

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ
ΕΛΛΑΔΑΣ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Αγροτουρισμός, Τάσεις και Προοπτικές. Μελέτη Περίπτωσης

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ

Κίτου Στέλλα & Ποναμορένκο Κριστίνα

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Αναστάσιος Παναγόπουλος

ΑΡΙΘΜΟΙ ΜΗΤΡΩΟΥ

ΠΑΤΡΑ-2018

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Σελίδα

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	2
ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	4
ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	4
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	5
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	6
SUMMARY.....	7
ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	8
1.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	10
1.1 Εισαγωγή.....	10
1.2 Ορισμοί του τουρισμού.....	10
1.3 Επίδραση στην οικονομία.....	12
1.3.1 Η συνεισφορά του τουρισμού.....	12
1.3.2 Συνεισφορά στο ΑΕΠ.....	14
1.3.2.1 Σε παγκόσμιο επίπεδο.....	14
1.3.2.2 Στην Ελλάδα.....	16
1.3.3 Επιμερισμός της οικονομικής συνεισφοράς.....	18
1.3.3.1 Παρουσίαση των ειδών της οικονομίας τουρισμού.....	18
1.3.3.2 Σε παγκόσμιο επίπεδο.....	19
1.3.3.3 Στην Ελλάδα.....	21
1.3.4 Συνεισφορά στην απασχόληση.....	23
1.3.4.1 Εισαγωγή.....	23
1.3.4.2 Συνεισφορά σε παγκόσμιο επίπεδο.....	23
1.3.4.3 Συνεισφορά στην οικονομία της Ελλάδας.....	25
1.4 Τα κανάλια διανομής.....	27
1.4.1 Εισαγωγή.....	27
1.4.2 Ορισμοί καναλιών διανομής.....	28
1.4.3 Πλεονεκτήματα και λειτουργίες των καναλιών διανομής.....	30
2.ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	33
2.1 Ορισμός του αγροτουρισμού.....	33
2.2 Εννοιολογική ανάλυση και είδη του τουρισμού.....	36
2.2.1 Τα διαφορετικά είδη αγροτουρισμού.....	36
2.2.2 Συμπεράσματα.....	40

2.3 Γεωγραφική προσέγγιση του αγροτουρισμού.....	41
2.4 Η σημασία του αγροτουρισμού.....	45
2.5 Πιθανές δυσκολίες.....	46
2.6 Ευκαιρίες εσόδων από τον αγροτουρισμό.....	48
2.7 Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα.....	52
3. ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΚΑΤΑΛΥΜΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	54
3.1 Εισαγωγή.....	54
3.2 Μεθοδολογία της έρευνας.....	54
3.3 Πληροφορίες για το κατάλυμα.....	55
3.4 Η διαδικασία της συνέντευξης και ο στόχος.....	60
3.5 Παρουσίαση των ερωτήσεων και ο στόχος τους.....	61
4.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ.....	67
4.1 Ανάλυση συμπερασμάτων.....	67
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	71

ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

- Κεφάλαιο **1.3.2.1**, σελίδα **16** - Γράφημα: Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ (Πηγή: ΠΟΤ)
- Κεφάλαιο **1.3.2.1**, σελίδα **16** - Γράφημα: Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ (Πηγή: ΠΟΤ)
- Κεφάλαιο **1.3.2.2**, σελίδα **17** - Γράφημα: Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας (Πηγή: ΠΟΤ)
- Κεφάλαιο **1.3.2.2**, σελίδα **18** - Γράφημα: Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας (Πηγή: ΠΟΤ)
- Κεφάλαιο **1.3.3.2**, σελίδα **20** - Γράφημα: Άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ
- Κεφάλαιο **1.3.3.2**, σελίδα **20** - Γράφημα: Εγχώριες και ξένες δαπάνες του άμεσου τουρισμού
- Κεφάλαιο **1.3.3.2**, σελίδα **21** - Γράφημα: Συνεισφορά επιχειρηματικού τουρισμού και τουρισμού αναψυχής παγκόσμια
- Κεφάλαιο **1.3.3.3**, σελίδα **22** - Γράφημα: Άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας
- Κεφάλαιο **1.3.3.3**, σελίδα **22** - Γράφημα: Εγχώριες και ξένες δαπάνες του άμεσου τουρισμού στην Ελλάδα
- Κεφάλαιο **1.3.3.3**, σελίδα **23** - Γράφημα: Συνεισφορά επιχειρηματικού τουρισμού και τουρισμού αναψυχής στην Ελλάδα
- Κεφάλαιο **1.3.4.2**, σελίδα **25** - Γράφημα: Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού σε χιλιάδες θέσεις εργασίας παγκόσμια (Πηγή: ΠΟΤ)
- Κεφάλαιο **1.3.4.2**, σελίδα **26** - Γράφημα: Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού σε χιλιάδες θέσεις εργασίας παγκόσμια (Πηγή: ΠΟΤ)
- Κεφάλαιο **1.3.4.3**, σελίδα **27** - Γράφημα: Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού σε χιλιάδες θέσεις εργασίας στην Ελλάδα (Πηγή: ΠΟΤ)
- Κεφάλαιο **1.3.4.3**, σελίδα **28** - Γράφημα: Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού σε χιλιάδες θέσεις εργασίας στην Ελλάδα (Πηγή: ΠΟΤ)

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

- Κεφάλαιο **3.3**, σελίδα **57** – Εικόνα: Ο προαύλιος χώρος του “**Eumelia**”, (Πηγή: **trivago.gr**)
- Κεφάλαιο **3.3**, σελίδα **59** – Εικόνα: Συλλογή φρέσκων λαχανικών από τους βιολογικούς λαχανόκηπους του “**Eumelia**”, (Πηγή: **trivago.gr**)
- Κεφάλαιο **3.3**, σελίδα **60** – Εικόνα: Μαθήματα γιόγκα στο περιβάλλοντα χώρο του “**Eumelia**”, (Πηγή: **hotels.com**)

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον καθηγητή μας Κ. Αναστάσιο Παναγόπουλο για την καθοδήγηση του στον σχηματισμό της δομής της εργασίας και για την βοήθεια που παρείχε κατά την υλοποίηση της. Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε συγγενείς και φίλους που στάθηκαν στο πλευρό μας κατά την υλοποίηση αυτή.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός, το σύνολο δηλαδή των δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται από άτομα που ταξιδεύουν εκτός τόπου κατοικίας, αποτελεί πηγή εσόδων για πολλές οικονομίες κρατών. Η οικονομική συνεισφορά του χωρίζεται σε άμεση, με την εσωτερική διακίνηση του χρήματος, σε τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες και σε έμμεση, με τις επενδύσεις στην τουριστική βιομηχανία. Το ποσοστό του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) παγκοσμίως αλλά και στην Ελλάδα, παρατηρείται ότι συνεχώς αυξάνεται με κορύφωση το **2027**. Επιπλέον, σε επαγγελματικό επίπεδο, ο τουρισμός αναμένεται να υποστηρίξει μεγάλο ποσοστό των θέσεων εργασίας παγκοσμίως αλλά και συγκεκριμένα στην Ελλάδα. Στην άνθιση του τουρισμού σημαντικό ρόλο έχουν τα κανάλια διανομής, τα οποία καθιστούν ακόμα πιο εύκολη την διαδικασία υλοποίησης κάποιων τουριστικής δραστηριότητας.

