



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
«ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΣΑΡΚΙΣΙΑΝ Β. ΜΕΛΙΝΑ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Γ. Β. ΠΑΠΑΔΙΟΔΩΡΟΥ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2013



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ **«ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»**

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΣΑΡΚΙΣΙΑΝ Β. ΜΕΛΙΝΑ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Γ. Β. ΠΑΠΑΔΙΟΔΩΡΟΥ**

**ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2013
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο 1^ο: Γενικό Εννοιολογικό Πλαίσιο και Ιστορική Εξέλιξη του Τουρισμού & Τουρισμού – Αειφόρος Ανάπτυξη ...	8
1.1 Ορισμός Τουρισμού.....	8
1.1.1 Η Εξέλιξη του Τουρισμού.....	8
1.2 Τουρισμός – Αειφόρος Ανάπτυξη.....	9
1.2.1 Σύγχρονες Τάσεις Παγκόσμιας Αγοράς Τουρισμού	10
1.2.2 Αειφόρος Ανάπτυξη	12
Κεφάλαιο 2^ο: Η Εξέλιξη της Ελληνικής Γεωργίας.....	14
2.1 Μυθική - Ομηρική & Αρχαία Εποχή για την Εξέλιξη της Γεωργίας.....	15
2.1.1 Ρωμαϊκή-Βυζαντινή Εποχή & στα Χρόνια της Τουρκοκρατίας - Η Εξέλιξη της Γεωργίας	16
2.1.2 Η Εξέλιξη της Γεωργίας στα χρόνια του Καποδίστρια - Όθωνα Α΄.....	17
2.2 Ο Σημερινός Χώρος Υπαίθρου.....	18
2.2.1 Γεωργικός Χώρος - Αγροτικός Χώρος	18
2.2.2 Ο Χώρος Υπαίθρου	19
Κεφάλαιο 3^ο: Γενικό Εννοιολογικό Πλαίσιο και Ιστορική Επισκόπηση Αγροτουρισμού	21
3.1 Αγροτουρισμός.....	21
3.1.1 Ορισμός Αγροτουρισμού.....	21
3.1.2 Οι βασικές αρχές & οι στόχοι του Αγροτουρισμού	23
3.1.3 Μορφές και Δραστηριότητες του Αγροτουρισμού	25
3.1.4 Το προφίλ του Αγροτουρίστα – Εκπαίδευση Υπευθύνων	31
3.2 Προγράμματα Ευρωπαϊκής Ένωσης – Άξονες Χρηματοδότησης Αγροτουρισμού.....	37
3.2.1 Αναπτυξιακή Καρδίτσα (ΑΝ.ΚΑ. Α.Ε.)	41
3.2.2 Πιστοποίηση – Φορείς Αγροτουρισμού	43
Κεφάλαιο 4^ο: Ελληνική & Διεθνή Εμπειρία για τον Αγροτουρισμό - Γυναικείοι Συνεταιρισμοί στην Ελλάδα	47
4.1 Αγροτουρισμός στην Ελλάδα και Διεθνώς.....	47
4.1.1 Ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα	47
4.1.2 Αγροτουρισμός στο Διεθνή Χώρο	49

4.2 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα.....	50
4.2.1 Γυναίκεια Επιχειρηματικότητα στον Αγροτουρισμό	51
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	57
Ελληνική.....	57
ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ	58
Ελληνική.....	58
Αγγλική.....	58
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	58

Δήλωση περί μη ευθύνης του ιδρύματος.

Copyright Μελίνα Σαρκισιάν

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερμηνευτικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς το συγγραφέα.

Η έγκριση της παρούσας εργασίας από το ΤΕΙ Θεσσαλονίκης δεν συνεπάγεται και την υιοθέτηση των απόψεων και των συμπερασμάτων που εκφράζουν την συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευτεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει θέμα τον Αγροτουρισμό. Στόχος μας είναι να διαχωρίσουμε τις λέξεις: τουρισμός και αγροτουρισμός που πολλές φορές συγχέονται, να αναφέρουμε πώς ξεκίνησε ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα.

Η εργασία αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται το γενικό εννοιολογικό πλαίσιο και η Ιστορική εξέλιξη του Τουρισμού. & Τουρισμός-Αειφόρο Ανάπτυξη. Το δεύτερο κεφάλαιο εστιάζεται στην εξέλιξη της ελληνικής γεωργίας και πώς ο αγροτικός χώρος συνδέεται με τον αγροτουρισμό.

Το τρίτο κεφάλαιο έχει θέμα το εννοιολογικό πλαίσιο του αγροτουρισμού και την ιστορική αναδρομή του, όπου αναφέρεται ο ορισμός του αγροτουρισμός, οι μορφές, οι αρχές του καθώς και η ιστορία του μέχρι και σήμερα. Το τέταρτο κεφάλαιο εστιάζεται στους γυναικείους συνεταιρισμούς στην Ελλάδα και στη γυναικεία επιχειρηματικότητα και πώς η γυναίκα –αγρότισσα εξελίχθηκε σε γυναίκα επιχειρηματία με το έναυσμα του αγροτουρισμού.

Τα Συμπεράσματα που απορρέουν από την εργασία αποτελούν το πιο νευραλγικό σημείο της εργασίας. Καθώς, θα καταλήξουμε ποια είναι η σημασία του αγροτουρισμού για την ύπαιθρο, για την αγροτική οικογένεια, για τον ταξιδιώτη και ουσιαστικά τι σημαίνει σήμερα.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια της πτυχιακής μου διατριβής με τίτλο «Αγροτουρισμός» στο τμήμα λογιστικής του Αλεξάνδρειου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης την χρονική περίοδο από τον Νοέμβριο του 2012 μέχρι τον Απρίλιο του 2013.

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον καθηγητή μου κ. Παπαδιοδώρου για την εισήγηση του θέματος καθώς και για την βοήθεια του σε όλη τη χρονική διάρκεια.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου και τους φίλους μου που με εμπύχωναν και με βοηθούσαν με τον δικό τους τρόπο.

Θεσσαλονίκη, Απρίλιος 2013

Κεφάλαιο 1^ο: Γενικό Εννοιολογικό Πλαίσιο και Ιστορική Εξέλιξη του Τουρισμού & Τουρισμού – Αειφόρος Ανάπτυξη

1.1 Ορισμός Τουρισμού

Τουρισμός είναι η μετακίνηση ανθρώπων από μια γεωγραφική θέση σε μία άλλη για περίοδο μικρή ή μεγάλη, κάπου έξω από την περιοχή όπου ο ταξιδιώτης συνήθως ζει και εργάζεται (Πετρέας Χ., 1991 σ. 11). Ο τουρισμός με την έννοια που τον αντιλαμβανόμαστε σήμερα, είναι πρόσφατη δραστηριότητα. Η λέξη τουρισμός εμφανίστηκε στην αγγλική γλώσσα στις αρχές του 19ου αιώνα, η δραστηριότητα όμως γινόταν πριν από τη περίοδο της βιομηχανικής επανάστασης κυρίως για θρησκευτικούς, εμπορικούς και πολιτικούς σκοπούς.

Το ταξίδι σε ξένες χώρες αναπτύχθηκε περισσότερο σαν μέρος της πρακτικής επιμόρφωσης των γόνων της αριστοκρατίας κατά τους 16ο -18ο αιώνες. Πλούσιοι αριστοκράτες ταξίδευαν για τουρισμό (διασκέδαση ή ψυχαγωγία) που συνδυαζόταν είτε με ειδικές εμπορικές σκοπιμότητες είτε όχι –οπότε είχαν και κάποιο χαρακτήρα περιπέτειας (Μαυροδόντης Θ., 2003 σ. 225).

1.1.1 Η Εξέλιξη του Τουρισμού

Πρωτεργάτης του νεώτερου τουρισμού στην Ευρώπη υπήρξε ο Άγγλος Thomas Cook που για πρώτη φορά το 1841 οργάνωσε μια ημερήσια εκδρομή με τρένο μεταξύ δύο πόλεων της Βόρειας Αγγλίας. Γρήγορα συνειδητοποίησε ότι αυτή η εξυπηρέτηση που έκανε σε μερικούς γείτονες του είχε ζήτηση. Στα επόμενα είκοσι πέντε χρόνια η εταιρία που δημιούργησε είχε μεγαλώσει πουλώντας τουριστικό προϊόν –εκδρομές και είχε γραφεία σε μεγάλες ευρωπαϊκές και αμερικανικές πόλεις (Μαυροδόντης Θ., 2003 σ. 228).

Τη μεγάλη του ανάπτυξη γνώρισε ο τουρισμός μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο και ιδιαίτερα αφότου το αεροπλάνο έγινε σχετικά φθηνό μέσο μαζικής μετακίνησης.

1.2 Τουρισμός – Αειφόρος Ανάπτυξη

Ο τουρισμός κατά γενική παραδοχή, θεωρείται ότι είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της οικονομίας πολλών αναπτυσσόμενων χωρών που υπόσχεται οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Σε ορισμένες μάλιστα χώρες του Τρίτου Κόσμου, ο τουρισμός αποτελεί τη κύρια βάση για τη δημιουργία εσόδων στην οικονομία. Είναι δε ευρέως αποδεκτό ότι αποτελεί τη μεγαλύτερη βιομηχανία σε διεθνές επίπεδο και βλέπουμε ότι στα εθνικά ισοζύγια παρουσιάζεται με ιδιάζουσα σημασία (**Τσάρτας Π., 2004, σ. 10-11**). Στη χώρας μας, ο τουρισμός είναι από τις πιο σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες και οι επιπτώσεις από την αποτυχία ή την επιτυχία της ετήσιας τουριστικής κίνησης επιδρούν σημαντικά στη καθημερινή ζωή όλων μας και επηρεάζουν την εξέλιξη του γενικού εθνικού βιοτικού επιπέδου (**Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π., 2001**).

Μέσα από τον τουρισμό δίνεται στους ανθρώπους η ευκαιρία να δοκιμάσουν, λίγο ή πολύ τη ζωή, τις συνήθειες και τα έθιμα άλλων χωρών. Γεγονός είναι ότι για μερικούς ο τουρισμός είναι συνδεδεμένος με τη ξεκούραση, ψυχαγωγία και αλλαγή από τις καθημερινές συνήθειες. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι για το μέσο τουρίστα οι διακοπές αποτελούν μια σύντομη πραγματοποίηση κάποιας επιθυμίας συνειδητής ή υποσυνείδητης (**Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π., 2001, σ. 189**).

Η ψυχολογία μας διδάσκει ότι ο άνθρωπος ενεργεί και δρα από κάποια κίνητρα ή ανάγκες. Στο κατώτερο επίπεδο τα κίνητρα είναι φυσιολογικές ανάγκες π.χ. πείνα, δίψα και οι ανάγκες ασφάλειας και προστασίας π.χ. στέγη. Ξεπερνώντας το επίπεδο αυτό καλύπτουμε τις κοινωνικές ανάγκες συμμετοχή σε ομάδα και αναγνώριση. Τέλος, στο ανώτατο επίπεδο βρίσκονται οι ανάγκες προσωπικής εξέλιξης δυνατοτήτων ικανοποίησης των αισθήσεων και δημιουργίας. Σε αυτό το επίπεδο περιλαμβάνονται και οι ανάγκες για αλλαγή, νέες εμπειρίες, που δημιουργούν το ερέθισμα για το τουριστικό ταξίδι (**Γρηγόρης Θ. Παπανίκος, 2004, σ. 176**).

Συνήθη αντικείμενα τουριστικών ταξιδιών που γίνονται για διασκέδαση ή ευχαρίστηση είναι:

- Ξεκούραση και ανάπαυση
- Γνωριμία με τη φύση, την αγροτική ζωή, τις καλλιέργειες και η συμμετοχή στις αγροτικές ασχολίες (αγροτουρισμός).
- Επιθυμία για πολιτιστική επιμόρφωση
- Παρακολούθηση καλλιτεχνικών και αθλητικών γεγονότων
- Η επιθυμία για το ασύνηθες ή το εξωτικό
- Ενημέρωση σε κάποιο θέμα, εκπαίδευση και πρακτική εξάσκηση
- Θρησκευτικοί λόγοι

1.2.1 Σύγχρονες Τάσεις Παγκόσμιας Αγοράς Τουρισμού

- Οι σύγχρονες τάσεις της παγκόσμιας αγοράς τουρισμού που επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος είναι οι ακόλουθες:
- Η αύξηση του διαθέσιμου προσωπικού εισοδήματος ως αποτέλεσμα της βελτίωσης των όρων εργασίας και της αμοιβής των εργαζομένων και η συνεπαγόμενη αύξηση των δαπανών αυτών για διακοπές. Δηλαδή, σήμερα οι τουρίστες προτιμούν περισσότερα ταξίδια κάθε χρόνο, αλλά με λιγότερη διάρκεια (short-breaks).
- Η εμφάνιση νέων ειδικών και καινοτόμων μορφών τουρισμού π.χ. αθλητικός τουρισμός. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς που στοχεύει στη καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών και στη κάλυψη των ειδικότερων τουριστικών αναγκών.
- Οι σημαντικές αλλαγές που έγιναν στο τομέα της παραγωγής του τουριστικού προϊόντος όπου μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις άρχισαν να συγχωνεύονται ή να εξαγοράζονται από μεγαλύτερες στα πλαίσια της παγκοσμιοποιούμενης τουριστικής αγοράς.
- Η αλλαγή του τρόπου διανομής του τουριστικού προϊόντος όπου υπάρχει η τάση για κάθετη ενοποίηση της αγοράς, δηλαδή παροχή υπηρεσιών σε όλο το φάσμα της από την έκδοση εισιτηρίου μέχρι την διαμονή στο ξενοδοχείο.
- Η εμφάνιση νέων τουριστικών αγορών που έχουν αισθητά χαμηλότερο κόστος προσφοράς υπηρεσιών και οι οποίες εκμεταλλεύονται την

εξέλιξη των αεροπορικών μεταφορών και την απελευθέρωση των περιορισμών στις αερομεταφορές, έχουν οδηγήσει στη διεθνοποίηση της τουριστικής αγοράς σε επίπεδο ανταγωνισμού.

- Η συνεχής αύξηση του αριθμού των τουριστών της τρίτης ηλικίας. Είναι γεγονός ότι σε ευρωπαϊκό επίπεδο κάθε χρόνο, γίνονται 200 εκατ. ταξίδια ατόμων τρίτης ηλικίας. Λαμβάνουμε υπόψη μας ότι παγκόσμια παρουσιάζεται το φαινόμενο της γήρανσης του πληθυσμού και ότι το συγκεκριμένο τμήμα της τουριστικής αγοράς διαθέτει χρόνο και χρήμα.
- Η εισβολή νέων προηγμένων τεχνολογικών συστημάτων και οι δυνατότητες χρησιμοποίησής τους από τις τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες στοχεύουν στην βελτίωση της παραγωγικότητας και της απόδοσής τους, δημιουργούν νέους τρόπους οργάνωσης και διοίκησης σε όλα τα επίπεδα της ιεραρχίας και συμβάλλουν στην ανάπτυξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων στο πλαίσιο μιας συνεχώς μεταβαλλόμενης τουριστικής αγοράς.
- Η αλλαγή στο προφίλ του τουρίστα ο οποίος κατευθυνόμενος από την αύξηση των εμπειριών και γνώσεων του, αναζητά πλέον ένα εμπλουτισμένο και ποιοτικά αναβαθμισμένο τουριστικό προϊόν.
- Η εφαρμογή νέων μεθόδων marketing που συντελούν στην άμεση και έγκαιρη πληροφόρηση των τουριστών.
- Η εφαρμογή των νέων μεθόδων Διοίκησης και Οργάνωσης και στον τουριστικό τομέα παρέχει αποτελεσματικότητα στη δράση των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Η συνεχώς θετικά μεταβαλλόμενη και ήδη έντονα αυξημένη οικολογική συνείδηση των τουριστών, η οποία είναι περισσότερο διαδεδομένη στους τουρίστες που προέρχονται από τις χώρες της Βορείου και Κεντρικής Ευρώπης, για τους οποίους το περιβάλλον είναι από τα σημαντικότερα κριτήρια στην επιλογή του τόπου διακοπών και του τουριστικού καταλύματος.
- Οι παραπάνω σύγχρονες τάσεις εκ των προτέρων, επιβάλλουν τον αναπροσανατολισμό της τουριστικής πολιτικής προς μια άλλη κατεύθυνση που να ανταποκρίνεται περισσότερο στην οικονομική και κοινωνική δομή των χώρων φιλοξενίας και να συνδέεται με το στοιχείο της ποιότητας (**Αρτεμάκης Μιχάλης, 1998, τχ 236, σ. 97-98**)..

