

Μαρία Παρταλίδου*, Όλγα Ιακωβίδου**

Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΩΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η διαμόρφωση του αγροτικού τουρισμού, με όρους ποιότητας, αποτελεί μείζον θέμα στην καθιέρωσή του ως διακριτής μορφής εναλλακτικού τουρισμού. Στο άρθρο αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα έρευνας σχετικά με το θέμα της ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό έτσι όπως αντιμετωπίζεται από τους φορείς σχεδιασμού-υλοποίησης εθνικών και κοινοτικών προγραμμάτων και εφαρμόζεται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις στο νομό Θεσσαλονίκης. Τα συμπεράσματα υποστηρίζουν ότι η προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό έχει αναγνωριστεί ως πρωταρχικής σημασίας για την ανάπτυξη του. Ωστόσο, μέχρι σήμερα, η εφαρμογή προδιαγραφών ποιότητας γίνεται περισσότερο εμπειρικά και αποσπασματικά και οδηγεί στη δημιουργία ενός μη ανταγωνιστικού αγροτουριστικού προϊόντος.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα, τουλάχιστον μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980, στηρίχτηκε στο πρότυπο του μαζικού τουρισμού. Ο ήλιος, η θάλασσα, οι παραλίες και τα μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα συνιστούσαν το προσφερόμενο προϊόν στον τουρισμό, καθώς είχαν επιστρατευθεί να ικανοποιήσουν τις ανάγκες και προτιμήσεις των τουριστών, αλλά και τους οικονομικούς και αναπτυξιακούς στόχους της χώρας.

* Υποψήφια διδάκτωρ στον Τομέα Αγροτικής Οικονομίας του ΑΠΘ.

** Αναπληρώτρια Καθηγήτρια στον Τομέα Αγροτικής Οικονομίας του ΑΠΘ.

Αργότερα ωστόσο, το παραπάνω πρότυπο άρχισε να αμφισβητείται έντονα αφενός διότι δημιούργησε αρνητικές επιπτώσεις στους τόπους υποδοχής (κοινωνικές, περιβαλλοντικές και άλλες) και αφετέρου διότι δεν ικανοποιούσε πλέον τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα του σύγχρονου ανθρώπου (Τριανταφύλλου, 1999). Ως εκ τούτου, δρομολογήθηκαν προσπάθειες για την εφαρμογή νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία, σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό, θα ανταποκρίνονταν στις σύγχρονες ανάγκες των τουριστών, στις κοινωνικές απαιτήσεις για υψηλή ποιότητα, καθαρό περιβάλλον, σεβασμό στις τοπικές ιδιαιτερότητες, αποκέντρωση και συμμετοχή των κατοίκων στις αναπτυξιακές διαδικασίες (Τσάρτας, 1996).

Το νέο πρότυπο στον τουρισμό, ο εναλλακτικός τουρισμός όπως επικράτησε να ονομάζεται, ενσωματώνεται στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον του τόπου υποδοχής, σχετίζεται με δράσεις που αφορούν την περιήγηση, τη διαβίωση στην ύπαιθρο, τη φυσιολατρία, τον αθλητισμό, την περιβαλλοντική προστασία, τον πολιτισμό, την παράδοση και τη συμμετοχή των περιηγητών στην κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική ζωή της κοινωνίας υποδοχής. Ο τουρισμός μέσα από αυτή τη μορφή παύει να είναι μαζικός. Αποκτά κοινωνική και πολιτισμική διάσταση, ενώ αυτό που τον χαρακτηρίζει πλέον είναι η αποκόμιση εμπειριών, η επικοινωνία και η ποιότητα στο ταξίδι. Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει ο Τσάρτας (1996), η έμφαση δεν δίνεται στο «ταξίδι – φυγή», αλλά στο «ταξίδι – νόημα» και στο «ταξίδι – ποιότητα». Εξάλλου η Σκουτέρη-Διδασκάλου (1998, σ. 296) εύστοχα παρατηρεί ότι «... οι τουρίστες βιάζονται... να πάνε στον προορισμό τους, να αγοράσουν, να απολαύσουν... Χαζεύουν το τοπίο, τους περαστικούς, τους εργαζόμενους, τους τοπικούς, μετέχοντας προσωρινά με το βλέμμα τους σε στιγμές της ζωής τους... Η γνωριμία όμως με τον τόπο και τον πολιτισμό είναι επικοινωνία και χρειάζεται χρόνο... χρειάζεται επισκέπτες όχι επιδρομείς. Χρειάζεται περιηγητές οι οποίοι θα μπορέσουν να δουν με άλλα μάτια τον τόπο...».

Ο αγροτικός τουρισμός, ως εναλλακτική μορφή τουρισμού, άρχισε να αναπτύσσεται στην Ελλάδα από τα μέσα της δεκαετίας του '80. Η προσπάθεια αυτή βασίστηκε κυρίως στην ερμηνεία και αξιοποίηση προγραμμαμάτων, εθνικών και κοινοτικών, και όχι σε μια οργανωμένη αναπτυξιακή πολιτική. Αυτή η αντιμετώπιση είχε ως συνέπεια την ανεπαρκή προετοιμασία των εμπλεκόμενων φορέων ως προς την απαραίτητη υποδομή, εκπαίδευση και πληροφόρηση (Αποστολόπουλος και Γιάγκου, 1998, σ. 326). Παρόλα αυτά, οι αγροτουριστικοί προορισμοί και οι σχετικές επιχειρήσεις παρουσίασαν σημαντική αύξηση στην Ελλάδα κυρίως τη δεκαετία του '90, με την εφαρμογή των προγραμμάτων LEADER (Υπουργείο

Γεωργίας, 2000, σ. 2). Το γεγονός αυτό δεν μπορεί να αποτελέσει όμως ούτε απόδειξη ούτε εγγύηση επιτυχούς δράσης. Οι περισσότερες από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις δεν διαφοροποιούνται από τις αντίστοιχες επιχειρήσεις του μαζικού τουρισμού. Δεν λαμβάνουν υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες και τις διαφορετικές προτιμήσεις των περιηγητών για τις παρεχόμενες από αυτές υπηρεσίες. Στηρίζονται στην παροχή ενός αγροτουριστικού προϊόντος χωρίς ιδιαίτερες προδιαγραφές ποιότητας που θα το διαφοροποιεί από το μαζικό τουρισμό και θα το καθιστά βιώσιμο και ανταγωνιστικό (Ανθοπούλου κ.ά., 1998).

Ωστόσο, η ποιότητα στον τουρισμό αποτελεί ένα θέμα στο οποίο δίνεται ολόένα και περισσότερη έμφαση. Οι ταξιδιώτες έχουν μεγαλύτερες προσδοκίες και είναι απαιτητικοί σε ό,τι αφορά το επίπεδο εξυπηρέτησης και τις προδιαγραφές των υπηρεσιών φιλοξενίας και διατροφής καθώς και τις δραστηριότητες αναψυχής στις οποίες μετέχουν. Έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο, πολλές εμπειρίες και αναμένουν οι προσφερόμενες υπηρεσίες να ικανοποιούν τις προσδοκίες τους και να δικαιολογούν τα χρήματα που δαπανούν (Βαρνάβας, 2000, σ. 133).

Η μελέτη για τη σημασία και τον καθορισμό προδιαγραφών ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό πιστεύεται ότι θα συμβάλει στον ορθότερο σχεδιασμό του προσφερόμενου αγροτουριστικού προϊόντος, τόσο σε επίπεδο επιχείρησης όσο και σε επίπεδο περιοχής, στον καθορισμό των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των αγροτουριστικών επιχειρήσεων και στην εδραίωση του αγροτικού τουρισμού ως διακριτής μορφής τουρισμού. Αντικειμενικός σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση της σημασίας της ποιότητας στον αγροτουρισμό καθώς και του τρόπου με τον οποίο αντιμετωπίζουν την ποιότητα τόσο οι φορείς σχεδιασμού και υλοποίησης των προγραμμάτων χρηματοδότησης αγροτουριστικών επιχειρήσεων (στο εξής φορείς) όσο και οι ίδιοι οι επιχειρηματίες.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ως περιοχή έρευνας επιλέχθηκε ο νομός Θεσσαλονίκης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Στην επιλογή του νομού συνετέλεσε το γεγονός ότι ο νόμος διαθέτει τόσο ένα ολοκληρωμένο δίκτυο φορέων σχεδιασμού και υλοποίησης προγραμμάτων αγροτικού τουρισμού όσο και τη δυνατότητα εντοπισμού αγροτουριστικών επιχειρήσεων, διαφόρων δραστηριοτήτων (παροχή φιλοξενίας, εστίασης, δραστηριότητες αναψυχής) οι οποίες ήδη λειτουργούν και έχουν χρηματοδοτηθεί από διαφορετικό πρόγραμμα ανάπτυξης αγροτουρισμού.