Ο αγροτουρισμός ορίζεται ως μία γεωργική δραστηριότητα ή δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα σε κάποιο αγρόκτημα. Υπάρχουν αρκετά είδη αγροτουρισμού για παράδειγμα, ο γεωργικός τουρισμός και ο τουρισμός εξοχής. Ο αγροτουρισμός ανθίζει κυρίως σε χώρες όπως η Ελβετία, η Ινδία ή η Ιταλία, οι οποίες είναι χώρες στενά συνδεδεμένες με την αγροτική παραγωγή. Ο αγροτουρισμός είναι αρκετά σημαντικός για ένα κράτος, διότι δίνει ευκαιρίες οικονομικής ανάπτυξης, κίνητρα στους παραγωγούς και βοηθά στην διατήρηση της γεωργικής κληρονομιάς. Υπάρχουν όμως και ορισμένες δυσκολίες με την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, όπως ότι τα επίπεδα θορύβου αυξάνονται. Επιπλέον ο αγροτουρισμός δίνει και ευκαιρίες εσόδων με τη πώληση αγροτικών και ειδικών προϊόντων, με τη διασκέδαση βασισμένη στη φύση και με έσοδα από εστίαση. Στην Ελλάδα έχει αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός, ιδιαίτερα το **1990** όπου η κοινωνική αγροτική πολιτική άρχισε να επιδοτεί τους πρώτους αγρότες.

Στη συνέχεια, πραγματοποιήσαμε μία έρευνα στην οποία επιλέξαμε να συλλέξουμε πληροφορίες σχετικά με τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα, κάνοντας μια τηλεφωνική συνέντευξη με το Πρόεδρο του καταλύματος “**Eumelia**”. Το “**Eumelia**” είναι ένα κατάλυμα που βρίσκεται στη περιοχή Σκάλα Λακωνίας, το οποίο χαρακτηρίζεται από μία παραδοσιακή αγροτική αρχιτεκτονική και χρησιμοποιεί οικολογικές μορφές ενέργειας. Μέσω κάποιων ερωτήσεων, όπου σχετικά με τις τιμές του, τους τρόπους διαφήμισης του καταλύματος και τις πληρότητές του, μπορέσαμε να βγάλουμε ένα συμπέρασμα για τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα.

Μετά την ανάλυση των ερωτήσεων, καταλήξαμε σε ορισμένα συμπεράσματα για τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα. Όπως, ότι η έννοια του αγροτουρισμού στην Ελλάδα δεν είναι τόσο ανεπτυγμένη. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι τα καταλύματα αγροτουρισμού, κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες δεν αγγίζουν πληρότητες της τάξεως **100%**. Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να αυξήσουν τη κερδοφορία τους εντάσσοντας υπηρεσίες που έρχονται σε επαφή με τη φύση, δραστηριότητες που αφορούν την γεωργία και με τη πώληση δικών τους τοπικών προϊόντων.

SUMMARY

Tourism, namely the total of activities which are carried out by people who travelled outside the home, is a source of revenue for many states economies. Its financial contribution is separated in direct, with the internal circulation of money, in tourist products and services and in direct, with investment in tourism industry. The percentage of Gross Domestic Product (GDP) worldwide but also in Greece, is observed to be constantly growing with a peak in 2027. Furthermore, on a professional level, tourism is expected to support a large percentage of jobs worldwide, but also specifically in Greece. In the flowering of tourism, distribution channels play an important role, which makes the implementation of tourist activity even easier.

Agrotourism is defined as an agricultural activity or an activity that takes place on a farm. There are several types of agritourism. For example, agricultural tourism and recreational tourism. Agrotourism blooms mainly in countries like Switzerland, India or Italy, which are countries closely linked to agricultural production. Agrotourism is quite important for a state, because it gives opportunities for economic growth, incentives for producers and help to preserve the agricultural heritage. But there are also some difficulties with the development of agritourism, such as noise levels are rising. Additionally, agritourism also provides revenue opportunities with the sale of agricultural and specialty products, with entertainment based on nature and with revenue from alimentation. In Greece agrotourism has developed, especially in 1990 where social agrarian policy began to subsidize the first farmers.

Afterwards, we conducted a survey in which we choose to collect information on agrotourism in Greece, making a phone interview with the President of the lodge "Eumelia". "Eumelia" is a type of accommodation located in the area Skala Lakonias, which is characterized by a traditional rural architecture and uses ecological forms of energy. Through some questions about its prices, the ways of advertising the accommodation and its occupancy, we have been able to reach a conclusion on agrotourism in Greece.

After analyzing the questions we have come to some conclusions about agritourism in Greece, such as the fact that the concept of agritourism in Greece is not so developed. However, this does not mean that agritourism accommodation mainly during the summer months, does not reach an occupancy of 100%. Agrotourism business can increase their profitability integrating services that come to contact with nature, agricultural activities and by selling their own local products.

Γενικές πληροφορίες υλοποίησης

Ø Στόχος: Η παρούσα εργασία αναφέρεται σε μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού, τον αγροτουρισμό. Μέσα από πληροφορίες, οικονομικά δεδομένα, παραδείγματα και στο τέλος μια έρευνα με πραγματικά δεδομένα υπάρχει ο στόχος να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για τον αγροτουρισμό και για τις προοπτικές ανάπτυξης και εξάπλωσης στη χώρα μας.

Ø Δομή: Η εργασία είναι χωρισμένη σε δύο νοηματικές ενότητες-μέρη, κάθε ένα από τα οποία περιέχει δύο κεφάλαια. Το Α' μέρος της εργασίας περιλαμβάνει το 1ο και το 2ο κεφάλαιο και είναι το τμήμα της εργασίας στο οποίο δίνονται θεμελιώδεις έννοιες και πληροφορίες. Το Β' μέρος της εργασίας περιλαμβάνει δύο κεφάλαια επίσης, το 3ο και το 4ο κεφάλαιο. Το τμήμα αυτό αποτελεί το πρακτικό μέρος της εργασίας και περιλαμβάνει μελέτη περίπτωσης.

Στο 1ο κεφάλαιο δίνονται κάποιες βασικές πληροφορίες σχετικά με τον τουρισμό όπως κάποιος ορισμοί του και παρουσιάζει οικονομικά δεδομένα από την επίδραση του τόσο στην παγκόσμια όσο και στην ελληνική οικονομία.

Στη συνέχεια το 2ο κεφάλαιο ορίζει τον αγροτουρισμό και παρουσιάζει τις τάσεις του τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό παραθέτοντας διάφορα παραδείγματα.

Το 3ο κεφάλαιο αποτελεί και το καθαρά πρακτικό μέρος της εργασίας κατά το οποίο με τη διαδικασία της συνέντευξης θα γίνει άντληση σημαντικών πληροφοριών για πληρότητες, επισκεψιμότητα, κριτικές και δραστηριότητες που θα αφορούν

ένα συγκεκριμένο κατάλυμα που θα επιλεγεί για αυτό το σκοπό.

Τέλος, στο 4ο κεφάλαιο θα αναλυθούν όλα τα δεδομένα που θα έχουν παρουσιαστεί στο 3ο κεφάλαιο. Μέσα από τα δεδομένα αυτά θα εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με την πορεία του αγροτουρισμού στη χώρα μας καθώς και θα τεθούν προτάσεις για την ενίσχυση του στο στερέωμα της τουριστικής αγοράς.

Ø Μεθοδολογική προσέγγιση: Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την συγγραφή της εργασίας είναι διαφορετική ανάλογα με το εάν ανήκει στο θεωρητικό ή πρακτικό σκέλος της.

Η συγγραφή του θεωρητικού σκέλους της εργασίας που επικρατεί κυρίως στο πρώτο μέρος της ακολούθησε την εξής μεθοδολογία:

Αρχικά συλλέχθηκαν από το διαδίκτυο όλες οι απαραίτητες πηγές και αξιολογήθηκαν με βάση τη σχετικότητα τους με το θέμα της εργασίας. Από αυτές επιλέχθηκαν οι σχετικότερες και ξεκίνησε η διαδικασία ανάγνωσης τους και συγγραφής του πρώτου μέρους.

