	Τηλ. και fax.: 24640 – 31993	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες).	40	1985
25	Αγροτικός Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Καρπερού	Καρπερό	Γρεβενών	Καρπερό Τ.Κ. 511 00	24620 – 34230	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού).	10	2004
26	Αγροτικός Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αγ. Γεωργίου Γρεβενών	Αγ. Γεώργιος	Γρεβενών	Αγ. Γεώργιος, Τ.Κ.510 30	24620 – 41615 Fax: 24620 – 41385 24620 – 41426	Παραδοσιακά προϊόντα (διάφορα είδη ζυμαρικών).	18	1992

Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας

Ν. Ημαθίας – Θεσσαλονίκης – Κιλκίς – Πέλλας – Πιερίας – Σερρών – Χαλκιδικής

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/FAX	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
27	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αγίας Βαρβάρας Βέροιας «Η Ερατεινή Γη»	Αγία Βαρβάρα, Βέροια	Ημαθίας	Αγία Βαρβάρα, Τ.Θ. 102, Τ.Κ. 591 00	Τηλ. και fax: 6946422005	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, ζυμαρικά).	7	2005
28	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγ. Αντώνιος	Άγιος Αντώνιος	Θεσσαλονίκης	Άγιος Αντώνιος, Τ.Κ. 570 06	23960 – 41807 Fax: 23960 – 24507 agantoni@otenet.gr www.aianton.gr	Παραδοσιακά προϊόντα, (πίτες, ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, γλυκά ταψιού). Λειτουργούν καφεγλυκοπωλείο.	14	1999
29	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Καλαμωτού «Η ΚΥΨΕΛΗ»	Καλαμωτό	Θεσσαλονίκης	Καλαμωτό, Τ.Κ. 570 12	Τηλ και fax: 23930 – 81305 6979720617 www.sineterismos.gr	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, αρτοσκευάσματα, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, πίτες) αρωματικά φυτά.	8	2001

30	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Ανατολικού «Βαλμάδα»	Ανατολικό Χαλάστρας	Θεσσαλονίκης	Ανατολικό Θεσσαλονίκης, Αντιγονιδών 229, Τ.Κ. 573 00	2310 – 718696 6989 766 562	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, ζυμαρικά, γλυκά ταψιού).	8	2007
31	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αρχαγγέλου	Αρχάγγελος	Πέλλας	Αρχάγγελος Τ.Κ. 580 03	Τηλ. και fax: 23840 – 73197 23840 – 73426 6972833700	Παραδοσιακά προϊόντα (λικέρ, γλυκά κουταλιού, πίτες). Χειροτεχνήματα (υφαντά, κεντήματα).	8	2000
32	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αρχαγγέλου «Η ΠΑΡΑΔΟΣΗ»	Αρχάγγελος	Πέλλας	Αρχάγγελος, Τ.Κ. 580 03	23840 – 73600	Παραδοσιακά προϊόντα (μαρμελάδες, κομπόστες).	7	2002
33	Παραγωγικός Συνεταιρισμός Γυναικών «Ο ΒΟΡΑΣ»	Άρνισσα	Πέλλας	Άρνισσα, Τ.Κ. 580 02	Τηλ. και fax: 23810 – 31983 vorasarnissa@yahoo.gr	Παραδοσιακά προϊόντα (μαρμελάδες, κομπόστες, παραδοσιακά ζυμαρικά, τουρσιά).	16	1997
34	Γυναικείος Αγροτικός	Πολυκάρπη	Πέλλας	Πολυκάρπη,	23840 – 31212	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά	12	2004

	Συνεταιρισμός Πολυκάρπης			T.K. 584 00		κουταλιού, μαρμελάδες, κομπόστες, λικέρ, τουρσιά).		
35	Αγροτουριστικός Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Ποροίων	Άνω Ποροία	Σερρών	Άνω Ποροία, T..K. 620 55	23270 – 51550 Fax: 23270 – 23221	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, γλυκά ταψιού, λικέρ, πίτες), αρωματικά φυτά. Λειτουργούν καφέ-ζαχαροπλαστείο.	10	1999
36	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Βαρβάρας «ΔΡΥΑΔΕΣ»	Βαρβάρα	Χαλκιδικής	Βαρβάρα, T.K. 630 74	23720 – 51243 23720 – 51212 23720 – 51332 23720 – 51415 Τηλ. και fax: 23720 – 51220	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ), αρωματικά φυτά.	11	1998
37	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Ταξιάρχης «Ευ γεύεσθαι»	Ταξιάρχης, Πολυγύρου	Χαλκιδικής	Ταξιάρχης, T.K. 631 00,	23710 – 94477 698184857	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, είδη ζαχαρ/στικής).	9	2007

Περιφέρεια Ηπείρου

Ν. Άρτας – Θεσπρωτίας – Ιωαννίνων – Πρέβεζας

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/FAΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
38	Αγροτικός Χειροτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Πέτα Άρτας	Πέτα	Άρτας	Πέτα Άρτας, Τ.Κ. 472 00	26810 – 82063 (26810 – 83234 26810 – 83201)	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά).	38	2003
39	Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Βίγλας Άρτας	Βίγλα	Άρτας	Βίγλα, Τ.Κ. 471 00	26810 – 24377	Χειροτεχνήματα (παραδοσιακές στολές).	12	1999
40	Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Παραποτάμου	Παραπόταμος	Θεσπρωτίας	Παραπόταμος, Τ.Κ. 46100	6974832061 26650 – 92055	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά ταψιού, ζυμαρικά)	17	1997
41	Συνεταιριστική Γυναικών Παραποτάμου	Μαυρούδι	Θεσπρωτίας	Μαυρούδι, Τ.Κ. 46 100	6977694725	Παραδοσιακά προϊόντα (πίτες, γλυκά ταψιού),	7	2007