Η αναγκαιότητα αυτή απαιτεί την εξειδίκευση μιας νέας προσέγγισης για τον τουρισμό που να μπορεί να ανταποκριθεί με επάρκεια στις σύγχρονες προκλήσεις με αειφορική χρήση των τουριστικών πόρων και η οποία με την κατάλληλη εμπορική της επιλογή να βοηθά στην προώθηση των τουριστών σε εξειδικευμένες αγορές που μελλοντικά θα αποτελέσουν νησίδες τουριστικής ανάπτυξης και σημαντικές πηγές κερδοφορίας για τις τουριστικές επιχειρήσεις (www.intravelreport.gr).

1.2.2 Αειφόρος Ανάπτυξη

Αρχικά, ο τουρισμός είχε θεωρηθεί ότι είναι μια δραστηριότητα που δεν καταστρέφει τους φυσικούς πόρους, η οποία ήταν μια 'αθώα' άποψη όπου άρχισε να αμφισβητείται ολοένα και περισσότερο. Γιατί, η μετάβαση της τουριστικής χωρητικότητας σε πολλές περιοχές του πλανήτη μας προκάλεσε αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και έντονες κοινωνικές συγκρούσεις που διαρκώς αυξάνονταν. Άλλωστε, αυτό αποτέλεσε και το έναυσμα στους Διεθνείς Οργανισμούς που ασχολούνται με το περιβάλλον να πάρουν μέτρα προστασίας του με την οικουμενική διάσταση.

Για να συνεχιστεί απρόσκοπτα η τουριστική ανάπτυξη όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω θα πρέπει οι φυσικοί πόροι που στηρίζουν το περιβάλλον π.χ. παρθένα τοπία και καθαρές θάλασσες να είναι διαθέσιμα και να γίνεται ορθολογική χρήση τους με βάση τις αρχές της αειφορίας.

“Αειφόρος ανάπτυξη” νοείται το σύνολο των τοπικών παρεμβάσεων σε ένα χώρο, οι οποίες διασφαλίζουν τη μη εξάντληση των μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων του τόπου αυτού.

Ο ορισμός που έχει δώσει η έκθεση της επιτροπής Μπρούντλαντ είναι “Διατήρηση της ανάπτυξης που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να αδυνατίζει την ικανότητα των μελλοντικών γενιών να ικανοποιήσουν τις δικές τους (WCED 1987).¹

¹ [Report of the World Commission and Environment and Development \(WCED 1987\)](#)

Στόχοι της αειφόρου ανάπτυξης:

- Αυτοτροφοδοτούμενη τουριστική ανάπτυξη
- Διατήρηση των μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων
- Διαφύλαξη του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος
- Διαφύλαξη / αναπαραγωγή του πολιτιστικού γίγνεσθαι
- Διατήρηση του κοινωνιολογικού και ψυχολογικού ιστού
- Διατήρηση της φυσικής - πολιτιστικής ιδιαιτερότητας
- Αναβάθμιση των ποιοτικών τοπικών χαρακτήρων
- Μη αλλοίωση /αλλοτρίωση φυσικού –ανθρώπινου περιβάλλοντος
- Μη αλλοτρίωση του τρόπου διαβίωσης των μόνιμων κατοίκων
- Οικονομική - κοινωνική πολιτιστική βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών.

Συνεπώς, ο τουρισμός για να είναι συμβατός με το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον θα πρέπει να κινητοποιηθούν όλοι εκείνοι οι φορείς για τη διατήρηση ενός υψηλού περιβαλλοντικού επιπέδου με ποιοτικά χαρακτηριστικά, με ορθολογική αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων για ανάπτυξη ολοκληρωμένων παρεμβάσεων σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο και για αειφορική τουριστική κατανάλωση (**Κωνσταντίνος Ανδριώτης, σ. 15-18**).

Κεφάλαιο 2^ο: Η Εξέλιξη της Ελληνικής Γεωργίας

Μετά το Β΄ παγκόσμιο πόλεμο η ανθρωπότητα μπήκε σε μια πραγματικά απροσδόκητη εποχή, απροσδόκητη από την άποψη των όσων βλέπουμε σήμερα να γίνονται. Το κορύφωμα όλων αυτών των επιτυχιών του ανθρώπινου πνεύματος είναι η πιθανότητα της εξόδου του ανθρώπου από τον πλανήτη του και η μετάβαση του σε άλλους κόσμους. Αλλά οτιδήποτε και αν μας επιφυλάσσει το μέλλον, η γη θα είναι το κέντρο και η αφετηρία για κάθε εγχείρημα μας.

Ήταν και θα είναι η αιώνια τροφός μας και ότι κι αν αναζητήσουμε σε άλλους χώρους πάντοτε το μέτρο και η μορφή των γήινων συνθηκών μας θα αποτελούν τις προϋποθέσεις για κάθε μας προσπάθεια και επιδίωξη. Από το χώμα της είναι πλασμένο το αίμα μας και το χώμα της μάς δίνει την τροφή μας.

Αποτελεί λοιπόν τη βάση και την καταφυγή μας και ασφαλώς πάντοτε η ύπαρξη μας θα προσδιορίζεται από τη δική της ύπαρξη. Είναι η μητέρα Γη και ότι μεγάλο κάναμε δένεται απόλυτα με αυτήν. Αλλά και αν και ανθρώπινο έργο δένεται με τη γη μας και ως προς τον φυσικό χώρο που προϋποθέτει κάθε φαινόμενο υπάρχει μια ανθρώπινη πράξη που συνδέεται άρρηκτα με τη Γη και η πράξη αυτή είναι η τέχνη της “Γεωργίας” (**Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π., 2001, σ. 47**).

Ο Έλληνας γεωργός ήταν εκείνος που κράτησε την ιστορική συνείδηση του τόπου μας, είναι ο πρωταγωνιστής του ελληνικού μεγαλείου, είναι ο απαρασάλευτος θεματοφύλακας των παραδόσεων και στη θυσία του και την αληθινά ηρωική αντοχή του οφείλει την επιβίωση του το έθνος μας. Άλλωστε δεν κάνουμε τίποτα παρά πάνω από το μυθικό προπάτορα Ανταίο, σκύβουμε στην ελληνική γη και τους ανθρώπους της για να αντλήσουμε καινούργια δύναμη και πίστη, γιατί η ελληνική γη και οι γεωργοί της είναι η πηγή της ζωής μας και της ευημερίας μας (**Ζουβά Δ. Παναγή, 1959, σ. 33**).

2.1 Μυθική - Ομηρική & Αρχαία Εποχή για την Εξέλιξη της Γεωργίας

Κατά την ελληνική μυθολογία, οι άνθρωποι έμαθαν να καλλιεργούν τη γη από τη θεά Δήμητρα για αυτό και οι πρόγονοί μας την ονόμασαν θεά της Γεωργίας. Κατά τη μυθολογική παράδοση ο Τριπτόλεμος πήρε από τη Δήμητρα τους πρώτους σπόρους από το σιτάρι και τους έσπειρε. Κατ' αυτό τον τρόπο, ο άνθρωπος έμαθε να καλλιεργεί το σιτάρι που είναι η βάση της τροφή του.

Σχετικά με τον Όμηρο, γνωρίζουμε πώς μεταξύ των Ελλήνων ποιητών είναι εκείνος που ενδιαφέρθηκε ιδιαίτερα και αφιέρωσε πολλούς από τους θαυμάσιους στίχους του στη γεωργική τέχνη. Τον βλέπουμε να ασχολείται με τις περιγραφές των κήπων και του αγροτικού βίου και να θαυμάζει τη πόλη των Φαιάκων για τις ωραίες φυσικές της τοποθεσίες το λιμάνι και τους κήπους της.

Η γεωργία και η κτηνοτροφία αποτελούν τη μόνη σχεδόν πηγή πλούτου στην Ελλάδα και κατέχουν αυτή τη θέση και τους μετέπειτα χρόνους. Η ομηρική εποχή αποτελεί το χρυσό αιώνα της γεωργίας στην Ελλάδα.

Η ομηρική εποχή σημειώνει το τέλος της μυθικής εποχής. Από την εποχή αυτή αρχίζει η περίοδος των λεγόμενων ιστορικών χρόνων. Το κύριο χαρακτηριστικό γνώρισμα της περιόδου αυτής είναι ότι η γη καλλιεργείται από το σύνολο των μελών της οικογένειας που τους ανήκει η ιδιοκτησία των κτημάτων (**Ζουβά Δ. Παναγή, 1959, σ. 45-49**).

Ο Αριστοτέλης στα «Πολιτικά» του θα διατυπώσει την άποψη ότι οι Έλληνες γεωργοί αποτελούν τη καλύτερη τάξη της Δημοκρατίας και ότι η καλύτερη μορφή της Δημοκρατίας είναι εκείνη που στηρίζεται στους γεωργούς. Ο ιστορικός Ξενοφών, ο οποίος στο «Οικονομικό» του απαριθμεί και υπογραμμίζει όλα τα πλεονεκτήματα του γεωργικού επαγγέλματος (**Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π., 2001, σ. 189**).

Κατά τον Ξενοφώντα η γεωργία εκτός του ότι αποτελεί τη τροφοδότρια πηγή για τον άνθρωπο τον εκγυμνάζει και σωματικά τον τονώνει με τη συνεχή άσκηση τους στους αγρούς.

Κατά τον Σωκράτη η γεωργία αποτελεί το μόνο μέσο για να απολαμβάνουμε τα αγαθά της ζωής και σαν τέτοια είναι η πιο ευχάριστη και επωφελής εργασία. Δηλαδή, η γεωργία είναι η μητέρα τροφός για όλα τα άλλα επαγγέλματα. «Όταν η γεωργία ευημερεί ευημερούν και όλες οι άλλες τέχνες όταν όμως η γη μένει ακαλλιέργητη τότε χάνονται από το πρόσωπο της γης και όλα τα άλλα επαγγέλματα» (Σωκράτης) (Ζουβά Δ. Παναγή, 1959, σ. 33).

2.1.1 Ρωμαϊκή-Βυζαντινή Εποχή & στα Χρόνια της Τουρκοκρατίας - Η Εξέλιξη της Γεωργίας

Στη Ρωμαϊκή εποχή το γεωργικό επάγγελμα το είχαν σε μεγάλη υπόληψη. Όταν ήθελαν να χαρακτηρίσουν ένα άνθρωπο ως εξαιρετικό έλεγαν: «Α, μα αυτός είναι θαυμάσιος γεωργός» και αυτό ήταν η μεγαλύτερη τιμή που θα μπορούσε κανένας να κάνει για εκείνη την εποχή. Στη Βυζαντινή εποχή, την γεωργία την προστάτευσαν και εργάστηκαν για την αποκατάσταση της και τη προαγωγή της. Ειδικότερα, ο Ιουστινιανός με την υπέροχη νομοθεσία του θέσπισε διάφορους προστατευτικούς νόμους για τη γεωργία και γενικά για τη μικρή ιδιοκτησία και είχε ως αποτέλεσμα τη καταπολέμηση της μεγάλης ιδιοκτησίας.

Στα χρόνια της Τουρκοκρατίας η γεωργική τάξη εξακολουθεί να είναι το κρηπίδωμα του γένους. Η Ελληνική κυρίως γη απέμενε αστεϊρευτη πηγή ενισχύσεως στις μεγάλες μάζες στην ύπαιθρο. Με την επανάσταση του '21 τα ελληνικά χέρια έπαυσαν να καλλιεργούν τη γη και αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη πλήρη καταστροφή της αγροτικής οικονομίας.

Η επανάσταση του '21 ήταν βέβαια ο αγώνας για τη κατάκτηση της ελευθερίας αλλά κυρίως ήταν η μεγάλη αφετηρία για να ξανακερδίσει ο ελληνικός λαός την ηθική του προσωπικότητα γιατί μόνο έτσι θα αναπτυσσόταν και οι ζωτικές του ενέργειες. Μετά την απελευθέρωση της Ελλάδας, μεταξύ των άλλων μέτρων που ψήφησαν τότε στην Επίδουρο στη

πρώτη Εθνοσυνέλευση των Ελλήνων ήταν και μέτρα που αφορούσαν την Ελληνική Γεωργία (Ζουβά Δ. Παναγή, 1959, σ. 55-69).

2.1.2 Η Εξέλιξη της Γεωργίας στα χρόνια του Καποδίστρια - Όθωνα Α΄

Προσπάθεια του Ι. Καποδίστρια ήταν εξυψώνοντας το βιοτικό επίπεδο του Ελληνικού λαού με τη προσαρμογή τους στις νεώτερες πολιτιστικές συνθήκες να τον κάνει ικανό να δημιουργήσει έναν ανεξάρτητο και ώριμο εθνικό βίο, ώστε να αποτελέσει υπεύθυνο παράγοντα ικανό να ρυθμίζει την τύχη του και να υπολογίζεται στη κοινωνία των ελευθέρων εθνών.

Ο Ι. Καποδίστριας εισήγαγε τη πατάτα και από την Αίγινα η καλλιέργεια της άρχισε να επεκτείνεται και στην υπόλοιπη Ελλάδα και διέταξε τη φυτεία της πατάτας σε διάφορες επαρχίες. Ολόκληρος σχεδόν ο γεωργικός πληθυσμός αντιλαμβάνεται τη σημασία αυτής της καλλιέργειας και πολυάριθμοι είναι οι γεωργοί που επιδίδονται σε αυτήν.

Στις 22 Ιανουαρίου το 1833 έφτασε στο Ναύπλιο ο πρώτος Βασιλιάς των Ελλήνων ο Όθωνας Α΄. Ένα από τα κυριότερα μελήματα της Αντιβασιλείας ήταν η προστασία της γεωργίας που αποτελούσε τη βασική βιοτική απασχόληση 120 χιλιάδων αγροτικών οικογενειών δηλαδή του μεγαλύτερου τμήματος του πληθυσμού.

Ένα από τα πρώτα βασικά έργα της Αντιβασιλείας ήταν ο νόμος “περί προικοδοτήσεως των ελληνικών οικογενειών”. Χάρη σε αυτό το νόμο εξασφαλιζόταν η αγροτική ιδιοκτησία και δημιουργείται ένας δεσμός με τη γη. Με το νόμο αυτό ο Έλληνας αγρότης γνώριζε ότι είναι κύριος των κτημάτων του.

Είναι γεγονός ότι ο αγροτικός κόσμος αισθάνθηκε και έζησε τα πρώτα ευεργετήματα από αυτό το νόμο, η γεωργική πολιτική απέδωσε θετικά αποτελέσματα και υπήρξε η γόνιμη αφετηρία για τις μελλοντικές οικονομικές και εθνικές εξορμήσεις του λαού.

Μετά την πάροδο από την εποχή που ο Ι. Καποδίστρια έθεσε τις θεμελιώδεις βάσεις της γεωργική πολιτικής στην Ελλάδα φτάνοντας στα 1918 όπου θα

διαμορφωθεί τελικά και ολοκληρωμένα το γεωργικό πρόβλημα της χώρας και το πρόβλημα αυτό τελειώνει με το νόμο της αγροτικής μεταρρύθμισης. Αποτέλεσμα του νόμου αυτού είναι η απαλλοτρίωση μεγάλων εκτάσεων και η διαμονή γαιών στους ακτήμονες της Θεσσαλίας και Μακεδονίας.