Για το πρακτικό σκέλος της εργασίας η μεθοδολογία δεν περιλαμβάνει μόνο συλλογή πληροφοριών. Πρώτα έγινε αντιληπτό η φύση του προβλήματος που πρέπει να διερευνηθεί και έπειτα ακολούθησε η σύνταξη των ερωτήσεων που είναι οι καταλληλότερες για να εξυπηρετήσουν τον σκοπό αυτό. Στη συνέχεια έγινε η εύρεση και επιλογή του καταλύματος το οποίο επρόκειτο να εξεταστεί στις ερωτήσεις που σχηματίστηκαν. Αφού απαντήθηκαν οι ερωτήσεις για τις χρονολογίες **2010** έως

2016, μέσα από αυτά τα δεδομένα εξάχθηκαν τα συμπεράσματα που παρουσιάζονται στο τελευταίο κομμάτι της εργασίας.

1.Τουρισμός και οικονομία

1.1 Εισαγωγή

Ο τουρισμός στις μέρες μας αποτελεί για τους ταξιδιώτες μια πολύ διασκεδαστική ενασχόληση σχεδόν για όλες τις εποχές του χρόνου. Από οικονομική σκοπιά αποτελεί πηγή εσόδων για πολλές οικονομίες κρατών. Χώρες όπως η χώρα μας η Ελλάδα, η Ισπανία, η Ιταλία, η Πορτογαλία και άλλες, μεγάλο ποσοστό του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (Α.Ε.Π.) τους προέρχεται είτε άμεσα είτε έμμεσα από συναλλαγές που σχετίζονται με τον τουρισμό. Τόσο λόγω της συμπάθειας που θρέφει ο άνθρωπος για ταξίδια και γνωριμία νέων πολιτισμών, θρησκειών, ηθών και εθίμων κ.λ.π. όσο και των αναγκών που επιβάλλει το σύγχρονο οικονομικό σύστημα για μετακινήσεις έχουν προσδώσει στον τουρισμό μεγάλη βαρύτητα.

Αρχικά θα δοθεί ένας σαφής ορισμός του τι σημαίνει “τουρισμός” σε όλες τις εκδοχές του. Στο δεύτερο μέρος του κεφαλαίου θα παρουσιαστεί και θα υποστηριχθεί η συμβολή του τουρισμού στις εκάστοτε τοπικές οικονομίες.

1.2 Ορισμοί τουρισμού

Όπως και κάθε άλλη έννοια έτσι και ο τουρισμός επιδέχεται διαφορετικούς ορισμούς. Επειδή είναι μια αρκετά δημοφιλής και διασκεδαστική δραστηριότητα για την πλειοψηφία των ανθρώπων, κατά καιρούς δόθηκαν διαφορετικοί ορισμοί ανάλογα με το υπόβαθρο και την αντίληψη αυτών που τους διατύπωναν.

*Αναφορά: <http://www.tourismsociety.org/page/88/tourism-definitions.htm>

Ίσως ο πιο σημαντικός και σαφής ορισμός είναι αυτός του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) καθώς δεν περιγράφει μόνο τον όρο αλλά και προσπαθεί να τον διαχωρίσει από άλλες συγγενείς έννοιες που είναι εύκολο να προκαλέσουν σύγχυση. Στο τμήμα της παραγράφου που ακολουθεί διατυπώνονται κάποιοι από τους ορισμούς του τουρισμού.

Σύμφωνα με τους **Mathieson** και **Wall (1982)** ένας ορισμός του τουρισμού θα μπορούσε να είναι ο εξής:

“Η προσωρινή κίνηση των ανθρώπων σε προορισμούς έξω από τις συνήθεις θέσεις εργασίας και διαμονής, καθώς και οι δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια της διαμονής τους σε αυτούς τους προορισμούς με χρήση των εγκαταστάσεων που έχουν δημιουργηθεί για να καλύψουν τις ανάγκες τους.”

Το πανεπιστήμιο της βόρειας Αριζόνα στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής έδωσε μια πιο ακαδημαϊκή προσέγγιση στον τουρισμό διατυπώνοντας το εξής:

“Ο τουρισμός είναι μια συλλογή δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών που προσφέρουν διάφορες ταξιδιωτικές εμπειρίες, συμπεριλαμβανομένου των μεταφορών, των καταλυμάτων, οποιασδήποτε κατανάλωσης όπως καταστήματα λιανικής πώλησης, επιχειρήσεις ψυχαγωγίας, εγκαταστάσεις δραστηριοτήτων και άλλες υπηρεσίες φιλοξενίας που παρέχονται για ιδιώτες ή ομάδες που ταξιδεύουν μακριά από το σπίτι.”

Ίσως ο πιο κοινά αποδεκτός ορισμός είναι αυτός που διατύπωσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (**UNWTO**). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει τον τουρισμό γενικότερα, με όρους που ξεπερνούν την κοινή αντίληψη του τουρισμού ότι περιορίζεται μόνο στη δραστηριότητα των διακοπών, καθώς οι άνθρωποι “ταξιδεύουν και παραμένουν εκτός του

συνήθους περιβάλλοντος τους για όχι περισσότερο από ένα και συνεχές έτος για ψυχαγωγία, επιχειρηματικούς και άλλους σκοπούς.” Ο ορισμός διατυπώνεται ως εξής:

*Αναφορά: <http://www.tourismsociety.org/page/88/tourism-definitions.htm>

Ο ορισμός διατυπώνεται ως εξής:

“Τουρισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων από άτομα που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη εκτός του τόπου διαμονής τους για διάστημα το πολύ ενός έτους για λόγους αναψυχής, δουλειάς ή για οποιοδήποτε άλλο λόγο.”

Παράλληλα για να διαχωριστεί ο τουρισμός σαν υποσύνολο των ταξιδιών τέθηκαν οι εξής παράμετροι ώστε ένα ταξίδι να χαρακτηριστεί τουρισμός.

Αρχικά θα πρέπει να περιλαμβάνει μετατόπιση έξω από το σύνηθες περιβάλλον, ένα πράγμα απόλυτης σημασίας για να οριστεί ως τουρισμός.

Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και ο τύπος του σκοπού του ταξιδιού. Το ταξίδι θα πρέπει να συμβαίνει για οποιοδήποτε σκοπό διαφορετικό από το να αποζημιώνεται μέσα από τον τόπο επίσκεψης. Δηλαδή τα παλαιότερα όρια όπου ο τουρισμός περιοριζόταν μόνο στην επίσκεψη σε συγγενείς ή φίλους στις μέρες μας πλέον επεκτείνεται στο να συμπεριλάβει μια τεράστια γκάμα σκοπών.

Τέλος μεγάλη σημασία έχει και η διάρκεια του ταξιδιού. Στον παραπάνω ορισμό αναφέρεται μόνο μια μέγιστη διάρκεια παραμονής για να χαρακτηριστεί ως τουρισμός. Άσχετα με το αν το ταξίδι είναι με ή χωρίς διανυκτέρευση εάν η διάρκεια του δεν υπερβαίνει το ένα έτος τότε χαρακτηρίζεται ως τουρισμός.

1.3 Επίδραση στην οικονομία

1.3.1 Η συνεισφορά του τουρισμού

Σε αυτό το κεφάλαιο της εργασίας γίνεται μια σύντομη ανάλυση σχετικά με την οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού. Από ειδησεογραφικά πρακτορεία, εφημερίδες και μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι γνωστό ότι ο τουρισμός όλων των ειδών αποτελεί κινητήριο δύναμη για πολλά κράτη του κόσμου και δημιουργεί ένα σχετικά μεγάλο ύψος συναλλαγών. Εκτός από το άμεσο οικονομικό όφελος υπάρχουν και πολλές έμμεσες επιδράσεις και οικονομικές εισροές. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (από εδώ και στο εξής θα αναφέρεται ως ΠΟΤ) το τμήμα στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών(**UN Statistics Division**) εγκρίνει την μέθοδο **TSA (Tourism Satellite Accounting)** σαν την μόνη που μπορεί να ποσοτικοποιήσει τα άμεσα οικονομικά οφέλη του τουρισμού. Ωστόσο, ο ΠΟΤ θεωρεί ότι η οικονομική συνεισφορά του τουρισμού είναι πολύ μεγαλύτερη και για αυτό με ετήσιες μελέτες επιχειρεί να εντοπίσει το σύνολο της συνεισφοράς.

