

# Χάραξη δικτύου συνεργασίας υπερτοπικών ορεινών κέντρων για την ανάδειξη και ανάπτυξη του ορεινού όγκου της Ελλάδας

## Περίπτωση μελέτης Δήμοι Πωγωνίου-Κόνιτσας

**Αθ. Μαυρογιώργου**, Διπλωματούχος Μηχανικός Επιστήμης Υλικών  
Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

**Αφρ. Μπαρδώσα**, Διπλωματούχος Γεωλογίας και Γεωπεριβάλλοντος, ΕΚΠΑ

### Περίληψη

Στην παρούσα εισήγηση γίνεται λόγος για την τρέχουσα κοινωνικοοικονομική πραγματικότητα των ορεινών και γεωγραφικά απομονωμένων περιοχών και τα ισχυρά και αδύναμα σημεία των τοπικών κοινωνιών, όσον αφορά τις παραγωγικές τους δραστηριότητες και δυνατότητες, σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Ποια είναι τα σημεία στα οποία πάσχει πραγματικά μια απομονωμένη κοινωνία; Υπάρχει πρακτικά διέξοδος και αν ναι ποιά είναι αυτή;

Αρχικά, διατυπώνεται η φιλοσοφία δημιουργίας μιας βάσης για την χάραξη μιας νέας οικονομικής, κοινωνικής, πολιτισμικής πολιτικής λειτουργίας των ορεινών περιοχών υπό τον όρο «δίκτυα συνεργασίας» σε μια προσπάθεια επανεκκίνησης της ανάπτυξης και αναζωογόνησης των γεωγραφικά απομονωμένων περιοχών.

Στη συνέχεια, γίνεται προσέγγιση της εφαρμογής της ιδέας των «δικτύων συνεργασίας» χρησιμοποιώντας σαν σημείο εκκίνησης μια οικονομική δραστηριότητα που δημιουργείται για να καλύψει ανάγκες του παραγωγικού τομέα μιας κοινωνίας. Στην περίπτωση μας, παρουσιάζεται το παράδειγμα της μελισσοκομίας και τυποποίησης μελιού στο Ν. Ιωαννίνων.

Πρόκειται για μια προσέγγιση, στην πράξη, δόμησης και λειτουργίας ενός «δικτύου συνεργασίας» με κέντρο την παραγωγή και τυποποίηση μελιού και κατ' επέκταση των διαφορετικών, ξεχωριστών αλλά αλληλένδετων δραστηριοτήτων που μπορούν να προκύψουν από αυτό.

Τέλος, γίνεται σχολιασμός της ωφελιμότητας της ιδέας των «δικτύων συνεργασίας» ως βάση πολιτικής λειτουργίας μιας κοινωνίας αλλά και του βαθμού εφικτότητας της εφαρμογής μιας τέτοιας φιλοσοφίας στην πράξη.

### 1.Εισαγωγή

Οι ορεινές και απομονωμένες περιοχές είναι οι λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές, εξαιτίας της απόστασης τους από τα κέντρα δραστηριοτήτων, διαχείρισης και λήψης αποφάσεων.

Ο πρωτογενής και ο δευτερογενής τομέας παραγωγής έχει αρχίσει να συρρικνώνεται επικίνδυνα. Η έλλειψη κινήτρων και η ασταθής οικονομική πραγματικότητα επιταχύνουν αυτήν την κατάσταση. Αλλά οι δύο αυτοί τομείς της παραγωγής σε συνδυασμό με την μοναδικότητα των τοπικών ορεινών προϊόντων μπορούν να αποτελέσουν ξανά μια νέα αρχή για τις κοινωνίες των περιοχών αυτών. Άλλωστε πρόκειται για περιοχές που έχουν καταφέρει να επιβιώσουν μέσα στους αιώνες, όντας απομονωμένες, και αποδεικνύουν ακόμα, σε πολλές περιπτώσεις, πως αποτελούν μικρά αλλά ισχυρά κέντρα ευκαιριών και ανάπτυξης.

Οι ορεινές περιοχές διαθέτουν τα φυσικά, πολιτισμικά, κοινωνικά εφόδια ώστε να αποτελέσουν και πάλι ζωντανούς πυρήνες παραγωγικότητας επαναφέροντας τις έννοιες της συλλογικότητας, της συνεργατικότητας και της αλληλεγγύης σαν βάση της καθημερινότητάς τους.

Τα «δίκτυα συνεργασίας» αποτελούν μια μορφή ύπαρξης και λειτουργίας των μελών μιας κοινωνίας και συνδέονται στενά με την έννοια του «κοινωνικού κεφαλαίου». Τα μέλη συμμετέχουν συλλογικά στις δραστηριότητες του τόπου τους και δικτυώνουν, εξελίσσουν και επεκτείνουν τις μεταξύ τους επαφές με στόχο την αξιοβίωτη ολοκληρωμένη ανάπτυξή τους και της κατοχύρωσης μιας θέσης στον χάρτη της χωρικής ανταγωνιστικότητας.

### **1.1 Ορεινές και γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές – Δυνατότητες και Αδυναμίες**

Η εγκατάλειψη και αποδυνάμωση των ορεινών και κυρίως των πιο απομονωμένων περιοχών είναι εμφανής τα τελευταία σαράντα χρόνια ως παράγωγο της ολοένα αυξανόμενης τάσης συσπείρωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων στα αστικά κέντρα, των μειωμένων οικονομικών πόρων προς αυτές καθώς και των ελλειπών υποδομών.

Οι πιο ανεπτυγμένες περιοχές της υπαίθρου συνήθως παρουσιάζουν μια σχετική γειννίαση με τα εμπορικά κέντρα-κέντρα εισροών της χώρας ενώ, αντιθέτως, οι πιο απομακρυσμένες περιοχές της υπαίθρου (ορεινές και απομονωμένες) είναι αποκομμένες από τις περισσότερες οικονομικές δραστηριότητες, χαρακτηρίζονται από πληθυσμιακή εγκατάλειψη, ανεπαρκείς υποδομές και υψηλού βαθμού εξάρτηση από την γεωργία.

Η απομόνωση μίας περιοχής της υπαίθρου επηρεάζει συνολικά την κοινωνική, οικονομική, πολιτική, περιβαλλοντική ζωή των τοπικών κοινωνιών αυτής όπως την διάδοση καινοτόμων ιδεών και τεχνολογιών, την ανάπτυξη επιχειρήσεων καθώς και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (North and Smallbone, 2000). Από την άλλη, η απόσταση και η απομόνωση έχουν ευνοήσει την διατήρηση του περιβάλλοντος, των ιδιαίτερων και μοναδικών τοπίων και των βασικών παραδοσιακών μεθόδων παραγωγής που σε συνδυασμό με την ύπαρξη σημαντικών φυσικών πόρων και ιδιαίτερων κλιματολογικών συνθηκών αποτελούν ένα τοπίο εκκολλαπτόμενων επιχειρηματικών ευκαιριών.

Οι ορεινές και γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές, όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, χαρακτηρίζονται κυρίως σαν αγροτικές περιοχές όπου ζουν άνθρωποι που εκτός του ότι παράγουν, αναδεικνύουν και διατηρούν την πολιτισμική κληρονομιά και την ιδιαίτερη ταυτότητα του τόπου τους και προστατεύουν το περιβάλλον με την υπευθυνότητα που τους έχει προικίσει η ίδια η αγάπη τους για τον τόπο που ζουν (Δρακωνάκης, 2009).

Ιστορικά, προσδιορίζονταν από τη κυριαρχία των κοινωνικών και οικονομικών σχέσεων της γεωργίας. Παρά το γεγονός ότι σε αρκετές από αυτές ο ρόλος της γεωργίας έχει μειωθεί σημαντικά, ο συγκεκριμένος κλάδος εξακολουθεί να επηρεάζει την ανάπτυξη των ορεινών περιοχών (Γιαννάκης, 2009). Τα παραγόμενα προϊόντα συνεισφέρουν στην τοπική οικονομία και ευρύτερα στην τοπική ανάπτυξη μέσα από την ποιότητα, την ιδιαιτερότητα, την ταυτότητα τους σε βάθος χρόνου, δημιουργώντας έτσι μια ιστορία και μια παράδοση για τον τόπο τους.

Κάνοντας μια ανασκόπηση στα προβλήματα που παρουσιάζουν αυτές οι περιοχές δεν γίνεται να μην αναφερθεί η ολοένα και πιο έντονη μείωση της δύναμης του πρωτογενούς τομέα και η μικρή παρουσία του δευτερογενούς. Ειδικά στις πιο ορεινές περιοχές, οι οποίες χαρακτηρίζονται από αύξηση των ποσοστών γήρανσης, οι δυσκολίες είναι ακόμη μεγαλύτερες σε σχέση με τις ευκαιρίες απασχόλησης και ανάπτυξης. Όμως και από την πλευρά του κράτους, η μέχρι τώρα μη ευνοϊκή αγροτική πολιτική και η γενικότερη αποσπασματική κρατική υποστήριξη μαζί με την μεγάλη ανταγωνιστικότητα και την εντατική-μαζική παραγωγή που επικρατεί στις πιο αστικές και αστικές περιοχές δημιούργησαν ένα τοπίο προκαταλήψεων, έλλειψης εμπιστοσύνης και περιορισμένης διαλλακτικότητας του ντόπιου πληθυσμού σε νέα ιδέες και δράσεις.