Τέλος, στα 1929 με το νόμο 4142 άρχισε η οργάνωση των γεωργικών υπηρεσιών του Κράτους, μέχρι το έτος 1936 όταν η κυβέρνηση του Ι. Μεταξά ανέλαβε τη διακυβέρνηση της χώρας, δημοσιεύτηκαν διάφοροι νόμοι που καλυτέρεψαν τη θέση του αγρότη. Η κυβέρνηση του Ι. Μεταξά προσέφερε μεγάλες υπηρεσίες στον ελληνικό αγροτικό κόσμο με τη περίφημη και γνωστή στον Ελληνικό λαό «μάχη του σίτου» (**Ζουβά Δ. Παναγή, 1959, σ. 24-30**).

Αυτή λοιπόν υπήρξε σε γενικές γραμμές η εξέλιξη της ελληνικής γεωργίας. Η ιστορία της είναι η ίδια ιστορία της πατρίδας μας. Αλλά σε όλη τη διαδρομή όπως το ελληνικό χώμα μένει αμετακίνητο στο τόπο όπου όρισε ο δημιουργός του το ίδιο μένουν και οι γενεές των γεωργών που το ποτίζουν με τον τίμιο ιδρώτα τους.

2.2 Ο Σημερινός Χώρος Υπαίθρου

Σε αυτή την ενότητα θα ασχοληθούμε τις έννοιες του αγροτικού χώρου, του γεωργικού χώρου και του χώρο της υπαίθρου. Και θα διαπιστώσουμε πώς οι έννοιες αυτές μας παραπέμπουν στην έννοια του Αγροτουρισμού όπου θα αναπτυχθεί στο επόμενο κεφάλαιο.

2.2.1 Γεωργικός Χώρος - Αγροτικός Χώρος

Ο Alvin Toffler περιγράφει στο “Τρίτο Κύμα” το πέρασμα της κοινωνίας από το ένα στάδιο στο άλλο, ως συνέπεια μιας αέναης εξελικτικής διαδικασίας που συντελείται με ένα τρόπο σαρωτικό. Τα πάντα αλλάζουν μορφή και φυσικά και η γεωργική τέχνη που ενώ στις παλιές εποχές εγκαινιάζεται με τα λίθινα εργαλεία φτάνει σήμερα τη μηχανική καλλιέργεια και αποτελεί πλήρη και συγκροτημένη επιστήμη (**Δρ. Λεωνίδας Παπακωνσταντινίδης, σ. 60**).

Η εξέλιξη αυτής της ελληνικής γεωργίας είναι η φυσική συνέπεια της χαμηλής ανταγωνιστικότητας της στη ευρωπαϊκή και γενικότερα διεθνή αγορά. Άμεση

συνέπια αυτής της εξέλιξης ήταν η εγκατάλειψη, η οποία σε δύο τουλάχιστον περιπτώσεις πήρε τη μορφή της μαζικής φυγής από την ύπαιθρο με τα γνωστά προβλήματα της μετανάστευσης

Οι γεωργικές επιδοτήσεις της τότε Ε.Ο.Κ στα πλαίσια της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής και τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα προγράμματα έδωσαν μια νέα ώθηση στη γεωργία στη δεκαετία του '80 ενώ επέτρεψαν να αναδειχθούν και άλλοι πόροι της υπαίθρου πλην της γεωργίας. Άρχισε να γίνεται λόγος για τον “αγροτικό τομέα”.

Συνεπώς, άρχισαν να προωθούνται και να ενθαρρύνονται δράσεις συμπληρωματικές ως προς τη γεωργία που εξακολουθούσε να παραμένει η κύρια αγροτική απασχόληση. Υπάρχει μια αρχή σήμερα που λέει πώς πρέπει κανείς να ακολουθεί την πορεία του χρήματος για να εξάγει εκ των υστέρων τα όποια συμπεράσματα γίνεται.

Πράγματι οι ευρωπαϊκές επιδοτήσεις άσκησαν μια ευνοϊκή επίδραση πάνω στην ανάπτυξη αυτού που αποκαλούμε σήμερα «σύγχρονη ευρωπαϊκή και ελληνική γεωργία». Ωστόσο, θεωρήθηκε πώς καταστρέφουν τους όρους του ελεύθερου ανταγωνισμού στη διεθνή αγορά και ως εκ τούτου θα έπρεπε σταδιακά να μηδενιστούν. Από κει και πέρα το αγροτικό εισόδημα έπρεπε να συμπληρωθεί ώστε να συγκρατηθεί ο αγροτικός πληθυσμός στις εστίες του.

Συνεπώς σταδιακά και με την είσοδο όλο και πιο εξελιγμένης τεχνολογίας στη ζωή μας η οικονομική σημασία της γεωργίας στις αγροτικές περιοχές μειώνεται σε ότι αφορά τη παραγωγή εισοδήματος και απασχόλησης (**Δρ. Λεωνίδα Παπακωνσταντινίδη, σ. 60-66**).

2.2.2 Ο Χώρος Υπαιθρου

Μα αυτά τα δεδομένα ο παραδοσιακός αγροτικός χώρος διευρύνεται αποκτά μια μορφή πιο σύγχρονη, οικειοποιείται στοιχεία ενός αστικού τρόπου ζωής, αποκτά αστική προδιάθεση περισσότερο οικεία στον άνθρωπο της πόλης από την οποία απέχει με τα σημερινά μέσα μεταφοράς και επικοινωνίας και πολύ λιγότερο από όσο μια μόλις δεκαετία νωρίτερα. Οι υπεύθυνοι σχεδιασμού της

ανάπτυξης αναφέρονται πλέον στην έννοια του «χώρου υπαίθρου» ακριβώς για να υποδηλώσουν αυτή τη προσέγγιση.

Ο χώρος υπαίθρου δεν έχει να κάνει με διοικητικές ή γεωγραφικές ενότητες. Είναι χώρος διακριτός που προσδιορίζεται από τις σχέσεις των μελών – κατοίκων του, με έμφαση ή μη σε πρότυπα παραδοσιακής παραγωγής. Ο άνθρωπος στο πέρασμα των αιώνων γίνεται σοφότερος, μαθαίνει από τα λάθη του και τις παραλείψεις του απέναντι στο φυσικό του χώρο, τη σχέση του με τους άλλους ανθρώπους, τα όρια των δυνατοτήτων του και αυτό είναι το θετικό μήνυμα που στέλνει ο χώρος υπαίθρου (**Δρ. Λεωνίδας Παπακωνσταντινίδης, σ. 10-15**).

Το θετικό στοιχείο στην υπόθεση αυτή είναι πως ο χώρος υπαίθρου πρώην αγροτικός χώρος παύει να συνιστά το “καθυστερημένο” κομμάτι της κοινωνικής και οικονομικής ζωής. Αποκτά οντότητα σύγχρονης επιχειρηματικής κοινότητας εισάγοντας τη δική του δυναμική, τη δική του εσωτερική λειτουργία, τις δικές του ισορροπίες και μάλιστα με ένα σημαντικό πλεονέκτημα έχοντας διανύσει ένα μεγάλο μέρος της ιστορίας του εκτός «αστικών προτύπων» και έχει πετύχει την “κοινωνική συνοχή” μεταξύ των μελών του, τη κοινωνική αποδοχή.

Κεφάλαιο 3^ο: Γενικό Εννοιολογικό Πλαίσιο και Ιστορική Επισκόπηση Αγροτουρισμού

3.1 Αγροτουρισμός

Αυτό το κεφάλαιο διαπραγματεύεται την έννοια του Αγροτουρισμού καθώς και την ιστορική του εξέλιξη. Χωρίζεται σε δύο ενότητες, η πρώτη ενότητα αναφέρεται στον ορισμό, στις βασικές αρχές στις μορφές και στις δραστηριότητες του αγροτουρισμού. Και η δεύτερη ενότητα, αναφέρεται στα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον αγροτουρισμό καθώς και τους άξονες χρηματοδότησης του.

3.1.1 Ορισμός Αγροτουρισμού

Αναφερθήκαμε πιο πάνω στην ιστορική εξέλιξη της ελληνικής γεωργίας και διαπιστώσαμε ότι είναι αλληλένδετη η σχέση της ύπαρξης του ανθρώπου με τη γη. Η τάση του ανθρώπου να επαναπροσδιορίσει τη σχέση του με τη φύση, όταν εκδηλώνεται με τη μορφή τουριστικής δραστηριότητας, ονομάζεται στη ψυχολογία "τουριστικό σύμπλεγμα του Ανταίου". Ο μύθος αναφέρει ότι ο Ανταίος ήταν γίγαντας, γιος του Ποσειδώνα και της Γαίας. Νικούσε κάθε αντίπαλό του στην πάλη, αντλώντας δύναμη από την επαφή του με τη γη. Ηττήθηκε και σκοτώθηκε κατά τη διάρκεια πάλης του με τον Ηρακλή. Ο Ανταίος έχασε τη δύναμή του, όταν ο Ηρακλής τον κράτησε ψηλά, έτσι ώστε να μην ακουμπά στη γη.

Ο αγροτουρισμός λοιπόν είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο που παρέχει στους επισκέπτες την ευκαιρία να απολαύσουν τις διακοπές τους σε ένα ήσυχο μέρος, κοντά στη φύση και στους απλούς χωρικούς που είναι ακόμη δεμένοι με τη γη και τις τοπικές παραδώσεις (**Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων**).

Η αυθεντικότητα είναι το στοιχείο που χαρακτηρίζει αυτού του είδους τις διακοπές καθώς υπάρχει επαφή με τη φύση και με τις συνήθειες και ασχολίες της καθημερινότητας των ντόπιων αγροτών. Ο συνδυασμός των διακοπών με

τη προσφορά εθελοντικής εργασίας, η οποία προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, συμβάλλει στη προστασία του περιβάλλοντος και στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Ο Αγροτουρισμός όπως το ίδιο το πρόθεμα της λέξης υποδηλώνει ότι αναπτύχθηκε στον αγροτικό χώρο. Μάλιστα, στον αρχικό ορισμό της Διυτηρεσιακής Επιτροπής (1983) τονιζόταν με έμφαση ότι:

«Αγροτουρισμός είναι η τουριστική εκείνη δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό, σε μικρές μονάδες, οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής, συμπληρωματικά ως προς την κύρια δραστηριότητα που είναι και παραμένει η ενασχόληση με τη γεωργία». Με τη ίδια λογική η έννοια “αγροτικός χώρος ή αγροτική ανάπτυξη” διαχρονικά διευρύνθηκαν, προσέγγισαν το αστικό μοντέλο δανείστηκαν πολλά από τα στοιχεία του, αλλά κάτω από καλύτερες συνθήκες διαβίωσης.

Ιστορικά η πρώτη εμφάνιση του τουρισμού υπαίθρου και του αγροτουρισμού τοποθετείται το 19ο αιώνα, όταν ο τότε αστικός πληθυσμός πραγματοποιούσε εκδρομές με τους ατμοκίνητους σιδηρόδρομους. Το είδος αυτό του τουρισμού ίσως είναι γνωστό σε πολλούς από εμάς από τα μυθιστορήματα της ρομαντικής περιόδου και τις αντίστοιχες ταινίες.

Όμως ο αγροτουρισμός ως συγκροτημένη εναλλακτική μορφή τουρισμού, εμφανίζεται για πρώτη φορά τη δεκαετία του '60 στις Η.Π.Α. (Farm /ranch tourism). Στη χώρα μας, οι πρώτες μορφές αγροτουριστικής δραστηριότητας έλαβαν χώρα το 1984, με την ίδρυση των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών (Πέτρα Λέσβου, Αμπελάκια, Αράχοβα, Μαστιχοχώρια Χίου) **(Ιακωβίδου Ο., 2006, σ. 6)**.

Ο Αγροτουρισμός επιδιώκει επίσης τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων και ανταποκρίνεται σε δύο ανάγκες:

- Είναι η ανάγκη των κατοίκων των αστικών κέντρων για επιστροφή στη φύση με σκοπό να ξεφύγουν από τις δυσκολίες της καθημερινής ζωής. Σύμφωνα με έρευνες σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη το 1996 και το 2000

αλλά και με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία διαπιστώθηκε πώς αυτοί που επιλέγουν τον αγροτουρισμό είναι κυρίως κάτοικοι πόλεων, οι οποίοι επιθυμούν να ξεφύγουν από την εξαντλητική καθημερινότητα της πόλης και να χαλαρώσουν για λίγες μέρες στην ύπαιθρο.

- Η δεύτερη ανάγκη αφορά τους αγρότες, οι οποίοι υπερνικούν το ρόλο τους ως παραγωγοί και ασχολούνται επιπλέον με τον τομέα των υπηρεσιών σε μια προσπάθεια να συμπληρώσουν το αγροτικό τους εισόδημα (Ιακωβίδου Ο., 2006, σ. 7).

3.1.2 Οι βασικές αρχές & οι στόχοι του Αγροτουρισμού

- Η έννοια του αγροτουρισμού συνδέεται με κάποιες βασικές αρχές:
- Προώθηση της ποιότητας,
- Σεβασμός της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Προστασία του περιβάλλοντος.
- Θεωρεί τις ανθρώπινες σχέσεις ως ένα από τους κυριότερους παράγοντες που συμβάλλουν στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της κάθε περιοχής και προσφέρει ένα γενικότερο πλαίσιο υποστήριξης με προσφορά οικολογική και ανθρωπιστική.
- Ο αγροτουρισμός δεν περιορίζεται μόνο στην παροχή «κλίνης και στέγης» που συνήθως είναι κατάλληλα διαμορφωμένη σε σπίτια παραδοσιακής αρχιτεκτονικής ή στην παροχή σπιτιών που διαθέτουν έναν αξιόλογο τοπικό χαρακτήρα, αλλά περιλαμβάνει και μικρές μονάδες παραγωγής, όπως πρατήρια διάθεσης ειδών λαϊκής τέχνης, οικοτεχνίες, χειροτεχνίες, μονάδες άθλησης – σπορ, οργανωμένα κέντρα εκπαίδευσης και παροχής ειδικών υπηρεσιών, ταβέρνες, εστιατόρια, παραδοσιακά καφενεία, αναβίωσης παραδοσιακών πολιτιστικών εθίμων κλπ.
- Ως εκ τούτου, ο αγροτουρισμός, κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις, μπορεί να αποτελέσει μια κατάλληλη στρατηγική για την τοπική ανάπτυξη και να συμβάλλει στην ενδογενή ολοκληρωμένη ανάπτυξη που δένει αρμονικά με τις άλλες οικονομικές δραστηριότητες κάθε περιοχής και να αποτελέσει ουσιαστική αναπτυξιακή παράμετρο στα

προγράμματα τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης (**Αγροτουρισμός και Άλλες Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού**).

Με αφορμή τη δεύτερη ανάγκη ο αγροτουρισμός αποτελεί μια πραγματική σημαντική μορφή τουριστικής ανάπτυξης που στοχεύει:

- Στο συνδυασμό συνεργασίας των τριών τομέων της παραγωγής μιας χώρας (πρωτογενούς, δευτερογενούς και τριτογενούς).
- Στην περιφερειακή ανάπτυξη, αφού η ύπαρξή του αποτελεί σημαντικό λόγο δημιουργίας αναπτυξιακών έργων υποδομής.
- Στην ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών και οικολογικών επιβαρύνσεων.
- Στην άνοδο του οικονομικού επιπέδου των περιοχών αυτών και στη συμπλήρωση του εισοδήματος των κατοίκων καθώς και στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού.
- Στη διασφάλιση και στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, έχοντας συγχρόνως θετική επίδραση στη συγκράτηση των πληθυσμών στον τόπο κατοικίας. Παράλληλα με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας επιβιώνουν συχνά επαγγέλματα που τείνουν να εκλείψουν και τέτοια στη χώρα μας θεωρούνται αυτά που σχετίζονται με χειρονακτικές τέχνες, όπως η ξυλογλυπτική, η αργυροχρυσοχοΐα, η κεραμική, η υφαντική.
- Στη βελτίωση και διάθεση των τοπικών και γεωργικών προϊόντων καθώς και στη γνωριμία τους με το κοινό.
- Στη διατήρηση, την προβολή και την αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής μας κληρονομιάς.
- Γνωριμία με τη φύση και ψυχολογική ικανοποίηση και ανάταση του τουρίστα από την επαφή του με αυτή.
- Στην ενεργοποίηση του τοπικού πληθυσμού με την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε περιοχές που μέχρι σήμερα παρέμεναν αναξιοποίητες, ενώ στη πραγματικότητα διαθέτουν δυναμική ανάπτυξης.