Όπως φάνηκε από τα παραπάνω η οικονομική συνεισφορά του τουρισμού χωρίζεται σε άμεση και σε έμμεση.

Η άμεση αντανακλά την εσωτερική διακίνηση χρήματος σε τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες εντός μιας συγκεκριμένης χώρας από κατοίκους της ή μη για σκοπό αναψυχής ή επαγγελματικό. Σε αυτά συμπεριλαμβάνονται και τα έξοδα των κυβερνήσεων των χωρών για υποδομές που σχετίζονται με τους επισκέπτες όπως πολιτισμικές υποδομές(π.χ. μουσεία) ή αναψυχής (π.χ. εθνικά πάρκα). Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) υπολογίζεται όταν από τη συνολική εσωτερική διακίνηση χρήματος αφαιρεθούν οι αγορές που έγιναν από τις διάφορες τουριστικές βιομηχανίες.

Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού συμπεριλαμβάνει ευρύτερες επιδράσεις του στην οικονομία. Δηλαδή, η συνολική συνεισφορά υπολογίζεται εάν κατά κάποιο τρόπο προσθέσουμε την άμεση με την έμμεση συνεισφορά.

Η έμμεση συνεισφορά υποστηρίζεται από τις εξής ενέργειες-συνθήκες:

- ▼ Οι επενδύσεις στην τουριστική βιομηχανία: Περιλαμβάνει επενδύσεις που αφορούν και την τρέχουσα και την μελλοντική δραστηριότητα που περιλαμβάνει επενδύσεις όπως για παράδειγμα η αγορά ενός νέου αεροσκάφους.

- ▼ Οι επενδύσεις κρατικών φορέων ή φορέων δημοσίου συμφέροντος που βοηθούν την βιομηχανία του τουρισμού με πολλούς τρόπους όπως για παράδειγμα προώθηση και προβολή με διαφημιστικά μέσα, υπηρεσίες προστασίας, υπηρεσίες δημοσίας υγιεινής και περιθαλψής και άλλα πολλά.

- ▼ Οι παροχές της χώρας που φιλοξενεί τον τουρισμό σε προϊόντα και υπηρεσίες από τους φορείς που εμπλέκονται άμεσα με τουρίστες. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει αγορές τροφίμων, ειδών υγιεινής, ειδών ένδυσης, καυσίμων ακόμα και πληροφοριακών συστημάτων για την κάλυψη των απαραίτητων αναγκών από ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, ταξιδιωτικά πρακτορεία και άλλα.

1.3.2 Συνεισφορά στο ΑΕΠ

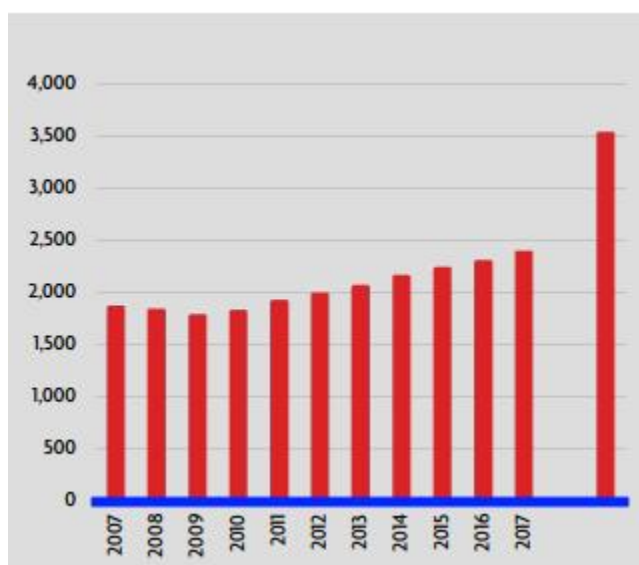
1.3.2.1 Σε παγκόσμιο επίπεδο

Όσο αφορά την άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (από εδώ και στο εξής θα αναφέρεται ως ΑΕΠ) σύμφωνα με τα δεδομένα της αναφοράς του ΠΟΤ για το έτος **2017** ήταν **2,306** δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ. Ισοδυναμώντας με το **3,1%** του συνολικού ΑΕΠ όλων των κρατών του πλανήτη. Αυτό το μεγάλο ποσό που αναφέρεται αφορά τις δραστηριότητες που προήλθαν από ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά πρακτορεία και από αεροπορικές και άλλου είδους μεταφορικές υπηρεσίες.

Αλλά περιλαμβάνει και τις έμμεσες συνεισφορές του τουρισμού όπως τα έσοδα από δραστηριότητες και υπηρεσίες που παρέχονται σε έναν τουρίστα. Ένα τέτοιο παράδειγμα έμμεσης δραστηριότητας θα μπορούσαν να είναι τα έσοδα από εστιατόρια ή από εταιρείες που αναλαμβάνουν ξεναγήσεις σε αρχαιολογικούς χώρους.

*Αναφορά: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>

Το ποσοστό αυτό σύμφωνα με τους στατιστικούς υπολογισμούς του ΠΟΤ, αναμένεται να αυξάνεται κατά **4%** κάθε έτος με αποτέλεσμα το **2027** ο τουρισμός να συνεισφέρει στα ΑΕΠ όλων των κρατών κατά **3.537,1** δισεκατομμύρια δολάρια και να αποτελεί το **3,5%** του συνολικού ΑΕΠ.

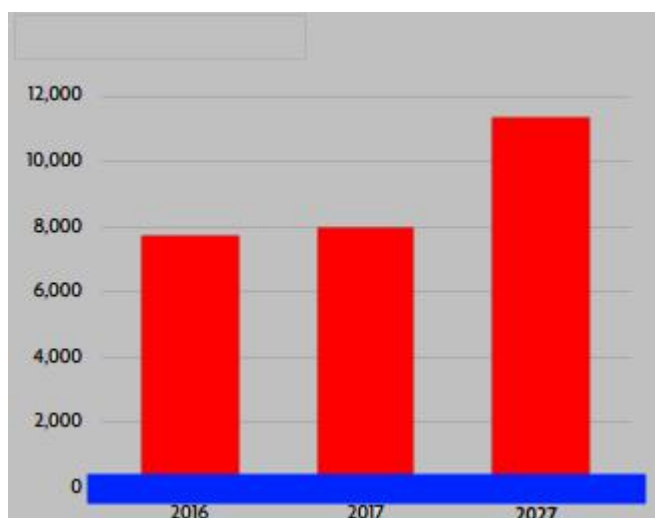


Γράφημα: Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ(Πηγή: ΠΟΤ)

Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ συμπεριλαμβάνοντας και πολλά οφέλη από τις επενδύσεις και άλλες έμμεσες επιδράσεις για την χρονιά **2016** ήταν **7.613,3** δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ για το έτος **2016** και αποτελούσε το **10,2%** του συνολικού ΑΕΠ όλων των κρατών. Αυτό το ιλιγγιώδες ποσό αναμένεται να αυξηθεί για τον επόμενο χρόνο κατά **3,6%** και με την πρόβλεψη του ΠΟΤ θα φτάσει στα **7.884** δισεκατομμύρια το **2017**.

Στην μακροπρόθεσμη πρόβλεψη του οργανισμού το ποσό αυτό θα αυξάνεται με ρυθμό **3,9%** κάθε έτος και θα φτάσει στα **11.512,9** δισεκατομμύρια το **2027**.