Για παράδειγμα, τα προϊόντα του τομέα της μεταποίησης στις ορεινές περιοχές, η οποία αφορά κυρίως την επεξεργασία προϊόντων του πρωτογενούς τομέα δηλαδή της κτηνοτροφίας, της γεωργίας και πρώτων υλών όπως της ξυλείας, περιορίζονται συχνά σε επίπεδο τοπικής διάθεσης. Σε αυτό πολύ σημαντική παράμετρος είναι η έλλειψη εκπαίδευσης των

απασχολούμενων και η ελλιπής στρατηγική 'Marketing' που έχει ως αποτέλεσμα την μικρή διείσδυση ακόμη και στην τοπική αγορά. Σε αυτά, προστίθεται και η επιλογή διάθεσης των προϊόντων σε πλαίσια της 'μαύρης αγοράς' που προσφέρει εύκολο, μονομερές κέρδος χωρίς όμως να υπάρχει κανένας έλεγχος και καμία πιστοποίηση της ποιότητας αυτών. Με αποτέλεσμα, η πραγματική ποιότητα και αξία ενός προϊόντος μειώνονται αισθητά και οι κοινωνικοοικονομικές ευκαιρίες που μπορεί να προσφέρει υποβαθμίζονται.

Όμως, ένα προϊόν που παράγεται και μεταποιείται στην περιοχή «του», φέρει την ιστορία του, την καταγωγή του και την ποικιλομορφία του περιβάλλοντος στο οποίο παράχθηκε. Η ποιότητα ενός προϊόντος είναι μια έννοια κοινωνικά κατασκευασμένη με διαφορετικά νοήματα και εκφάνσεις ανάλογα με τα προϊόντα, τις χώρες, τις περιοχές και τα χαρακτηριστικά του κοινωνικού πλαισίου στο οποίο αναπτύσσεται (Hbery and Kneafsay, 2000, Morris and Young, 2000, Jarvis et al, 2002, Sage, 2003). Γενικά, μπορεί να θεωρηθεί ως ο βαθμός υπεροχής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας από αντίστοιχα προϊόντα – υπηρεσίες (Sage, 2003). Υπάρχουν τρεις κατηγορίες συνήθως που αναφέρονται στην ποιότητα:

1. Η «**πραγματική**» ποιότητα του προϊόντος, η οποία εν συντομία αναφέρεται κυρίως στην ιδιαίτερη παραγωγική διαδικασία και τα υλικά του προϊόντος.
2. Την ποιότητα που προέρχεται από διάφορα συστήματα πιστοποίησης π.χ. της προέλευσης, της παραγωγικής διαδικασίας κ.α.
3. Την «**συμβολική**» ποιότητα του προϊόντος, που αναφέρεται στην ποιότητα που αποδίδεται σε ένα προϊόν εξαιτίας συγκεκριμένων πολιτισμικών, ιδεολογικών ή συμβολικών σχέσεων που αυτό δημιουργεί (Κίζοςetal., 2003).

Γενικότερα όμως, μπορούμε να πούμε ότι πολλές ευκαιρίες παρουσιάζονται συμπεριλαμβανομένης της αυξημένης ζήτησης για ποιοτικά προϊόντα του κλάδου μεταποίησης τροφίμων ή της ελαφριάς βιομηχανίας-βιοτεχνίας. Επίσης, δεν πρέπει να παραγνωρίσουμε το γεγονός ότι κάποιες ορεινές περιοχές βιώνουν σημαντικές εισροές νέων κατοίκων. Πρόκειται κυρίως για συνταξιούχους και επιχειρηματίες οι οποίοι ελκύονται από τις συνθήκες του τοπικού περιβάλλοντος, από τις προσωπικές τους επιλογές καθώς και από την προοπτική ενός υψηλότερου βιοτικού επιπέδου. Οι πληθυσμιακές αυτές μετακινήσεις πολύ συχνά μπορεί να συνεπάγονται σε επιχειρηματικά χαρίσματα, εμπειρία, κεφάλαιο και νέες γνώσεις και κατά συνέπεια νέα επενδυτικά σχέδια.

Οι απομονωμένες αυτές κοινωνίες των πιο απομακρυσμένων ακόμα και δύσβατων ορεινών περιοχών εφεύρισκαν πάντα τους τρόπους να πορεύονται και να ανταπεξέρχονται οικονομικό-κοινωνικές δυσκολίες. Στο παρελθόν υπήρξαν ως καταφύγια σε περιόδους πολέμου και σήμερα λειτουργούν ως καταφύγια επαφής με τη φύση και τα γνήσια προϊόντα αυτής. Αυτόνομες και αυτοδιαχειριζόμενες κατάφεραν να αξιοποιήσουν το περιβάλλον παρά τις δυσκολίες και τους περιορισμούς του και να παράγουν μόνοι τους τούς απαραίτητους πόρους. Αυτή η μοναδικότητα και η ιδιαίτερη δομή των κοινωνιών αυτών είναι και το εργαλείο επιβίωσης και ευημερίας τους. Εργαλείο ανάπτυξης των περιοχών αυτών είναι η μοναδικότητα των περιβαλλοντικών συνθηκών, των ανθρώπων, της κουλτούρας και ακόμη και των δυσκολιών που χαρακτηρίζουν τα τοπικά προϊόντα τα οποία αποτέλεσαν μέσο επιβίωσης και οικονομικής ευημερίας και μπορούν ακόμη να στηρίξουν τις ορεινές και απομονωμένες αυτές κοινωνίες.

Δεδομένου του ιστορικού πλαισίου των ανεπιτυχών έως σήμερα πολιτικών ανάπτυξης και αναζωογόνησης των τοπικών ορεινών κοινοτήτων και της τρέχουσας γενικευμένης οικονομικής κρίσης της χώρας, φαίνεται πως η αναγέννηση θα μπορούσε να προέλθει μόνο μέσα από μια αποφασιστική προσπάθεια των ίδιων των μελών των κοινωνιών αυτών. Η συλλογικότητα και επανασύσταση της συνοχής της κοινωνικοοικονομικής δομής των περιοχών αυτών είναι πιθανότατα η μόνη δυνατή κοιτίδα επανασυγκρότησης, ενδυνάμωσης και αναζωογόνησής τους.

## 1.2 Δίκτυα Συνεργασίας

Η συλλογικότητα και η συνοχή ήταν και είναι το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της πολιτισμικής ταυτότητας και επομένως της επιβίωσης των ορεινών κοινωνιών. Σήμερα, λόγω της ραγδαίας τεχνολογικής εξέλιξης και της στροφής της απασχόλησης στον τομέα αυτό, τη μαζική παραγωγή και τον μεγάλο ανταγωνισμό των αστικών και βιομηχανικών κέντρων οι ορεινές κοινωνίες δεν μπορούν να κρατήσουν πλέον τους νέους ανθρώπους κοντά τους, να διατηρήσουν τη συνοχή τους και να μπουν στον χάρτη της ευρύτερης ανταγωνιστικότητας.

Ο σχεδιασμός για την ολοκληρωμένη ανάπτυξη της υπαίθρου, με την έννοια της χάραξης μιας πολιτικής αξιοβίωτης ανάπτυξης που αφορά στην οικονομική μεγέθυνση σε συνδυασμό με την κοινωνική ευημερία και την προστασία του περιβάλλοντος προϋποθέτει οπωσδήποτε την ένταξη στο περιεχόμενο αυτής της έννοιας του «κοινωνικού κεφαλαίου» σαν βάση επίτευξης των επιμέρους κοινωνικοοικονομικών στόχων μιας κοινωνίας αλλά και την έννοια της «χωρικής ανταγωνιστικότητας».

Η χάραξη μιας νέας πολιτικής που θα αποσκοπεί στη δημιουργία υπερτοπικών δικτύων συνεργασίας των ορεινών και απομονωμένων περιοχών και η οποία θα βασίζεται στο «κοινωνικό κεφάλαιο» ενδεχομένως να είναι η μόνη ισχυρή αντίδραση στον παραγκωνισμό του πληθυσμού της υπαίθρου. Με τον όρο «κοινωνικό κεφάλαιο» εννοούμε το σύνολο των πλεονεκτημάτων που αποκομίζουν τα άτομα που ανήκουν σε κοινά δίκτυα ή σε ομάδες. Η σύγχρονη εκδοχή του αφορά στα ποιοτικά χαρακτηριστικά του πολιτικού κεφαλαίου και χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένες κοινωνικές αξίες και κανόνες που ενισχύουν την συναδελφική συμπεριφορά, τα δίκτυα συνεργασίας και την πολιτική δραστηριότητα (Commins and Meredith, 2002). Ο Whiteley (1998) έδωσε στο «κοινωνικό κεφάλαιο» την έννοια της «προθυμίας του μέσου πολίτη να εμπιστευτεί τους άλλους» και συμπέρανε ότι σε περιοχές όπου επικρατούν υψηλά επίπεδα κοινωνικού κεφαλαίου, ο πληθυσμός τους έχει την τάση να μιμείται ή να αποδέχεται την τεχνολογική καινοτομία και να είναι περισσότερο ρινοκίνδυνος σε σχέση με αυτόν που ζει σε κοινωνίες με χαμηλό επίπεδο κοινωνικού κεφαλαίου(Σταθοπούλου,2005).

Επιπρόσθετα, όπως υποστηρίζει η Ostrom (1990), «η συλλογική δράση είναι πιθανότερο να είναι επιτυχής όταν τα άτομα σε μια κοινότητα τηρούν τους κανόνες που έχουν δημιουργηθεί μέσα από δικές τους, εσωτερικές διαβουλεύσεις, παρά μέσω της βίας ή από εξωτερικούς εξαναγκαστικούς παράγοντες»( Σταμπουλής & Νάκου, 2011).