Η έρευνα εκπονήθηκε σε δύο φάσεις. Στην πρώτη φάση πραγματοποιήθηκαν ημικατευθυνόμενες συνεντεύξεις (Σιάρδος, 1997, σ. 192) με όλους τους φορείς ανάπτυξης αγροτουριστικών προγραμμάτων στο νομό Θεσσαλονίκης. Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων αυτών, συγκεντρώθηκαν οι απαραίτητες πληροφορίες για τις θέσεις των φορέων όσον αφορά την ποιότητα του αγροτικού τουρισμού και παράλληλα έγινε η καταγραφή όλων των έργων αγροτικού τουρισμού, τα οποία έχουν χρηματοδοτηθεί στο νομό, καθώς και ο έλεγχος της πορείας τους. Διαπιστώθηκε ότι, από το σύνολο των 62 έργων που εντάχθηκαν στα διάφορα προγράμματα ανάπτυξης και χρηματοδότησης αγροτικού τουρισμού, τα 26 αφορούσαν έργα ανάδειξης φυσικού τοπίου, υπαίθριων χώρων αναψυχής κ.λπ., τα 18 αφορούσαν έργα υποδομής, δημιουργίας μικρών εργαστηρίων κ.λπ. και τα υπόλοιπα 18 έργα αγροτικού τουρισμού βασικών υπηρεσιών (προσφορά διαμονής, εστίασης και δραστηριοτήτων αναψυχής). Από τα 18 αυτά έργα αγροτικού τουρισμού, μόνο 7 ολοκληρώθηκαν σε πέντε επιχειρήσεις στο νομό, οι οποίες πρόσφεραν και τον πληθυσμό της έρευνάς μας. Σημειώνεται ότι σε μία από τις πέντε επιχειρήσεις υπάρχουν δύο ιδιοκτήτες-επιχειρηματίες –ανδρόγυνο– με αποτέλεσμα οι επιχειρηματίες να ανέρχονται σε έξι.

Για τη συγκέντρωση των δεδομένων της δεύτερης φάσης χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της συμμετοχικής παρατήρησης και κυρίως οι τεχνικές της άμεσης παρατήρησης καθώς και οι συνεντεύξεις πληροφορητών (Δαουτόπουλος, 1989, σ. 71). Οι τεχνικές αυτές προσφέρονται για τη μελέτη μικρών ομάδων και χρησιμοποιούνται κατά τη συλλογή δεδομένων στις έρευνες του τουρισμού (Pizam, 1994, σ. 99).

ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ

Ποιότητα στον τουρισμό

Η ποιότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας είναι μια έννοια σύνθετη, πολύπλοκη και δυναμική, η οποία περιλαμβάνει τόσο ποσοτικές όσο και ποιοτικές διαστάσεις. Ορίζεται ως το σύνολο των ιδιοτήτων και χαρακτηριστικών που προσδίδουν την ικανότητα στο προϊόν ή στην υπηρεσία να ικανοποιήσει τις άμεσες ή έμμεσες ανάγκες των καταναλωτών και να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις τους (European Commission, 1999, σ. 9' Action Business Center Ltd, 1994' Φωτόπουλος κ.ά., 1999, σ. 2). Οι Zeithaml, Parasuraman και Berry (1990) ορίζουν την ποιότητα των υπηρεσιών, όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τον πελάτη, ως τη διαφορά μεταξύ των προσδοκιών του και της αντίληψης που του δημιουργείται μετά

την παροχή της υπηρεσίας προς αυτόν. Επίπεδα προσδοκιών υψηλότερα από την προσφερόμενη υπηρεσία συνιστούν χαμηλά επίπεδα ποιότητας. Μία άλλη προσέγγιση της έννοιας αναφέρεται στην αντίληψη που διαμορφώνει ο πελάτης/καταναλωτής ως προς τις υπηρεσίες που του παρέχονται σε σχέση με τα χρήματα που πληρώνει και την ικανοποίηση των αναγκών του (Τσιότρας, 1995).

Η σημασία της ποιότητας στην επιτυχή λειτουργία μιας επιχείρησης, γενικότερα, έχει αναγνωριστεί από συγγραφείς που ασχολήθηκαν επιστημονικά με το θέμα, όπως ο Deming, ο Juran και ο Crosby. Είναι γεγονός ότι οι επιχειρήσεις σήμερα, σε όλους τους κλάδους της οικονομίας, καλούνται να ασκήσουν τη δραστηριότητά τους σε ένα περιβάλλον οξυτάτα ανταγωνιστικό και ταχύτατα μεταβαλλόμενο, γεγονός που αφενός τους δίνει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης, ενώ αφετέρου αυξάνει τις υποχρεώσεις και τους προβληματισμούς τους. Η επιβίωσή τους εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό, από την ικανότητά τους να προσαρμόζονται γρήγορα στις συχνές αλλαγές του περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργούν. Στο πλαίσιο της παραπάνω προσαρμογής, καλούνται να αναπτύξουν εκείνες τις στρατηγικές-τεχνικές οργάνωσης και διοίκησης που θα τις βοηθήσουν να πετύχουν τους στόχους και να σταθούν με αξιώσεις στο χώρο (Τσιότρας, 1995). Η ποιότητα αποτελεί το κλειδί στην παραπάνω προσπάθεια και διαγράφεται ως η πρωταρχική στρατηγική για την ενδυνάμωση και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης (Crauser, 1998, σ. 1). Είναι άκρως αναγκαία και θα πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρησιακής στρατηγικής της (Τζωρτζιάκης, Τζωρτζιάκη, 1996, σ. 64).

Ειδικότερα, στον τουρισμό, έχει επισημανθεί ότι η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι απαραίτητη και η επιδίωξή της αποτελεί τη στρατηγική επιτυχία για την επόμενη χιλιετία (Augustyn, Ho, 1998, σ. 71). Συνιστά βασική παράμετρο στη λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης, προκειμένου να συγκρατήσει τους πελάτες της, να τους πολλαπλασιάσει και να εξασφαλίσει το μέλλον της (La Lopa, Marecki, 1999, σ. 39).

Το θέμα της ποιότητας στον τουρισμό αποτέλεσε βασικό προβληματισμό των μελετητών την τελευταία εικοσαετία. Στη διεθνή βιβλιογραφία, η έρευνα επικεντρώθηκε στο πώς αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις την ποιότητα (Baker-Fesenmaier, 1997, σ. 15), πώς προωθούν οι διάφοροι φορείς τα θέματα της ποιότητας (Augustyn, Ho, 1998, σ. 71) και ποιες προδιαγραφές ποιότητας καθορίζονται στις παρεχόμενες υπηρεσίες στον τουρισμό (Callan, 1998, σ. 20· Orminston et al., 1998, σ. 35· Schneider, 1983, σ. 70).

Σε αντίθεση με τη βιομηχανία, η ποιότητα στις υπηρεσίες και ειδικότερα στον τουρισμό διαμορφώνεται από παράγοντες που είναι αφηρημένοι

και απροσδιόριστοι (Σπανός, 1997). Με τα παραπάνω συμφωνεί και ο Χυτήρης (1999, σ. 94), ο οποίος υποστηρίζει ότι «ο επισκέπτης σε ένα ξενοδοχείο,¹ όταν αγοράζει υπηρεσίες, αγοράζει τόσο εμπράγματα υλικά για κατανάλωση όσο και άυλα αγαθά».

Κατά τον Νικολαΐδη (μη χρονολογημένο, σ. 68), οι παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στον τουρισμό διακρίνονται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αφορά τα υλικά αγαθά που προσφέρει ένα ξενοδοχείο και η δεύτερη τις υπηρεσίες. Η συνολική άποψη ή το βίωμα που έχει ένας επισκέπτης διαμορφώνεται, για καθεμιά από τις κατηγορίες, από επιμέρους παράγοντες που σχετίζονται αφενός με τα φυσικά στοιχεία-υλικά, το μηχανολογικό εξοπλισμό και τους χώρους παραγωγής και αφετέρου με το προσωπικό, τη συμπεριφορά του, τους χώρους εξυπηρέτησης κ.λπ..