*Αναφορά: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>



Γράφημα: Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ(Πηγή: ΠΟΤ)

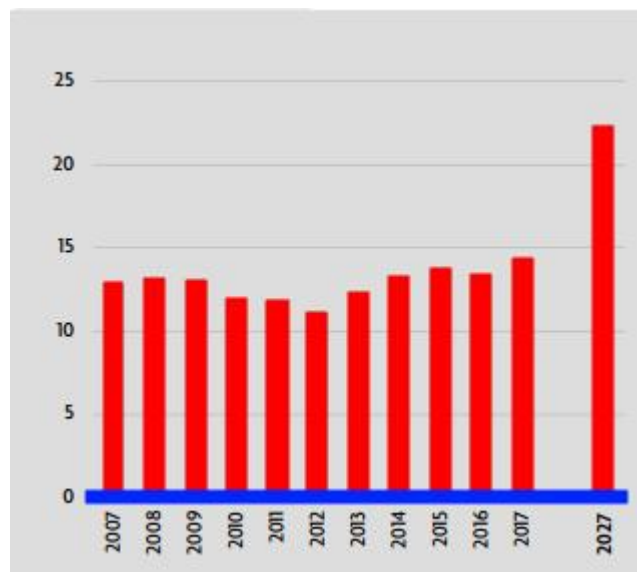
1.3.2.2 Στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα παρά την δύσκολη οικονομική συγκυρία της χώρας, ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της οικονομίας της. Η χώρα από το **2009** έχει εισέλθει σε μηχανισμούς στήριξης από την Ευρωπαϊκή Κοινοτική Τράπεζα (ΕΚΤ) και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ). Παρόλα αυτά ο τουρισμός αποτελεί την βαριά βιομηχανία της χώρας αφού συντηρεί πολύ μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού και αποφέρει ζωτικά έσοδα στην οικονομία της.

Η άμεση προσφορά του τουρισμού στην οικονομία για το έτος **2016** ήταν **13,2** δισεκατομμύρια ευρώ συνιστώντας το **7,5%** του ΑΕΠ. Υπάρχει πρόβλεψη από τον ΠΟΤ για το επόμενο έτος (**2017**) η οποία προβλέπει το ποσό αυτό να αυξηθεί κατά **7,5%** και να διαμορφωθεί στα **14,2** δισεκατομμύρια ευρώ. Αυτό

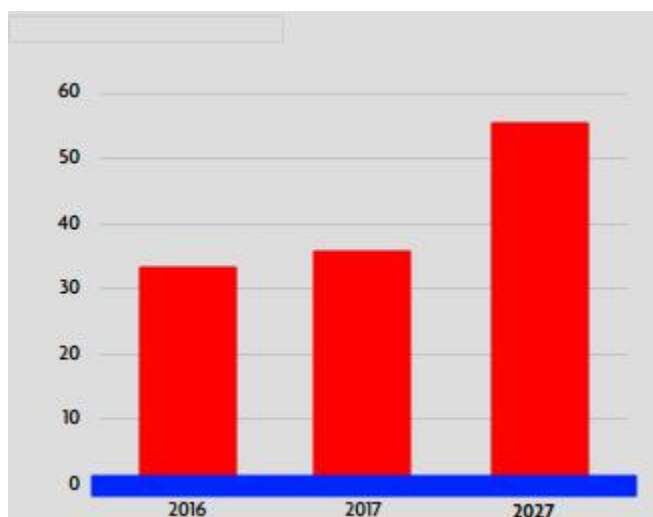
είναι απόλυτα λογικό εάν αναλογιστεί κανείς ότι ο αριθμός των τουριστών για το **2017** αυξήθηκε κατά περίπου **20%** σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Ότι ακριβώς ισχύει για τα ποσά άμεσης συνεισφοράς σε παγκόσμια κλίμακα που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο, ισχύει και για τα δεδομένα που αφορούν την Ελλάδα.

*Αναφορά: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/greece2017.pdf>



Γράφημα: Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας(Πηγή: ΠΟΤ)

Η συνολική συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας είναι **32,8** δισεκατομμύρια ευρώ για το **2016** συνιστώντας το **18,6%** του συνολικού ΑΕΠ και προβλέπεται σύμφωνα με τον ΠΟΤ ότι θα αυξηθεί κατά **6,9%** το **2017** εξασφαλίζοντας **35** δισεκατομμύρια ευρώ στο ΑΕΠ της χώρας. Για το **2027** ο ΠΟΤ προβλέπει αύξηση κατά **4,6%** ανά έτος που σημαίνει **54,7** δισεκατομμύρια ευρώ.



Γράφημα: Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας(Πηγή: ΠΟΤ)

*Αναφορά: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/greece2017.pdf>

Όπως γίνεται αντιληπτό η συμβολή του τουρισμού για την οικονομία της Ελλάδας είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς εξασφαλίζει περίπου το ¼ του ΑΕΠ. Η μεγάλη πρόβλεψη που δίνεται στην χώρα για το **2027** δείχνει την δυναμική που μπορεί να αποκτήσει ο τουρισμός στην οικονομία της. Είναι μια δυναμική που εάν στηριχθεί σωστά με τις κατάλληλες υποδομές, διαφήμιση και κυβερνητικές δράσεις μπορεί να οδηγήσει την χώρα σε ασφαλές μονοπάτι μακριά από το αδιέξοδο που έχει οδηγηθεί τα τελευταία χρόνια.

1.3.3 Επιμερισμός της οικονομικής συνεισφοράς

1.3.3.1 Παρουσίαση των ειδών της οικονομίας τουρισμού

Εκτός από την μελέτη της αυτοτελούς συνεισφοράς στον τουρισμό, μεγάλη σημασία έχει και η κατανομή της συνεισφοράς αυτής μεταξύ των διαφόρων

ειδών του τουρισμού όπως θα μπορούσαν να διαχωριστούν σε οικονομικό επίπεδο.

Μελετώντας τον τουρισμό από οικονομική πλευρά (και όχι μόνο) θα μπορούσε να γίνει ένας διαχωρισμός του τουρισμού σε διάφορες κατηγορίες οι οποίες είναι διακριτές χάρη στην αρκετά ισχυρή διάκριση που οφείλεται ως επί το πλείστον σε οικονομικές παραμέτρους.

Με αυτήν την λογική ο τουρισμός και η οικονομία του θα μπορούσε να διαχωριστεί στους εξής άξονες:

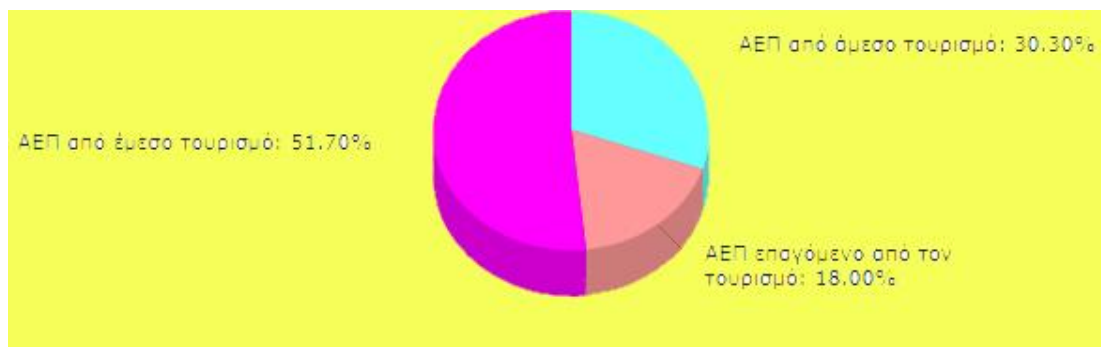
- Άμεσο και έμμεσο όφελος του τουρισμού: Η οπτική αυτού του διαχωρισμού αναλύθηκε στην αρχή του κεφαλαίου.
- Εγχώριος και ξένος: Η οπτική αυτή συνδέεται με τον εγχώριο τουρισμό. Δηλαδή, τον τουρισμό κατά τον οποίο οι τουρίστες μετακινούνται εντός της επικράτειας της χώρας στην οποία κατοικούν. Αντίστοιχα, ο ξένος τουρισμός είναι αυτός κατά τον οποίο οι τουρίστες μετακινούνται εκτός των συνόρων στα οποία διαμένουν.
- Επιχειρηματικός και αναψυχής: Αυτός ο διαχωρισμός προκύπτει καθαρά από το είδος των ταξιδιών. Υπάρχουν ταξίδια τα οποία γίνονται στα πλαίσια εργασίας, όπως στην περίπτωση που οι εταιρείες στέλνουν στελέχη τους εκτός έδρας με στόχο να επικυρώσουν συμφωνίες ή για οποιαδήποτε άλλη επιχειρηματική ανάγκη προκύψει. Αυτός ο τουρισμός χαρακτηρίζεται επιχειρηματικός. Αντίστοιχα υπάρχουν ταξίδια τα οποία γίνονται για λόγους ξεκούρασης, δηλαδή ταξίδια αναψυχής. Αυτό το είδος τουρισμού ονομάζεται τουρισμός αναψυχής.