Το μέγεθος του κοινωνικού κεφαλαίου εξαρτάται από το μέγεθος του δικτύου διασυνδέσεων που μπορεί να κινητοποιήσει επιτυχώς, αλλά και από τον όγκο του οικονομικού, πολιτισμικού ή συμβολικού κεφαλαίου που διαθέτει ο καθένας από εκείνους που συμμετέχουν σε αυτό. Σύμφωνα με τον Bourdieu, οι κοινωνικές διασυνδέσεις που δημιουργούνται με αυτόν τον τρόπο έχουν ευεργετικά αποτελέσματα σε ουσιαστικούς τομείς της καθημερινότητας των ατόμων, αφού πολλαπλασιάζουν τις ευκαιρίες γνώσης και την πρόσβαση σε αυτήν μέσω της αλληλεπίδρασης και συναναστροφής με άτομα διάφορων ειδικοτήτων και της οικειοποίησης του πολιτισμικού τους κεφαλαίου(Παπάνης et.al,2009).

Όσον αφορά στην «χωρική ανταγωνιστικότητα», με τον όρο αυτό εννοούμε την κοινωνική, περιβαλλοντική, οικονομική ανταγωνιστικότητα μιας περιοχής στον παγκοσμιοποιημένο χώρο. Σύμφωνα με αυτήν, μια περιοχή γίνεται ανταγωνιστική αν μπορεί να διασφαλίσει συνολικά την περιβαλλοντική, οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική της βιωσιμότητα, που βασίζεται σε διαδικασίες συνεργασίας και δικτύωσης διάφορων περιοχών. Η χωρική ανταγωνιστικότητα προϋποθέτει:

- την επιδίωξη της συνολικής συνοχής με τη μεγιστοποίηση της συμβολής των ενδογενών πόρων της περιοχής
- τη συμμετοχή των τοπικών φορέων και θεσμών
- τη συνεργασία με άλλες περιοχές
- τη συμπόρευση με τις περιφέρειες (<http://www.panoreon.gr>)

Ένα δίκτυο συνεργασίας, περικλείει την ιδέα της συμμετοχής του μεγαλύτερου μέρους μιας κοινωνίας στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη αυτής. Στην πράξη, τα δίκτυα αυτά μπορούν να οργανώνονται για παράδειγμα γύρω από ένα κέντρο οικονομικής δραστηριότητας το οποίο γίνεται ο τροφοδότης νέων στόχων, κινήτρων και πρωτοβουλιών της τοπικής κοινωνίας και ουσιαστικά αποτελούν μια αφητηρία και βάση αυτοοργάνωσης των τοπικών κοινοτήτων.

Μια εκδοχή δημιουργίας ενός δικτύου συνεργασίας θα εμπειριείχε έναν αριθμό σταδίων όπου τα μέλη μιας ή/και περισσοτέρων τοπικής/ων κοινότητας/ων θα συμμετείχαν καθ' όλη τη διάρκεια καθορισμού και πραγματοποίησης των επι μέρους στόχων. Ένα τέτοιο παράδειγμα, είναι ο Βιο-συνεταιρισμός πρότυπο στην Κρήτη, «Μινωική Γη», στον οποίο μετέχουν επιστήμονες διαφόρων ειδικοτήτων και πολίτες των τοπικών κοινωνιών(<http://www.ethnos.gr/>).

Συγκεκριμένα, σε ένα αρχικό στάδιο ο τοπικός πληθυσμός έρχεται σε διαβούλευση για τον εντοπισμό των αδύνατων και δυνατών σημείων του τόπου καθώς και των αναγκών αυτού και περαιτέρω τη διερεύνηση νέων ιδεών και προοπτικών. Πιθανότατα, η προτροπή και η πρωτοβουλία γι' αυτό να προέλθει από ένα η περισσότερα άτομα που απασχολούνται στην περιοχή και ήδη έχουν μια πρόταση-ιδέα επέκτασης των δραστηριοτήτων τους και συνεργασίας με άλλους απασχολούμενους ή μη της ευρύτερης περιοχής. Έπειτα, σε δεύτερο στάδιο ένα από τα δυνατά σημεία του τόπου π.χ. η παραγωγή κάποιου τοπικού προϊόντος ή κάποια τουριστική δραστηριότητα που επιφέρει ήδη κάποια έσοδα ή εν δυνάμει θα μπορούσε να προσφέρει κοινωνικο-οικονομικά στην περιοχή γίνεται το κέντρο του δικτύου συνεργασίας. Οι ενδιαφερόμενοι τοπικοί παραγωγοί ή επιχειρηματίες οργανώνουν τις δραστηριότητές τους γύρω από μια από κοινού οικονομική συνεργασία και συζητούν με τον δήμο και τους υπόλοιπους κατοίκους για τον τρόπο με τον οποίο αυτοί θα μπορούσαν να συνδράμουν είτε εθελοντικά είτε με μια θέση εργασίας στο δίκτυο. Σε επόμενο στάδιο, το δίκτυο έχει αποκτήσει μια δομή κατά την οποία ο ζωτικός πυρήνας είναι μια τοπική οικονομική δραστηριότητα στην οποία έχουν συνενωθεί ενδιαφερόμενοι ενός κοινού τομέα παραγωγής(στην παρούσα εργασία θα παρουσιαστεί σαν συλλογική επιχείρηση η περίπτωση του συνεταιρισμού). Αρχικά, η δραστηριότητα θα προσφέρει κάποιες θέσεις εργασίας σε άτομα διαφόρων ειδικοτήτων όμως ταυτόχρονα θα προσπαθήσει να ενεργοποιήσει μέρος του πληθυσμού με κίνητρα όπως εκπαιδευτικά κουπόνια, ποσοστά ανταμοιβής κ.α.. Τα μέλη της τοπικής κοινότητας μπορούν να προτείνουν τρόπους συμμετοχής τους και συνεισφορές τους όπως την προώθηση των προϊόντων, την υποστήριξη διαφόρων εργασιών της δραστηριότητας κ.α.. Σκοπός, του δικτύου είναι να αναπτύσσεται και να εξελίσσεται κοινωνικοοικονομικά ώστε να δημιουργούνται όλο και περισσότερες θέσεις εργασίας. Έτσι, σε επόμενα στάδια η δραστηριότητα θα επεκτείνει την εμβέλειά της σε υπερτοπικό, περιφερειακό διαπεριφερειακό αλλά και εθνικό επίπεδο αφού από την αρχική κεντρική ιδέα θα έχουν δημιουργηθεί παρακλάδια καινούριων δραστηριοτήτων και κοινωνικών δράσεων.

### **1.3 Συμπεράσματα**

Σύμφωνα με τα παραπάνω, γίνεται αισθητή η γενικότερη κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική εγκατάλειψη και αποθάρρυνση των ορεινών και απομονωμένων περιοχών της χώρας ως αποτέλεσμα κυρίως της υπερσυσσώρευσης του πληθυσμού και των οικονομικών δραστηριοτήτων στα αστικά κέντρα, της αύξησης της ζήτησης για μαζική παραγωγή, των μικρών αμοιβών των αγροτών και της ελλιπούς στήριξης αυτών από το κράτος.

Το μεγαλύτερο αντίκτυπο αυτής της κατάστασης αντανάκλα την αποδυνάμωση των κινήτρων και στόχων για καλύτερη ποιότητα ζωής των ίδιων των τοπικών πληθυσμών και κυρίως την εξασθένηση της κοινωνικής συνοχής, μιας ιδιότητας που λειτουργούσε και λειτουργεί σαν βασική άμυνα στις δυσκολίες αλλά και σαν ταυτότητα των περιοχών αυτών.

Η ιστορία των ορεινών περιοχών αλλά και διάφορες κατά τόπους συνεταιριστικές προσπάθειες (Βιο-συνεταιρισμός «Μινωική Γη») ανάδειξης των τοπικών προϊόντων ποιότητας που ευδοκούν τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας αποδεικνύουν ότι με διάθεση συλλογικότητας και πίστης οι ορεινές περιοχές μπορούν να αποκτήσουν και πάλι την χαμένη τους συνοχή και παραγωγική ικανότητα.

Τα δίκτυα συνεργασίας αποτελούν μια, όπως αναπτύχθηκε παραπάνω, αλληλένδετη σχέση και συνύπαρξη των ανθρώπων και των κοινωνικοοικονομικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων αυτών σε μια κοινωνία αλλά και μεταξύ διαφορετικών κοινωνιών για την εξασφάλιση μιας ευνοϊκής ποιότητας ζωής. Με αυτόν τον τρόπο λειτούργησαν και επιβίωσαν οι κοινωνίες στον χρόνο και αυτός είναι ακόμα αδιαμφισβήτητο ο μόνος αποτελεσματικός και ουσιαστικός τρόπος για την ολοκληρωμένη ανάπτυξη των απομονωμένων γεωγραφικά περιοχών.

## **2. Μεθοδολογία**

Η μεθοδολογία που ακολουθεί αφορά στην δημιουργία μιας εκδοχής ενός δικτύου συνεργασίας στο νομό Ιωαννίνων με βάση τα τοπικά προϊόντα και τις δυνατότητες ανάδειξης αυτών.

Για τον σκοπό αυτό, επιλέχθηκε η ευρύτερη περιοχή του Ν.Ιωαννίνων, η οποία ανήκει σε μια από τις φτωχότερες ορεινές περιφέρειες της Ευρώπης, για να παρουσιαστεί η φιλοσοφία και ο τρόπος λειτουργίας των δικτύων συνεργασίας που θεωρητικά περιγράφηκαν παραπάνω.