	Παπαγεωργίου & Σία ΟΕ					υπηρεσίες τροφοδοσίας.		
42	<i>Γυναικείος Αγροτικός Βιοτεχνικός και Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Παραμυθιάς «Οι Σουλιώτισσες»</i>	Παραμυθιά	Θεσπρωτίας	Παραμυθιά, Κάτω Περιφερειακός, Τ.Κ. 46200	26660 – 24207 6974320009	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού), διάφορα είδη λαϊκής τέχνης.	7	2007
43	Αγροτικός Γυναικείος Ηπειρωτικός Συνεταιρισμός «Η ΓΗΣ»	Ιωάννινα	Ιωαννίνων	Κατσικά, Εθν. Αντίστασης 127, Τ.Κ. 45500	Τηλ. και fax: 26510 – 91180	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά, πίτες), υπηρεσίες τροφοδοσίας.	10	1998
44	Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Θεσπρωτικού «Η Μικρή Λάκκα Σούλι»	Θεσπρωτικό	Πρέβεζας	Θεσπρωτικό, Τ.Κ. 483 00	Τηλ. και fax: 26830 – 32686, 26830 – 32131	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά, πίτες, αρτοσκευάσματα). Λειτουργούν καφέ- ζαχαροπλαστείο	17	1995
45	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυμνοτόπου	Γυμνότοπος Φιλιππιάδας	Πρέβεζας	Γυμνότοπος, Τ.Κ. 482 00	26830 – 81224 26830 – 81662	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα). Αρωματικά φυτά.	27	2007

Περιφέρεια Θεσσαλίας

Ν. Λάρισας – Μαγνησίας – Καρδίτσας – Τρικάλων

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/FAX	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
46	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αμπελακίων Λάρισας	Αμπελάκια	Λάρισας	Αμπελάκια, Τ.Κ. 41221	24950 – 93362	Αγροτουριστικά καταλύματα. Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες).	15	1985
47	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Ελευθεραί «Καλλιγεύσις»	Ελευθεραί	Λάρισας	Ελευθεραί, Τ.Κ. 415 00	2410 – 811400	Παραδοσιακά προϊόντα, (γλυκά κουταλιού, αρτοποιήματα, αποξηραμένα λαχανικά.)	9	2008
48	Συνεταιρισμός Γυναικών Αιγάνης «Ολύμπιες Δημιουργίες»	Αιγάνη	Λάρισας	Αιγάνη, Τ.Κ. 400 07	6975909147	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, αποξηραμένα λαχανικά).	8	2007
49	Αγροτουριστικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Γόνων «ΑΝΤΙΓΟΝΙΔΕΣ»	Γόνοι	Λάρισας	Γόνοι, Τ.Κ. 400 04	24950 – 31251	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, γλυκά ταψιού, λικέρ, πίτες, ζυμαρικά), ελιές, αρωματικά φυτά.	18	2004
50	Αγροτουριστικός	Γερακάρι	Λάρισας	Αγιά,	Τηλ και fax:	Παραδοσιακά προϊόντα	8	2006

	Συνεταιρισμός Γυναικών Γερακαρίου Αγιάς «Το χειροποίητο»	Δήμου Αγιάς		Πάροδος Λαρίσης, Τ.Κ. 400 03	24940 – 41001	(αρτοποιήματα) και υπηρεσίες τροφοδοσίας.		
51	Αγροτικός Μεταποιητικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λιβαδίου	Λιβάδι Ολύμπου	Λάρισα	Λιβάδι, Τ.Κ. 400 02	24930 – 41820	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά). Λειτουργούν εστιατόριο.	8	2002
52	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Πορταριάς	Πορταριά	Μαγνησίας	Πορταριά, Τ.Κ. 370 11	24280 – 99952 24280 – 99400 24280 – 99173 Fax: 24280 – 99928	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά) και υπηρεσίες τροφοδοσίας.	22	1997
53	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Ενοικιαζομένων Δωματίων Πηλίου Περιχώρων και Νήσων «Η ΜΕΛΙΣΣΑ»	Βόλος	Μαγνησίας	Νέα Δημητριάδα, Διοσκούρων 21Α, Τ.Κ. 382 22	24210 – 49517 24210 – 57229 24210 – 54833 Fax: 24210 – 55788	Αγροτουριστικά καταλύματα.	20	1999
54	Αγροτικός Συνεταιρισμός	Γλώσσα Σκοπέλου	Μαγνησίας	Γλώσσα	24240 – 33224	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού,	24	1999

	Γλώσσας Σκοπέλου «Η ΓΛΩΣΣΙΩΤΙΣΣΑ»			T.K. 370 04	Fax. Δήμου: 24210 – 33364	μαρμελάδες, αμυγδαλωτά).		
55	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Ζαγοράς	Ζαγορά	Μαγνησίας	Ζαγορά, T.K. 37001	24260 – 23460 Fax: 24260 – 23566	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, λικέρ), υπηρεσίες εστίασης. Αγροτουριστικά καταλύματα.	50	1993
56	Αγροτικός Συνεταιρισμός Αηλίου Ομάδα Γυναικών «ΑΝΗΛΙΩΤΙΚΑ – ΤΑ ΑΛΛΙΩΤΙΚΑ»	Ανήλιο Πηλίου	Μαγνησίας	Ανήλιο, T.K. 370 01	Τηλ και fax.: 24260 – 31329	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά, κουταλιού, τουρσιά), υπηρεσίες τροφοδοσίας.	14	1999
57	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Δ. Πτελεού «ΦΤΕΛΙΑ»	Πτελεός	Μαγνησίας	Πτελεός, T.K. 370 07	24220 – 41550 242210 – 41227 Fax: 24220 – 29400	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, πίτες, αρτοσκευάσματα), υπηρεσίες τροφοδοσίας.	17	2000
58	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Δήμου	Αλόνησος	Μαγνησίας	Αλόνησος, 37005	24240 – 66270 Fax: 24240 – 65180	Παραδοσιακά προϊόντα (πίτες, αμυγδαλωτά, γλυκά ταψιού, γλυκά κουταλιού, τουρσιά),	20	1999