Έτσι, η ποιότητα των υπηρεσιών, όπως την αντιλαμβάνεται ο τουρίστας, επηρεάζεται από την τεχνική ποιότητα, δηλαδή από συστήματα και μεθόδους παραγωγής, μέσα και εγκαταστάσεις, εξοπλισμό, τεχνικές ικανότητες και γνώσεις των εργαζομένων, αλλά και από τη λειτουργική ποιότητα όπου εμπεριέχονται η συμπεριφορά, οι στάσεις, οι δεξιότητες, η εμφάνιση, η νοοτροπία και γενικότερα η εξυπηρέτηση από το προσωπικό του ξενοδοχείου (Χυτήρης, 1999, σ. 95).

Οι επιχειρηματίες του τουρισμού και οι δημόσιοι φορείς έχουν συνειδητοποιήσει τη συμβολή της ποιότητας στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και προσπαθούν να αναπτύξουν την κατάλληλη τεχνογνωσία και δράση προς αυτή την κατεύθυνση (Crauser, 1998, σ. 3).

Σήμερα, κύριο μέλημα των τουριστικών επιχειρήσεων πρέπει να είναι η παροχή υπηρεσιών ποιότητας. Η ανάγκη αυτή πηγάζει τόσο από τις τάσεις που χαρακτηρίζουν τα τελευταία χρόνια τον τουρισμό και αφορούν τη συνεχή ενημέρωση των τουριστών όσο και από τον αυξανόμενο ανταγωνισμό. Οι τουρίστες σήμερα είναι σαφώς πιο ενημερωμένοι ως προς τις εναλλακτικές λύσεις που προσφέρονται, έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις, αντιμετωπίζουν με κριτικό πνεύμα τις υπηρεσίες που τους παρέχονται και επομένως αναζητούν καλύτερη ποιότητα και εξυπηρέτηση (Δημητρίου, 1999, σ. 137).

Οι τουριστικές επιχειρήσεις, προκειμένου να ανταποκριθούν στις νέες ανάγκες της αγοράς, οφείλουν να προσανατολίζονται προς δύο κατευθύνσεις σχετικά με την αντιμετώπιση της ποιότητας. Αρχικά, πρέπει να μελε-

1. Για λόγους απλούστευσης, ξενοδοχείο νοείται οποιοδήποτε τουριστικό κατάλυμα.

τούν προσεκτικά σε ποιο βαθμό το επίπεδο των υπηρεσιών, που ήδη προσφέρουν, ικανοποιεί τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των τουριστών στους οποίους απευθύνονται και, στη συνέχεια, να φροντίζουν για την πρόβλεψη υπηρεσιών ποιότητας μέσα από την καθιέρωση συγκεκριμένων προδιαγραφών (Δημητρίου, 1999, σ. 137).

Πολλές επιχειρήσεις στον τουρισμό, αναγνωρίζοντας τη σημασία της ποιότητας όσον αφορά τις υπηρεσίες που παρέχουν, προσπαθούν όλο και περισσότερο να ανταποκριθούν στην παραπάνω πρόκληση (Baker – Fesenmaier, 1997, σ. 15). Ως εκ τούτου, έχουν οργανώσει σύστημα για τη συλλογή των παραπόνων των επισκεπτών, τμήμα παραπόνων, έντυπα ερωτηματολόγια κ.λπ., σε μια προσπάθεια να αξιολογήσουν την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν (Βαρνάβας, 2000, σ. 133).

Οι φορείς που εμπλέκονται στον τουρισμό υποστηρίζουν και προωθούν την έννοια της ποιότητας μεταξύ των επιχειρήσεων. Όπως έχει παρατηρήσει και ο Crauser (1998, σ. 2), η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αποτελεί το κλειδί σε όλες τις ενέργειες για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στον τουρισμό και επομένως η διάχυσή της αποτελεί μια από τις προτεραιότητες που έχει θέσει για το άμεσο μέλλον η Γενική Διεύθυνση Τουρισμού DGXXIII της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακόμη, το Συμβούλιο των Υπουργών της ΕΕ ενέκρινε την προώθηση της ποιότητας ως σημαντικής παραμέτρου ανταγωνιστικότητας των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, ενώ, μέσα από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, η βελτίωση της ποιότητας στηρίζεται και ενισχύεται στη βάση της εξασφάλισης ορισμένων προδιαγραφών που εγγυώνται την ασφάλεια και την υγιεινή των επισκεπτών σε μια τουριστική μονάδα, την προστασία του περιβάλλοντος και την αειφορία (Augustyn, Ho, 1998, σ. 7).

Προδιαγραφές ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό

Στον αγροτικό τουρισμό, η ποιότητα αποτελεί προϋπόθεση για την ικανοποίηση των αναγκών των περιηγητών, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και την εξασφάλιση της αειφορικής ανάπτυξης των αγροτικών επιχειρήσεων και περιοχών (European Commission, 1999, σ. 9). Η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού δεν θα έχει κανένα νόημα για τις αγροτικές περιοχές και την τοπική ανάπτυξη, εάν δεν προσδιοριστούν πρώτα συγκεκριμένες ποιοτικές προδιαγραφές στα προϊόντα και τις υπηρεσίες, που θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες της αγοράς και θα τον διαφοροποιούν έναντι του μαζικού τουρισμού (Βαφειάδης κ.ά., 1992).

Η έννοια των προδιαγραφών είναι ταυτόσημη με την έννοια των σταθερότυπων, η οποία δηλώνει τη σταθερότητα στην επανάληψη, στις ιδιό-

τητες και στα χαρακτηριστικά μέσα από την οποία εξασφαλίζεται τελικά η ποιότητα (Ζαχαριάδης, 2000, σ. 1).

Σύμφωνα με τον Κανο (European Commission, 1999, σ. 99), υπάρχουν τρία επίπεδα προδιαγραφών ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό, ανάλογα με τις ανάγκες που επιδιώκουν να ικανοποιήσουν οι περιηγητές. Οι τελευταίες διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες· στις βασικές ανάγκες, στις διαβαθμιζόμενες και στις μη βασικές ανάγκες. Με βάση την παραπάνω ταξινόμηση των αναγκών, καθορίζονται αντίστοιχα τα τρία επίπεδα προδιαγραφών, τα οποία πρέπει να πληρούνται για να διασφαλίζεται η ποιότητα στις προσφερόμενες υπηρεσίες και αγαθά στον τουρισμό.

Στο πρώτο επίπεδο βρίσκονται οι *βασικές προδιαγραφές*, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται προδιαγραφές που σχετίζονται με την ασφάλεια και την υγιεινή στα καταλύματα και στους χώρους εστίασης. Η αδυναμία ικανοποίησής τους οδηγεί στην αποτυχία της επιχείρησης και δεν αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα της επιχείρησης για την αύξηση της ανταγωνιστικότητάς της.

Στο δεύτερο επίπεδο τοποθετούνται οι *διαβαθμιζόμενες προδιαγραφές*, οι οποίες προσδιορίζονται από μετρήσιμους παράγοντες. Αυτές μπορούν να διαβαθμιστούν ανάλογα με το πόσο απαραίτητες είναι. Η κατηγορία αυτή μπορεί να επηρεάσει την απόφαση του περιηγητή κατά την επιλογή του τουριστικού προορισμού ή της αγροτουριστικής επιχείρησης που θα επισκεφθεί.

Στο τελευταίο επίπεδο ανήκουν οι *ελκυστικές προδιαγραφές*, οι οποίες σχετίζονται με τον τύπο των εγκαταστάσεων και την περιποίηση που δέχεται ο περιηγητής. Είναι καθαρά υποκειμενικές και διαφαίνονται μόνο κατά τη διάρκεια της διαμονής ή της συμμετοχής στις δραστηριότητες.

Οι προδιαγραφές ποιότητας εφαρμόζονται σε όλα τα στάδια της εμπειρίας του περιηγητή κατά την επίσκεψή του σε μία περιοχή ή σε μία αγροτουριστική επιχείρηση, ξεκινώντας από τα μηνύματα και τις εικόνες που δέχεται πριν την επίσκεψη, μέχρι τον αποχαιρετισμό, το ταξίδι της επιστροφής και τη διατήρηση της επικοινωνίας. Σύμφωνα με τα παραπάνω, καθορίζονται επτά επίπεδα εφαρμογής προδιαγραφών ποιότητας (European Commission, 1999, σ. 11).