1.3.3.2 Σε παγκόσμιο επίπεδο

Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ είναι ιδιαίτερα σημαντική, όπως αναλύθηκε σε προηγούμενη παράγραφο. Σημασία όμως έχει και να φανεί πόση από αυτή τη συνεισφορά είναι άμεση και πόση έμμεση. Δηλαδή, θα ήταν σημαντικό να εξαχθεί το συμπέρασμα αν σε παγκόσμια κλίμακα επηρεάζουν

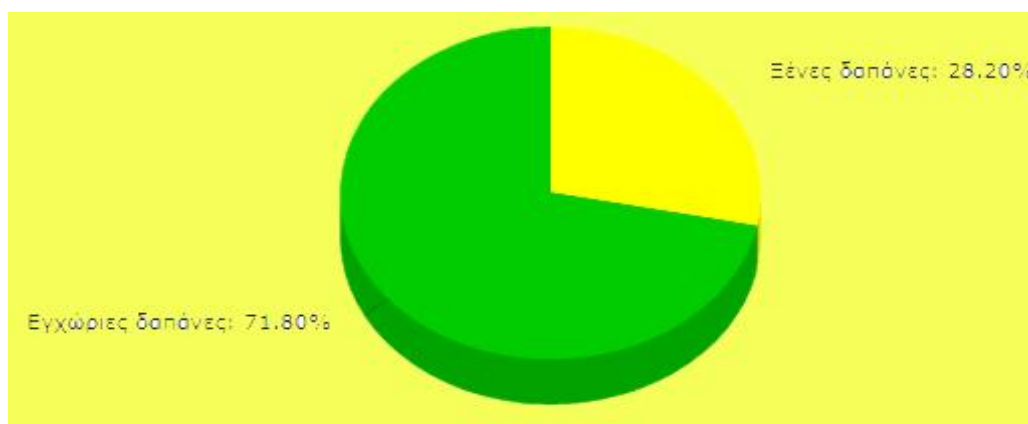
περισσότερο οι άμεσες εισπράξεις από τον τουρισμό ή οι διάφοροι τομείς στους οποίους προκαλεί αλυσιδωτά οικονομική δραστηριότητα.

Σε παγκόσμια κλίμακα η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ είναι τρεις φορές μεγαλύτερη από την άμεση συνεισφορά του.



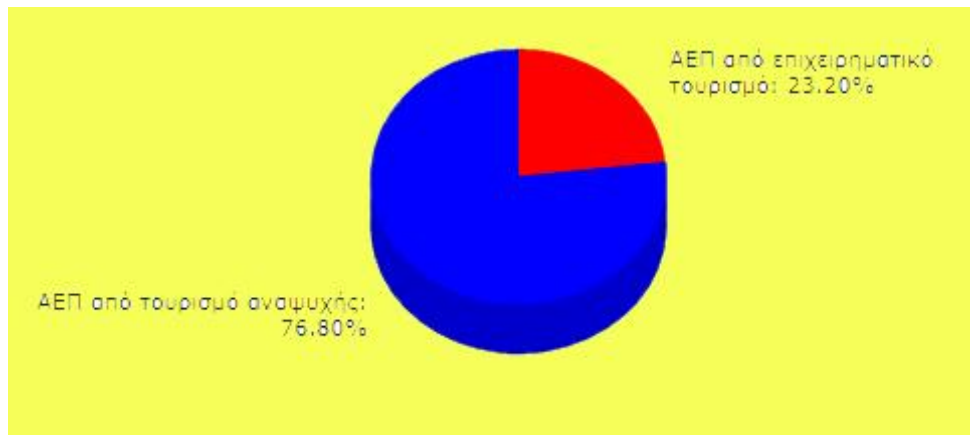
Γράφημα: Άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ(Πηγή: ΠΟΤ)

Το άμεσο αυτό κομμάτι συνεισφοράς του τουρισμού στο ΑΕΠ θα μπορούσε να διαχωριστεί σε εγχώριο και ξένο. Λίγο παρακάτω από τα $\frac{3}{4}$ του ΑΕΠ που προήλθε από άμεση συνεισφορά έχει ως προέλευση του τον εγχώριο τουρισμό.



Γράφημα: Εγχώριες και ξένες δαπάνες του άμεσου τουρισμού(Πηγή: ΠΟΤ)

Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού θα μπορούσε να διαιρεθεί και με βάση το αν ήταν επιχειρηματικός τουρισμός ή τουρισμός αναψυχής. Σε αυτήν την περίπτωση ο τουρισμός αναψυχής κερδίζει πάνω από τα $\frac{3}{4}$ της συνολικής άμεσης συνεισφοράς. Αυτό καταδεικνύει ότι τα ταξίδια για αναψυχή είναι μια ιδιαίτερα ευχάριστη διαδικασία που πολύς κόσμος επιλέγει στον ελεύθερο του χρόνο.

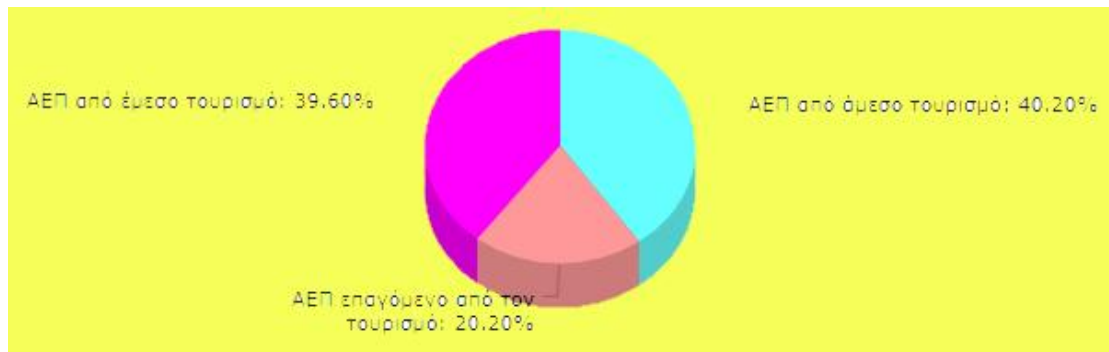


Γράφημα: Συνεισφορά επιχειρηματικού τουρισμού και τουρισμού αναψυχής παγκόσμια(Πηγή: ΠΟΤ)

1.3.3.3 Στην Ελλάδα

Για την Ελλάδα είναι γνωστό λίγο πολύ ότι αποτελεί μια χώρα η οποία στήριζε πάντα και στηρίζει ακόμα και σήμερα μεγάλο κομμάτι του ΑΕΠ της στον τουρισμό.