	Αλοννήσου «ΙΚΟΣ»					διατήρηση τόνου και ελιών.		
59	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Ιωλκού «ΤΟ ΡΟΔΙ»	Βόλος	Μαγνησίας	Άγιος Ονούφριος Ιωλκού Ρήγα Φεραίου – Πιτσιώρη, Τ.Κ. 385 00	24210 – 56566 24210 – 56342 24210 – 52477	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, πίτες, τουρσιά, γλυκά κουταλιού και ταγιού, μαρμελάδες). Αρωματικά φυτά.	9	2007
60	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Τρικεριού	Τρίκερι	Μαγνησίας	Τρίκερι, Τ.Κ. 37004	6972896884 Fax: 24230 – 91222	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού). Χειροτεχνήματα (εργόχειρα, παραδοσιακές στολές).	10	2009
61	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Σέσκλου «ΤΟ ΦΤΑΣΜΑ»	Σέσκλο	Μαγνησίας	Σέσκλο, Τ.Κ. 38500	24210 – 95076	Παραδοσιακά προϊόντα (πίτες, αρτοσκευάσματα, ζυμαρικά). Λειτουργούν παραδοσιακή ταβέρνα.	44	2009
62	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Προμυρίου «ΥΑΔΕΣ»	Προμύρι	Μαγνησίας	Προμύρι, Τ.Κ. 37006	24230 – 71383	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες).	10	2009

63	Συνεταιρισμός Γυναικών Περιοχής Σοφάδων	Σοφάδες	Καρδίτσας	Καρδίτσα, ΚΑΠΗ Σοφάδων, Τ.Κ. 43 100	24430 –22974	Χειροτεχνήματα (παραδοσιακές φορεσιές).	7	1995
64	Συνεταιρισμός Γυναικών Περιοχής Λίμνης Ν. Πλαστήρα	Μορφοβούνι	Καρδίτσας	Μορφοβούνι, Τ.Κ. 43067	24410 – 95405	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, λικέρ, ζυμαρικά), αρωματικά φυτά.	7	1994
65	Συνεταιρισμός Γυναικών Μουζακίου η «ΑΛΟΠΗ»	Μουζάκι	Καρδίτσας	Μουζάκι, Τ.Κ. 430 60	24450 – 43133 6974433881	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, τουρσιά, ζυμαρικά), αρωματικά φυτά, υπηρεσίες τροφοδοσίας.	14	2004
66	Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Δ. Μενελαΐδος	Θραψίμι	Καρδίτσας	Θραψίμι, Τ.Κ. 433 00	24430 – 22987	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά), αρωματικά φυτά.	8	2003
67	Αγροτικός Συνεταιρισμός Δήμου Ιτάμου	Ραχούλα Δήμου Ιτάμου	Καρδίτσας	Ραχούλα Δήμου Ιτάμου, Τ.Κ. 431 00	24410 – 42981	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά) και αρωματικά φυτά. Διακοσμητικά κεριά.	7	2001

68	Γυναικείος Συνεταιρισμός Ασπροκκλησιάς Τρικάλων	Ασπροκκλησι ά	Τρικάλων	Ασπροκκλησιά, Τ.Κ. 420 34	24320 – 94477 24320 – 94458 Fax: 24320 – 94478 6979825077 www.hasia.gr syn- gynaikon@hass ia.gr	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, ζυμαρικά).	10	1997
69	Συνεταιρισμός Γυναικών Περτούλιου Τρικάλων	Περτούλι Τρικάλων	Τρικάλων	Περτούλι Τ.Κ. 420 32	24340 –91239	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, πίτες).	15	2002
70	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γαρδικίου «Η ΑΝΕΜΩΝΑ»	Γαρδίκι Τρικάλων	Τρικάλων	Γαρδίκι, Τ.Κ. 420 37	24310 – 61340 6946124055	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, πίτες, ζυμαρικά).	7	2009
71	Αγροτικός Συν/ρισμός Γυναικών Φαρκαδόνας	Ζάρκο	Τρικάλων	Ζάρκο, Τ.Κ. 420 31	24330 – 22278 6984533986	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, πίτες, ζυμαρικά).	8	2008

Περιφέρεια Ιονίων Νήσων

Ν. Ζακύνθου – Κερκύρας – Κεφαλληνίας – Λευκάδος

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/ΦΑΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
72	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Κοιλιωμένου «Οι Μελισσώτισσες»	Κοιλιωμένος	Ζακύνθου	Κοιλιωμένος Τ.Κ. 290 92	26950 – 42872 26950 – 48517	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα), λάδι, κρασί, τυρί, μέλι, αρωματικά φυτά.	15	2007
73	Γυναικείος Εμπορικός Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Π.Ε. «ΑΛΚΥΟΝΕΣ»	Κέρκυρα	Κέρκυρας	Κέρκυρα, Ν. Λευθεριώτη 13, Τ.Κ. 491 00	26610 – 22788 Fax: 26610 – 26291	Παραδοσιακές στολές και τουριστικά είδη ένδυσης.	9	1986
74	Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Παλικής «ΑΓΡΟΦΙΛΟΧΕΝΙΑ»	Κεφαλονιά	Κεφαλληνίας	Ληξούρι, Λασκαράτου 12, Τ.Κ. 282 00	26710 – 93851	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, παστέλι, μπαρμπούλε, συκομαΐδα, αμυγδαλωτά). Αγροτουριστικά καταλύματα. Λειτουργούν καφενείο.	26	2002
75	Αγροτουριστικός	Περαχώρι	Κεφαλληνίας	Ιθάκη,	26740 – 32150	Αγροτουριστικά	20	1995