Στο πρώτο επίπεδο τοποθετούνται όλες εκείνες οι δραστηριότητες που αφορούν το μάρκετινγκ και την επικοινωνία της επιχείρησης με τους δυνάμει φιλοξενούμενους. Στο δεύτερο επίπεδο τοποθετούνται οι δραστηριότητες οι οποίες λαμβάνουν χώρα κατά την υποδοχή, το καλωσόρισμα και την πληροφόρηση που παρέχεται στους επισκέπτες. Οι προδιαγραφές ποιότητας στις υποδομές φιλοξενίας τοποθετούνται στο τρίτο επίπεδο.

Στο τέταρτο επίπεδο περιλαμβάνονται προδιαγραφές ποιότητας που αφορούν το φαγητό, τα τοπικά παρασκευάσματα και χειροτεχνήματα που θα διαρθρώσουν το αγροτουριστικό προϊόν. Η ενσωμάτωση πολιτιστικών στοιχείων του τόπου στο προσφερόμενο προϊόν και η κατάλληλη προβολή τους συνιστούν το πέμπτο επίπεδο εφαρμογής προδιαγραφών, ενώ οι δραστηριότητες αναψυχής στην ύπαιθρο, το έκτο. Τέλος, το έβδομο επίπεδο αναφέρεται στις υποδομές και στο περιβάλλον.

Ο καθορισμός προδιαγραφών ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό μπορεί να βασίζεται σε ποικίλες πηγές, μεταξύ των οποίων νόμιμες ή διοικητικές εντολές, αναπτυξιακές πολιτικές, προηγούμενη εμπειρία, κρίση και γνώμη των ειδικών. Επικεντρώνεται κυρίως στην απλότητα και αυθεντικότητα της παράδοσης, στον τοπικό χαρακτήρα και στον τρόπο παρουσίασης των τοπικών αγροτικών προϊόντων που διατίθενται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις (Orminston et al., 1998, σ. 35· Grolleau, 1993, σ. 14).

Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις καλούνται να αντιμετωπίσουν την πρόκληση της ικανοποίησης των προδιαγραφών ασφάλειας και άνεσης με την ταυτόχρονη διατήρηση του παραδοσιακού τους χαρακτήρα. Πολλές φορές, δηλαδή, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις και οι επιχειρηματίες καλούνται να ισορροπήσουν ανάμεσα στις αξίες του παρελθόντος και τις σύγχρονες ανάγκες, μεταξύ των απαιτήσεων των αστών και της πραγματικότητας της υπαίθρου (Grolleau, 1993, σ. 15). Καλούνται επίσης να διαρθρώσουν το προσφερόμενο προϊόν κατά τέτοιον τρόπο ώστε να αντικατοπτρίζει την αυθεντική αγροτική κληρονομιά του τόπου και όχι να προσπαθεί να προβάλει μια «ψευτοαυθεντική – ψευτορουστίκ» ατμόσφαιρα.

Το θέμα της ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό αποτέλεσε το επίκεντρο των συζητήσεων των περισσότερων φορέων που ασχολούνται με τη χρηματοδότηση και την προώθησή του στις ευρωπαϊκές χώρες. Συγκεκριμένα, στις συναντήσεις της Ομάδας Εργασίας για τον Τουρισμό, της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER, το 1994, υιοθετήθηκε πρόταση για την εισαγωγή σχεδίων ποιότητας στις Ομάδες Τοπικής Δράσης, οι οποίες διαχειρίζονται την πρωτοβουλία LEADER σε κάθε χώρα. Η πρόταση αυτή περιελάμβανε το γενικό πλαίσιο για τη δημιουργία ενός χάρτη ποιότητας, ο οποίος θα προσαρμόζονταν ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν σε κάθε χώρα (European Commission AEIDL, 1997, σ. 15).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (1999, σ. 10), από τη μεριά της, στην προσπάθειά της να εισαγάγει την έννοια της ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό, υιοθέτησε μια προσέγγιση η οποία ενισχύει κατά προτεραιότητα την αναπαλαίωση κτηρίων και την επανάχρησή τους και όχι τη δημιουργία καινούργιων κατασκευών για τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις. Με τον

τρόπο αυτό, επιδιώκει να εισαγάγει ένα σημαντικό κριτήριο ποιότητας, τη διατήρηση της πολιτισμικής κληρονομιάς της περιοχής στην οποία δημιουργείται η επιχείρηση, δίνοντας στον περιηγητή τη δυνατότητα να απολαύσει τη διαμονή του σε ένα χώρο προσαρμοσμένο στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον.

Στην Ελλάδα, έχει αναγνωριστεί η σημασία της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών στον αγροτικό τουρισμό τόσο από τους ίδιους τους επιχειρηματίες όσο και από τους φορείς που υλοποιούν τα προγράμματα χρηματοδότησης αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Από την αξιολόγηση του εθνικού προγράμματος LEADER II, προέκυψε ότι για την ικανοποίηση του γενικού στόχου που τέθηκε για την παραγωγή αγροτικού τουρισμού ποιότητας θα πρέπει να υιοθετηθούν, από το ελληνικό πρόγραμμα της πρωτοβουλίας και τους φορείς που το διαχειρίζονται, ορισμένες προδιαγραφές ποιότητας οι οποίες στη συνέχεια θα διοχετευθούν μεταξύ των επιχειρηματιών που χρηματοδοτήθηκαν για την ανάληψη αγροτουριστικών δραστηριοτήτων (SPEED, Βακάκης και συνεργάτες, 1997, σ. 28-30).

Παρά ταύτα, μέχρι στιγμής, δεν φαίνεται να υπάρχει συνολική αντιμετώπιση του θέματος της ποιότητας στην Ελλάδα. Το θέμα της πιστοποίησης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων βάσει ποιοτικών κριτηρίων αναγνωρίζεται και αντιμετωπίζεται θετικά, ωστόσο βρίσκεται σε αρχικό στάδιο. Μέχρι στιγμής δεν έχουν θεσπιστεί συγκεκριμένες προδιαγραφές κατασκευής και λειτουργίας των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, εκτός από μεμονωμένες πρωτοβουλίες που έχουν καταγραφεί για τη θέσπιση προδιαγραφών, μέσα από τη δημιουργία Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας, σε συγκεκριμένες περιοχές, όπως είναι αυτή της Πίνδου (Ζαχαρόπουλος, 1999, σ. 29).

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι φορείς σχεδιασμού και υλοποίησης προγραμμάτων αγροτικού τουρισμού

Μεταξύ των φορέων σχεδιασμού και υλοποίησης προγραμμάτων αγροτικού τουρισμού στο νομό Θεσσαλονίκης είναι η Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, η οποία χειρίστηκε το πρόγραμμα του αγροτουρισμού στο πλαίσιο του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος (ΠΕΠ) Κεντρικής Μακεδονίας, η Διεύθυνση Γεωργικής Ανάπτυξης της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, η οποία χειρίστηκε το πρόγραμμα αγροτουρισμού στο πλαίσιο των Σχεδίων Βελ-

τίωσης για επενδύσεις στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις με τον Κανονισμό 950/97, και η Αναπτυξιακή Εταιρεία Θεσσαλονίκης (ΑΝΕΘ ΑΕ), ως Ομάδα Τοπικής Δράσης (ΟΤΔ), η οποία χειρίστηκε την Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER στο πλαίσιο της οποίας ο αγροτουρισμός κατέχει σημαντική θέση, ως μοχλός αγροτικής ανασυγκρότησης και αναζωογόνησης της υπαίθρου.

Από την ανάλυση των συνεντεύξεων με τους εκπροσώπους των φορέων αυτών δεν τέθηκε από κανέναν, τουλάχιστον μέχρι σήμερα, το θεσμικό πλαίσιο που θα προέβλεπε τη βιωσιμότητα και ανάπτυξη των αγροτουριστικών επενδύσεων μέσα από τη θέσπιση προδιαγραφών ποιότητας, τόσο σε σχέση με την επιχείρηση όσο και σε σχέση με τον επιχειρηματία. Ωστόσο, για την επόμενη προγραμματική περίοδο προβλέπεται η ενσωμάτωση της έννοιας της ποιότητας στον αγροτουρισμό και στις παρεχόμενες από αυτόν υπηρεσίες και προϊόντα.