Πρώτο βήμα της μεθοδολογίας αποτέλεσε η διερεύνηση των παραγωγικών τομέων τοπικών προϊόντων που παράγει ο νομός και ειδικότερα οι ορεινές του περιοχές, σε σχέση με την γενικότερη δυναμική τους στις τοπικές κοινωνίες και το πεδίο της αγοράς, για να καταλήξουμε στον τομέα παραγωγής τον οποίο θα χρησιμοποιήσουμε σαν επίκεντρο της δικτύωσης που θα περιγραφεί παρακάτω.

Στο δεύτερο βήμα, παρουσιάζονται τα δυνατά και αδύνατα σημεία του τομέα που επιλέχθηκε και διεξάγονται συμπεράσματα σχετικά με το ποιο από τα σημεία αυτά θα μπορούσε να αποτελέσει ένα κέντρο εκκίνησης μιας νέας αναπτυξιακής δράσης και ενός δικτύου συνεργασίας.

Κατά το τρίτο βήμα της μεθοδολογίας, αναλύεται το δυναμικό της παραγωγής του τομέα που επιλέξαμε να αναλύσουμε στην περιοχή μελέτης.

Στο τέταρτο βήμα, παρουσιάζεται προσεγγιστικά και συνοπτικά η οικονομική ανάλυση-ωφελιμότητα της οικονομικής επένδυσης στον τομέα που επιλέχθηκε στο προηγούμενο βήμα. Τέλος, στο πέμπτο βήμα, περιγράφεται και αναλύεται η ανάπτυξη της φιλοσοφίας της κοινωνικο-οικονομικής δικτύωσης και επέκτασης του τομέα-σημείου που εξετάζεται.

### **2.1 Οι παραγωγικοί τομείς του Ν. Ιωαννίνων\**

Στο Ν. Ιωαννίνων όπως και στην ευρύτερη περιοχή της Ηπείρου συναντάμε σήμερα παραδοσιακούς τομείς παραγωγής όπως την γεωργία, την κτηνοτροφία, την ξυλεία αλλά και πιο νέους όπως αυτόν της μελισσοκομίας.

Η παραγωγή των γεωργικών προϊόντων στις ορεινές περιοχές είναι περιορισμένη. Αφορά κυρίως την ιδιοκατανάλωση ενώ όσον αφορά την διάθεση απευθύνεται κυρίως στην τοπική αγορά εκτός λίγων περιπτώσεων.

Τα κτηνοτροφικά προϊόντα έχουν αυξημένη παραγωγή σε όλα τα ορεινά του νομού και η επεξεργασία τους, δηλαδή η μετάβαση τους από τον πρωτογενή στον δευτερογενή τομέα είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη. Υπάρχουν αρκετά μικρά τυροκομεία αλλά και μεγάλες βιομηχανίες όπως αυτή της «Δωδώνης» η οποία δρα εδώ και πολλά χρόνια στον μεταποιητικό τομέα με μεγάλη επιτυχία εδώ.

Όσον αφορά την ξυλεία η έρευνα μας έδειξε ότι κατά κύριο λόγο αυτή διατίθεται προς καύση και άλλες δραστηριότητες που δεν απαιτούν επεξεργασία, εκτός λίγων περιπτώσεων όπου το ξύλο χρησιμοποιείται στην ξυλοτεχνία.

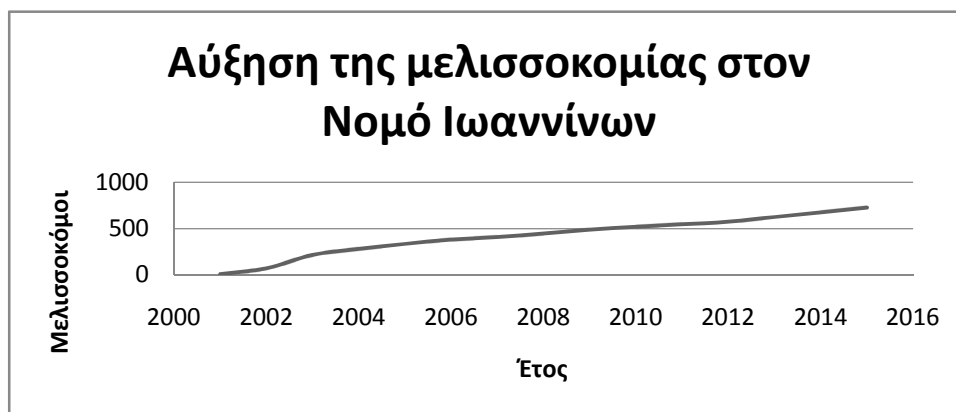
Από την άλλη πλευρά η μελισσοκομία στον νομό είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη τελευταία. Το δυναμικό παραγωγής της σε επίπεδο νομού είναι περίπου 8.000 κυψέλες, ωστόσο δεν υπάρχει η αντίστοιχη τυποποίηση. Τα τυποποιητήρια που υπάρχουν είναι λίγα και αυτά λειτουργούν ως ατομικές επιχειρήσεις. Γενικά, ένας μέσος όρος κυψελών/παραγωγό είναι γύρω στις 300 κυψέλες.

Με βάση τα αριθμητικά δεδομένα παραγωγής αλλά και το γεγονός ότι νέοι ηλικιακά άνθρωποι από διάφορες περιοχές της περιφέρειας Ηπείρου αλλά και από άλλες περιοχές της χώρας ήδη απασχολούνται ή δείχνουν αυξανόμενη πρόθεση συμμετοχής στον τομέα αυτό επιλέξαμε, στην περίπτωση μελέτης μας, τον τομέα της μελισσοκομίας ως μέσο ανάδειξης και δικτύωσης των ορεινών τοπικών κοινοτήτων του Ν. Ιωαννίνων.

## 2.2 Η Μελισσοκομία στο Ν. Ιωαννίνων- Δυνατά και Αδύνατα σημεία

Σε αυτήν την ενότητα γίνεται αναφορά στην δυναμική της μελισσοκομίας σε επίπεδο νομού. Η μελισσοκομία αποτελεί έναν ολοένα και αυξανόμενο κλάδο απασχόλησης. Τα προϊόντα της μέλισσας είναι γνωστά από αρχαιοτάτων χρόνων αλλά την παρούσα χρονική στιγμή αποτελούν και μια εισοδηματική ευκαιρία. Οι μελισσοκόμοι ασχολούνται με τον τομέα αυτό τόσο ερασιτεχνικά όσο και επαγγελματικά κάνοντας αυτήν τους την απασχόληση πηγή κύριου ή/και συνοδευτικού εισοδήματος. Ο συγκεκριμένος τομέας απασχολεί αρκετούς ανθρώπους, μικρών και μεγάλων ηλικιών, με μικρού έως μεσαίου μεγέθους εκμεταλλεύσεις εκτός λίγων εξαιρέσεων, ενώ το παραγόμενο προϊόν διατίθεται κυρίως στην τοπική αγορά. Η εμπορία των προϊόντων γίνεται κατά κύριο λόγο χέρι με χέρι, με εξαίρεση κάποιες μεσαίες ατομικές μονάδες τυποποίησης. Κατ' επέκταση, εντοπίζεται ένα κενό μεταξύ της παραγωγής, της διάθεσης και της διείσδυσης του προϊόντος στην ευρύτερη αγορά.

Ο νομός Ιωαννίνων και γενικότερα η ευρύτερη περιοχή της Ηπείρου διαθέτει πλούσιο φυσικό περιβάλλον που ευνοεί την ανάπτυξη της μελισσοκομίας η οποία γίνεται σε μόνιμη ή και σε νομαδική βάση. Μάλιστα, σύμφωνα με τα δεδομένα της η μελισσοκομία στον νομό τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει αυξητικές τάσεις όπως αυτό φαίνεται στο Διάγραμμα1.



**Διάγραμμα 1:** Αύξηση μελισσοκομίας στον Νομό Ιωαννίνων από το 2000-2015

Πηγή: τμήμα Αγροτικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Ηπείρου, ίδια επεξεργασία

**Chart 1:** Increasing of the beekeeping in prefecture of Ioannina from 2000-2015

Source: Original data from Rural Development Department of the Epirus Region,

Επίσης, ο νομός παρέχει ικανοποιητικές υποδομές και είναι συνδεδεμένος με τους κυριότερους οδικούς άξονες της χώρας, με αποτέλεσμα να μπορούν με εύκολο τρόπο τα προϊόντα που παράγονται στην περιοχή να φτάσουν σε όλη την Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Στην ευρύτερη περιοχή, ο δευτερογενής τομέας δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος, όπως αυτό αναφέρεται στον στρατηγικό σχεδιασμό της Περιφέρειας Ηπείρου 2012-2014. Παρακάτω παρουσιάζονται συγκεντρωτικά, τα δυνατά και αδύναμα σημεία της μελισσοκομίας στην Ήπειρο:

#### **A. Δυνατά σημεία της μελισσοκομίας**

1. Η πλούσια χλωρίδα της περιοχής.
2. Η δυναμική ανάπτυξη της μελισσοκομίας.
3. Το έντονο ενδιαφέρον από νέους μελισσοκόμους.

#### **B. Αδύνατα σημεία της μελισσοκομίας**

1. Η έλλειψη τυποποίησης και συσκευασίας.
2. Το ανεπαρκές δίκτυο διανομής.
3. Η έλλειψη προβολής του μελιού της περιοχής.