	Συνεταιρισμός Περαχωρίου	Ιθάκης		Περαχώρι Τ.Κ. 283 00	Fax: 26740 – 32374	καταλύματα. Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες), αρωματικά φυτά.		
--	-----------------------------	--------	--	-------------------------	-----------------------	--	--	--

Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας								
Ν. Αιτωλοακαρνανίας – Αχαΐας - Ηλείας								
	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/FAX	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛ Η	ΙΔΡΥΣ Η
76	Συνεταιρισμός Γυναικών Ναυπάκτου ΣΥΝΠΙΕ	Ναύπακτος	Αιτωλοακαρν ανίας	Ναύπακτος Νότη Μπότσαρη 1, Πλατεία Λιμανιού, Τ.Κ. 303 00	26340 – 24254 6932195682 6936184436 syn.gyn.nafpaktou@ gmail.com	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, ζυμαρικά). Μέλι.	15	2005
77	Αγροτουριστικός, Βιοτεχνικός, Οικοτουριστικός Συνεταιρισμός «Η ΑΙΤΩΛΙΚΗ ΓΗ»	Θέρμο	Αιτωλοακαρν ανίας	Θέρμο, Τ.Κ. 300 08	2644 – 300308	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, κομπόστες, λικέρ).	14	2008
78	Αγροτικός Γυναικείος	Αμπάρια Παναιτωλί	Αιτωλοακαρν	Κέντρο Περιβάλλοντος	Τηλ. και fax:	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού,	10	2004

	Συνεταιρισμός Δήμου Θεστιέων «Αιτωλίας Ποιήματα»	ου	ανίας	Τριγωνίδας Αμπάρια Παναιτωλίου, Τ.Κ. 300 03	26410 – 51203 26410 – 51660	μαρμελάδες, λικέρ, ζυμαρικά)		
79	Αγροτικός Βιοτεχνικός και Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Θυρρείου «ΤΟ ΘΥΡΡΕΙΟ»	Θύρρειο Βόνιτσας	Αιτωλοακαρν ανίας	Θύρρειο, Τ.Κ. 300 02,	26430 – 71244	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, λικέρ, πίτες, γλυκά ταψιού).	22	2006
80	Γυναικείος Συνεταιρισμός «Αιγείρας»	Αμπελόκη ποι	Αχαΐας	Αμπελόκηποι, Τ.Κ. 250 10	26960 – 32565 26960 – 33889	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά).	10	2004

Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας – Εύβοιας

Ν. Ευβοίας – Φθιώτιδας – Ευρυτανίας – Βοιωτίας – Φωκίδας

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/ΦΑΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
81	Πρότυπος Αναπτυξιακός Συνεταιρισμός Οικοτεχνίας, Σηροτεχνίας, Αγροτοβιομηχανίας – Περιοχής Κύμης,	Κύμη	Εύβοιας	Κύμη Εύβοιας, Τ.Κ. 340 03	22220 – 23352 Fax: 22570 – 23669	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αμυγδαλωτά). Χειροτεχνήματα (κουκουλάρικα κάδρα, κομπολόγια)	16	1985
82	Χειροτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λίμνης Ευβοίας	Λίμνη	Εύβοιας	Λίμνη Ευβοίας, Τ.Κ. 340 05	Fax: 22270 – 31500	Χειροτεχνήματα (λιμνιώτικα υφαντά).	15	1988
83	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Ν. Αρτάκης «ΑΡΤΑΚΕΙΑ	Νέα Αρτάκη	Εύβοιας	Νέα Αρτάκη 28 ^{ης} Οκτωβρίου 9, Τ.Κ. 346 00	22210 – 42482 Fax: 22280 – 42492 info@artakia.gr	Παραδοσιακά προϊόντα, (αμυγδαλωτά, πίτες, ζυμαρικά). Λειτουργούν παραδοσιακό καφενείο.	7	2001

	ΚΡΗΝΗ»							
84	Αγροτουριστική Συνεταιριστική Οργάνωση Γυναικών Ν. Αρτάκης «ΝΕΑ ΚΥΖΙΚΟΣ»	Νέα Αρτάκη	Εύβοιας	Νέα Αρτάκη Εθν. Αντίστασης 133, Τ.Κ. 34600	Τηλ και fax: 22210 – 41120	Παραδοσιακά προϊόντα (αμυγδαλωτά, γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά, αρτοσκευάσματα, γλυκά ταψιού), μέλι.	9	2001
85	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Δήμου Αυλώνος «ΑVALONA»	Αυλωνάρι	Εύβοιας	Χάνια Αυλωνάρι, Τ.Κ 340 09 Εύβοια	22230 – 32210	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, πίτες, γλυκά ταψιού,).	7	2005
86	Γυναικείος Συνεταιρισμός Λαϊκής Τέχνης «ΕΥΡΥΤΑΝΙΑ»	Καρπενήσι	Ευρυτανίας	Καρπενήσι, 2 ^ο χιλ. Καρπενησίου – Λαμίας, Τ.Κ. 361 00	22370 – 21026 22370 – 80673 Fax: 22370 – 25403	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ).	12	1992
87	Γεωργοτουριστικός Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Αράχωβας «ΚΥΠΑΡΙΣΣΟΣ»	Αράχωβα	Βοιωτίας	Αράχωβα, Τ.Κ. 320 04	22670 – 31701 22670 – 31021 Fax: 22670 – 31948	Αγροτουριστικά καταλύματα. Χρυσοκεντήματα για παραδοσιακές στολές και εκκλησιαστικά είδη, υφαντά.	32	1985