Ουσιαστικά, ο αγροτουρισμός συμβάλλει ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, τη παραδοσιακή κουζίνα και τη καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά

στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού. Επιπλέον, ο αγροτουρισμός θα φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες θα μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης. Τέλος, θα κινητοποιήσει τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

3.1.3 Μορφές και Δραστηριότητες του Αγροτουρισμού

Οι κυρίαρχες μορφές αγροτουρισμού σε διεθνές επίπεδο είναι οι διακοπές σε αγροκτήματα και οι διακοπές σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες) που βρίσκονται μέσα στον αγροτικό οικισμό. Η Ελλάδα με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, με την πολυνησιακή της συγκρότηση, με την αποκεντρωμένη μνημειακή της τοπογραφία, με το εναλλασσόμενο τοπίο, με τις μορφολογικές της αντιθέσεις και με τις διαφοροποιημένες κλιματολογικές της συνθήκες, συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη μιας πλατιάς κλίμακας μορφών αγροτουρισμού.

Οι μορφές αυτές μπορούν να καταταχθούν σε δυο κατηγορίες:

- Αμιγής αγροτουρισμός, όπου οι φιλοξενούμενοι πέρα από τον κύριο προορισμό τους (διακοπές – ανάπαυση), ασχολούνται είτε με αγροτικές εργασίες κατά κανόνα στο αγρόκτημα (περιποίηση ζώων, άρμεγμα, τυροκομία, θερισμός, τρυγητός, λιομάζωμα, οπωροκηπευτική, μελισσοκομία, κτλ.), είτε και πολλές φορές παράλληλα με ψυχαγωγικές δραστηριότητες, όπως αυτές που τους προσφέρει το περιβάλλον της αγροτικής περιοχής (κολύμπι, ψάρεμα, πεζοπορία, ορειβασία, κυνήγι, ιππασία, κτλ.).
- Σύνθετος αγροτουρισμός, όπου οι τουρίστες, πέρα από τις παραπάνω δραστηριότητες, που μπορούν να αναπτύξουν περιθωριακά, ικανοποιούν επίσης και κάποιες προσωπικές ανάγκες τους, που εξειδικεύουν τον αγροτουρισμό της περιοχής, όπως για παράδειγμα τουρισμός υγείας, αθλητισμού, φυσιολατρίας, θρησκείας, πολιτισμού (Κωνσταντίνος Ανδριώτης, 2001, σ. 50).

Κύριες μορφές αμιγή αγροτουρισμού στην Ελλάδα

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

Κύριες μορφές σύνθετου αγροτουρισμού στην Ελλάδα

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

- Αγροτουρισμός σε κέντρα διερχομένων τουριστών που βρίσκονται σε ειδικούς κόμβους και δέχονται περαστικούς για να τους προσφέρουν φιλοξενία
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές όπου υπάρχουν πολιτιστικά ενδιαφέροντα. Οι διακοπές στις περιοχές αυτές συνδέονται με πνευματικές ενασχολήσεις.

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

Επιπλέον, ο αγροτουρίστας δεν αναζητά τις παθητικές διακοπές. Η παραμονή στην ύπαιθρο μπορεί να εμπλουτισθεί με ποικίλες δραστηριότητες, με τα λεγόμενα «σπορ κοντά στη φύση» ή «σπορ περιπέτειας». Ένα ορμητικό ποτάμι μπορεί να είναι μια θαυμάσια ευκαιρία για την διοργάνωση αθλημάτων όπως το “ράφτινγκ” ή τα “κανώ”, επίσης το Trekking, η ορειβασία, το ποδήλατο ή η κατάβαση βουνού, η τοξοβολία, η ιππασία και γενικά όλες οι μορφές δραστηριοτήτων, που συνδυάζουν τον τουρισμό περιπέτειας με την ενεργή συμμετοχή και δράση στη φύση, μπορούν να συμβάλλουν στον εμπλουτισμό του αγροτουριστικού «πακέτου» **(Μανώλης Σφακιανάκης, 1999, σ. 15).**

Ιδιαίτερη θέση όμως κατέχουν στον αγροτουρισμό οι δραστηριότητες που αξιοποιούν τα πολιτιστικά, θρησκευτικά, λαογραφικά, αρχιτεκτονικά και γαστρονομικά στοιχεία της περιοχής. Έτσι η αξιοποίηση για την δυνατότητα επίσκεψης και ξενάγησης σε παλιά μοναστήρια, εκκλησίες, γεφύρια, οινοποιεία, τυροκομία, εργαστήρια χειροτεχνίας, η συμμετοχή σε πανηγύρια και τοπικές γιορτές, στο μάζεμα της ελιάς ή του τρύγου, ακόμα και τα μαθήματα τοπικής κουζίνας, όλα μπορούν να προσδώσουν στον Αγροτουρισμό την ξεχωριστή τοπική ταυτότητα και να τον αναδείξουν σε μοναδικό προϊόν **(Μανώλης Σφακιανάκης, 1999, σ. 15).**

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

Επίσης, στην Ελλάδα υπάρχει ένα ανεκμετάλλευτο δυναμικό που μπορεί να δημιουργήσει ένα εξειδικευμένο μοντέλο Αγροτουρισμού για κάθε περιοχή. Δεν υπάρχει λοιπόν κανένας τρόπος να μιμείται αντίστοιχα μοντέλα άλλα ούτε και να εφαρμόζει ένα συγκεκριμένο μοντέλο Αγροτουρισμού σε μια ενιαία κλίμακα. Είτε πρόκειται για καταλύματα, είτε για επιχειρήσεις ή για όποιες δραστηριότητες Αγροτουρισμού, η διαφορά έγκειται στο να ανακαλύψουμε τα μοναδικά, πρωτότυπα στοιχεία της κάθε περιοχής, τους πόρους που κανείς ακόμα δεν έχει αναδείξει ή δεν έχει σκεφθεί να αξιοποιήσει. Όσο πιο πρωτότυπα, τόσο καλύτερα αναδεικνύουμε τον Αγροτουρισμό στην ιδιαίτερη και ποιοτική μορφή του.

Η φαντασία και η έρευνα παίζουν μεγάλη σημασία σε αυτή την προσπάθεια. Η αναβίωση των παραδόσεων του τόπου, τα ξεχασμένα έθιμα ή τα μουσικά ακούσματα, οι αρχιτεκτονικές τάσεις, οι παλιές τέχνες, τα μνημεία που σκέπασε ο χρόνος, η συμβολή των ηλικιωμένων να θυμηθούν παλιές συνήθειες, ιστορίες, ίχνη, μονοπάτια, συνταγές, παρασκευή ποτών.

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

κι αυτό στον Αγροτουρισμό δίνει το πλεονέκτημα ανάδειξης αυτής της μοναδικότητας **(Ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της Ελλάδας – Αγροτουρισμός, Γεωτεχνικό Επιμελητήριο της Ελλάδας, σ. 10-20).**

Επίσης, η γαστρονομία είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ποιοτικής και ολοκληρωμένης παροχής του Αγροτουρισμού. Το φαγητό το οποίο προσφέρεται στις περιπτώσεις αυτές, πρέπει πάντα να είναι καλής ποιότητας, ικανής ποσότητας και ποικιλίας, φτιαγμένο με τοπικά προϊόντα και παραδοσιακές συνταγές.

Η παροχή δεν πρέπει να μπερδεύεται ποτέ με προϊόντα που μπορεί κανείς να βρει στην ευρεία κατανάλωση. Για παράδειγμα, ο κάτοικος της πόλης επιθυμεί να έχει στο πρωινό του φρέσκο ζυμωτό ψωμί και όχι συσκευασμένες φρυγανιές, μρωδάτο σπιτικό γλυκό και όχι αγορασμένο από το σούπερ μάρκετ. Οι νοστιμιές του τόπου, οι παλιές συνταγές της γιαγιάς, τα προϊόντα που φτιάχνονται από απλά φυσικά, φρέσκα υλικά και μας θυμίζουν τη ζεστασιά του οικογενειακού τραπέζιού, όλα όσα λησμονήσαμε με τον τρόπο ζωής της πόλης αποτελούν τον σύμμαχο μας στην επιτυχία του Αγροτουρισμού.

Όταν μπορούμε αν ενισχύσουμε τα προϊόντα, με αυτά της πιστοποιημένης βιολογικής καλλιέργειας, τότε προωθούμε ακόμα περισσότερο την ποιότητα στις παροχές μας. Παράλληλα είναι γεγονός ότι οι περισσότεροι επισκέπτες που γεύονται τα εδέσματα και τα γευστικά προϊόντα ενός τόπου, επιθυμούν να αγοράσουν φεύγοντας αυτά που τους αρέσουν, ακόμα και να τα παραγγέλνουν τακτικά **(Ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της Ελλάδας – Αγροτουρισμός, Γεωτεχνικό Επιμελητήριο της Ελλάδας σ. 10-20).**

Η φιλοσοφία του αγροτουρισμού όπως έχει ειπωθεί και πιο πάνω βασίζεται στη διαπροσωπική, άμεση και ανθρώπινη σχέση μεταξύ του κατοίκου της υπαίθρου και του ταξιδευτή ο οποίος σύντομα γίνεται ο φιλοξενούμενος, ο φίλος.

Στην Ελλάδα, η αξιόλογη γεωφυσική ποικιλομορφία, οι ανεξάντλητοι φυσικοί πόροι, τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά και η παράδοση, συνθέτουν ένα

σπάνιο μωσαϊκό παραστάσεων, εικόνων και εμπειριών δημιουργώντας έναν τόπο ευλογημένο. Εδώ, οι λάτρεις του αυθεντικού, του ανεξερεύνητου, του ανεπιτήδευτου τουρισμού μπορούν να απολαύσουν ότι απλόχερα προσφέρει η φύση. Στην ελληνική ύπαιθρο, οι αγροτικές ασχολίες δίνουν τον τόνο και σας «προσκαλούν» να συμμετάσχετε ενεργά σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων, συνδυάζοντας το πάντρεμα του μόχθου με την απόλαυση.

Ο κάθε αγροτουρίστας μπορεί να βοηθήσει στο μάζεμα της ελιάς και της μεταφοράς σε κάποιο παραδοσιακό ελαιοτριβείο για την παραγωγή του πολύτιμου ελαιόλαδο. Μετά το άλεσμα μπορείτε να πάρετε, εν είδει αμοιβής, μια ποσότητα λαδιού ή ακόμη και να γεμίσει με το φρέσκο ελαιόλαδο μπουκάλια που θα φέρουν την προσωπική σας ετικέτα.

Η διαδικασία του τρύγου και του πατήματος των σταφυλιών για την παραγωγή κρασιού ή τσίπουρου, η συγκομιδή εποχιακών φρούτων, βοτάνων, οπωροκηπευτικών, μανιταριών και κάθε λογής καρπών (κάστανα, καρύδια κ.λπ.), το θέρισμα και η μελισσοκομία είναι δραστηριότητες που θα σας γεμίσουν με ανεπανάληπτες εμπειρίες. Επιπλέον, κατά τη διαμονή σε μια φάρμα έχετε τη δυνατότητα να βοηθήσετε στη φροντίδα των ζώων (βοσκή, άρμεγμα, καθαριότητα) και σε τυροκομικές δραστηριότητες για την παραγωγή φρέσκου γιαουρτιού και τυριού.

Επιπροσθέτως, στους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, που δραστηριοποιούνται σε πάρα πολλές περιοχές, μπορεί ο αγροτουρίστας να παρακολουθήσει μαθήματα μαγειρικής και ζαχαροπλαστικής για να φτιάξετε με τις «συνταγές της γιαγιάς» μαρμελάδες, λικέρ, κομπόστες, γλυκά του κουταλιού, ζυμωτό ψωμί, φρέσκα ζυμαρικά, πίτες και ότι προστάζει η ντόπια κουζίνα **(Ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της Ελλάδας – Αγροτουρισμός, Γεωτεχνικό Επιμελητήριο της Ελλάδας, σ. 10-20).**

Τέλος μια επίσκεψή σε ένα εργαστήριο χειροτεχνίας ή κεραμικής θα σας γεμίσει με όμορφες εικόνες αλλά και ιδέες για δώρα και αγορές. Σ' ένα παραδοσιακό οινοποιείο μέσα από γευστικές δοκιμές, θα μυηθείτε στα μυστικά του κρασιού: τις ποικιλίες, το άρωμα, το χρώμα, τη γεύση.

3.1.4 Το προφίλ του Αγροτουρίστα – Εκπαίδευση Υπευθύνων

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

Οι αγροτουρίστες αναζητούν ξεκούραση, χαλάρωση σε ένα ήρεμο περιβάλλον, σε μια προσπάθεια να αποκοπούν προσωρινά από την αστική τους καθημερινότητα. Επιζητούν την επαφή με την φύση, προκειμένου να γνωρίσουν τόσο την αγροτική ζωή όσο και τους αγρότες, τους ντόπιους που θα τους μιήσουν σε ένα διαφορετικό και άγνωστο για πολλούς από αυτούς τρόπο ζωής. Θέλουν να απολαύσουν την αυθεντικότητα της επαρχιακής ζωής, την ανεπιτήδευτη φιλοξενία, την καθαρότητα του τοπίου και την καθαριότητα του περιβάλλοντος, τα παραδοσιακά, σπιτικά εδέσματα, να γίνουν κοινωνοί σε μια ζωή που έχει να τους πει πολλά για το κοντινό παρελθόν τους.

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

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

Από τα σπουδαιότερα όμως χαρακτηριστικά που διακρίνουν τα άτομα που επιλέγουν τον αγροτουρισμό είναι το υψηλό οικονομικό αλλά και μορφωτικό

τους επίπεδο. Τα άτομα αυτά θεωρούνται ότι έχουν αυξημένη οικολογική συνείδηση, πολυποίκιλα ενδιαφέροντα, διάθεση για μόρφωση και πολιτιστική προσέγγιση.

Δεν παρασύρονται από τον μιμητισμό και τα πρότυπα της καταναλωτικής κοινωνίας, είναι εκλεπτυσμένοι και με υψηλές απαιτήσεις ως προς την ποιότητα και το επίπεδο των υπηρεσιών που τους παρέχονται. Σε όλο τον κόσμο ο αγροτουρίστας θεωρείται ποιοτικός, υψηλών προδιαγραφών και σημαντικής αγοραστικής δύναμης. Ξέρει ακριβώς τι ζητάει και δεν αρκείται σε καταστάσεις που δεν τον ικανοποιούν (**Στέλλα Ασκελή, 2004, σ. 20-30**).

Στην Ελλάδα ο αγροτουρισμός όλο και περισσότερο εμφανίζει τα χαρακτηριστικά επιχειρηματικών δραστηριοτήτων άλλων οικονομικών κλάδων και τις απαιτούμενες θεωρήσεις για την τεχνολογία και την αστάθεια της αγοράς. Εκτός από το προφίλ του αγροτουρίστα που παρουσιάστηκε και πιο πάνω δεν απαιτεί μόνο τεχνικές γνώσεις αλλά και οργανωτικές δεξιότητες.