Αυτό φαίνεται και από τα στατιστικά στοιχεία του ΠΟΤ τα οποία δείχνουν υψηλό βαθμό εξάρτησης του ΑΕΠ από τον άμεσο τουρισμό σε σχέση με την παγκόσμια κλίμακα. Ενώ το ποσοστό της παγκόσμιας κλίμακας είναι **30,3%**, το αντίστοιχο ποσοστό στη χώρα ανέρχεται σε **40,2%**. Αντίστοιχα, το ΑΕΠ που έρχεται από έμμεσο τουρισμό είναι αισθητά μικρότερο(**39,6%**) από τον παγκόσμιο μέσο όρο(**51,7%**). Το γεγονός αυτό οφείλεται αφενός στην κυριαρχία της άμεσης συνεισφοράς του τουρισμού στο ΑΕΠ και αφετέρου στην απουσία περισσότερων υποδομών και επενδύσεων που απαιτούνται από τον κρατικό μηχανισμό.



Γράφημα: Άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας(Πηγή: ΠΟΤ)

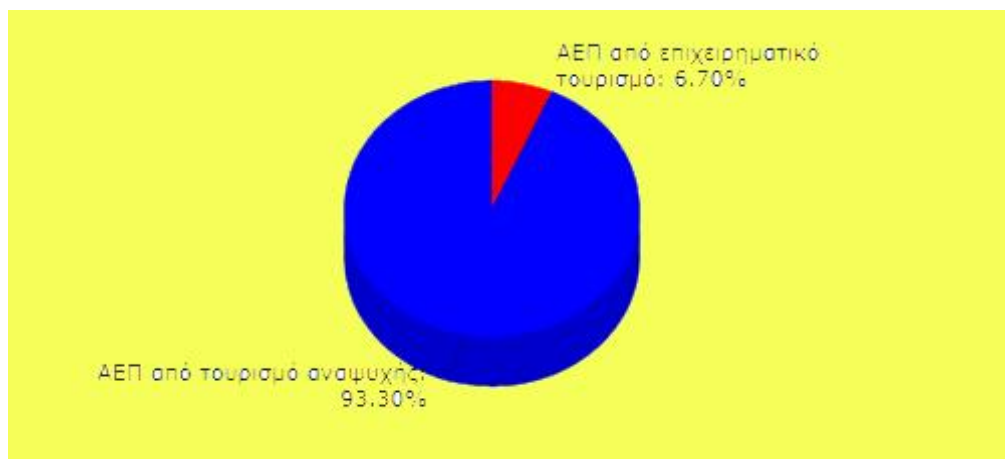
Στον διαχωρισμό της άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ σε εγχώριες και ξένες δαπάνες και εδώ η κατάσταση είναι ανεστραμμένη σε σχέση με το παγκόσμιο στερέωμα. Εξαιτίας του γεγονότος ότι η Ελλάδα είναι μια χώρα με μικρό σχετικά πληθυσμό σε συνδυασμό με το γεγονός ότι αποτελεί ένα ευρέως γνωστό και προτιμητέο τουριστικό θέρετρο, έχει σαν αποτέλεσμα οι εγχώριες δαπάνες(37,5%) να είναι αισθητά λιγότερες από τις ξένες (62,5%). Η διαφορά αυτή θα μπορούσε να είναι πολύ μεγαλύτερη εάν στην ιδιοσυγκρασία των Ελλήνων δεν υπήρχε η επιθυμία για πολλά ταξίδια.



Γράφημα: Εγχώριες και ξένες δαπάνες του άμεσου τουρισμού στην Ελλάδα(Πηγή: ΠΟΤ)

Τέλος, όσο αφορά τα έσοδα μεταξύ επιχειρηματικού τουρισμού και τουρισμού αναψυχής υπάρχει και εκεί μεγάλο χάσμα σε σχέση με την παγκόσμια εικόνα. Αυτό οφείλεται σε δύο κυρίως παράγοντες. Ο βασικότερος είναι το γεγονός ότι η Ελλάδα αποτελεί ένα από τα ιδανικότερα θέρετρα για αναψυχή και ξεκούραση (ειδικά τους καλοκαιρινούς μήνες) και για αυτόν τον λόγο έχει ενισχυμένη την παρουσία του τουρισμού αναψυχής. Από την άλλη στην

Ελλάδα δεν εδρεύουν πολλές διεθνείς και πολυεθνικές επιχειρήσεις ώστε να είναι απαραίτητα τα επιχειρηματικά ταξίδια είτε από το εσωτερικό της χώρας είτε από το εξωτερικό. Αυτό έχει σαν συνέπεια τα ποσοστά του επιχειρηματικού τουρισμού να εμφανίζονται ακόμη πιο αποδυναμωμένα (6,7%) σε σχέση με τα αντίστοιχα που υφίστανται σε παγκόσμιο επίπεδο (23,3%).



Γράφημα: Συνεισφορά επιχειρηματικού τουρισμού και τουρισμού αναψυχής στην Ελλάδα(Πηγή: ΠΟΤ)

1.3.4 Συνεισφορά στην απασχόληση

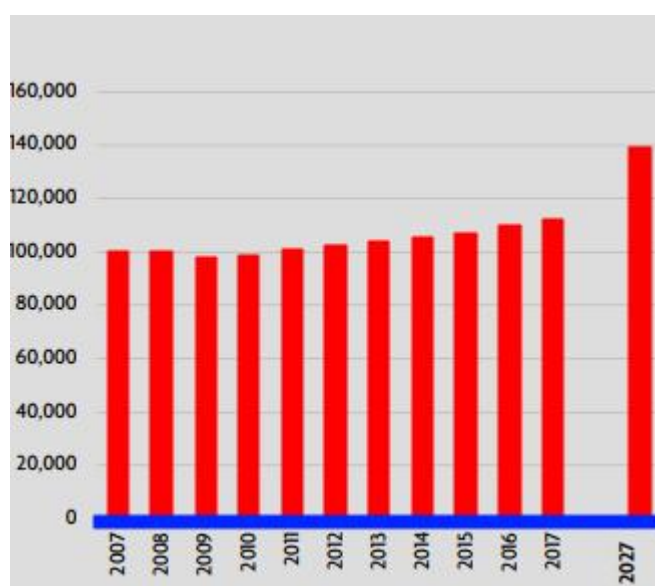
1.3.4.1 Εισαγωγή

Ιδιαίτερα σημαντικός σε επίπεδο οικονομίας είναι ο τουρισμός όσο αφορά και τις θέσεις εργασίας. Ο λόγος για το παραπάνω είναι το γεγονός ότι απαιτούνται διάφορες ειδικότητες εργαζομένων για την κάλυψη των απαιτήσεων και ειδικότερα όταν αυτό συνοδεύεται με ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Οι ειδικότητες αυτές εκτείνονται τόσο στον τομέα των αγαθών όσο και στον τομέα των υπηρεσιών. Στον τομέα των αγαθών μερικά παραδείγματα είναι επαγγελματίες ή βιοτεχνίες που εμπορεύονται πάσης φύσεως προϊόντα ξεκινώντας από τον πρωτογενή τομέα όπως γεωργοί, κτηνοτρόφοι, βιοτεχνίες που ασχολούνται με την εμπορία υφασμάτων ειδών και άλλες επιχειρήσεις που εμπλέκουν πλήθος ειδικοτήτων. Εκτός του τομέα των αγαθών υπάρχει και ο τομέας των

υπηρεσιών όπως υπηρεσίες που σχετίζονται με την καθαριότητα των χώρων, την υποδοχή, την ξενάγηση σε αρχαιολογικούς χώρους, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, την παροχή λύσεων λογισμικού για τον τουρισμό και πολλά άλλα.