88	Συνεταιρισμός γυναικών προσφυγικού συννοικισμού Θήβας «Το Μοσχοκάρφι»	Θήβα	Βοιωτίας	Θήβα Παλιός Συννοικισμός Θήβας, Σμύρνης 33, Τ.Κ. 322 00	22620 – 80433	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, πίτες), μέλι.	15	2003
89	Γυναικείο Καλλιτεχνικό Συνεταιριστικό Εργαστήρι Αγγειοπλαστικής Δήμου Σχηματαρίου «ΤΑΝΑΓΡΑΙΑ ΚΟΡΗ»	Σχηματάρι Θηβών	Βοιωτίας	Σχηματάρι, Τανάγρας 100 Τ.Κ. 320 09	22620 – 59611 Fax: 22620 – 58188	Κατασκευές με πηλό.	15	2000
90	Αγροτουριστικός –Αγροτοβιοτεχνικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Λιβαδειάς	Λιβαδειά	Βοιωτίας	Λιβαδειά, Ελ. Βενιζέλου 11, Τ.Κ. 32100	- 6937490432	Χειροτεχνία (διάφορα είδη υφαντικής).	7	2002
91	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Δαύλειας «ΦΙΛΟΜΗΛΑ»	Δαύλεια	Βοιωτίας	Δαύλεια, Τ.Κ. 320 08	Τηλ. και fax: 22610 –52109 6972076899	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού και ταπιού).	7	2007

					filomilad@mail.com			
92	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Βουνηχώρας	Βουνηχώρα	Φωκίδα	Βουνηχώρα, Τ.Κ. 331 00	22650 – 41319 6972428625	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού και ταψιού, ζυμαρικά), μέλι.	7	2005

Περιφέρεια Πελοποννήσου								
Ν. Αργολίδας – Αρκαδίας – Κορινθίας – Μεσσηνίας – Λακωνίας								
	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/ΦΑΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
93	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αργολίδας «Κιανών Έργα»	Νέα Κίος	Αργολίδας	Νέα Κίος, Πλατεία Δημάρχου Κατριλιότη, ΤΚ 210 53	27510 – 52330	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, λικέρ), αρωματικά φυτά.	14	2007
94	Αγροτουριστικός, Βιοτεχνικός και Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λιμνών Αργολίδας	Λίμνες	Αργολίδας	Λίμνες, Τ.Κ. 212 000	27510 – 76810 6985917855	Παραδοσιακές στολές	17	2005

95	Τσακόνικος Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λεωνιδίου	Λεωνίδιο	Αρκαδίας	Λεωνίδιο θέση ΣΙΟΣ, Τ.Κ. 22 300	27520 – 23507	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, γλυκά ταψιού, αρτοσκευάσματα), υπηρεσίες εστίασης. Χειροτεχνήματα (δαντέλες, κεντήματα).	7	2005
96	Αγροτικός Συνεταιρισμός Οικοτεχνίας– Χειροτεχνίας «Η ΕΡΓΑΝΗ»	Γεράκι	Λακωνίας	Γεράκι, Τ.Κ. 230 58	27310 – 71382 27310 – 71210 Fax: 27310 – 71346	Χειροτεχνήματα (διάφορα είδη υφαντικής).	15	1988
97	Αγροτικός Οικοτεχνικός και Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Κροκεών Λακωνίας «Η ΚΥΝΙΣΚΑ»	Κροκεές	Λακωνίας	Κροκεές, Τ.Κ. 230 57	27350 – 71378 Τηλ. και fax.: 27530 –71179	Είδη λαϊκής τέχνης (παραδοσιακές στολές, πήλινα).	13	2004
98	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός «Η ΖΑΡΝΑΤΑ»	Σταυροπήγιο	Μεσσηνίας	Σταυροπήγιο Αγιάς, Τ.Κ. 241 00	27210 – 71280	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά).	9	2002

99	Συνεταιρισμός Μελιγαλά Μεσσηνίας «ΜΕΛΙΡΡΥΤΟΝ»	Μελιγαλάς	Μεσσηνίας	Μελιγαλάς, Φωτοπούλου, Παλαιό Ταχυδρομείο, Τ.Κ. 240 02	2724 – 300395	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, γλυκά ταψιού, μαρμελάδες, πίτες, δίπλες, τουρσιά), ελιές.	10	2008
100	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Δήμου Δωρίου «Δωριέων γεύσεις»	Κυπαρισσία	Μεσσηνίας	Δώριο, Τ.Κ. 24 500		Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, γλυκά ταψιού, πίτες, ζυμαρικά), αρτοσκευάσματα.	16	2009
101	Αγροτουριστικός Αγροτεχνικός Συνεταιρισμός Κυπαρισσίας «ΝΕΔΑ»	Δώριο	Μεσσηνίας	Φάρμακα Κυπαρισσίας, ΤΚ. 240 11		Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, τουρσιά).	7	2009

Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου

Ν. Λέσβου – Χίου – Σάμου

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/FAX	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
102	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Φίλιας «Ερμοπύλαια»	Φίλια	Λέσβος	Φίλια, Τ.Κ. 811 07	22530 – 98051 Fax: 22530 – 98245	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, τυρί, γλυκά κουταλιού, λικέρ, ελιές, είδη ζαχαροπλαστικής).	12	2004
103	Αγροτουριστικός Μεταποιητικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αγιάσου Λέσβου	Αγιάσος	Λέσβος	Αγιάσος, Τ.Κ. 811 01	22520 – 23318	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού). Χειροτεχνήματα (υφαντά, είδη λαϊκής τέχνης).	15	1998
104	Αγροτουριστικός - Αγροτοβιοτεχνικός Συνεταιρισμός Πολιχνίτου Λέσβου	Πολίχνιτος	Λέσβου	Πολιχνίτος, Τ.Κ. 813 00	22520 – 42260 22520 – 42175 Fax: 22520 – 42260	Παραδοσιακά προϊόντα. Χειροτεχνήματα (αναπαλαίωση παλαιών εικόνων).	12	1997