Κάθε φορέας αποδίδει στην ποιότητα στον αγροτουρισμό διαφορετική διάσταση, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες του προγράμματος το οποίο διαχειρίστηκε και υλοποίησε, αλλά και με βάση τις γνώσεις και την εμπειρία των στελεχών του γύρω από το αντικείμενο. Έτσι, η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας διά μέσου των εκπροσώπων διαχείρισης και υλοποίησης του προγράμματος του αγροτουρισμού αποδίδει στην ποιότητα βασικά χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού που αφορούν την παράδοση, τις σχέσεις του φιλοξενούμενου με τον οικοδεσπότη και την προσφορά των τοπικών προϊόντων. Η ΟΤΔ αποδίδει στην ποιότητα στον αγροτουρισμό την τοπική διάσταση και χαρακτήρα, ενώ η Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης αναφέρεται καθαρά στην ποιότητα ως μια σειρά κανόνων και υποχρεώσεων τις οποίες πρέπει να πληρούν οι τουριστικές μονάδες βάσει της νομοθεσίας που έχει θεσπιστεί από τους αντίστοιχους φορείς.

Σε ό,τι αφορά τη σημασία της ποιότητας στον αγροτουρισμό, διαπιστώνουμε ότι δύο από τους τρεις φορείς, η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και η ΟΤΔ, θεωρούν την ποιότητα βασικό στοιχείο για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας στη σύγχρονη αγορά, ενώ υπάρχει η θέση της Διεύθυνσης Αγροτικής Ανάπτυξης που αναφέρεται στη σημασία που έχει η τήρηση των προδιαγραφών για την κατοχύρωση της νομιμότητας μιας επιχείρησης.

Σχετικά με το φορέα ο οποίος ενδέχεται να αναλάβει τη θέσπιση προδιαγραφών ποιότητας για την επόμενη προγραμματική περίοδο, καθώς και την πιστοποίηση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, υποστηρίζεται από όλους τους φορείς ότι πρέπει να είναι πολυσυμμετοχικός, περι-

λαμβάνοντας τόσο το κράτος όσο και τους επιχειρηματίες. Σε ό,τι αφορά τη θέσπιση σήματος ποιότητας στον αγροτουρισμό, δύο φορείς υποστηρίζουν ότι θα έπρεπε να είναι τοπικού ή περιφερειακού χαρακτήρα, ενώ ο τρίτος εθνικού.

Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Όσον αφορά τους επιχειρηματίες αγροτικού τουρισμού στο νομό, οι οποίοι ανέρχονται σε 6, και τις θέσεις που διατυπώνουν σχετικά με την ποιότητα και την τήρηση προδιαγραφών ποιότητας στις επιχειρήσεις τους, η ανάλυση των δεδομένων που συγκεντρώσαμε μας οδηγεί σε ορισμένες διαπιστώσεις.

Οι υπεύθυνοι διαχείρισης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων είναι άντρες, ανεξάρτητα από τον δικαιούχο² στον οποίο καταχωρήθηκε η συμμετοχή στο πρόγραμμα χρηματοδότησης αγροτουρισμού. Στην περίπτωση της μιας επιχείρησης στην οποία υπάρχουν δύο ιδιοκτήτες, ένας άντρας και μια γυναίκα, αυτός που έχει την ευθύνη διαχείρισης της επιχείρησης είναι ο άντρας, ενώ η γυναίκα περιορίζεται στην παροχή των υπηρεσιών, στην υποδοχή, στη φιλοξενία και στην προσφορά εστίασης.

Η μέση ηλικία των επιχειρηματιών είναι τα 36 έτη, με μέγιστο τα 58 και ελάχιστο τα 33, γεγονός που τους κατατάσσει στο δυναμικό κομμάτι του πληθυσμού και φανερώνει τις δυνατότητες που έχουν για την ανάπτυξη της επιχείρησης. Ακόμη, εκτός μιας περίπτωσης, όλοι οι επιχειρηματίες είναι παντρεμένοι και η οικογένειά τους, η σύζυγος και τα παιδιά, συμμετέχουν στην παροχή των υπηρεσιών στην επιχείρηση. Το μορφωτικό επίπεδο των τριών επιχειρηματιών είναι ανώτερης και ανώτατης εκπαίδευσης, οι δύο είναι απόφοιτοι λυκείου και ένας έχει τελειώσει το γυμνάσιο. Επισημαίνεται το γεγονός ότι, εκτός μιας περίπτωσης, κανείς άλλος επιχειρηματίας δεν είχε κατάρτιση στον αγροτουρισμό, ενώ μόνο δύο από αυτούς είχαν προηγούμενη σχετική με τον αγροτουρισμό επαγγελματική εμπειρία, που τους βοήθησε στη λειτουργία της επιχείρησης.

Αξίζει να σημειωθεί ότι κανείς από τους επιχειρηματίες δεν είχε τη γεωργία ως κύριο επάγγελμα πριν ασχοληθεί με τον αγροτικό τουρισμό, ενώ δύο από αυτούς εγκατέλειψαν τη γεωργία προκειμένου να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό.

2. Υπήρξαν δύο περιπτώσεις στις οποίες ο δικαιούχος στο πρόγραμμα επιχορήγησης του αγροτουρισμού είναι διαφορετικός από αυτόν που διαχειρίζεται την επιχείρηση.

Σχετικά με τον τόπο καταγωγής του επιχειρηματία, από το σύνολο των έξι επιχειρηματιών οι τέσσερις κατάγονται από τον τόπο στον οποίο είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση, ο ένας από γειτονική περιοχή και ο άλλος από τη Θεσσαλονίκη. Σε ό,τι αφορά τον τόπο μόνιμης κατοικίας, οι τρεις από τους έξι επιχειρηματίες διαμένουν μόνιμα στον τόπο της επιχείρησης, ένας σε γειτονικό χωριό και δύο στη Θεσσαλονίκη. Από αυτούς που διαμένουν μόνιμα στη Θεσσαλονίκη, ο ένας έχει αναθέσει τη λειτουργία της επιχείρησης σε ντόπιο, ο οποίος εργάζεται στην επιχείρηση, και ο άλλος από Παρασκευή μέχρι Κυριακή βρίσκεται στον τόπο της επιχείρησης, μαζί με την οικογένειά του, προκειμένου να τη λειτουργήσει.

Σχετικά με τα κίνητρα που τους οδήγησαν στην ανάληψη των δραστηριοτήτων αγροτουρισμού, η αγάπη για τη φύση, τη ζωή στην ύπαιθρο, το χωριό και η προβολή και αξιοποίησή του εκφράζουν τους πέντε από αυτούς, ενώ το κίνητρο του άλλου επιχειρηματία αποτελεί το «ίδιον όφελος», όπως χαρακτηριστικά ανέφερε.

Όσο για τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης, από τα στοιχεία της έρευνας διαπιστώνουμε ότι όλες χωροθετούνται σε ορεινές αγροτικές περιοχές, οι οποίες διαθέτουν αξιόλογους αγροτουριστικούς πόρους. Η απόστασή τους από το αστικό κέντρο της Θεσσαλονίκης είναι μικρή, γεγονός που επιτρέπει τις εκδρομές μιας ημέρας. Η μικρότερη απόσταση που καταγράφηκε ήταν αυτή των 39 χλμ. και η μεγαλύτερη αυτή των 55 χλμ.. Πρόκειται για σχετικά πρόσφατες επιχειρήσεις, καθώς οι δύο από αυτές, χρηματοδοτούμενες από την Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER, άρχισαν να λειτουργούν το 1996, οι δύο, χρηματοδοτούμενες από το ΠΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας, άρχισαν να λειτουργούν το 1999 και μία, η οποία εντάχθηκε στον καν.950/97/ΕΕ, λειτούργησε το 2000.

Το ύψος της δημόσιας δαπάνης και της ιδιωτικής συμμετοχής κυμάνθηκε ανάλογα με το πρόγραμμα στο οποίο εντάχθηκε για χρηματοδότηση. Σε αρκετές περιπτώσεις το συνολικό κόστος της επένδυσης υπερέβη τον αρχικό προϋπολογισμό του προγράμματος, αναγκάζοντας τους επενδυτές να συμμετάσχουν με δικά τους κεφάλαια, πέραν της ίδιας συμμετοχής που απαιτούσε το πρόγραμμα.

Το παρεχόμενο αγροτουριστικό προϊόν διαμορφώνεται διαφορετικά σε κάθε επιχείρηση. Μόνο δύο επιχειρήσεις προσφέρουν ολοκληρωμένο και διαφοροποιημένο αγροτουριστικό προϊόν, το οποίο περιλαμβάνει την παροχή φιλοξενίας, εστίασης και δραστηριότητες αναψυχής που συνδέονται με το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής. Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις περιορίζονται αποκλειστικά στην παροχή εστίασης και διαμονής.