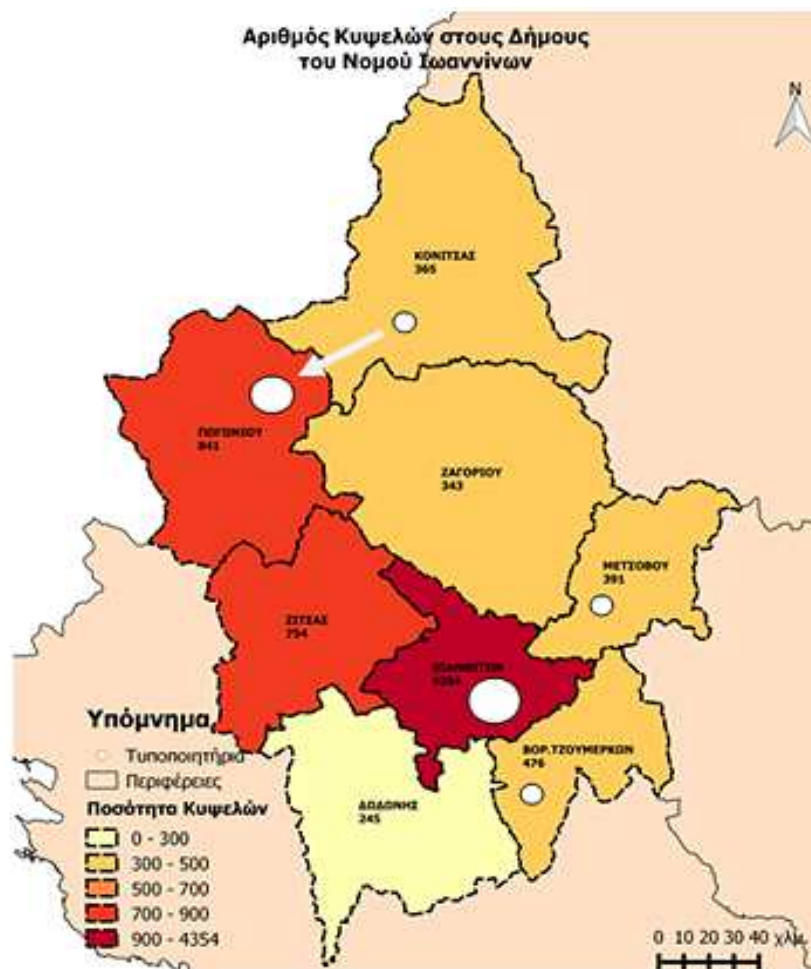
Όμως, η «Ήπειρος», στην οποία ανήκει ο νομός Ιωαννίνων, και οι ορεινοί της δήμοι έχουν αποδείξει χρόνια τώρα τη δύναμη της ταυτότητας που φέρει η παράδοση και η ποιότητα των τοπικών τους προϊόντων. Αναμφισβήτητα, μια οργανωμένη και δραστική κίνηση τόσο όσον αφορά την παραγωγή όσο και την μεταποίηση προϊόντων θα μπορούσε να αποτελέσει έναν πνεύμονα κοινωνικής και οικονομικής αναζωογόνησης των παραμελημένων αυτών περιοχών.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, προκύπτει ότι η μελισσοκομία αποτελεί έναν τομέα με αυξανόμενο ενδιαφέρον απασχόλησης με πολύ σημαντικό δεδομένο την αρκετά ικανοποιητική συμμετοχή και πρόθεσης ενασχόλησης των νέων με αυτόν. Όμως, πάσχει όσον αφορά την τυποποίηση και γενικότερα την προώθηση και διανομή των προϊόντων της. Ακολούθως, στα επόμενα βήματα θα αναλυθεί η δημιουργία ενός συνεταιριστικού τυποποιητηρίου - κέντρου δικτύου συνεργασίας με βάση την τυποποίηση μελιού στο νομό.

### **2.3 Ανάλυση αριθμητικών δεδομένων της παραγωγής μελιού στο νομό**

Από τα στοιχεία της Διεύθυνσης Αγροτικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Ηπείρου για τον νομό Ιωαννίνων, αξιοποιήθηκαν τα αριθμητικά δεδομένα που αφορούν τους δηλωμένους (νόμιμους) μελισσοκόμους οι οποίοι έχουν πραγματοποιήσει την τελευταία ανανέωση του βιβλιαρίου το 2012. Η κατανομή του αριθμού των κυψελών ανά δημοτική ενότητα του νομού φαίνονται στον χάρτη 1.





**Χάρτης 1:** Κατανομή Κυψελών στο νομό Ιωαννίνων  
**Map 1:** Distribution of Hives in Regional Unit of Ioannina (Epirus)

Από τον χάρτη διαπιστώνουμε ότι ο δήμος Πωγωνίου είναι ο δεύτερος δήμος σε δυναμική κυψελών και μαζί με την Κόνιτσα θα μπορούσαν να προσφέρουν μια αξιόλογη προς τυποποίηση ποσότητα προϊόντος. Επιπρόσθετα, ο Δήμος Πωγωνίου έχει καλή οδική σύνδεση με την πόλη των Ιωαννίνων καθώς και με μεγάλους οδικούς άξονες που συνδέουν την Ήπειρο με άλλες περιοχές. Έτσι, ο Δήμος Πωγωνίου, Κόνιτσα θα μπορούσαν να αποτελέσουν στην περίπτωση μας το κέντρο τοπικής και υπερτοπικής δικτύωσης του νομού Ιωαννίνων με έδρα την Περιοχή του Πωγωνίου.

Η προοπτική ενός ποιοτικού, ιδιαίτερων γευστικών χαρακτηριστικών προϊόντος το οποίο θα τυποποιείται και θα σφραγίζει την πραγματική αξία αυτού θα αποτελέσει την κινητήρια δύναμη συνεργασίας μεταξύ των μεμονωμένων παραγωγών των περιοχών αυτών. Συγκεκριμένα, η προτεινόμενη συνεργασία μπορεί να λειτουργήσει υπό το καθεστώς ενός συνεταιρισμού με τυποποιητική δραστηριότητα δυναμικής 1.283(κατά προσέγγιση)κυψελών.

Στόχος των κέντρων αυτών θα είναι η συνένωση των μελισσοκόμων που θα τυποποιούν και θα πουλάνε ένα τυποποιημένο, επώνυμο και ποιοτικό πλέον προϊόν με αυξημένη προστιθέμενη αξία και επομένως μεγαλύτερες απολαβές. Όμως πέρα από κέντρα τυποποίησης οι επιχειρήσεις αυτές θα αποτελέσουν ταυτόχρονα κέντρα εκδηλώσεων, σεμιναρίων, προώθησης και συζητήσεων με τους κατοίκους των περιοχών αυτών και όχι μόνο, γύρω από θέματα εκπαίδευσης στη μελισσοκομία, εξέλιξης της δραστηριότητας αλλά

και άλλων θεμάτων που κατ' επέκταση μπορεί να ενδιαφέρουν τον τοπικό πληθυσμό. Τα κέντρα θα λειτουργούν πολύπλευρα και πολύ επίπεδα με επίκεντρο την συνολική ανάδειξη και ανάπτυξη του τόπου. Με την δημιουργία κινήτρων όπως η παραχώρηση ποσοστών επί των πωλήσεων, η δημιουργική συνεισφορά, τα εκπτώτικα κουπόνια αλλά και η προοπτική θέσεων εργασίας σε επόμενα στάδια το κέντρο συνεργασίας θα έχει σκοπό να συμπεριλάβει και να ενεργοποιήσει τον τοπικό πληθυσμό.

## 2.4 Οικονομική ανάλυση συνεταιριστικού τυποποιητηρίου-συσκευαστηρίου μελιού

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται μια προσέγγιση του κόστους επένδυσης για τη δημιουργία ενός συνεταιριστικού τυποποιητηρίου και λειτουργίας αυτού στην περιοχή του Δ. Πωγωνίου καθώς και η σύγκριση των κερδών για έναν παραγωγό πριν και μετά τη συμμετοχή του στον συνεταιρισμό.

Κατά την προσέγγιση αναλύθηκε (Παράρτημα 1, Πίνακας 1) το κόστος επένδυσης εξοπλισμού, εξόδων προσωπικού και καταναλώσεων για έναν συνεταιρισμό-τυποποιητήριο 16 παραγωγών και δυναμικότητας επεξεργασίας 7.700 κιλών/έτος. Για τον υπολογισμό του αριθμού των κυψελών και ακολούθως της παραγόμενης ποσότητας μελιού λάβαμε υπόψη μας μια αρχική συμμετοχή παραγωγών σε ποσοστό 60% από τον αρχικό υπολογισμό των δήμων Κόνιτσας και Πωγωνίου όπως έχει περιγραφεί προηγουμένως. Όσον αφορά την παραγωγή υπολογίστηκε ως προϊόν μόνο το μέλι και στην περίπτωση μας χρησιμοποιήθηκε κατά προσέγγιση η ποσότητα των δέκα κιλών/κυψέλη.

Το γενικό σύνολο επένδυσης (Παράρτημα 1, Πίνακας 1) είναι 30.663 € που αφορά το σύνολο των 16 παραγωγών κάτι που σημαίνει ότι για κάθε παραγωγό η ίδρυση και λειτουργία του συσκευαστηρίου κατά το πρώτο έτος θα κοστίσει 1.916 €.

Στον Πίνακα 2 παρουσιάζονται κατά προσέγγιση τα έσοδα των 16 παραγωγών μετά την πώληση των 7.700 κιλών του τυποποιημένου προϊόντος πριν και μετά την ίδρυση του τυποποιητηρίου.

ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟΥ ΜΕΛΙΟΥ		
ΠΡΙΝ	ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ	
	Παραγωγή (κιλά)	7.700
	Έσοδα παραγωγού από πώληση μελιού(τιμή κιλού 5€)	38.500
ΜΕΤΑ	ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ	
	Παραγωγή (κιλά)	7.700
	Έσοδα μελιού(τιμή κιλού 8€)	61.600
	*Αποθεματικό	3.080
	Έσοδα παραγωγού από πώληση μελιού(τιμή κιλού 8€)	58.520
	<b>Διαφορά</b>	<b>20.020</b>

**Πίνακας 2:** Σύγκριση εσόδων πριν και μετά τον συνεταιρισμό  
**Table 2:** Comparison of the income before and after the cooperative

Ο παραγωγός σήμερα συνηθίζει να πουλάει χύμα ή να συσκευάζει-τυποποιεί με ένα μικρό κόστος τυποποίησης την παράγωγή του σε τιμή που συνήθως κυμαίνεται γύρω στα 5€/κιλό. Με τη δημιουργία μιας σύγχρονης μονάδας τυποποίησης ο παραγωγός μπορεί να

συσκευάζει προσεγμένα και επώνυμα προϊόντα που θα πωλούνται σε υψηλότερες τιμές. Ενδεικτικά, σαν τιμή λιανικής του τυποποιημένου μελιού παίρνουμε εδώ τα 8 €/κιλό. Όπως φαίνεται στον πίνακα 2, οι παραγωγοί, συνολικά, θα μπορούν να αυξήσουν τα κέρδη τους από την πώληση του τυποποιημένου μελιού έως και 58.520€, δηλαδή, έως και 1250 € έκαστος, που σημαίνει αύξηση των κερδών του έως και 50%. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι μέσα σε έναν χρόνο ο εκάστοτε παραγωγός θα μπορούσε να καλύψει το μεγαλύτερο μέρος της επένδυσης και του κόστους λειτουργίας του τυποποιητηρίου.

## **2.5 Η πολιτική λειτουργίας του τυποποιητηρίου-κέντρου δικτύωσης**

Η λειτουργία του συνεταιρισμού που προτείνεται θα έχει πολύπλευρη δράση και πέρα από την οικονομική του ευημερία στόχος θα είναι η δημιουργία κινήτρων και προοπτικών στο σύνολο της τοπικής κοινωνίας. Απαραίτητη προϋπόθεση, είναι η αλληλένδετη συνύπαρξη του κέντρου τυποποίησης με το κοινωνικό σύνολο και γι' αυτό ένας άμεσος στόχος είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας ανεξάρτητα από την κύρια λειτουργία αυτού, δηλαδή, την τυποποίηση. Έτσι, δημιουργώντας μια οικονομική κοινότητα, όπως περιγράφεται στην περίπτωση μας η ίδρυση του συνεταιρισμού-τυποποιητηρίου, αναγκαία για τη δημιουργία περαιτέρω στόχων και κινήτρων στις τοπικές κοινωνίες, ταυτόχρονα και καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας του θα πρέπει να δοθεί βάρος στην ενθάρρυνση της κοινωνικής συμμετοχής.

Η πολιτική που περιγράφεται ακολουθεί συγκεκριμένους στόχους που σκοπό έχουν σταδιακά να εξελίξουν την τοπική κοινωνικοοικονομική πραγματικότητα σε ένα ευνοϊκό και αξιόβιο περιβάλλον.

### **Στάδιο I: Δίκτυο Συνεργασίας σε τοπικό επίπεδο**

Στο πρώτο στάδιο, κατά τη διαδικασία ίδρυσης και στη συνέχεια λειτουργίας του τυποποιητηρίου, πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η επικοινωνία με τους πολίτες και η ενημέρωση αυτών, τόσο από τους παραγωγούς όσο και από τον δήμο, σχετικά με τους στόχους του τυποποιητηρίου-κέντρου δικτύωσης και ιδίως όσον αφορά το όφελος αυτού στην τοπική κοινωνία.

Οι παραγωγοί θέτουν τις αρχές λειτουργίας του τυποποιητηρίου-κέντρου δικτύωσης υπό κοινό σκοπό ο οποίος είναι η τυποποίηση και πώληση ενός ποιοτικού τοπικού προϊόντος που αυτή τη φορά θα έχει ταυτότητα και όραμα. Έτσι, ένα κομβικό σημείο της πολιτικής των δικτύων συνεργασίας στο οποίο θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή είναι το περιεχόμενο της έννοιας της **ποιότητας**.

Η ποιότητα του προϊόντος είναι πλέον συγκερασμός της κοινωνικής ταυτότητας και ιδιαιτερότητας της περιοχής, των ξεχωριστών γευστικών χαρακτηριστικών αυτής και της συμβολής των μελών της κοινωνίας στην ανάδειξή του.

Ένα επόμενο σημαντικό σημείο της πολιτικής είναι η **προώθηση** και η ενθάρρυνση τόσο του προϊόντος όσο και των αξιών και παραδόσεων που το συνοδεύουν. Ταυτόχρονα με τις βασικές δραστηριότητες του συνεταιρισμού ο τελευταίος θα έρχεται σε συνεχή βάση σε επαφή με τις τοπικές επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα με ξενοδοχεία και χώρους εστίασης στις οποίες θα προσπαθεί να προωθήσει τόσο το προϊόν όσο και την σημασία της συνεργασίας μεταξύ των τοπικών παραγωγών και επιχειρηματιών. Οι ξενώνες και τα ξενοδοχεία αποτελούν αναμφισβήτητα ένα πλεονεκτικό σημείο γνωριμίας μεγάλου αριθμού επισκεπτών με το προϊόν.

Ακόμα, ο χώρος του συνεταιρισμού ταυτόχρονα με την τυποποιητική του δραστηριότητα θα έχει και την ιδιότητα ενός **χώρου συγκέντρωσης** εκδηλώσεων, πρωτοβουλιών, σεμιναρίων και ανταλλαγής ιδεών ενώ ταυτόχρονα θα μπορεί να πουλά το προϊόν του. Ο τοπικός πληθυσμός άλλα και άτομα από άλλες κοινότητες όμορων δήμων, επισκέπτες της ευρύτερης περιοχής, ενδιαφερόμενοι διαφόρων ειδικοτήτων θα μπορούν να

έρχονται σε επαφή με τις διαδικασίες παρασκευής και τυποποίησης του προϊόντος, να συζητούν και να προτείνουν ενδεχομένως με τη σειρά τους νέους στόχους για το δίκτυο. Ταυτόχρονα, ο συνεταιρισμός θα παρέχει δωρεάν ενημέρωση για την λειτουργία και παραγωγή του σε εν δυνάμει τοπικούς μελισσοκόμους, με στόχο την επέκτασή των δραστηριοτήτων του και την αύξηση της δυναμικής του, αλλά και στα σχολεία της τοπικής κοινωνίας. Οι επισκέψεις του συνεταιρισμού σε σχολεία αλλά και το αντίστροφο θα ενθαρρύνουν την αποδοχή του από τις μικρότερες έως και τις μεγαλύτερες ηλικίες ( παιδιά-γονείς).

Ο ρόλος του δήμου σαν φορέας υποστήριξης είναι καθοριστικός τόσο πριν όσο και μετά την ίδρυση του συνεταιρισμού γιατί θα πρέπει να δημιουργήσει και να διατηρήσει ένα εύφορο έδαφος όσον αφορά την ενημέρωση των πολιτών και την εναρμόνιση της τοπικής κοινωνίας με τις δράσεις του δικτύου. Όμως, εξίσου αναγκαία είναι και η υποστήριξη των παραγωγών από τον δήμο κάνοντάς τους κάποια παραχώρηση χώρου, ενεργώντας για την προώθηση της δραστηριότητάς τους κ.α..

Οι ίδιοι οι παραγωγοί καλούν τους πολίτες να συμμετάσχουν με δικές τους προτάσεις και ιδέες όπως για παράδειγμα τη διαμόρφωση της ετικέτας συσκευασίας, τον τρόπο και τους στόχους προώθησης του προϊόντος κ.α..

Σε αυτό το στάδιο, ο συνεταιρισμός θα πρέπει να απασχολεί τουλάχιστον ένα άτομο από τους πολίτες του δήμου, για παράδειγμα στη θέση προώθησης του προϊόντος, για να υπάρχει έτσι μια πρώτη άμεση σχέση του κέντρου δικτύωσης με την κοινωνία.

Βέβαια, τονίζεται ότι η πρόθεση εθελοντισμού παίζει σημαντικό ρόλο ιδιαίτερα κατά το πρώτο αυτό στάδιο και μέχρι τουλάχιστον την οικονομική σταθεροποίηση του κέντρου δικτύωσης. Έτσι, οι παραγωγοί θα πρέπει ήδη πριν την ίδρυσή του να εναρμονίσουν τον τοπικό πληθυσμό με την ιδέα του κέντρου δικτύωσης και να τον ενεργοποιήσουν μέσω συζητήσεων εισάγοντάς τον στις διαδικασίες που πρόκειται να γίνουν και εμπνέοντάς τον με τα κίνητρα και τα πλεονεκτήματα της δράσης του συνεταιρισμού-τυποποιητηρίου για τον τόπο.

## **Στάδιο II: Δίκτυο Συνεργασίας σε Υπερτοπικό επίπεδο**

Κατά το δεύτερο στάδιο, το κέντρο τυποποίησης υπολογίζεται να έχει μια ικανοποιητική εικόνα από τις πωλήσεις των τυποποιημένων πλέον προϊόντων της και να έχει στο δυναμικό του άτομα είτε εργαζόμενα σε αυτόν είτε υπό οποιαδήποτε άλλη μορφή συνεργασίας, σε όλο το εύρος των δύο δήμων, που θα επεκτείνουν την εμβέλεια του προϊόντος τόσο μέσα στους ίδιους τους δήμους Πωγωνίου και Κόνιτσας όσο και στους υπόλοιπους δήμους του νομού.