105	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Μεσοτόπου Λέσβου	Μεσότοπος Λέσβου	Λέσβου	Μεσότοπος, Τ.Κ. 811 05	Τηλ και fax.: 22530 – 96390	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, κουλουράκια, ζυμαρικά, λικέρ, γλυκά ταψιού). Λειτουργούν μικρό μπακάλικο.	28	1998
106	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Ασωμάτων Λέσβου «Οι Άγιοι Ανάργυροι»	Ασώματος	Λέσβου	Ασώματος, Τ.Κ.811 01	22510 – 44265	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες). Χειροτεχνήματα (υφαντά, είδη καλαθοπλεκτικής).	12	1999
107	Συνεταιρισμός Γυναικών Σκαλοχωρίου Λέσβου	Καλλονή	Λέσβου	Σκαλοχώρι, Τ.Κ. 81101	22530 – 98887 Fax: 22530 – 98626	Παραδοσιακά προϊόντα (είδη ζαχαροπλαστικής, ζυμαρικά).	10	2000
108	Συνεταιρισμός Γυναικών Ανεμώτιας Λέσβου «Η Καλή Λαγκάδα»	Ανεμώτια Δήμου Καλλονής	Λέσβου	Ανεμώτια, Τ.Κ. 81107	22530 – 98674 22530 – 98607 Fax: 22530 – 98981	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, λικέρ).	16	2000

109	Συνεταιρισμός Γυναικών Μήθυμνας	Μήθυμνα	Λέσβου	Μήθυμνα, Τ.Κ. 811 08	22530 – 71258	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, είδη ζαχαροπλαστικής, πίτες).	11	2008
110	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Παρακοίλων	Παράκοιλα	Λέσβου	Παράκοιλα, Τ.Κ. 811 07	Τηλ. και fax: 22530 – 94441 info@parakilawomencoop.com www.parakilawomencoop.com	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, γλυκά ταψιού, λικέρ, ανθόνερο, ζυμαρικά, ελιές, λάδι, λαδοτύρι).	11	2001
111	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γέρας	Παπάδος	Λέσβου	Παπάδος, Τ.Κ. 811 06	22510 – 84211 22510 – 31 302	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, γλυκά ταψιού, λικέρ, αμυγδαλωτά, τουρσιά, ελιές, αρωματικό ξύδι). Χειροτεχνήματα (πλεκτά, κεντήματα,).	9	2008
112	Συνεταιρισμός Γυναικών Αγ. Παρασκευής	Αγ. Παρασκευή	Λέσβου	Αγ. Παρασκευή, Τ.Κ. 811 02	22530 – 31196	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοποιήματα),	15	2000

	«ΣΕΛΑΔΑ»					υπηρεσίες τροφοδοσίας.		
113	Γυναικείος Συνεταιρισμός Άγρας «ΤΑ ΛΕΥΚΑ»	Άγρα	Λέσβου	Άγρα, Τ.Κ. 81 105	Τηλ. και fax: 22530 – 95568	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού και ταψιού, ζυμαρικά, αρτοσκευάσματα, πίτες). Αρωματικά φυτά.	15	2006
114	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Ερεσού «ΨΑΠΦΑ»	Ερεσός	Λέσβου	Ερεσός, Τ.Κ. 811 05	22530 – 56902 6948203143	Παραδοσιακό καφενείο – ουζερί	22	2007
115	Συνεταιρισμός Χειροτεχνίας & Ειδών Λαϊκής Τέχνης	Καλλιμασιά Χίου	Χίου	Καλλιμασιά, Τ.Κ. 821 00	22710 – 51180	Χειροτεχνήματα (κεντήματα, κούκλες με παραδοσιακές τοπικές στολές).	30	1984
116	«Νύμφη Ωκυρρόη» Αγροτικός Συνεταιρισμός Καρλοβασίου	Καρλόβασι	Σάμου	Καρλόβασι, Τ.Κ.832 00	22730 – 32375	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα, είδη ζαχαροπλαστικής).	10	2009
117	Αγροτικός	Χριστός	Σάμου	Χριστός,	22750 – 71537	Μεταποίηση προϊόντων, υφαντά,	11	2009

	Βιοτεχνικός και Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Ράχων Ικαρίας «Γεύση και Τέχνη Ικαρίας»			T.K. 833 01		ξύλόγλυπτα.		
--	---	--	--	-------------	--	-------------	--	--

Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου								
N. Κυκλάδων – Δωδεκανήσου								
	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/ΦΑΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
118	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Σύρου «ΤΟ ΚΑΣΤΡΙ»	Σύρος	Κυκλάδων	Άνω Σύρος, Αγ. Σεβαστιανού 41, T.K. 841 00	22810 – 83039 Fax: 22810 – 83749	Παραδοσιακά προϊόντα (πίτες, μαρμελάδες, γλυκά κουταλιού, γλυκά ταψιού). Λειτουργούν εστιατόριο.	28	1999
119	Αστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Παραδοσιακής Τέχνης Απέραθου Νάξου	Νάξος	Κυκλάδων	Απέραθος, T.K. 843 02	22850 – 61436	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού. Χειροτεχνήματα (διάφορα είδη λαϊκής τέχνης).	15	1987
120	Αγροτικός Συνεταιρισμός Μονής Νάξου «Η	Νάξος	Κυκλάδων	Μονή Νάξου, T.K. 843 02	22850 – 31554	Χειροτεχνήματα (διάφορα υφαντά).	10	2002