Οι παραδοσιακές μέθοδοι μεταφοράς των γεωργικών πρακτικών από γενιά σε γενιά δεν επαρκούν για την υποστήριξη της διοίκησης των αγροτικών επιχειρήσεων και απαιτούν την συμβολή δημόσιων ή ιδιωτικών φορέων εφαρμογών και υποστήριξης. Για να μπορέσει ο Έλληνας αγρότης να αντεπεξέλθει στις αλλαγές αυτές και να μπορέσει να αυξήσει τα κέρδη του πρέπει να βρει διεξόδους σε νέες εναλλακτικές μορφές απασχόλησης, όπως οι βιοκαλλιέργειες και ο αγροτουρισμός. Σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια και επιλογή των αγροτών να ασχοληθούν με αυτούς τους δύο τομείς έχει η εκπαίδευση και η πληροφόρηση που προσφέρονται στα θέματα αυτά (**Στέλλα Ασκελή, 2004, σ. 20-30**).

Από το 1993 περίπου και μετά, τα Κ.Ε.Γ.Ε.² και στη συνέχεια ο Ο.Γ.Ε.Ε.Κ.Α.³ “ΔΗΜΗΤΡΑ” πραγματοποιούν αποκλειστικά τις εκπαιδεύσεις που απαιτεί η λειτουργία των Ευρωπαϊκών προγραμμάτων για:

- τους νέους αγρότες
- τους διαδόχους των γεωργών που παίρνουν πρόωρη συνταξιοδότηση

² Κέντρα Γεωργικής Εκπαίδευσης

³ Οργανισμός Γεωργικής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Απασχόλησης

- τους αγρότες που έχουν πάρει επιδότηση για σχέδια βελτίωσης
- αγροτικών εκμεταλλεύσεων.

Για τις παραπάνω κατηγορίες η εκπαίδευση είναι υποχρεωτική, αμειβόμενη και οι προδιαγραφές της καθορίζονται από τους αντίστοιχους Κανονισμούς και το Υπουργείο Γεωργίας. Ο πληθυσμός των νέων αγροτών αποτελείται από άτομα ηλικίας έως και 40 ετών οι περισσότεροι από τους οποίους έχουν σε μικρό βαθμό ασχοληθεί με την γεωργία. Ένα σημαντικό μέρος αυτών επέλεξε να ενταχθεί στο πρόγραμμα για τους νέους αγρότες μετά από ανεπιτυχείς προσπάθειες εύρεσης κάποιας άλλης εργασίας. Για τα άτομα αυτά η απασχόληση με την γεωργία σηματοδοτεί την αποτυχία ένταξής του σε κάποιο άλλο εργασιακό χώρο και όχι συνειδητή επιλογή.

Για το λόγο αυτό το ενδιαφέρον να καταρτισθούν σε γεωργικά θέματα είναι ελάχιστο. Από την άλλη όμως υπάρχει ένα μικρό ποσοστό νέων αγροτών που αντιμετωπίζουν την ενασχόλησή τους με την γεωργία ως το μελλοντικό επάγγελμά τους και ενδιαφέρονται για θέματα αγροτικής πολιτικής και για κατάρτιση, που θα τους βοηθήσουν να βελτιώσουν τις γεωργικές καλλιέργειές τους και να αυξήσουν τα έσοδά τους.

Οι διάδοχοι των γεωργών που μπαίνουν στην πρόωρη συνταξιοδότηση αποτελούν μία ακόμη κατηγορία στην οποία η εκπαίδευση είναι απαραίτητη και παρουσιάζει μεγάλη ανομοιογένεια. Για κάποιους από αυτούς η επιλογή του επαγγέλματος είναι συνειδητή ενώ οι περισσότεροι μπαίνουν στο πρόγραμμα για τα οικονομικά οφέλη που θα αποκομίσουν.

Το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την εκπαίδευση εντοπίζεται στους γεωργούς που έχουν υποβάλει και υλοποιούν σχέδια βελτίωσης των αγροτικών τους εκμεταλλεύσεων. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν συνειδητοί παραγωγοί που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν γνώσεις που πιθανόν θα τους βοηθήσουν να εξασφαλίσουν καλύτερα αποτελέσματα από την επένδυσή τους και να εξασφαλίσουν την βιωσιμότητά της εκμετάλλευσής τους. Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχει μεγάλη ανομοιογένεια στα κριτήρια τα οποία οδήγησαν τους εκπαιδευόμενους στην απόφαση να ενταχθούν σε κάποιο πρόγραμμα.

Η ανομοιογένεια αυτή έχει ως αποτέλεσμα να υπάρχει διαφορά και στον τρόπο που τα άτομα αυτά αντιμετωπίζουν την εκπαίδευση και στην συμπεριφορά που επιδεικνύουν κατά την διάρκεια της εκπαίδευσης. Το γεγονός αυτό δυσχεραίνει το έργο των εκπαιδευτών αλλά και αυτών που πραγματικά αναζητούν νέες λύσεις και γνώσεις που θα υποστηρίξουν την δουλειά τους. Πρέπει να γίνει αποδεκτό από όλους τους φορείς που εμπλέκονται με την εκπαίδευση και κατάρτιση των αγροτών, ότι οι αγρότες δεν έρχονται στην εκπαίδευση για να μάθουν να καλλιεργούν αλλά να μάθουν να διαχειρίζονται αποδοτικότερα την γεωργική τους εκμετάλλευση.

Η έλλειψη γνώσεων και πληροφόρησης εντοπίζεται κυρίως στον τομέα της οικονομικοτεχνικής διαχείρισης της εκμετάλλευσης. Ο σημερινός Έλληνας δεν είναι σε θέση να κατανοήσει έννοιες όπως απόσβεση, ακαθάριστη πρόσοδος κ.λπ., πόσο μάλλον να υπολογίσει τα μεγέθη αυτά αγρότης.

Παράλληλα, οι αγρότες δυσκολεύονται να αντιληφθούν την περιγραφή των τεχνικών χαρακτηριστικών των μηχανημάτων, τι είδους μηχανήματα απαιτούνται ανάλογα με την καλλιέργεια, ποιο προϊόν έχει την καλύτερη σχέση ποιότητας και τιμής κ.λπ. ιδιαίτερο πρόβλημα παρουσιάζεται στον τομέα των προμηθειών όπου ο παραγωγός βρίσκεται στο «έλεος» των εμπόρων (**Στέλλα Ασκελή, 2004, σ. 30-37**).

Οι παραπάνω ελλείψεις συνδυάζονται και με την έλλειψη επαρκών γνώσεων και εργαλείων ανάλυσης των τάσεων στην αγορά αγροτικών προϊόντων, του περιεχομένου και του τρόπου διαμόρφωσης της αγροτικής πολιτικής και των προδιαγραφών και απαιτήσεων των προγραμμάτων της Ε.Ε.

Τέλος, ένας κρίσιμος τομέας στον οποίο υπάρχει έλλειψη ενημέρωσης είναι αυτός των περιβαλλοντικών προβλημάτων που δημιουργούνται από αλόγιστη χρήση εισροών και κακή διαχείριση των φυσικών πόρων, αλλά και των επιπτώσεων αυτών στην απόδοση του εδάφους και των καλλιεργειών.

Η ζήτηση επομένως σε ενημέρωση και εκπαίδευση σε θέματα αγροτικής πολιτικής και νέων τρόπων αγροτικής καλλιέργειας είναι μεγάλη ιδίως μεταξύ των νέων που συνειδητά επιλέγουν την ενασχόλησή τους με την γεωργία

Σύμφωνα με την μελέτη που εκπονήθηκε από το Ινστιτούτο Αστικής και Αγροτικής Κοινωνιολογίας του Ε.Κ.Κ.Ε.⁴ το 2000, η γεωργική εκπαίδευση θα πρέπει να απευθυνθεί σε τέσσερις διακριτές κατηγορίες απασχολούμενων με την γεωργία:

- Οι κατά συνείδηση επαγγελματίες γεωργοί που κατέχουν βιώσιμες εκμεταλλεύσεις.
- Οι νέοι άνδρες του αγροτικού χώρου που βρίσκονται στο στάδιο στροφής προς τον αγροτικό τομέα.
- Οι νέες γυναίκες των αγροτικών περιοχών.
- Οι απασχολούμενοι ή κάτοχοι αγροτικών εκμεταλλεύσεων μη βιώσιμων στο πλαίσιο του εντατικού μοντέλου γεωργίας, αλλά που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα αξιοποιήσιμα στο πλαίσιο της νέας Κοινής Αγροτικής Πολιτικής

Συνοψίζοντας θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι εκπαιδευτικές ανάγκες των Ελλήνων αγροτών εντοπίζονται στους παρακάτω τομείς:

- Οικονομικοτεχνική διαχείριση των εκμεταλλεύσεων
- Μηχανολογικός εξοπλισμός και κόστος εισροών
- Συντήρηση, συσκευασία και προώθηση των αγροτικών προϊόντων
- Ενημέρωση σχετικά με το περιεχόμενο, τις προδιαγραφές και την ορολογία των κοινοτικών προγραμμάτων
- Πληροφόρηση για τους τρόπους οργάνωσης των παραγωγών και της σημασίας του συνεργατισμού
- Εισαγωγή σε νέες μορφές αγροτικής καλλιέργειας και πληροφόρηση για την βιολογική καλλιέργεια
- Περιβαλλοντικά προβλήματα που προκύπτουν από την εκμετάλλευση της γης
- Ενημέρωση για τον αγροτουρισμό και νέους τρόπους αξιοποίησης των πόρων της υπαίθρου

Επιπλέον, η εκπαίδευση και κατάρτιση βοηθούν στην απόκτηση των απαραίτητων γνώσεων και δεξιοτήτων για τη συνειδητοποίηση των ευκαιριών και των απειλών – δυσκολιών σε μια αγροτική επιχείρηση καθώς και στην

⁴ Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών

κατάλληλη αντιμετώπιση των αλλαγών αυτών. Οι μέθοδοι κατάρτισης απαιτούν περισσότερη καινοτομία και η παροχή των πληροφοριών πρέπει να γίνεται μέσω ενός συνδυασμού μέσων και τεχνικών. Οι μελέτες περιπτώσεων, οι εκπαιδευτικές επισκέψεις σε αγρούς και η χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών αποτελούν πρακτικές και εργαλεία εκμάθησης που μπορούν να βοηθήσουν αποτελεσματικά στην εκπαίδευση των αγροτών.

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τις Τ.Π.Ε.⁵, πρέπει να τονίσουμε ότι το επίπεδο διάδοσης και χρήσης τους στις αγροτικές περιοχές είναι αρκετά χαμηλό. Μόνο το 15,2% των κατοίκων των αγροτικών περιοχών χρησιμοποιούν προσωπικούς υπολογιστές και 9,7% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο. Η μικρότερη σημασία που δίνεται σήμερα στην εκπαίδευση αλλά και πληροφόρηση μέσω διαδικτύου ή CD-ROM, γενικά απεικονίζει το χαμηλό επίπεδο χρήσης των υπολογιστών από τους αγρότες. Η χρήση των τεχνολογιών αυτών αναμένεται να αυξηθεί βαθμιαία, μέσα από τις προσπάθειες τόσο του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων όσο και άλλων φορέων.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να προσθέσουμε την προσπάθεια του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων προς αυτή την κατεύθυνση, μέσω της επιχορήγησης μέρους της αγοράς ηλεκτρονικών υπολογιστών για αγρότες. Παρόμοιες δράσεις για την αγορά υπολογιστών καθώς και για την ανάπτυξη ιστοχώρων και τη σύνδεση με το διαδίκτυο χρηματοδοτούνται και από το Πρόγραμμα «Δικτυωθείτε» το οποίο διαχειρίζεται το Υπουργείο Ανάπτυξης. Τέλος, το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και πολλοί εποπτευόμενοι φορείς παρέχουν σήμερα πληροφορίες μέσω του διαδικτύου, ενώ παράλληλα υπάρχει αυξημένη χρήση του διαδικτύου από διάφορες δημόσιες υπηρεσίες για την διάδοση πληροφοριών στους αγρότες (**Αγροτουρισμός και Άλλες Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού**).

⁵ Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών

3.2 Προγράμματα Ευρωπαϊκής Ένωσης – Άξονες Χρηματοδότησης Αγροτουρισμού

LEADER I

Η πρωτοβουλία LEADER I αποτελούσε ένα πρόγραμμα αυτοβοήθειας και ενεργοποίησης τοπικών πόρων για απομακρυσμένες περιοχές ή αγροτικές κοινότητες με πληθυσμό από 5.000 έως 100.000 άτομα. Είχε σαν σκοπό την προώθηση μέτρων που αφορούσαν την δραστηριοποίηση της αγροτικής ανάπτυξης, την επαγγελματική κατάρτιση και την αξιοποίηση των τοπικών γεωργικών προϊόντων καθώς και την δικτύωση των ομάδων.

Μέσω του LEADER I δόθηκε η ευκαιρία στους τοπικούς φορείς να αναπτύξουν οριζόντιες συνεργασίες και παράλληλα να δημιουργήσουν ένα συμμετοχικό επιχειρησιακό σχέδιο και στη συνέχεια να διαχειριστούν την υλοποίησή του (διοικητικά και οικονομικά) με σκοπό να προτείνουν ολοκληρωμένες λύσεις για την ανάπτυξη της περιοχής τους.

Επιπλέον εισήγαγε στον τοπικό πληθυσμό νέες τεχνολογίες για τον εκσυγχρονισμό των παραγωγικών διαδικασιών, την ενημέρωση και επικοινωνία, καθώς επίσης προήγαγε το «άνοιγμα» των αγροτικών περιοχών προς άλλες περιοχές, με την ανταλλαγή και την μεταφορά εμπειριών μέσω της δημιουργίας δικτύων και επιστράτευσε ενδογενείς πόρους για την ανάπτυξή τους (**Ηγουμενάκης Νίκος, Κραβαρίτης Κώστας, Λύτρας Περικλής, 1998**).

Τέλος, εφαρμόστηκε σε 217 περιοχές της Ε.Ε. και σε 25 αγροτικές περιοχές της Ελλάδας (ορεινές και νησιωτικές) και αποτέλεσε αντικείμενο χρηματοδότησης τόσο της Ε.Ε. όσο και των κρατών-μελών της καθώς και κάποιων ιδιωτών που συμμετείχαν στο πρόγραμμα.

LEADER II

Η πρωτοβουλία LEADER II είναι μία συνέχεια της LEADER I, δίνοντας έμφαση στη χωρική προσέγγιση των προγραμμάτων, στον καινοτόμο

χαρακτήρα των σχεδίων, στην ανταλλαγή εμπειριών, στον πολυτομεακό χαρακτήρα και στην χρηματοδοτική αυτοδυναμία.

Εφαρμόστηκε κατά την περίοδο 1994 – 1999 και η κοινοτική συμμετοχή σε πρωτοβουλίες και δράσεις φυσικών και νομικών προσώπων και Ο.Τ.Α. ανήλθε σε ποσοστό έως το 50% του συνολικού προϋπολογισμού του Έργου. Ο στόχος του συγκεκριμένου προγράμματος ήταν η τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές δημιουργώντας συμπληρωματική απασχόληση σε παράλληλες με τη γεωργική δραστηριότητα δράσεις **(Μανώλης Σφακιανάκης, 1999, σ. 50)**.

Επιπλέον, στόχος της ήταν η αντιμετώπιση του προβλήματος της ισόρροπης σχέσης μεταξύ της γεωργικής γης και του εργατικού δυναμικού μέσα από την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποσκοπούσαν στην δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης στον αγροτικό χώρο.