**Εικόνα 1:** Διαδικασία τυποποίησης σε συνεταιρισμό μελιού  
**Photo 1 :** Standardization process in honey cooperative

Όσον αφορά τους συνεργαζόμενους δήμους, της Κόνιτσας και του Πωγωνίου, ο ρόλος τους πρέπει να είναι δυναμικός και όσο το δυνατόν ενισχυτικός. Για παράδειγμα, η χρηματοδότηση για την δημιουργία της διαδικτυακής σελίδας πώλησης και προώθησης των προϊόντων του τυποποιητηρίου όπως και η προβολή των δραστηριοτήτων του με όποιον δυνατό τρόπο είναι από τα σημαντικότερα «καθήκοντα» των δήμων σε αυτό το στάδιο.

Ο χώρος του συνεταιρισμού πλέον αποτελεί ένα κομβικό σημείο συνάντησης και στοχοθεσίας για παραγωγούς μελιού και νέων ενδιαφερόμενων διαφορετικών προϊόντων ή υπηρεσιών και από άλλες περιοχές του νομού. Επιπρόσθετα, θα τηρείται πρόγραμμα υπερτοπικών εκδηλώσεων και εκθέσεων τόσο επιτόπιων- στον χώρο του τυποποιητηρίου ή σε άλλο χώρο του δήμου- όσο και σε άλλους δήμους του νομού.

### **Στάδιο III: Δίκτυο Συνεργασίας –Επέκταση δικτύωσης**

Σε αυτό το στάδιο, το κέντρο δικτύωσης έχει αποκτήσει τις κατάλληλες βάσεις για περαιτέρω εξέλιξη και προώθηση σε μεγαλύτερη χωρική εμβέλεια. Οι παραγόμενες ποσότητες καθώς και το προσωπικό αυξάνονται και πλέον ο συνεταιρισμός εκτός των εργαζόμενων σε τοπικό επίπεδο διαθέτει «κινητούς» πωλητές οι οποίοι επισκέπτονται και προωθούν τα προϊόντα σε επίπεδο περιφέρειας αλλά και πέρα(εθνικό επίπεδο) από αυτό.

Με την εμπορική δραστηριότητα που διαθέτει μπορεί να εμπορευέται τα προϊόντα του και μέσω της ιστοσελίδας που θα διαθέτει, κερδίζοντας άμεσα ο ίδιος, παρουσιάζοντας τα και δίνοντας τις απαραίτητες πληροφορίες. Με αυτόν τον τρόπο κάποιος επισκέπτης της περιοχής που γνώρισε, σε προηγούμενα στάδια, το προϊόν κατά την παραμονή του σε αυτή, θα μπορεί πλέον να το αγοράσει με εύκολο τρόπο ακόμα και αν δεν υπάρχουν σημεία διάθεσης στην περιοχή του.

Πολύ σημαντικό κομμάτι στην εξωστρέφεια του συνεταιρισμού είναι η συμμετοχή του σε εκθέσεις προϊόντων. Σε κάτι τέτοιο η καλή συνεργασία και η υποστήριξη από τους δύο δήμους καθώς και από την Περιφέρεια Ηπείρου είναι καθοριστική. Μέσω των εκθέσεων τα προϊόντα τους μπορούν να ξεπεράσουν όχι μόνο τα σύνορα της περιφέρειας αλλά και της Ελλάδος.

Η συνεργασία με άλλους παραγωγούς διαφορετικών προϊόντων μπορεί σε αυτό το στάδιο να πραγματοποιηθεί με σκοπό μάλιστα την εισαγωγή κάποιας καινοτομίας στο παραγόμενο προϊόν-μέλι.

Για παράδειγμα, μια περίπτωση αφορά συνεργασία με τους παραγωγούς αρωματικών φυτών (λεβάντας, δυόσμου, φασκόμηλου κ.λπ.). Υπάρχει μια τάση στο εξωτερικό που αφορά το αρωματικό μέλι. Ουσιαστικά πρόκειται για μια συνδυασμό του μελιού με αρωματικά φυτά ή εσπεριδοειδή. Σε αυτή την διαδικασία πραγματοποιείται τοποθέτηση φρέσκων αρωματικών φυτών ή αποξηραμένων, για περισσότερη γεύση, ή κομμάτια των εσπεριδοειδών φρούτων σε δοχεία μελιού. Τα αρωματικά φυτά μπορεί να είναι λεβάντα, δενδρολίβανο, χαμομήλι, τσάι του βουνού κ.λπ. ενώ τα εσπεριδοειδή μπορούν να είναι λεμόνι, πορτοκάλι κ.α.

Βάσει των στοιχείων του ΟΠΕΚΕΠΕ, στον νομό Ιωαννίνων αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της Ηπείρου υπάρχει μια τάση αύξησης της παραγωγής των αρωματικών φυτών και μια σταθερή παραγωγή των εσπεριδοειδών. Τα νούμερα όσων αφορά τα αρωματικά φυτά είναι ακόμη μικρά αλλά όχι αποθαρρυντικά. Για παράδειγμα, από την ανάλυση των στοιχείων προέκυψε ότι στον Δήμο Ζίτσας υπάρχουν καλλιέργειες αρωματικών φυτών (περίπου 5 στρέμματα) που αποτελούν ένα εύφορο υπόβαθρο για την παραγωγή τέτοιων προϊόντων. Ο συνεταιρισμός σε αυτό το στάδιο θα έχει τη δυνατότητα να συνεργάζεται και να αγοράζει αρωματικά φυτά και να τα μεταποιήσει συνδυασμό με το μέλι.

Ακόμα, σε αυτό το στάδιο, άλλου είδους επαγγελματίες από διάφορες ορεινές κοινότητες όπως τεχνίτες και κατασκευαστές παραδοσιακών χειροτεχνιών για παράδειγμα ξυλοτεχνίτες - ξυλογλύπτες, μπορούν να συμμετέχουν στο δίκτυο με τι δικές τους

δημιουργίες. Με αυτόν τον τρόπο θα ενισχυθούν οικονομικά και άλλοι τομείς της τοπικής οικονομίας ενώ ταυτόχρονα τα η δουλειά τους θα προβληθεί εκτός τοπικών ορίων. Στην εικόνα που ακολουθεί παρακάτω φαίνονται κάποια τέτοια επιτυχημένα παραδείγματα.



**Εικόνα 2:** a. Μέλι με αρωματικά φυτά & εσπεριδοειδή b,c.Συσκευασίες μελιού  
**Photo 2:** a. Herb infused honey b,c. honey packaging

Τα παραπάνω παραδείγματα, αποτελούν ένα δείγμα μόνο των συνεργασιών διαφορετικών ομάδων ανθρώπων του δικτύου που θα αλληλεπιδρούν σε αυτό το στάδιο. Με αυτούς τους τρόπους ο συνεταιρισμός συνεργάζεται με τους παραγωγούς ή και μεταποιητές άλλων προϊόντων, ενώ παράλληλα δίνει στην αγορά ένα νέο καινοτόμο προϊόν που μπορεί να αποτελέσει και το σημείο διαφοροποίησης του σε σχέση με του άλλους συνεταιρισμούς και εμπόρους.

## 2.5 Συμπεράσματα

Στην παρούσα εργασία, προσπαθήσαμε να προσεγγίσουμε την ιδέα δόμησης και λειτουργίας δικτύων συνεργασίας στις ορεινές τοπικές κοινωνίες. Για να μπορέσουμε να αξιολογήσουμε και πρακτικά τη δυνατότητα δημιουργίας νέων βάσεων ανάπτυξης στηριγμένων στην έννοια του «κοινωνικού κεφαλαίου» εξετάσαμε την περίπτωση μιας νέας τοπικής οικονομικής επένδυσης σε έναν παραγωγικό τομέα της ευρύτερης περιοχής του Ν. Ιωαννίνων.

Η οικονομική ανάλυση του κόστους επένδυσης για ένα συνεταιριστικό τυποποιητήριο μελιού καταδεικνύει πως υπάρχουν μικρές αναζωογονητικές κινήσεις για τους κατά τόπους παραγωγούς οι οποίοι με ένα μικρό σχετικά επενδυτικό κεφάλαιο μπορούν να επιφέρουν κοινωνικό και οικονομικό όφελος για τους ίδιους αλλά και την κοινωνία.

Το τυποποιητήριο-κέντρο δικτύωσης θα αποτελέσει ένα κομμάτι της παραγωγικής διαδικασίας και διάθεσης που έλλειπε πριν ενώ με την εξέλιξη και σταθεροποίηση της λειτουργίας του θα επιφέρει κατ' ελάχιστο τα διπλάσια κέρδη στον παραγωγό. Ταυτόχρονα, το κοινωνικό σύνολο μπορεί να επωφεληθεί κερδίζοντας μια θέση εργασίας στο τυποποιητήριο, λαμβάνοντας εμπειρία και ιδέες και συμμετέχοντας στις διάφορες δραστηριότητες που θα συμβαίνουν στον τόπο του και θα εξελίσσουν την καθημερινότητά του.