Σχετικά με το προσωπικό που απασχολούν οι επιχειρήσεις, η συμμετοχή της οικογένειας είναι σημαντική είτε σε μόνιμη είτε σε εποχική βάση, ενώ, παράλληλα, όλες οι επιχειρήσεις απασχολούν και ξένο προσωπικό. Στις περιπτώσεις που υπάρχουν δραστηριότητες με άλογα στην επιχείρηση, απασχολούνται και αλλοδαποί εργάτες, οι οποίοι έχουν επωμιστεί τη φροντίδα και φύλαξη των αλόγων. Στις άλλες περιπτώσεις οι ξένοι εργάτες στην επιχείρηση είναι από το χωριό. Συνολικά απασχολούνται δεκαεπτά εργαζόμενοι στο σύνολο των επιχειρήσεων, από τους οποίους οι έντεκα προέρχονται από τα μέλη της οικογένειας. Από τα υπόλοιπα απασχολούμενα άτομα, τέσσερις είναι αλλοδαποί και δύο Έλληνες, κάτοικοι του χωριού όπου είναι εγκαταστημένη η επιχείρηση.

Σε ό,τι αφορά τις θέσεις των επιχειρηματιών σχετικά με την ποιότητα στον αγροτικό τουρισμό, έγινε σαφές ότι υπάρχει διαφορετική αντιμετώπιση της έννοιας από τον καθένα. Ο κάθε επιχειρηματίας έχει διαμορφώσει δικό του ορισμό για την ποιότητα, ο οποίος δεν παραπέμπει σε κανένα κοινό στοιχείο. Για άλλους η ποιότητα αναφέρεται στην προσωπική σχέση με τον επισκέπτη, άλλοι υποστηρίζουν ότι προϋποθέτει τη συμμετοχή του επισκέπτη σε όλες τις δραστηριότητες του αγροκτήματος ως ισότιμου μέλους, άλλοι τοποθετούν το θέμα της ποιότητας σε καθαρά νομική βάση, ενώ άλλοι υποστηρίζουν ότι αφορά τις εξωτερικές διαμορφώσεις και υποδομές της επιχείρησης.

Οι δύο στους τρεις επιχειρηματίες θεωρούν απαραίτητο τον καθορισμό προδιαγραφών ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό, όμως δεν τους βρίσκει σύμφωνους, όπως και τους υπόλοιπους, η ενδεχόμενη συμμετοχή τους με ίδια κεφάλαια σε μια προσπάθεια πιστοποίησης και απόκτησης σήματος ποιότητας.

Στην πράξη, όπως διαπιστώθηκε από την επιτόπια έρευνα, πολλά κριτήρια ποιότητας δεν ικανοποιούνται στις παραπάνω αγροτουριστικές επιχειρήσεις. Η έλλειψη του θεσμικού πλαισίου που θα καθόριζε τις προδιαγραφές ποιότητας οδήγησε τους επιχειρηματίες στην εφαρμογή τέτοιων προδιαγραφών, αποσπασματικά και όπου ήταν ευκολότερο ή δεν προϋπόθετε υψηλό κόστος. Η εφαρμογή τους καθορίστηκε από τους ίδιους τους επιχειρηματίες με βάση το μεράκι τους, την εμπειρία τους, το χαρακτήρα τους, τις παραστάσεις που έχουν από την πόλη και τους ανθρώπους της, το οικονομικό επίπεδο και τους στόχους τους.

Συγκεκριμένα, σε ό,τι αφορά τις βασικές προδιαγραφές ποιότητας (Πίνακας 1), αυτές που αφορούν την ασφάλεια των φιλοξενουμένων δεν τηρούνται στις τρεις από τις πέντε επιχειρήσεις. Είναι οι περιπτώσεις των επιχειρήσεων οι οποίες περιλαμβάνουν στο προσφερόμενο προϊόν

δραστηριότητες αναψυχής. Σ' αυτές δεν έχει ληφθεί μέριμνα για την πρόληψη προσωπικών ατυχημάτων ή δεν τηρούνται όλοι οι κανόνες ασφαλείας των συμμετεχόντων στις δραστηριότητες. Δύο στις πέντε επιχειρήσεις δεν τηρούν βασικές προδιαγραφές υγιεινής στους χώρους εστίασης και φιλοξενίας. Διαπιστώθηκε επίσης ότι δύο στις πέντε επιχειρήσεις παρέχουν τη δυνατότητα επικοινωνίας του περιηγητή με την επιχείρηση για την πραγματοποίηση της κράτησης ή τη λήψη πληροφοριών για την τοποθεσία, τις δραστηριότητες κ.λπ., ενώ η επικοινωνία και η λήψη των απαραίτητων πληροφοριών είναι δύσκολες για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις.

Η πρόσβαση μέσω του οδικού δικτύου ικανοποιείται ως βασική προδιαγραφή ποιότητας από όλες τις επιχειρήσεις. Ωστόσο σημαντικό κριτήριο που αφορά την πρόσβαση και τη σήμανση μέχρι την επιχείρηση δεν ικανοποιείται. Σε καμία περίπτωση δεν διαπιστώθηκε η ύπαρξη σήμανσης σχετικά με την επιχείρηση και τις δραστηριότητές της, ενώ έλλειψη σήμανσης διαπιστώθηκε σε πολλές περιπτώσεις και ως προς την πρόσβαση στον τόπο που βρίσκεται η επιχείρηση. Και ενώ το πρώτο αποτελεί αποκλειστικά ευθύνη της επιχείρησης, το δεύτερο αφορά και την τοπική

ΠΙΝΑΚΑΣ 1
Συγκριτική παρουσίαση των επιχειρήσεων σε σχέση
με τη διαβάθμιση των προδιαγραφών

Προδιαγραφές ποιότητας	Περιπτώσεις που μελετήθηκαν				
	1η	2η	3η	4η	5η
Βασικές					
Ασφάλεια	-	-	+	-	+
Υγιεινή	+	-	+	-	-
Επικοινωνία και κρατήσεις	+	+	-	-	-
Προσπελασιμότητα	+	+	+	+	+
Σήμανση	-	-	-	-	-
Διαβαθμιζόμενες					
Αγροτουριστικοί πόροι	+	+	+	+	+
Εναλλακτικές δράσεις αναψυχής	+	+	+	-	-
Εικόνες πριν την επίσκεψη	+	+	+	-	-
Ελκυστικές					
Ζεστή, αυθεντική υποδοχή	+	-	+	-	-
Εξωτερική διαμόρφωση	+	+	+	-	-
Εσωτερική διαμόρφωση	+	+	+	-	-
Διασύνδεση με την αγροτική ζωή	+	+	-	-	-

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων έρευνας, 2000.

Υποσημείωση: Το + πρόσημο υποδηλώνει θετικό προσανατολισμό ποιότητας, το - αρνητικό.

αυτοδιοίκηση και τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει για την προβολή και αξιοποίηση της περιοχής.

Σε ό,τι αφορά τις διαβαθμιζόμενες προδιαγραφές, που εφαρμόζονται στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις που μελετήσαμε, διαπιστώθηκε ότι η αξιοποίηση αγροτουριστικών πόρων στην περιοχή, στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση, ικανοποιείται ως κριτήριο ποιότητας σε τρεις από τις πέντε περιπτώσεις. Το ίδιο ισχύει και για την προσφορά εναλλακτικών δραστηριοτήτων αναψυχής και τις εικόνες που προβάλλει η επιχείρηση προς τους δυνάμει περιηγητές (Πίνακας 1).

Τέλος, σχετικά με τις ελκυστικές προδιαγραφές ποιότητας που εφαρμόζουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις, διαπιστώθηκε ότι αυτές που εφαρμόζουν τις διαβαθμιζόμενες προδιαγραφές εφαρμόζουν και τις ελκυστικές. Έτσι, το κριτήριο της ζεστής και αυθεντικής υποδοχής, ως ελκυστική προδιαγραφή ποιότητας, ικανοποιείται από δύο επιχειρήσεις, η διαμόρφωση του εξωτερικού χώρου ανάλογα με το χαρακτήρα της περιοχής ικανοποιείται σε τρεις περιπτώσεις, η εσωτερική διαμόρφωση των χώρων ανάλογα με τον αγροτικό χαρακτήρα και την παράδοση ικανοποιείται επίσης σε τρεις από τις πέντε περιπτώσεις. Η διασύνδεση της επιχείρησης με την αγροτική ζωή, βασικό κριτήριο ποιότητας στον αγροτουρισμό, ικανοποιείται από δύο επιχειρήσεις.