Μετά από την εφαρμογή και την υλοποίηση των προγραμμάτων (LEADER I και LEADER II), τα προβλήματα που αντιμετώπιζαν οι αγροτικές περιοχές, εξακολουθούσαν να υπάρχουν. Για αυτό το λόγο, αποφασίστηκε η συνέχιση των πρωτοβουλιών LEADER με ένα νέο πρόγραμμα, το LEADER + (2000-2006). Η νέα αυτή πρωτοβουλία είχε στόχο την αντιμετώπιση των νέων προκλήσεων του αγροτικού κόσμου. Σε αντίθεση με τα προγράμματα LEADER I και LEADER II, το LEADER + συμπεριελάμβανε όλες τις αγροτικές περιοχές και δικαιούχοι του ήταν οι Ο.Τ.Α. **(Μανώλης Σφακιανάκης, 1999, σ. 55)**.

Η πρωτοβουλία LEADER + στόχευε να παροτρύνει τους τοπικούς φορείς να εξετάσουν το δυναμικό ανάπτυξης της περιοχής τους στο πλαίσιο μίας πιο μακροπρόθεσμης προοπτικής. Ο χαρακτήρας του προγράμματος διασφαλίστηκε μέσω της δικτύωσης ομοειδών ή συμπληρωματικών επιχειρήσεων, στην κοινή προβολή και προώθηση, στη συνεργασία και στη συλλογική στήριξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ώστε να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα και η συμπληρωματικότητα των δράσεων.

Τέλος, τα Ο.Π.Α.Α.Χ.⁶ αποτελούν ολοκληρωμένες παρεμβάσεις στις αγροτικές ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της Περιφέρειας. Πρόκειται για παρεμβάσεις που υλοποιούνται για πρώτη φορά στο Γ' ΚΠΣ δεδομένου ότι συνδυάζουν την ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων με την ταυτόχρονη υλοποίηση δημόσιων τεχνικών και κοινωνικών υποδομών (**Μανώλης Σφακιανάκης, 1999, σ. 56**).

Στόχοι των συγκεκριμένων προγραμμάτων είναι:

- μείωση της απομόνωσης του ορεινού χώρου
- μείωση των ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων
- στήριξη της ανάπτυξης στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές της Περιφέρειας
- ανάδειξη και αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων των περιοχών αυτών
- δημιουργία βιώσιμων συνθηκών για τους πληθυσμούς αυτούς

Εφαρμόζονται σε επιλεγμένες περιοχές της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας οι οποίες είναι ορεινές και/ή μειονεκτικές, εμφανίζουν προβλήματα συγκράτησης του πληθυσμού τους, χαρακτηρίζονται από το σημαντικό ρόλο της αγροτικής παραγωγής στην τοπική οικονομία και εμφανίζουν ελλείψεις σε τεχνικές και κοινωνικές υποδομές. Τέλος, χρηματοδοτούνται από τον Άξονα Προτεραιότητας 6 του ΠΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας 2000-2006 με 48,7 εκατομμύρια ευρώ (**Αναπτυξιακή Χαλκιδικής ΑΕ-Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρεία Ο.Τ.Α**).

Σήμερα, ο Επενδυτικός Νόμος 3299/04 χορηγεί ελκυστικά κίνητρα για επενδύσεις άνω των 100.000 €, σε όλους τους τομείς της οικονομίας, που υλοποιούνται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας από επιχειρήσεις ανεξάρτητα μεγέθους, δίνοντας έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στους ανερχόμενους κλάδους της οικονομίας.

Όσον αφορά στον τουρισμό υπαίθρου και τον αγροτουρισμό, σύμφωνα με τον Επενδυτικό Νόμο 3299/04 και μετά τις πρόσφατες τροπολογίες, ενισχύονται επενδυτικά σχέδια στον τομέα του τουρισμού, (ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχείων, εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων, μετατροπή παραδοσιακών

⁶ Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου

κτιρίων σε κατάλυμα κ.λπ.) αλλά και στον τομέα της μεταποίησης και τυποποίησης γεωργικών προϊόντων (οινοποιεία, τυροκομεία, τυποποίηση βιολογικού ελαιολάδου, κ.α.).

Τέλος, δράσεις ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας στις ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές καθώς και στο νησιωτικό χώρο αναμένεται να προκύψουν κατά τη διάρκεια Δ' Προγραμματικής Περιόδου 2007-2013 όπου και θα εφαρμοσθούν τα 6 τομεακά και 5 περιφερειακά προγράμματα του Ε.Σ.Π.Α.⁷. Παράλληλα στο πλαίσιο του Ε.Σ.Σ.Α.Α.⁸ το οποίο θα υλοποιηθεί στους παρακάτω άξονες:

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

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

Ειδικότερα μέσω του άξονα 3 επιδιώκεται η εξυπηρέτηση συγκεκριμένων στόχων του Ε.Σ.Σ.Α.Α., όπως είναι η διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας, η στήριξη της επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο, η βελτίωση της ποιότητας ζωής και ο εκσυγχρονισμός των υποδομών στις αγροτικές περιοχές.

Στο πλαίσιο του 4ου άξονα, στα πλαίσια της προσέγγισης LEADER, θα υλοποιηθούν δράσεις μεταξύ άλλων που αποσκοπούν:

- Στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των γεωργικών προϊόντων
- Στη διαφοροποίηση προς μη γεωργικές δραστηριότητες
- Στη στήριξη της δημιουργίας και ανάπτυξης πολύ μικρών επιχειρήσεων
- Στην ενθάρρυνση τουριστικών δραστηριοτήτων κ.λπ. **(Δρ. Λεωνίδα Παπακωνσταντινίδης, σ. 66).**

⁷ Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς

⁸ Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης

3.2.1 Αναπτυξιακή Καρδίτσας (ΑΝ.ΚΑ. Α.Ε.)

Εν συνεχεία, θα παραθέσουμε μια μελέτη περίπτωσης, η οποία μέσα από τα Ευρωπαϊκά Προγράμματα και ιδιαίτερα στη Πρωτοβουλία Leader δημιούργησε τις προϋποθέσεις για νέες δραστηριότητες και ανάδειξη των ενδογενών δυνάμεων του τόπου και προβολή – διαφήμιση του αγροτουρισμού.

Στο μέσο περίπου της οροσειράς της Πίνδου σε υψόμετρο 1200 μέτρων από την επιφάνεια της θάλασσας, στα δυτικά του Θεσσαλικού κάμπου σχηματίζεται ένα οροπέδιο, το οποίο έχει το μέσον του τη Λίμνη Πλαστήρα. Η Λίμνη προέκυψε από ένα φράγμα που κατασκευάστηκε το 1929 ενώνοντας δύο φυσικές κορυφές, εγκλωβίζοντας το νερό πολλών ποταμών που χάνονταν μέσα από μια εδαφική κοιλότητα.

Μέχρι και τα μέσα της δεκαετίας η ευρύτερη περιοχή της Λίμνης Πλαστήρα, ήταν μια περιοχή υπό εγκατάλειψη. Ο πληθυσμός ήταν γερασμένος με μέση ηλικία πάνω από 70 χρονών. Οι άνθρωποι που άνηκαν στις παραγωγικές ηλικίες (15-45) εγκατέλειπαν το χώρο τους αναζητώντας συνθήκες και καλύτερους όρους ποιότητας ζωής στα πλησιέστερα μεγάλα αστικά κέντρα. Παιδιά δεν γεννιόταν, τα σχολεία το ένα μετά το άλλο έκλειναν. Το 88% του πληθυσμού ασχολιόταν μόνο με τη γεωργία και τη κτηνοτροφία. Το μέσο γεωργικό στη βάση του εισόδημα συνιστούσε μόλις το 15% του μέσου Κοινοτικού όρου.

Η περιοχή ήταν δύσβατη, δίχως προσπελασιμότητα και δίχως προοπτική ανάπτυξης υποδομών. Τα τουριστικά πρακτορεία περιελάμβαναν τη Λίμνη στους σχεδιασμούς τους απλά και μόνο ως τόπο επίσκεψης και φωτογραφίας. Τα τουριστικά λεωφορεία σταματούσαν αρκετά χαμηλότερα και μόνοι όσοι είχαν τη δύναμη και την επιθυμία της ανάβασης στη δύσβατη περιοχή έφταναν μέχρι τη Λίμνη για να την φωτογραφίζουν και να επιστρέψουν πάλι

πίσω. Υπήρχαν μια – δύο μονάδες (ταβέρνες, καφεενεία) υπολειπούν και είχαν πελάτες μόνο αν κάποιος κατάφερνε να φτάσει στη Λίμνη για να τη φωτογραφίσουν.

Στα μέσα της δεκαετίας του '80, φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αλλά και κοινωνικοί φορείς με μεγάλη αντιπροσωπευτικότητα στο πληθυσμό της ευρύτερης περιοχής ίδρυσαν μια Ανώνυμη Εταιρία με την επωνυμία "Αναπτυξιακή Καρδίτσας - ΑΝ.ΚΑ Α.Ε.". Η Εταιρία αυτή δραστηριοποιήθηκε αμέσως για την αναζωογόνηση της πανέμορφης περιοχής της Λίμνης Πλαστήρας. Με δικούς τους πόρους (ανθρώπινους και χρηματοδοτικούς) εκπόνησαν μια ολοκληρωμένη μελέτη ανάπτυξης του χώρου συγκεντρώνοντας όλες τις διάσπαρτες τοπικές εργασίες σε ένα ενιαίο στρατηγικό σχήμα έτσι ώστε η ενέργεια του ενός να πολλαπλασιάζει το αποτέλεσμα του άλλου.

Οι πρώτες επιτυχίες του εγχειρήματος προσέδωσαν στη συλλογική προσπάθεια μια ασυνήθιστη δυναμική που γρήγορα συσπείρωσε γύρω της εμπόρους, ξενοδόχους, εστιατόρες, τουριστικά γραφεία αλλά και μικρές βιοτεχνίες. Η ένταξη των προγραμμάτων της ΑΝ.ΚΑ. Α.Ε. στα Ευρωπαϊκά προγράμματα και ιδιαίτερα στη πρωτοβουλία LEADER (1994) δημιούργησε τις προϋποθέσεις για μια ακόμα μεγαλύτερη παρέμβαση στην ανάπτυξη του τόπου γύρω από τη Λίμνη.

Σταδιακά, δημιουργήθηκαν συνθήκες για την επανάκαμψη νέων ανθρώπων στη περιοχή όχι απλά για να απασχοληθούν στη γεωργία αλλά και σε δράσεις σχετιζόμενες με τον αγροτουρισμό, στα πλαίσια ενός φαινομένου έντονα μεσογειακού της αγροτικής πολυαπασχόλησης. Η Λίμνη Πλαστήρα προβλήθηκε στο ευρωπαϊκό χώρο και σήμερα εξυπηρετεί ανάγκες του φυσιολατρικού τουρισμού, τουρισμού αναρρίχησης και πεζοπορίας. Παράλληλα η ΑΝ.ΚΑ. Α.Ε. προχώρησε σε συνεργασία με τα τουριστικά πρακτορεία, τους κρατικούς τοπικούς φορείς, τους ξενοδόχους κ.α.

Ήταν μια κοινή απόφαση της τουριστικής διοίκησης και της τοπικής κοινωνίας να διαφυλάξουν τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους τους και να τους διατηρήσουν σε υψηλά επίπεδα με ένα και μοναδικό στόχο τη εκφρασμένη

θέλησή τους να προσφέρουν “ποιότητα” έστω και αν είχαν μικρότερο οικονομικό όφελος.

3.2.2 Πιστοποίηση – Φορείς Αγροτουρισμού

Σε ολόκληρο τον κόσμο εφαρμόζονται, σε ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις, είτε για τα προϊόντα που παράγουν, είτε για τις υπηρεσίες που παρέχουν, *Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας* με αντίστοιχες πιστοποιήσεις (ISO 9001, HACCP, κ.λπ.).

Το διακριτικό ‘σήμα’ το οποίο χορηγείται πάντα σε αυτές τις περιπτώσεις είναι και το μόνο διακριτικό σήμα το οποίο ‘μένει’ στην συνείδηση του καταναλωτή και τον κάνει να επιλέγει μια συγκεκριμένη επιχείρηση, έναντι κάποιας άλλης. Ο καταναλωτής είναι σίγουρος τόσο για την ποιότητα του προϊόντος ή των υπηρεσιών που του παρέχονται, όσο και για τον έλεγχο που έχει πραγματοποιηθεί στις πιστοποιημένες επιχειρήσεις. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να είναι σίγουρος ότι εξασφαλίζει την καλύτερη δυνατή επιλογή.

Όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο του Αγροτουρισμού-Τουρισμού υπαίθρου, θέλουν να βελτιώσουν τις υπηρεσίες και την ποιότητά τους, να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους και προπαντός να γίνουν διακριτές στο κοινό το οποίο απευθύνονται. Επιθυμούν να διαχωρίσουν το προϊόν και την ταυτότητα τους από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις μαζικού τουρισμού.

Το διακριτικό ‘σήμα’ που θα φέρει η κάθε πιστοποιημένη επιχείρηση, βοηθάει τον πελάτη να διακρίνει και να επιλέξει ανάμεσα σε άλλες εκείνη την οποία ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τις απαιτήσεις του.

Τα οφέλη είναι απτά και καθημερινά και η Αγροτουριστική σκοπεύει να τα κάνει απεριόριστα:

- Η προβολή των πιστοποιημένων επιχειρήσεων θα είναι ευρεία και συνεχής. Συμμετοχή σε ειδικούς κατάλογους, προβολή μέσω internet, όπου είναι ο πληρέστερος στον χώρο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

- Συμμετοχή σε εκθέσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό, στα ΜΜΕ, ώστε να υπάρχει άμεση επαφή με τον ίδιο τον καταναλωτή.
- Το 'σήμα' ποιότητας αγροτουρισμού θα γίνει αναγνωρίσιμο παντού και με κάθε δυνατό τρόπο προβολής, ώστε να αποκτήσει για τον τουρίστα-καταναλωτή την σημασία όλων όσων αντιπροσωπεύει.
- Οι επιχειρήσεις που θα μπουν στην διαδικασία πιστοποίησης, θα αποκτήσουν τα εφόδια να εντοπίσουν τα αδύνατα σημεία τους να βελτιώσουν την ποιότητα τους, και να ανταποκριθούν στον πιο σημαντικό ρόλο: «Να προσφέρουν όλα όσα υπόσχονται αλλά και όλα όσα ζητάει ο πελάτης».

Με την συνεχή και συστηματική παρακολούθηση και τον έλεγχο που θα ακολουθήσει διασφαλίζεται συνεχώς η ποιότητα της λειτουργίας και της οργάνωσης τους, ενώ επιτυγχάνονται σχέσεις εμπιστοσύνης με τον πελάτη, γιατί θα υπάρχει πάντα η εγγύηση της ικανοποίησης τους. Παράλληλα όμως, τα οφέλη επεκτείνονται και σε τομείς όπως η μείωση του κόστους λειτουργίας, γιατί από την εφαρμογή του συστήματος που ακολουθείται γίνεται εξοικονόμηση των πόρων (μείωση κατανάλωσης ενέργειας, νερού, απορρυπαντικών, καταμερισμός εργασίας και αρμοδιοτήτων, καλύτερη συντήρηση εξοπλισμού).

Η *ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε.* ιδρύθηκε το 2001 ως Ανώνυμη Εταιρία δημοσίου συμφέροντος, προκειμένου να συμβάλει ενεργά στη διαμόρφωση μιας εναλλακτικής πρότασης στην προϊούσα κρίση του μαζικού τουρισμού, με την καθιέρωση ενός νέου, σύγχρονου τουριστικού προϊόντος. Πλειοψηφικός μέτοχος είναι η Ε.Τ.Α.⁹, η οποία εποπτεύεται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.

Η Ελλάδα, μια χώρα με εξαιρετικά πολύμορφο φυσικό περιβάλλον και με μακρά αγροτική παράδοση, παρουσιάζει τεράστια πλεονεκτήματα όσον αφορά την αγροτουριστική αξιοποίηση. Αν και τα τελευταία χρόνια έχουν παρατηρηθεί αρκετές προσπάθειες προς την κατεύθυνση της αγροτουριστικής ανάπτυξης, οι απόπειρες αυτές υπήρξαν μεμονωμένες,

⁹ Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης

ελάχιστα προβεβλημένες και δεν συνέβαλαν στη δημιουργία ενός εθνικού αγροτουριστικού προϊόντος.