	ΠΑΡΑΔΟΣΗ»							
121	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Φιλοτιού Νάξου	Νάξος	Κυκλάδων	Φιλότι, Τ.Κ. 843 00	-	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού και ταψιού, λικέρ, αρτοσκευάσματα).	23	2007
122	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Κορθίου «Αγρομέλισσα»	Άνδρος	Κυκλάδων	Όρμος Κορθίου, Τ.Κ. 845 02	22820 – 62100	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, λικέρ, μαρμελάδες, ζυμαρικά), αρωματικά φυτά	30	2003
123	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Δήμου Υδρούσας «Η αρχόντισσα του Αιγαίου»	Άνδρος	Κυκλάδων	Μπατσί, Τ.Κ. 84 503	22820 – 41834 Info@androstaste.gr	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ), αρωματικά φυτά.	28	2006
124	Αγροτουριστικός Αγροτοβιοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών «ΟΙ ΑΠΟΛΛΩΝΙΑΤΙΣΣΕΣ»	Απόλλωνας Ρόδος	Δωδεκανήσου	Απόλλωνας, Τ.Κ. 851 06	Τηλ. και fax: 22460 – 91 284 22410 – 64322 apolloniatisses@gmail.com	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, παστέλι, γλυκά ταψιού) ελιές.	9	2005

Περιφέρεια Κρήτης

Ν. Ηρακλείου – Ρεθύμνης – Χανίων – Λασιθίου

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/ΦΑΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
125	Αγροτοβιοτεχνικός Συνεταιρισμός «Η ΚΡΟΥΣΑΝΙΩΤΙΣΣΑ»	Κρουσώνας	Ηρακλείου	Κρουσώνας Τ.Κ. 700 01	Τηλ. και fax: 2810 – 711989 Krousan@hol.gr	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, αρτοσκευάσματα).	18	1999
126	Αγροτικός Γυναικείος Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Δήμου Γοργοαΐνης «ΜΕΛΙΣΣΑΝΘΗ»	Άγιος Μύρωνας	Ηρακλείου	Άγιος Μύρωνας, Τ.Κ. 700 13	Τηλ. και fax.: 2810 – 722038	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, γλυκά ταψιού), υπηρεσίες τροφοδοσίας.	10	2000
127	Αγροτικός Οικοτεχνικός Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Δήμου Ρούβα «ΙΔΑΙΑ ΓΗ»	Γέργερη	Ηρακλείου	Γέργερη, Τ.Κ. 700 17	28940 – 41600	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, τουρσιά). Ταβέρνα.	10	2001
128	Γυναικείος Συνεταιρισμός Ασιτών Ηρακλείου Κρήτης «Παραδοσιακά Ασιτιανά Εδέσματα	Κάτω Ασίτες	Ηρακλείου	Κάτω Ασίτες Τ.Κ. 700 03	Τηλ. και fax.: 2810 – 861568	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα).	7	2001
129	Αγροτικός Οικοτεχνικός Γυναικείος Συνεταιρισμός	Πρεβελιανά	Ηρακλείου	Πρεβελιανά Τ.Κ. 700 03	28940 – 23464	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, πίτες).	8	2004

	Πρεβελιανών - Μεγάλης Βρύσης «Η ΠΑΡΑΔΟΣΗ»							
130	Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αγίας Βαρβάρας «ΕΡΓΑΝΗ»	Αγία Βαρβάρα	Ηρακλείου	Αγία Βαρβάρα, Τ.Κ. 700 03	28940 – 23819	Παραδοσιακές Κρητικές ενδυμασίες.	7	2003
131	Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Κορφών «ΚΟΡΦΙΑΝΑ ΚΑΛΟΛΟΪΔΙΑ»	Κορφές	Ηρακλείου	Κορφές Μαλεβιζίου Τ.Κ. 715 00	Τηλ. και fax.: 2810 – 851282	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα), υπηρεσίες τροφοδοσίας.	7	2002
132	Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Μαράθου «ΤΟ ΞΟΜΠΛΙΑΣΤΟ ΚΟΥΛΟΥΡΑΚΙ»	Μάραθος	Ηρακλείου	Μάραθος Μαλεβιζίου, Τ.Κ. 715 00	2810 –521051	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα).	18	2002
133	Γυναικείος Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Δήμου Βιάννου «Η	Έμπαρος	Ηρακλείου	Έμπαρος, Τ.Κ. 700 15	28950 – 41192 Fax:	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, γλυκά κουταλιού).	7	2004

	ΕΡΓΑΝΟΣ»				28950 – 41194			
134	Αγροτικός Οικοτεχνικός Χειροτεχνικός Συνεταιρισμός Δήμου Γουβών «ΜΙΝΘΙ»	Καλό Χωριό	Ηράκλειου	Καλό Χωριό Δήμου Γουβών Τ.Κ. 700 14	28970 – 42331	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, είδη ζαχαροπλαστικής, γλυκά κουταλιού.	8	2007
135	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αγίου Βασιλείου Πεδιάδας «Βασιλείων Γλυκασμός»	Αγ. Βασίλειος	Ηρακλείου	Αγ. Βασίλειος Πεδιάδας, Τ.Κ. 701 00	Τηλ. και fax: 2810 –743781	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα).	11	2006
136	Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Δήμου Ρούβα «ΙΔΑΙΕΣ»	Γέργερη,	Ηρακλείου	Γέργερη, Τ.Κ. 700 17	6937079304	Χειροτεχνήματα (καλαθοπλεκτική και ξύλοκατασκευές).	7	2007
137	Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Αρχάνων «Αρχανών Γεύσεις»	Άνω Αρχάνες	Ηρακλείου	Άνω Αρχάνες, Τ.Κ. 70100	2810 – 751968 Fax: 2810 – 751915	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, είδη ζαχαροπλαστικής, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά).	7	2007