Οι παραπάνω προδιαγραφές προσεγγίζονται και μέσα από τα στάδια που διέρχεται η εμπειρία του περιηγητή. Σύμφωνα με τα στοιχεία του

ΠΙΝΑΚΑΣ 2
Συγκριτική παρουσίαση σε σχέση με τα επτά επίπεδα της
τουριστικής αλυσίδας

Επίπεδα τουριστικής αλυσίδας	Περιπτώσεις που μελετήθηκαν				
	1η	2η	3η	4η	5η
1ο : επικοινωνία και μάρκετινγκ	+	+	+	-	-
2ο : υποδοχή και φιλοξενία	+	-	+	-	-
3ο : χώροι φιλοξενίας	+	+	+	-	-
4ο : τοπικά προϊόντα και γαστρονομία	-	+	+	-	-
5ο : εκδηλώσεις και αγροτουριστικοί πόροι	+	+	+	+	-
6ο : δράσεις αναψυχής στην ύπαιθρο	+	+	-	-	-
7ο : υποδομές	-	-	-	-	-

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων έρευνας, 2000.

Υποσημείωση: Το + πρόσημο υποδηλώνει θετικό προσανατολισμό ποιότητας, το - αρνητικό.

Πίνακα 2, στις πέντε επιχειρήσεις δύο προσανατολίζονται θετικά στα περισσότερα στάδια.

Συγκεκριμένα, στο στάδιο της επικοινωνίας με τον περιηγητή και του μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται από την επιχείρηση, διαπιστώθηκε ότι τρεις στις πέντε επιχειρήσεις έχουν θετικό προσανατολισμό. Όσον αφορά την υποδοχή και την πληροφόρηση που δέχεται ο περιηγητής φτάνοντας σε μια αγροτουριστική επιχείρηση, διαπιστώθηκε ότι δύο στις πέντε επιχειρήσεις είναι προσανατολισμένες θετικά σε μια υποδοχή η οποία ανταποκρίνεται στη φιλοσοφία του αγροτουρισμού και στην παροχή όλων εκείνων των πληροφοριών σχετικά με τον τόπο, τις εκδηλώσεις, την ιστορία, τον πολιτισμό κ.λπ., έτσι ώστε ο περιηγητής να αποκομίσει τα μέγιστα από το ταξίδι του.

Η ενσωμάτωση των τοπικών προϊόντων στη γαστρονομία της περιοχής γίνεται σε δύο από τις τρεις περιπτώσεις, γεγονός που φανερώνει χαμηλό προσανατολισμό σ' αυτό το στάδιο της εμπειρίας του περιηγητή. Τα τοπικά προϊόντα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση του προσφερόμενου αγροτουριστικού προϊόντος και αποτελούν βασικό χαρακτηριστικό ποιότητας που, όπως διαπιστώσαμε, ικανοποιείται σε πολύ μικρό βαθμό.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ταυτόχρονη προσέγγιση, από τη μια με τους φορείς σχεδιασμού και υλοποίησης προγραμμάτων αγροτουρισμού και από την άλλη με τις επιχειρήσεις που χρηματοδοτήθηκαν από τα προγράμματα, οδήγησε την έρευνά μας σε μια σειρά συμπερασμάτων.

Έγινε αντιληπτό, από τα όσα αναλύσαμε, ότι στο νομό Θεσσαλονίκης δεν έχει διαμορφωθεί ένα πρότυπο ποιότητας στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις, ικανό να ανταποκρίνεται στη φιλοσοφία του αγροτικού τουρισμού και να καθιερώνει επιχειρήσεις οι οποίες προσφέρουν ένα διακριτό, ολοκληρωμένο και ανταγωνιστικό αγροτουριστικό προϊόν. Η μέχρι σήμερα έλλειψη προδιαγραφών ποιότητας στον αγροτικό τουρισμό είχε ως αποτέλεσμα τον μη σαφή προσανατολισμό των αγροτουριστικών επιχειρήσεων και το φαινόμενο κάθε επιχείρηση να ορίζει τα δικά της πρότυπα στην κατασκευή και λειτουργία της, είτε είναι αυτή κατάλυμα, είτε κέντρο εστίασης, είτε παρέχει δραστηριότητες αναψυχής.

Οι φορείς σχεδίασαν τα διάφορα προγράμματα ανάπτυξης αγροτουρισμού και οι επιχειρηματίες υλοποίησαν «τα πράγματα εκ των νοημάτων». Αντιλήφθηκαν στη συνέχεια «εκ των πραγμάτων τα νοήματα»,

δηλαδή πως η θέσπιση προδιαγραφών ποιότητας, η προγραμματισμένη εφαρμογή και ο έλεγχος αυτής, καθώς και η προσπάθεια για συνεχή βελτίωση αποτελούν αναγκαίες και ικανές συνθήκες για την ανάπτυξη και επιβίωση της αγροτουριστικής επιχείρησης.

Ειδικότερα, κατέστη φανερό πως η αντιμετώπιση της ποιότητας από τους φορείς σχεδιασμού και υλοποίησης των προγραμμάτων αγροτικού τουρισμού στο νομό Θεσσαλονίκης εξαρτάται τόσο από τα χαρακτηριστικά λειτουργίας του εκάστοτε φορέα και τις ιδιαιτερότητες των προγραμμάτων που διαχειρίστηκε ή υλοποίησε όσο και από το χρόνο και το βάθος ενασχόλησής του με τις παραπάνω έννοιες. Η ενασχόληση με ένα καινούργιο αντικείμενο, όπως ο αγροτικός τουρισμός, και η αδυναμία απορρόφησης των κονδυλίων συνετέλεσαν στην αδυναμία καθιέρωσης ενός θεσμικού πλαισίου το οποίο θα όριζε, βάσει προδιαγραφών ποιότητας, ένα συγκεκριμένο προφίλ των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών στον αγροτικό τουρισμό. Ως εκ τούτου, οδήγησαν στην αποσπασματική εφαρμογή προδιαγραφών ποιότητας, η οποία στηρίχτηκε στη βούληση των επιχειρηματιών, στις γνώσεις τους πάνω στο αντικείμενο, στις εμπειρίες τους στο χώρο της οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων, στον προσωπικό τους χαρακτήρα, στη σχέση τους με τους κατοίκους της περιοχής και στην οικονομική κατάσταση της επιχείρησης.

Σχετικά με τους επιχειρηματίες, διαπιστώθηκε ότι αναγνωρίζουν θεωρητικά τη σημασία της ποιότητας στην παροχή υπηρεσιών και προϊόντων στον αγροτικό τουρισμό, καθώς και την αναγκαιότητα θέσπισης προδιαγραφών ποιότητας. Διαπιστώθηκε επίσης ότι οι επιχειρηματίες δεν προσανατολίζονται θετικά στην εφαρμογή προδιαγραφών ποιότητας, έτσι όπως τις διακρίναμε σε βασικές, διαβαθμιζόμενες και ελκυστικές, σύμφωνα με τη θεωρία. Οι προσπάθειες που γίνονται από τους επιχειρηματίες για την επίτευξη της ποιότητας είναι περισσότερες εμπειρικές και αποσπασματικές παρά βασισμένες σε κάποιον προγραμματισμό ή θεσμικό πλαίσιο.

Τόσο οι φορείς όσο και οι επιχειρηματίες του αγροτικού τουρισμού βρίσκονται σε μια φάση μετάβασης, κατά τη διάρκεια της οποίας συνειδητοποιείται πως το πρόβλημα δεν είναι η βελτίωση της ποιότητας (με την έννοια της θέσπισης και εφαρμογής των προδιαγραφών ποιότητας) ως αυτοσκοπός, αλλά η βελτίωση της ποιότητας ως λύση στην ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού και στην καθιέρωσή του ως διακριτού προϊόντος στον τουρισμό. Γίνεται, δηλαδή, σαφώς κατανοητό ότι η θέσπιση προδιαγραφών ποιότητας στα προϊόντα και στις υπηρεσίες στον αγροτικό τουρισμό καθώς και η σύνδεσή τους με τον πελάτη-περιηγητή αποτελούν το

κλειδί για τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της αγροτουριστικής επιχείρησης. Έτσι οι φορείς προτίθενται να κατοχυρώσουν πρακτικά την ποιότητα στον αγροτικό τουρισμό στην επόμενη προγραμματική περίοδο, μέσα από τη θέσπιση προδιαγραφών, οι οποίες θα διαμορφώνουν το προφίλ του αγροτικού τουρισμού στο νομό και θα συντελούν στην ανάπτυξη και τη βιωσιμότητά του.