Βεβαίως, ο προβληματισμός γύρω από το πόσο εύκολο ή δύσκολο είναι να δημιουργηθούν τέτοιου είδους συνεργασίες σε έναν τόπο τον οποίο οι νέοι εγκαταλείπουν όλο και περισσότερο και αυτοί που μένουν πίσω δεν έχουν γνωρίσει τίποτα άλλο παρά την απομόνωση, τον περιορισμό επιβίωσης σε συγκεκριμένες συνθήκες και στενά όρια κοινωνικοοικονομικών και περιβαλλοντικών δυνατοτήτων, είναι έντονος. Όμως, αναμφισβήτητα δεν υπάρχει ερώτημα γύρω από το αν οι κοινωνίες αυτές αποζητούν και θέλουν να έχουν καλύτερες συνθήκες καθημερινότητας και αν θα έκαναν ότι είναι δυνατόν για να τις αλλάξουν.

Αυτό που λείπει από τις κοινωνίες των ορεινών και απομονωμένων περιοχών είναι τα κίνητρα, η παρουσία άλλων ανθρώπων που θα έχουν την πρόθεση να εισαγάγουν καινούριες ιδέες σε αυτές και να προσφέρουν ένα νέο κοινωνικοοικονομικό ρόλο στους ανθρώπους τους αλλά και το πρακτικό αντίκρισμα των προσπαθειών τους.

### **Βιβλιογραφία**

- Γιαννάκης Η., «Η Συμβολή της Πολυλειτουργικής Γεωργίας στην Ανάπτυξη των Ορεινών Περιοχών», 6ο Διεπιστημονικό Διαπανεπιστημιακό συνέδριο του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου και του ΜΕ.Κ.Δ.Ε. του Ε.Μ.Π., Μέτσοβο, 2010.
- Δρακωνάκης Α. Ν., «Πρωτογενής Παραγωγή και Τοπική Ανάπτυξη», Αναπτυξιακό Συνέδριο Αμάνης, Βολισσός, 2009.
- Κίζος Θ., Βακουφάρης Χ., Κουλούρη Μ., Σπιλάνης Γ., Τοπικά Προϊόντα, και Βιώσιμη Τοπική Ανάπτυξη σε Λιγότερο Ευνοημένες Περιοχές: Τοπικά Προϊόντα Ιδιοτυπίας στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου, « Στρατηγικές Ανάπτυξης σε Λιγότερο Ευνοημένες Περιοχές», Εκδόσεις Τυπωθήτω, Αθήνα, 2003
- Παπάνης Ε., Ρουμελιώτου Μ. και Γιαβρίμης Π. «Κοινωνικό Κεφάλαιο και Κοινωνικά Δίκτυα», Θέματα Κοινωνιολογίας της Εκπαίδευσης, Εκδ. Σιδέρη, 2009
- Σταθοπούλου Σ., «Επιχειρηματικότητα σε ορεινές περιοχές της νότιας Ευρώπης», Διδακτορική Διατριβή Τμήμα οικονομικών επιστήμων, Παν. Πάτρας, 2005
- Σταμπουλής Γ. & Νάκου Π., «Η ανάπτυξη των συνεταιρισμών ως χωρικά ενσωματωμένη επιχειρηματική καινοτομία: Σο παράδειγμα του Mondragon Cooperative Corporation (MCC)», 9ο Εθνικό Συνέδριο Ελληνικής Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης (ERSA-GR), Αθήνα, 2011
- Bourdieu, P., «Πρακτικοί λόγοι για τη θεωρία της δράσης» (Μτφρ. Ρ. Τουτουντζή). Αθήνα, 2000
- Bourdieu, P., «Η αίσθηση της Πρακτικής», Αθήνα: Αλεξάνδρεια, 2006
- Commins, P. and Meredith, D., "Social Capital", Conceptual Paper 5, 2002
- Ilbery, B., and Kneafsey, M.R, 'Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England'. Journal of Rural Studies τ.16(2), 2000
- Jarvis, D., Dunham, P.J., and Ilbery, B., 'Rural industrialization, 'quality' and service: some findings from South Warwickshire and North Devon', Area τ.34 (1), 2002
- Morris C. and Young C., "Seed to Shelf, Teat to Table, Barley to Beer and Womb to Tomb: Discourses of Food Quality and Quality Assurance Schemes in the UK", Journal of Rural Studies 16(1), 2000
- North, D. and Smallbone, D., "The Innovativeness and Growth of Rural SMEs during the 1990s", Regional Studies τ.34, 2000
- Ostrom, E., "Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action", Cambridge: Cambridge University Press, 1990
- Sage, C., " Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks in southwest Ireland", Journal of Rural Studies τ.19, 2003
- Whiteley, "Economic Growth and Social Capital", ECPR-News 9(3), 1998.

### **Ιστόσελίδες**

- Μανόλης Κοκολακης «Εναλλακτικές καλλιέργειες - απάντηση στην κρίση, Βιο-συνεταιρισμός πρότυπο στην Κρήτη», <[http://www.ethnos.gr/koinonia/arthro/bio\\_synetairismos\\_protupo\\_stin\\_kriti-64310576/](http://www.ethnos.gr/koinonia/arthro/bio_synetairismos_protupo_stin_kriti-64310576/)>, 2015, τελευταία επίσκεψη: 01/06/2016

«Θέσεις για τον σχεδιασμό της Ανάπτυξης στις ορεινές περιοχές»,  
<http://www.panoreon.gr/static/growth1.html>, 2015, τελευταία επίσκεψη: 28/05/2016

Τα δεδομένα παραγωγής μελιού για το νομό Ιωαννίνων που επεξεργαστήκαμε τα λάβαμε από το Τμήμα Αγροτικής Ανάπτυξης-Περιφέρεια Ηπείρου

## **Cooperation network project of hyper local mountainous centers for the promotion and development of the mountain of Greece Case study municipalities of Konitsa and Pogoni**

**Ath. Mavrogiorgou**, Materials Science and Engineering, University of Ioannina  
**Afr. Bardossa**, Geologist, University of Athens

### **Abstract**

This paper refers to the current socioeconomic reality of the mountainous and geographically remote areas and the strengths and weaknesses of the local communities, regarding their production capacities in the local, regional and national level. Which are the points that an isolated society really suffers? Is there a practical alternative way and if so, what is it?

At first, the philosophy of creating a base is expressed for the formulation of a new economic, social, cultural and political operation of the mountainous areas which is called "cooperation networks" attempting to restart the development and revitalization of geographically isolated regions. Afterwards, it is done an approximation in the implementation of "cooperation networks" using as a starting point an economic activity that it is created to cover the needs of the productive sector in a society. In our case, we present the example of beekeeping and honey standardization in the Regional Unit of Ioannina (Epirus).

In fact, this approach is about to create and operate a "cooperation network" which is centered on the production and standardization of honey and by extension on the different, various but interrelated activities which may emerge from this.

In conclusion, not only do we comment on the benefits of the idea of "cooperation networks" as a base of political function in a society but it is also done in action the comment on the degree of feasibility of the implementation in such a concept.



## Παράρτημα 1

Πίνακας 1: Εξόδα Τυποποιητηρίου

Τυποποιητήριο-Κέντρο Δικτύωσης (Δ. Πωγωνίου)	Τεμάχια	Κόστος/έτος
<b>Εξοπλισμός Συσκευαστηρίου</b>		
1. Θερμοθάλαμος 8 δοχείων	1	1000
2. Μία δοσομετρική συσκευή – αντλία	1	3500
3. Περιστρεφόμενο τραπέζι δοσομετρικής	1	3200
4. Αντλία μελιού	1	1600
5. Ένα φίλτρο μελιού τελικού σταδίου	1	670
6. Δοχεία 70 Kg, 100kg INOX	1	203
7. Ημιαυτόματη ετικετέζα	1	3000
8. Σύνδεσμοι σωληνώσεις (σετ)	1	500
<b>Σύνολο</b>	<b>8</b>	<b>13673</b>
<b>Επιπλέον έξοδα</b>		
1. Άδεια εγκατάστασης	1	2500
2. Άδεια λειτουργίας	1	
3. Πιστοποίηση ISO	1	
<b>Σύνολο</b>	<b>3</b>	<b>2500</b>
<b>Σύνολο επένδυσης</b>		<b>16173</b>
Έξοδα Ενοικίασης Δημ. Χώρου	1	*2400
<b>Σύνολο</b>	<b>1</b>	<b>2400</b>
<b>Πρώτες ύλες</b>		
1. Δοχεία	8000	1600
2. Γάντια, είδη ανάγκης	20	150
3. Ετικέτες	8500	467.5
<b>Σύνολο</b>	<b>16520</b>	<b>2217.5</b>
<b>Έξοδα Υπαλλήλου</b>		
Πωλητής-Υπεύθυνος Μάρκετινγκ	1	6000
<b>Σύνολο</b>	<b>1</b>	<b>6000</b>
<b>Καταναλώσεις</b>		
1. Ηλ. Ρεύμα για Μηχανήματα-φωτισμό	~ 6,3kw/ώρα	**2144
2. Καύσιμα	3600 χλμ	***1728
<b>Σύνολο</b>		<b>3872</b>
<b>Γενικό Σύνολο</b>		<b>30662.5</b>

\* ενοικίαση δημοτικού χώρου 200/μήνα

\*\*για το κόστος του ηλ. ρεύματος υπολογίσαμε την κατανάλωση των μηχανημάτων και των μέσων φωτισμού για περίπου 6 ώρες λειτουργίας/ημέρα

\*\*\* για την κατανάλωση καυσίμου υπολογίσαμε 5 διαδρομές x 60χλμx5φορές/μήνα για μεταφορά προϊόντος, σαν μέση κατανάλωση οχήματος και κόστους καυσίμου ~ 0.4lt/χλμ και 1.2€/ltαντίστοιχα