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

Οι επιμέρους σκοποί της Εταιρείας είναι:

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

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

περιφερειακή ανάπτυξη, στην οποία η σημερινή κυβέρνηση αποδίδει πρωτεύουσα σημασία.

Το ΕΛΛ.Κ.Α.¹⁰ είναι Σωματείο μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Συστάθηκε τον Ιανουάριο του 2003 και απαρτίζεται από επιχειρηματίες, εκδότες, δημοσιογράφους, καθηγητές πανεπιστημίου, επιστήμονες, άτομα που ο καθένας στον τομέα του έχει να επιδείξει ένα σημαντικό έργο. Δημιουργήθηκε με σκοπό τη στήριξη, την ενίσχυση και την προώθηση της ιδέας του αγροτουρισμού στην Ελλάδα καθώς και τον πολιτικών για την προστασία και διαχείριση του περιβάλλοντος με κατεύθυνση την βιώσιμη τοπική και περιφερειακή τουριστική ανάπτυξη.

Στα πλαίσια των σκοπών του, επιδιώκει τη συνεργασία με φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς καθώς και με διεθνείς και εθνικές αγροτουριστικές οργανώσεις. Ο σκοπός του ΕΛΛ.Κ.Α. είναι να δημιουργηθούν Δίκτυα Συνεργασίας για την ανάδειξη των πολιτισμικών χαρακτηριστικών της υπαίθρου και των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων. Μία από τις πρόσφατες δραστηριότητες του ΕΛΛ.Κ.Α. είναι η διοργάνωση της Γιορτής Αγροτουρισμού της Επιδαύρου, μία γιορτή που όπως δείχνει το ενδιαφέρον πληθώρας Δήμων από όλη την χώρα, πρόκειται να καθιερωθεί με τοπικό χαρακτήρα σε πολλές περιοχές.¹¹

¹⁰ Ελληνικό Κέντρο Αγροτουρισμού

¹¹ [Αγροτουρισμός και Άλλες Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού](#)

Κεφάλαιο 4^ο: Ελληνική & Διεθνή Εμπειρία για τον Αγροτουρισμό - Γυναικείοι Συνεταιρισμοί στην Ελλάδα

4.1 Αγροτουρισμός στην Ελλάδα και Διεθνώς

Το τελευταίο κεφάλαιο πραγματεύεται το θέμα της Ελληνικής και Διεθνούς Εμπειρίας για τον αγροτουρισμό. Επίσης, αναφέρεται και στους γυναικείους συνεταιρισμούς στην Ελλάδα. Χωρίζεται σε δύο ενότητες, όπου η πρώτη αναφέρεται στην αγροτουρισμό στην Ελλάδα σε σχέση με τη διεθνή χώρο και η δεύτερη στους γυναικείους συνεταιρισμού στην Ελλάδα.

4.1.1 Ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του γενικού τουρισμού της δεκαετίας του 1980 με τη θέσπιση από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) των Μεσογειακών Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων (Μ.Ο.Π.) και ειδικότερα του Κανονισμού ΕΕ 2088/85. Στη συνέχεια, διευρύνθηκε η ενθάρρυνση εφαρμογής αγροτουριστικών επενδύσεων στο πλαίσιο της διαρθρωτικής πολιτικής της Ε.Ε με τους Κανονισμούς Ε.Ε, 797/85, 2328/91, 950/97, Π.Ε.Π. (1994-1999), τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader I (1991-1993), Leader II (1994–1999) και Leader Plus (2000-2006). Ακόμα, έχουν αναπτυχθεί μια σειρά από αγροτουριστικές πρωτοβουλίες φορέων της Δημόσιας Διοίκησης, όπως της Γενικής Γραμματείας Ισότητας, της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, του Ελληνικού Οργανισμού Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων Χειροτεχνίας (Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.) των Ο.Τ.Α. και του συνεταιριστικού χώρου (ΠΑ.ΣΕ.ΓΕ.Σ.) κ.α.

Στη βάση του παραπάνω θεσμικού και κανονιστικού πλαισίου, αναπτύχθηκαν αξιόλογες προσπάθειες αγροτουρισμού, με τη μορφή της φιλοξενίας. Σημαντικότερες πρωτοβουλίες θεωρούνται αυτές που έγιναν από τους Γυναικείους Αγροτουριστικούς Συνεταιρισμούς στα Αμπελάκια Θεσσαλίας (1984), στην Πέτρα της Μυτιλήνης (1984), στα Μαστιχοχώρια της Χίου, στην Αράχοβα της Βοιωτίας, στον Άγιο Γερμανό Πρεσπών και στη Μαρώνεια Ροδόπης (1985), στον Άγιο Γεώργιο Γρεβενών (1992), στην Ζαγορά Πηλίου (1993), στη Δαδιά Σουφλίου και στους Ψαράδες της Φλώρινας (1994), στην

Πορταριά Πηλίου (1997), στην Αλιστράτη Σερρών (1997), στην Άνω Καλλινίκη Φλώρινας (1997), στη Γλώσσα Σκοπέλου (1999) και το Δίκτυο Αγροτουρισμού στον Αποκόρωνα Κρήτης (2001).

Οι μορφές αγροτουρισμού που κυριαρχούν σε άλλες χώρες και έχουν ως βάση το μεγαλογεωργό ως κύριο επιχειρηματικό φορέα δεν μπορούν να εφαρμοστούν στην Ελλάδα, είτε για λόγους γεωγραφικής και πολιτιστικής ιδιαιτερότητας είτε για λόγους λειτουργικούς, αφού η Ελλάδα ιστορικά δεν διαθέτει μεγάλες γεωργικές εκτάσεις (αγροκτήματα) που θα μπορούσε να τις εκμεταλλευτεί, ούτε συγκροτημένη αγροτική επιχειρηματική βάση που να δικαιολογεί την ανάπτυξη ολοκληρωμένων προγραμμάτων.

Επίσης, η Ελλάδα είναι γνωστή σε όλο το κόσμο σαν ένας κλασικός καλοκαιρινός τουριστικός προορισμός. Η ανάπτυξη στο τομέα αυτό δεν χρειάζεται και ιδιαίτερη ανάλυση καθώς αρκετές περιοχές της χώρας βρίσκονται σε κατάσταση κορεσμού με εκατοντάδες χιλιάδες επισκέπτες ανά προορισμό να απολαμβάνουν τα κάλλη της. Πέρα όμως από τα πασίγνωστα θερινά τουριστικά θέρετρα υπάρχουν και αρκετά άγνωστα σε πολλούς μέρη στα οποία κάποιος μπορεί να πραγματοποιήσει μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, τον αγροτουρισμό. Οι διακοπές αυτής της μορφής δίνουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να ανακαλύψει τον επιλεγμένο τουριστικό προορισμό και να καρπωθεί ότι μπορεί να του προσφέρει ο συγκεκριμένος τόπος.

Μπορεί κάποιος σε ένα μικρό ορεινό χωριό με ελάχιστους κατοίκους να βρει έναν ιδανικό τόπο για πεζοπορία το πρωί, να δοκιμάσει τα υπέροχα παραδοσιακά εδέσματα μαγειρεμένα από τις ντόπιες μαγείρισσες, να περιπλανηθεί αλλά και να συμμετέχει στις εργασίες μικρών τοπικών οικοτεχνικών εργαστηρίων παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων πχ κεραμικά , τοπικά τυριά κ.α. και να μάθει τον παραδοσιακό τρόπο παραγωγής.

Καταρχήν τα μέρη που μπορεί κάποιος να κάνει αγροτουρισμό στην Ελλάδα είναι πάρα πολλά όσο και οι επιλογές του. Η δυναμική που αποκτά ο αγροτουρισμός τα τελευταία χρόνια είναι τέτοια ώστε το επίπεδο των

παροχών να βρίσκεται σε αρκετά υψηλό επίπεδο. Λόγου χάριν μπορούμε να επισκεφτούμε ένα ορεινό χωριό της Αρκαδίας και για την διαμονή μας να έχουμε εξασφαλίσει ένα ανακαινισμένο παραδοσιακό ξενώνα με τζάκι και κήπο. Για τη σίτιση μας να βρούμε μια ταβέρνα η οποία να εξυπηρετεί μικρό αριθμό επισκεπτών με όλα τα θετικά που αυτό συνεπάγεται. Αν από την άλλη είστε λάτρεις του σκι ή του snowboard, σε μια ώρα μπορείτε να βρίσκεστε στα Καλάβρυτα, σε ένα από τα καλύτερα και πιο οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα στην Ελλάδα. Για τις μεγαλύτερες ηλικίες υπάρχουν επίσης πολλές επιλογές. Οι προαναφερόμενες ασχολίες κατά την διάρκεια διακοπών αυτής της μορφής είναι μια ενδεικτική αναφορά των δραστηριοτήτων με τις οποίες μπορεί να ασχοληθεί κανείς. Ανάλογα με την ηλικία και τις απαιτήσεις του καθενός υπάρχουν πάρα πολλές επιλογές, τις οποίες δεν μένει παρά να τις ανακαλύψετε.

4.1.2 Αγροτουρισμός στο Διεθνή Χώρο

Ο αγροτουρισμός στη διεθνή πρακτική έχει επικρατήσει με τις ακόλουθες δύο βασικές μορφές:

- Τη μορφή των διακοπών σε αγροκτήματα «Farm house holidays» που είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη σε χώρες, όπου η έννοια «αγρόκτημα» είναι συνυφασμένη με τη γεωργική εκμετάλλευση (Αυστρία, Γερμανία κ.λπ.) και οι φιλοξενοούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και τις αγροτικές δραστηριότητες.
- Τη μορφή των διακοπών σε αγροτουριστικά καταλύματα που παρέχουν «κλίνη και πρωινό» - “Bed and breakfast” - που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζομένων δωματίων σε ‘εξωαστικούς’ μικροσυνοικισμούς ή σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες) που βρίσκονται μέσα στον αγροτικό οικισμό και παρέχουν φιλοξενία τουριστών σ’ αυτά.

Το σύστημα αυτό προσιδιάζει ιδιαίτερα σε χώρες, όπως είναι η Βρετανία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Ιρλανδία. Η διεθνή εμπειρία, όπως έχει καταγραφεί από το 1950 και μετά, στις χώρες Γαλλία, Ιταλία, Αγγλία, Ιρλανδία, Δανία, Γερμανία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ισραήλ, Αμερική και Καναδά, δείχνει ότι το πρότυπο του αγροτουρισμού ποικίλει ως προς την μορφή και το βαθμό ανάπτυξης του.

Αυτό εξαρτάται από τις ιδιαιτερότητες κάθε χώρας, την οικονομική δομή, την μεγάλη ή μικρή εκμετάλλευση στο αγρόκτημα, το βαθμό ανάπτυξης του συνεταιριστικού κινήματος, τη γεωργική υπερπαραγωγή, την τοπική επιχειρηματικότητα, το αγροτικό εισόδημα, το βαθμό των περιφερειακών ανισοτήτων.

Συγκρίνοντας τα δύο σχήματα που διεθνώς έχουν αναπτυχθεί στον αγροτουρισμό και λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες του ελληνικού αγροτικού χώρου, διαπιστώνεται ότι η μορφή που ταιριάζει περισσότερο στην ελληνική πραγματικότητα είναι το σύστημα της φιλοξενίας σε αγροτουριστικά καταλύματα “Bed and breakfast”. Η διαπίστωση αυτή στηρίζεται στην συγκριτική αντιπαράθεση ποσοτικών κυρίως μεγεθών που χαρακτηρίζουν τις συνθήκες και τις προϋποθέσεις εφαρμογής της ειδικής αυτής μορφής τουρισμού στον ελλαδικό χώρο.

Συνεπώς, ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα, εκ των πραγμάτων, στηρίζεται σε μια άλλη βάση και είναι συνδεδεμένος με την τοπική ιδιαιτερότητα κάθε περιοχής και το βαθμό ανάπτυξης τοπικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.¹²

4.2 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

Η ενότητα αυτή αναφέρεται στη γυναικεία επιχειρηματικότητα και στους γυναικείους συνεταιρισμούς που αναπτύχθηκαν στην Ελλάδα. Οι εθνικές και κοινοτικές πολιτικές ενθαρρύνουν, ενισχύουν ή και προκαλούν τέτοιες δράσεις, στα πλαίσια της πολυσυζητημένης πολυλειτουργικότητας της υπαίθρου. Προς αυτή την κατεύθυνση, η ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας θεωρήθηκε ότι αποτελεί ένα μέσο για την ανάπτυξη της υπαίθρου και τη σύσταση μικρών επιχειρήσεων και είναι ο καταλληλότερος δρόμος για την ένταξη των γυναικών στην αγορά εργασίας.

Ένας τομέας δραστηριοποίησης των γυναικών στην ύπαιθρο είναι ο αγροτουρισμός, τομέας ο οποίος προσάδει στα χαρακτηριστικά του

¹² [Green Agenda](#)

γυναικείου αγροτικού πληθυσμού. Δύο είναι οι κυρίαρχες μορφές γυναικείας επιχειρηματικότητας στην ελληνική ύπαιθρο:

- οι μικρές ατομικές επιχειρήσεις και
- οι συνεταιρισμοί

Και οι δύο μορφές ενθαρρύνθηκαν από πλήθος προγραμμάτων την τελευταία εικοσαετία, τόσο εθνικών όσο και κοινοτικών και ο αριθμός τους ενισχύθηκε σημαντικά.

4.2.1 Γυναίκεια Επιχειρηματικότητα στον Αγροτουρισμό

Η ανάπτυξη της υπαίθρου είναι σήμερα περισσότερο από ποτέ συνδεδεμένη με την επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, είναι γεγονός ότι η ύπαιθρος παρουσιάζει χαμηλή ελκυστικότητα για την ανάληψη και ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης, πολύ περισσότερο στις μειονεκτικές ζώνες (**Λαμπριανίδης Λότης, 2005, σ. 34**). Η περιορισμένη επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο σχετίζεται τόσο με τις δομικές της αδυναμίες (έλλειψη υποδομών, εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού και κεφαλαίων, μικρό μέγεθος αγορών), όσο και με τις ανεπάρκειες του κοινωνικού περιγύρου (σχετικά χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο των κατοίκων, συντηρητισμός και απουσία καινοτόμων πρωτοβουλιών) (**Ανθοπούλου Θ. 2006, σ. 23**).

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο καθορίζεται από μια σειρά παραγόντων, όπως είναι η πρόσβαση στις κύριες αγορές, η οικονομική βάση της περιοχής, τα κοινωνικά πρότυπα, οι μορφές διακυβέρνησης, ο βαθμός ανάπτυξης του κοινωνικού κεφαλαίου, χαρακτηριστικά τα οποία είναι έντονα διαφοροποιημένα μεταξύ των επιμέρους περιοχών.

Στα πλαίσια της ενθάρρυνσης της επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο, οι γυναίκες αποτελούν μία από τις σημαντικότερες ενδογενείς πηγές, ένα εργατικό δυναμικό «σε εφεδρεία» και καλούνται, μέσω των πολιτικών τοπικής ανάπτυξης, να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες οι οποίες θα αναδείξουν τη δυναμικότητα τους και το ρόλο τους στην αναβάθμιση του οικονομικού, κοινωνικού επιπέδου και πολιτιστικού επιπέδου της υπαίθρου.

Ο καταλληλότερος δρόμος για την ένταξη των γυναικών στην αγορά εργασίας θεωρήθηκε η ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων, εγχείρημα που ενθαρρύνθηκε από πλήθος προγραμμάτων. Για τις γυναίκες της υπαίθρου που αναζητούν εργασία, η δημιουργία μιας μικρής επιχείρησης αποτελεί εναλλακτική λύση της ανεργίας και προς αυτή την κατεύθυνση φαίνεται να στρέφεται ολοένα και περισσότερο ο γυναικείος πληθυσμός.