Οι προδιαγραφές ποιότητας είναι εκείνες που θα κατευθύνουν τον αγροτικό τουρισμό με ασφάλεια σε προβλέψιμους στόχους. Ως εκ τούτου, είναι απαραίτητο να είναι αυστηρότατες και ακόμη πιο απαραίτητο να εφαρμόζονται αυστηρά. Ειδικά, όσο πιο πολύ αναπτύσσεται ο αγροτικός τουρισμός τόσο πιο πολύ θα εξομοιώνεται με το μαζικό τουρισμό, φαινόμενο που ήδη έχει αρχίσει να διακρίνεται έντονα, τουλάχιστον στην Ελλάδα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Action Business Center, Ltd, 1994, Quality assurance and total quality management. FORCE, Greece, Action Synergy S.A. Publications.
- Augustyn M., Ho. S., 1998, «Service quality and tourism», *Journal of Travel Research*, vol. 37, August, σ. 71-75.
- Baker D.A., Fesenmaier D.R., 1997, «Effects of service climate on managers and employees' rating of visitors' service quality expectations», *Journal of Travel Research*, summer, σ. 15-22.
- Callan R.J., 1998, «Attributional analysis of customers' hotels selection criteria by U.K. grading scheme categories», *Journal of Travel Research*, vol. 36, winter, σ. 20-34.
- Camison C., 1996, «Total quality management in hospitality: an application of the EFQM model», *Tourism Management*, vol. 17, no 3, σ. 191-201.
- Crauser G., 1998, *Conclusions of the European Tourism Forum on Integrated Quality Management in Tourism*, Austria Mayrhofen Zillertal, Tyrol.
- Drucker P., 1985, *Innovation and enterprenurship, practice and principles*, New York, Harper and Row Publications.
- European Commision AEIDL, 1997, «Marketing Quality Rural Tourism, Rural Europe, LEADER. Conclusions, technical dossier», <http://www.rural-europe.aeidl.be/rural-en/biblio/touris/contents.htm>.
- European Commision, 1999, *Towards quality rural tourism, Integrated Quality Management (IQM) of rural tourist destinations*, Brussels, Enterprise Directorate-General Tourism Unit Publications.
- Grolleau H., 1993, «Πρώτα η συγκρίση», *LEADER MAGAZINE*, αριθ. τεύχ. 4, σ. 14-16.
- La Lopa J., Marecki R., 1999, «The critical role of quality in the tourism system», *Quality Progress*, August, σ. 37-41.

- Ormiston D., Gilbert A., Manning R.E., 1998, «Indicators and standards of quality for ski resort management», *Journal of Travel Research*, vol. 36, winter, σ. 35-41.
- Pizam A., 1994, «Planning a tourism research investigation», *Travel, tourism and hospitality research. A handbook for managers and researchers*, σ. 91, second edition, Wiley Publications.
- Schneider M.M., 1983, «What makes a hotel Great», *Hotels and Restaurants. International*, October, σ. 70-75.
- SPEED, Βακάκης και συνεργάτες, 1997, *Αξιολόγηση Εθνικού Προγράμματος LEADER II, Πρώτη Έκθεση Αξιολόγησης*, Αθήνα, Εκδόσεις Υπουργείου Γεωργίας, Διεύθυνση Προγραμματισμού και ΓΔ.
- Ανθοπούλου Θ., Ιακωβίδου Ό., Κουτσούρης Α., Σπιλάνης Ι., 1998, «Χωρικές και Αναπτυξιακές διαστάσεις του αγροτουρισμού στην Ελλάδα», 5ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, με θέμα *Ανασυγκρότηση του αγροτικού χώρου*, Αθήνα.
- Αποστολόπουλος Κ., Γιάγκου, 1998, «Αγροτουρισμός και Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί: παράγοντες τοπικής ανάπτυξης του ελληνικού αγροτικού χώρου», 4ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας *Ανταγωνιστικότητα και ολοκληρωμένη ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Οι νέες προκλήσεις για την Ελλάδα*, σ. 323-338, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Ζήτη.
- Βαρνάβας Α., 2000, «Οι δύο πτυχές στην παροχή υπηρεσιών τροφίμων και ποτών», *Τουρισμός και Οικονομία*, αριθ. τεύχ. 251.
- Βαφειάδης Γ., Κοντογεώργος Χ., Παπακωνσταντινίδης Λ., 1992, *Αγροτουρισμός και ισόρροπη ανάπτυξη. Μελέτες για την αγροτική οικονομία*, αριθ. 45, Αθήνα, Εκδόσεις Αγροτικής Τράπεζας, Διεύθυνση Μελετών και Προγραμματισμού.
- Δαουτόπουλος Γ., 1989, *Μεθοδολογία κοινωνικών ερευνών στον αγροτικό χώρο*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης.
- Δημητρίου Χ., 1999, «Ανάγκη προσαρμογής στις νέες απαιτήσεις, ξενοδοχειακό μάρκετινγκ», *Τουρισμός και Οικονομία*, αριθ. τεύχ. 242, σ. 137-138.
- Ζαχαριάδης Α., 2000, «Σταθερότυποι, νόρμες ή πρότυπα;», *Ενημερωτικό φυλλάδιο - Ένωση Ελλήνων Επιστημόνων για την Προτυποποίηση και την Τυποποίηση (ΕΝΕΠΡΟΤ)*, αριθ. τεύχ. 6.
- Ζαχαρόπουλος Θ., 1999, Οργάνωση τοπικών συμφώνων ποιότητας στην Πίνδο, Τρίκαλα.
- Νικολαΐδης Π. (μη χρονολογημένο), *Το μάντζμεντ στις τουριστικές επιχειρήσεις*, σημειώσεις μαθήματος, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Τεχνολογικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης.
- Σκουτέρη-Διδασκάλου Ε., 1998, «Η πολιτισμική κληρονομιά ως ζητούμενο: τρανοί τόποι και ταπεινές τοπικότητες», *1ο Συνέδριο Αναπτυξιακής Προοπτικής της Θάσου*, Εταιρία Μελέτης και Προβολής της Θάσου.
- Σπανός Α., 1997, *Πώς παράγονται και παρέχονται αποτελεσματικά υπηρεσίες ποιότητας*, Αθήνα, Εκδόσεις Γαλαίος.
- Τζωρτζάκης Κ., Τζωρτζάκη Α., 1996, *Μάρκετινγκ, η ελληνική προσέγγιση, Αρχές, στρατηγικές, εφαρμογές*, Αθήνα, Εκδόσεις Rosili.
- Τριανταφύλλου Κ., 1999, *Ο Αγ. Γερμανός στο χάρτη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η συμβολή του γυναικείου αγροτουριστικού συνεταιρισμού*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης.

- Τριανταφύλλου Κ., Ιακωβίδου Ο., 1999, «Παράγοντες που διαμορφώνουν τις επιλογές των επισκεπτών της υπαίθρου. Η περίπτωση των επισκεπτών του Αγίου Γερμανού», εισήγηση στο 6ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας Αναζητώντας το αύριο της ελληνικής γεωργίας, Θεσσαλονίκη (υπό δημοσίευση).
- Τσάτσας Π., 1996, *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Αθήνα, Εκδόσεις Εξάντας.
- Τσιότρας Γ., 1995, *Βελτίωση ποιότητας*, Αθήνα, Εκδόσεις Μπένου.
- Υπουργείο Γεωργίας, 2000, *Σκοπιμότητα και διαδικασία σύστασης φορέα διαχείρισης προγραμμάτων αγροτικού τουρισμού για την προγραμματική περίοδο 2000-2006. Τελική έκθεση εμπειρογνωμοσύνης*, Αθήνα, Εκδόσεις Υπουργείου Γεωργίας.
- Φωτόπουλος Χ., Μάττας Κ., Χρυσχοϊδης Γ., 1999, *Ελληνικά αγροτικά προϊόντα: η νέα στρατηγική για ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Τα μεσογειακά προϊόντα ως παραδοσιακά ελληνικά προϊόντα και το μέλλον των μηχανισμών στήριξής τους*, Αθήνα, Εκδόσεις ΕΘΙΑΓΕ-ΓΕΚΕ-ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΓΕΩΡΓΙΑΣ.
- Χυτήρης Λ., 1999, «Στρατηγική βελτίωσης της ποιότητας υπηρεσιών, τουριστικές επιχειρήσεις», *Τουρισμός και Οικονομία*, αριθ. τεύχ. 244, σ. 94-97.