138	Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Καμάρων «Ορεινές Γεύσεις»	Καμάρες	Ηρακλείου	Καμάρες, TK 700 17	6986156101	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα).	8	2008
139	Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Πόμπιας	Πόμπια	Ηρακλείου	Πόμπια, TK 70 400	6936538786	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα).	7	2008
140	Συνεταιρισμός «ΡΑΕΤΙ» Ανωγείων Μυλοποτάμου	Ανώγεια Μυλοποτάμου	Ρεθύμνης	Ανώγεια, T.K. 740 51	28340 – 31820 28340 – 31810	Παραδοσιακά προϊόντα (αρτοσκευάσματα, είδη ζαχαροπλαστικής).	7	2000
141	Συνεταιρισμός «ΑΡΤΕΜΙΣ» Αγίου Κωνσταντίνου	Άγιος Κωνσταντίνος	Ρεθύμνης	Άγιος Κωνσταντίνος, T.K. 740 58	28310 – 91220 28310 – 91400, 28310 – 91566 Fax: 28310 – 52483	Παραδοσιακά προϊόντα (μαρμελάδες, γλυκά κουταλιού, πετιμέζι από χαρούπια και σταφύλια, λικέρ, σαπούνι, ελιές). Αρωματικά φυτά.	23	2003
142	Συνεταιρισμός Γυναικών Γερακαρίου «ΓΕΡΑΚΙΝΑ»	Γερακάρι	Ρεθύμνης	Γερακάρι Αμαρίου, T.K. 740 61	6973733155	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, λικέρ, ζυμαρικά)	7	2007

143	Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Γυναικών «ΕΡΑΤΩ»	Απόστολοι	Ρεθύμνης	Απόστολοι, Τ.Κ. 740 61	6974390616 Τηλ. και fax: 28330 – 22078	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά, τουρσιά).	10	2007
144	Αγροτικός Γυναικείος Οικοτεχνικός Αγροβιοτεχνικός Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός «ΕΣΤΙΑ»	Οικισμός Παλέ, Δ.Δ. Κοξαρέ, Φοίνικας	Ρεθύμνης	Φοίνικας, Οικισμός Παλέ, Δ.Δ. Κοξαρέ, Τ.Κ. 74 053,	28320 – 51 551	Παραδοσιακά προϊόντα (μαρμελάδες, γλυκά κουταλιού).	8	2007
145	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Περάματος «Άνθεια»	Πέραμα Δ. Γεροποτάμου	Ρεθύμνης	Πέραμα, Τ.Κ. 740 52	-	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα).	10	2009
146	Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Παλαιών Ρουμάτων Δήμου Βουκολιών «Η αρχόντισσα»	Παλαιά Ρούματα	Χανίων	Παλαιά Ρούματα, Τ.Κ. 730 02	28240 – 41442	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα).	8	2006
147	Συνεταιρισμός Γυναικών Καλαμιτσίου Αμυγδάλου και	Καλαμίτσι Αμυγδάλου	Χανίων	Καλαμίτσι, Τ.Κ. 730 08	28250 – 22944 Fax: 28250 - 61737	Χειροτεχνήματα (μεταξωτά εργόχειρα).	40	1991

	Εξώπολης «ΤΕΧΝΗΜΑ ΣΥΝΕ.ΠΕ»							
148	Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γαβαλοχωρίου	Γαβαλοχώρι	Χανίων	Γαβαλοχώρι, Τ.Κ. 730 08	28250 – 22038 Fax: 28250 – 22625	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα, σαπούνι, λάδι, τσικουδιά).	20	1992
149	Συνεταιρισμός Γυναικών Παραδοσιακής Χειροτεχνίας Κισσάμου Χανίων	Κισσάμου	Χανίων	Κίσσαμος, Τ.Κ. 734 00	28220 – 23163 Fax: 28220 – 22005	Παραδοσιακά προϊόντα (ζυμαρικά, αρτοσκευάσματα, γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες). Χειροτεχνήματα (παραδοσιακές στολές, αναπαλαίωση εικόνων, αγγειοπλαστική).	50	1995
150	Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Κάρανου «Η ΑΓΡΟΤΙΣΣΑ»	Κάρανος	Χανίων	Κάρανος, Τ.Κ. 730 05	28210 – 67173 28210 – 67107	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά, αρτοσκευάσματα, ελιές, τουρσιά, μυζήθρα στο λάδι, αυγοκαλάμαρα, στακοβούτυρο).	7	1998
151	Γυναικείος Αγροτικός	Ζάκρος	Λασιθίου	Ζάκρος,	28430 – 93306	Παραδοσιακά προϊόντα	7	2007

	Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Ζάκρου «ΜΕΛΙΩΝ»			Τ.Κ. 72300,	6972131169	(αρτοσκευάσματα, γλυκά κουταλιού).		
152	Αγροτικός Οικοτεχνικός Γυναικείος Συνεταιρισμός «ΚΛΩΣΤΕΝΙΟΣ»	Καλαμαύκα	Λασιθίου	Καλαμαύκα, Τ.Κ. 722 00	28420 – 92302 6976225677 Fax: 28420 –92302	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα, χαλβάς).	11	2006
153	Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Κριτσάς	Κριτσά	Λασιθίου	Κριτσά, Τ.Κ. 720 51	28410 – 51111 6978890485	Παραδοσιακά προϊόντα (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα).	18	2009
154	Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Αβρακόντε «ΑΥΡΑ»	Αβρακόντε	Λασιθίου	Αβρακόντε, Τ.Κ. 720 52	6943909144	Λειτουργούν παραδοσιακό καφενείο	21	2007

Περιφέρεια Αττικής

Νομαρχίες Αθηνών – Ανατολικής Αττικής – Δυτικής Αττικής – Πειραιώς

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛ/ΦΑΧ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΜΕΛΗ	ΙΔΡΥΣΗ
155	Γυναικείος Αγροτικός Βιοτεχνικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός «ΑΙΑΝΤΙΣ»	Καπανδρίτι	Αττικής	Κυριακού 16B, Τ.Κ. 190 14	22950 – 52760	Κεραμικά, είδη αργυροχρυσοχοΐας, υφαντά, τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και τοπικές φορεσιές.	7	2003