Η έρευνα των Verheul et al. (2006) δείχνει ότι εκτός από την ανεργία, το κατά κεφαλήν εισόδημα, η λειτουργία των δημόσιων υπηρεσιών, ακόμα και η κουλτούρα μιας περιοχής παίζουν καθοριστικό ρόλο στην απόφαση και επιλογή του τομέα επιχειρηματικής δράσης.

Γνωρίζουμε ότι η επιχειρηματικότητα των γυναικών στην ύπαιθρο είναι εξαιρετικά περιορισμένη τόσο στο γεωργικό τομέα αυτό καθαυτό (γυναίκες αρχηγοί γεωργικών εκμεταλλεύσεων), όσο και στο μη γεωργικό (ιδιοκτήτριες ατομικών επιχειρήσεων μεταποίησης και παροχής υπηρεσιών). Ειδικότερα όσον αφορά στις αρχηγούς γεωργικών εκμεταλλεύσεων το ποσοστό τους περιορίζεται στο 14% του συνόλου, ποσοστό που σημαίνει όχι μόνο σχετικά μικρό πλήθος γεωργικών εκμεταλλεύσεων, αλλά και για –κατά βάση– «πλασματική αρχηγία» από τις αγρότισσες (**Αρτεμάκης Μιχάλης, 1998, σ. 75**).

Όσον αφορά στις γυναίκες επιχειρηματίες στο δευτερογενή και τριτογενή τομέα, στην πλειονότητά τους δραστηριοποιούνται στον τομέα των υπηρεσιών. Πρόκειται κατά κανόνα για πολύ μικρές ατομικές επιχειρήσεις που απαντώνται διάσπαρτα σ' όλο τον ύπαιθρο χώρο.

Οι δραστηριότητες στον αγροτουρισμό και στον τομέα των αγροτικών προϊόντων αποτελούν μια σημαντική επαγγελματική διέξοδο για τις γυναίκες της υπαίθρου. Με δεδομένα από τη μια μεριά τη μείωση των γεωργικών εισοδημάτων κατά την τελευταία δεκαετία και τη μειωμένη προσφορά μισθωτής εργασίας στην ύπαιθρο και από την άλλη το κίνητρο για τη συμπλήρωση πόρων.

Στην ελληνική ύπαιθρο η γυναικεία επιχειρηματικότητα εκδηλώθηκε τα τελευταία χρόνια κάτω από δύο κύριες μορφές:

- την ανάπτυξη μικρών ιδιωτικών επιχειρήσεων και
- την σύσταση συνεταιριστικών επιχειρήσεων, μικρού κατά κανόνα μεγέθους.

Πολλές από αυτές τις επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον αγροτουρισμό, είτε στον τομέα προσφοράς υπηρεσιών (κυρίως καταλύματα), είτε στον τομέα παρασκευής τοπικών παραδοσιακών προϊόντων (**Αρτεμάκης Μιχάλης, 1998, σ. 79**).

Οι γυναικείοι συνεταιρισμοί αποτελούν μια ελληνική πρωτοτυπία. Άρχισαν να συστήνονται από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 και ήταν το αποτέλεσμα προσπαθειών της Γενικής Γραμματείας Ισότητας μέσω επιμορφωτικών σεμιναρίων για ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση των αγροτισσών προς την κατεύθυνση ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Οι συνεταιρισμοί αυτοί στηρίχθηκαν πολύ από τοπικούς φορείς, καθώς και από εθνικά και κοινοτικά προγράμματα και ο ρυθμός σύστασής τους ακολούθησε ανοδική πορεία, εμφανίζοντας έξαρση με την εφαρμογή κάθε φορά κάποιου νέου προγράμματος. Μέχρι σήμερα έχουν συσταθεί 110 συνεταιρισμοί, διάσπαρτοι λίγο-πολύ σε όλη την ελληνική περιφέρεια, οι περισσότεροι όμως εντοπίζονται στη βόρεια και νησιωτική Ελλάδα (**Κουτσού Σ., 2002, σ. 37**).

Έρευνες που έχουν γίνει τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο, δείχνουν ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 35-45 ετών (Ανθοπούλου 2006, Ιακωβίδου 2006). Επίσης ότι επιλέγουν δραστηριότητες στον τομέα των «γυναικείων» δραστηριοτήτων (φιλοξενία, παραγωγή τροφίμων, καθάρισμα κ.λπ.) και προτιμούν επιχειρήσεις που μπορεί να τις αποφέρουν μικρότερη οικονομική ωφέλεια, αλλά μπορούν να τις εγγυηθούν την ελεύθερη αποδέσμευσή τους, όταν άλλες υποχρεώσεις, άμεσης προτεραιότητας (παιδιά, σπίτι, γεωργική εκμετάλλευση) χρειάζονται την παρουσία τους. Γι' αυτόν επίσης το λόγο προτιμούν η έδρα της επιχείρησης να είναι κοντά στο σπίτι ή το ίδιο το σπίτι (**Κουτσού Σ., 2002, σ. 37-38**).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τα παραπάνω διαπιστώσαμε ότι στόχος της τουριστικής <<επιχείρησης>> είναι να αφήσει μια καλή εντύπωση στον τουρίστα-πελάτη της, ώστε να ωφεληθεί από τη καλή διάθεση, τις συστάσεις που μπορεί να κάνει και την επανάληψη της απόφασης του. Σημαντικός παράγοντας προβολής της χώρας ή της περιοχής είναι οι γενικές εντυπώσεις που αποκομίζει ο τουρίστας όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω. Αυτές είναι που παραμένουν στη μνήμη του πιο ζωντανές, είτε καλές είναι είτε κακές, είναι αυτές που μεταβιβάζει προς κάθε τρίτο που θα του τις ζητήσει.

Οι τουρίστας που ταξιδεύει για τις διακοπές του, ενδιαφέρεται βέβαια να ενημερωθεί για τη χώρα ή τη περιοχή του ταξιδιωτικού του προορισμού του, για τους κατοίκους και για τις συνήθειες τους. Σπάνια όμως έχει την ευκαιρία να έρθει σε επαφή με τους ντόπιους, μέσα στο δικό τους κοινωνικό και επαγγελματικό περιβάλλον. Εδώ έγκειται και η διαφορά του τουρισμού με τον αγροτουρισμό, του τουρίστα με τον επισκέπτη μιας περιοχής. Ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τη φύση, την αγροτική ζωή, ουσιαστικά συμμετέχει σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων και γίνεται <<ΕΝΑ>> με τους ντόπιους.

Ο Αγροτουρισμός όπως δηλώνει το ίδιο το πρόθεμα της λέξης αναπτύχθηκε στον αγροτικό χώρο, όπου ύστερα <<πέρασε>> στο χώρο της υπαίθρου.

Για την υπαίθρο ο αγροτουρισμός είναι:

- Ένας τρόπος ανάπτυξης της υπαίθρου μέσω μιας ήπιας μορφής τουρισμού.
- Μια επιτυχημένη ευρωπαϊκή πολιτική ανάπτυξη της υπαίθρου, που εφαρμόζεται επιτυχώς εδώ και τριάντα χρόνια για να αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα όπως η ερήμωση της υπαίθρου, η αστυφιλία και η μείωση της αστικής παραγωγής.
- Μια ευκαιρία να αντιμετωπίσει η Ελλάδα, όπως το έχει κάνει ήδη η Ευρώπη, τα προβλήματα της Ελληνικής υπαίθρου, ουσιαστικά και μακροπρόθεσμα.

- Μια ήπια μορφή τουρισμού με την οποία μπορούν να ασχολούνται οι ντόπιοι αγρότες προκειμένου τα εισοδήματα να επιστρέφουν στην τοπική κοινότητα.
- Η διατήρηση των εθίμων, της λαογραφίας, της χειροτεχνίας, των παραδοσιακών τεχνών και εργασιών που τείνουν να εκλείψουν.
- Η ανάδειξη της διαφορετικότητας και της μοναδικότητας του κάθε τόπου.

Για την αγροτική οικογένεια ο αγροτουρισμός είναι:

- Ένας ουσιαστικός τρόπος να συμπληρώνει ολοχρονίς η οικογένεια της υπαίθρου το ήδη χαμηλό εισόδημα της.
- Ένας τρόπος να βρουν απασχόληση οι νέοι, οι αγρότισσες, οι κάτοικοι των οικονομικά ασθενέστερων ορεινών και μειονεκτικών περιοχών
- Η δημιουργία ενός φιλικού και ζεστού περιβάλλοντος για την υποδοχή του επισκέπτη
- Η δημιουργία ενός περιβάλλοντος μέσα στο οποίο ο επισκέπτης θα γνωρίσει τον τόπο, θα τον νιώσει οικείο και θα θέλει να ξαναέρθει

Για τον ταξιδιώτη-επισκέπτη ο αγροτουρισμός είναι:

- Η φιλοξενία σε ένα περιβάλλον λιτό, με τοπικά χαρακτήρα, με ανέσεις αλλά χωρίς <<πολυτελείς εξάρσεις>>
- Η επαφή του επισκέπτη με τη φύση και τις αγροτικές εργασίες.
- Η γνωριμία του επισκέπτη με τα ήθη και τα έθιμα μιας περιοχής τα οποία αναβιώνουν με αυθεντικό τρόπο
- Η συμμετοχή του ταξιδιώτη σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων (αγροτικές δραστηριότητες, οικοτουρισμό(π.χ παρατήρηση πανίδας και χλωρίδας, επισκέψεις σε υδροβιότοπους), αθλήματα περιπέτειας π.χ πεζοπορία, πολιτιστικές περιηγήσεις, μαθήματα π.χ παραδοσιακή κουζίνα, αργαλειός.
- Η απόλαυση τοπικών φαγητών που βασίζονται σε παραδοσιακές συνταγές και παρασκευάζονται με τοπικά ή και βιολογικά προϊόντα
- Τέλος, ο αγροτουρισμός είναι η γνωριμία του επισκέπτη με την τοπική κοινότητα.

Επίσης, διαπιστώσαμε ότι χάρη στην επιτυχία των πρώτων αμιγών γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών θεωρήθηκε << κατάκτηση >> των γυναικών στην ανδροκρατούμενη τότε κοινωνία και έδωσε το έναυσμα για την ένταξη των γυναικών σε μια σειρά από τις θεωρούμενες ως τότε καθαρά αντρικές εργασίες. Θεωρήθηκε ακόμα σαν απόδραση της γυναίκας από τα στενά όρια του νοικοκυριού, βελτιώνοντας την αυτοεκτίμηση τους αλλά και την επιχειρηματική τους ικανότητα.

Σήμερα, ο Αγροτουρισμός είναι μια σύγχρονη απασχόληση στην ελληνική ύπαιθρο με καταπληκτικές προοπτικές, με δυναμική και σημαντική οικονομική απόδοση. Πάνω από όλα όμως είναι τρόπος σκέψης, τρόπος ζωής, αρμονία, μέτρο, φιλοσοφία, αρετές που διδαχτήκαν και ξεκίνησαν στην Ελλάδα, για να διαχυθούν σε όλο τον κόσμο, αρετές που επιστρέφουν σήμερα σε μια εποχή δύσκολη, αμφιλεγόμενη με συσσωρευμένα προβλήματα, αντιφάσεις και αντιθέσεις.

Ίσως ο Αγροτουρισμός, ως αναπόσπαστο κομμάτι του ολοκληρωμένου τοπικού προγράμματος, να αποτελέσει βασικό <<ερέθισμα>> για μια εναλλακτική αναζήτηση ανθρωπινότερου μηνύματος για μια πορεία που χαράζεται και ορίζεται αποκλειστικά σε αγοραία μεγέθη, αποκλειστικά με γνώμονα το χρήμα. Αυτή η φιλοσοφία, αυτή η επαναφορά στη φύση, τη αρμονία, την αξία του μέτρου, της αυτογνωσίας και του αυτοσεβασμού στη ζωή μας, ενδεχόμενα να μας προτρέψει να αναθεωρήσουμε τις προτεραιότητες στη ζωή μας.

Και αυτό είναι το μεγάλο επίτευγμα αυτής της τόσο ανθρώπινης και πολιτιστικής προσέγγισης των λαών των ανθρώπων. Αρκεί να διατηρηθεί ο Αγροτουρισμός έστω και ελάχιστα απο τα στοιχεία της φιλοσοφίας της, φιλοσοφία που τον διαφοροποιεί από κάθε άλλη μορφή ανθρώπινης εκδήλωσης και δράσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Αθανασίου Λ. (2002), Ο Συνεδριακός Τουριστικό Μάρκετινγκ: Εξελίξεις, Προβλήματα, Δυνατότητες και Πολιτική, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ)
- Ανδριώτης Κωνσταντίνος, Αειφορία και εναλλακτικός Τουρισμός, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
- Αρτεμάκης Μιχάλης, Εναλλακτικές μορφές –Πράσινος τουρισμός στην Κρήτη , στο :ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ,1998, τχ 236
- Ασκελή Στέλλα, (2004), Επιχειρήστε αγροτουριστικά, Εκδόσεις Κέρκυρα
- Ζουβά Δ. Παναγή, (1959), Η Ελληνική Γεωργία, Αθήνα
- Ηγουμενάκης Νίκος, Κραβαρίτης Κώστας, Λύτρας Περικλής, 1998, Εισαγωγή Στον Τουρισμό, Αθήνα: Interbooks
- Λαμπριανίδης Λότης, (2005), Η επιχειρηματικότητα στην ευρωπαϊκή ύπαιθρο, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα
- Μαυροδόντης Θ. (2006), Εισαγωγή στον τουρισμό: το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21^ο αιώνα , Αθήνα
- Κοκκωσης Χ- Τσαρτας Π.(2001), Βιωσιμη τουριστικη Αναπτυξη και περιβαλλον, Εκδόσης Κριτικη
- Παπανίκος Γρηγόρης Θ., (2004), Η Απασχόληση στα Ελληνικά Ξενοδοχεία, Αθήνα
- Πετρέας Χρήστος, (1991), Τουριστικό Μάρκετινγκ: Επιστημονική και πρακτική επιμόρφωση, Αθήνα
- Παπακωνσταντινίδης Δρ.Λεωνίδας, Σημειώσεις του μαθήματος Αγροτουρισμός-Τοπική Ανάπτυξη
- Παπακωνσταντινίδης Δρ. Λεωνίδας, Αγροτουρισμός σταθμός στο Δρόμο για την Τοπική Ανάπτυξη
- Τσάρτας Πάρις, (2004), Τουρίστες, ταξίδια, τόποι κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό

ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Ανθοπούλου Θ., (2006), *Όψεις και Δυναμικές Επιχειρηματικότητας Γυναικών της Υπαίθρου στην Παραγωγή Τροφίμου*. Μια πρώτη εμπειρική προσέγγιση (Περιφέρεια Πελοποννήσου). Εισήγηση στο 9^ο Πανελλήνιο Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο. Αθήνα 2-4/11/2006
- Ιακωβίδου Ο., (2006), Εμπειρίες στην Ανάπτυξη Αγροτουρισμού στην Ελλάδα
- Κουτσού Σ., (2002), Γυναικείος Αγροτουρισμός στην Ελλάδα: Σύγκριση Ατομικών και Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων

Αγγλική

- Verheul, I., Van Stel, A. and Thurik, R. (2006), “Explaining female and male entrepreneurship at the country level”, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 18, pp. 151-83

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- [Αγροτουρισμός και Άλλες Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού](#)
- [Αναπτυξιακή Χαλκιδικής Α.Ε.-Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρεία Ο.Τ.Α.](#)
- [Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων](#)
- [Green Agenda](#)
- [Report of the World Commission and Environment and Development \(WCED 1987\)](#)
- www.intravelreport.gr