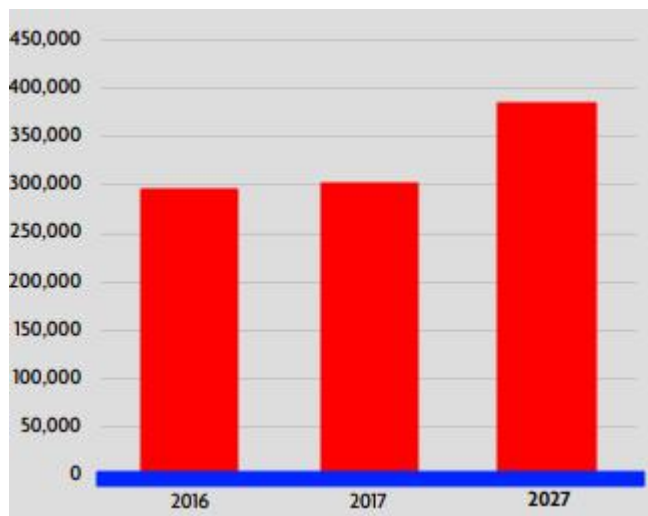
1.3.4.2 Συνεισφορά σε παγκόσμιο επίπεδο

Σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουρισμός για το **2016** συνείσφερε άμεσα περίπου **108.000.000** θέσεις εργασίας που αποτελούν το **3,6%** της συνολικής απασχόλησης στον πλανήτη. Οι αριθμοί είναι ακόμα πιο ευνοϊκοί για το μέλλον καθώς οι θέσεις εργασίας αναμένεται να αυξηθούν κατά **2,1%** για το **2017** και να φτάσουν περίπου τις **111.000.000** θέσεις εργασίας. Οι αριθμοί της άμεσης αυτή συνεισφοράς περιλαμβάνουν θέσεις εργασίας σε ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά πρακτορεία, αεροπορικές εταιρείες ή άλλες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τομέα μεταφοράς επιβατών. Επιπλέον περιλαμβάνονται και η οικονομική δραστηριότητα των ξενοδοχείων και της βιομηχανίας ψυχαγωγίας που προέρχεται καθαρά από τουρίστες.



Γράφημα: Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού σε χιλιάδες θέσεις εργασίας παγκόσμια (Πηγή: ΠΟΤ)

Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση, ήταν περίπου **216.000.000** θέσεις εργασίας για το **2016**, συμπεριλαμβάνοντας και τις ευρύτερες επιρροές από τις επενδύσεις, την εφοδιαστική αλυσίδα και το επαγόμενο εισόδημα και συνιστά το **9,6%** της συνολικής απασχόλησης παγκόσμια. Ο αριθμός των θέσεων εργασίας αναμένεται να αυξηθεί κατά **1,9%** το **2017** και βάση υπολογισμών ο αριθμός θα φτάσει τις **381.000.000** θέσεις εργασίας μέχρι το **2027**.

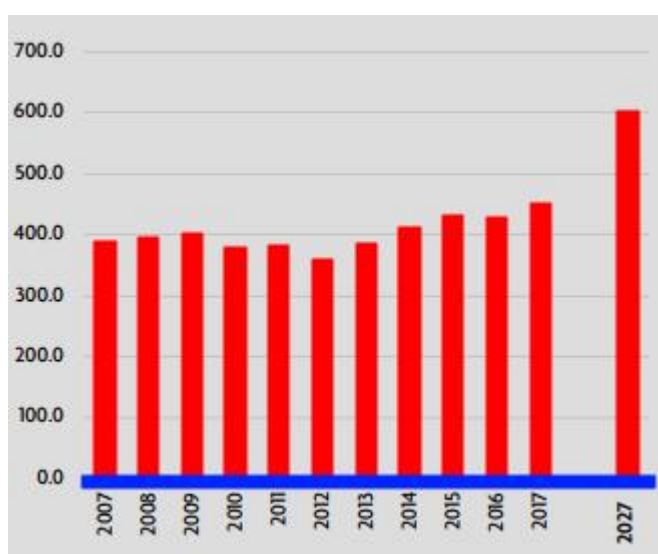


Γράφημα: Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού σε χιλιάδες θέσεις εργασίας παγκόσμια (Πηγή: ΠΟΤ)

1.3.4.3 Συνεισφορά στην οικονομία της Ελλάδας

Ειδικά στην Ελλάδα, μια χώρα που τα τελευταία χρόνια μαστιζείται από την οικονομική κρίση, τα έσοδα που προέρχονται από τον τουρισμό είναι ζωτικής σημασίας για την βιωσιμότητα της χώρας. Ευτυχώς για την οικονομία της ο τουρισμός αποτελεί στήριγμα για την χώρα και εξασφαλίζει σημαντικά έσοδα σε μεγάλο μέρος απασχολούμενων είτε σε ετήσια βάση είτε εποχιακά.

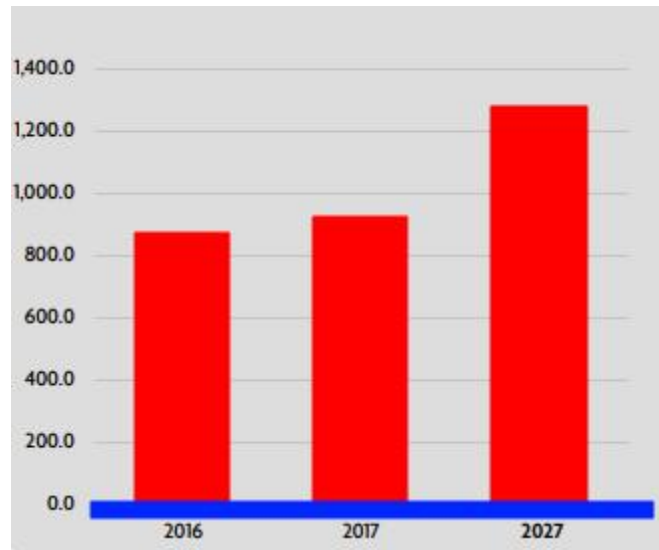
Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση προσέφερε στην Ελλάδα περίπου **423.000** θέσεις εργασίας για το **2016** συνιστώντας το **11,6%** της απασχόλησης, που προβλέπεται να αυξηθεί κατά **5,9%** για το **2017**. Όπως και στην παγκόσμια ανάλυση της προηγούμενης παραγράφου οι αριθμοί αυτοί αφορούν θέσεις εργασίας που προέρχονται από ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά πρακτορεία, αεροπορικές εταιρείες ή άλλες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τομέα μεταφοράς επιβατών. Επιπλέον περιλαμβάνονται και η οικονομική δραστηριότητα των ξενοδοχείων και της βιομηχανίας ψυχαγωγίας που προέρχεται καθαρά από τουρίστες.



Γράφημα: Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού σε χιλιάδες θέσεις εργασίας στην Ελλάδα (Πηγή: ΠΟΤ)

Οι αριθμοί είναι ιδιαίτερα υψηλοί εάν μελετηθεί η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση. Για το **2016** ο αριθμός των θέσεων εργασίας που οφείλεται στον τουρισμό συνολικά έφτασε τις **860.000** αποτελώντας το **23,4** των εργαζομένων στη χώρα. Ο αριθμός αυτός δείχνει με απόλυτη σαφήνεια

την σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα, αφού χάρη σε αυτόν απασχολείται το ¼ των εργαζομένων στη χώρα. Ο αριθμός αυτός αναμένεται να αυξηθεί με υψηλό ρυθμό της τάξης του **6,3%** και να φτάσει τις **914.000** θέσεις εργασίας για το **2017**. Μέχρι το **2027** ο τουρισμός αναμένεται να υποστηρίξει **1.273.000** θέσεις εργασίας στη χώρα.



Γράφημα: Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού σε χιλιάδες θέσεις εργασίας στην Ελλάδα (Πηγή: ΠΟΤ)

1.4 Τα κανάλια διανομής

1.4.1 Εισαγωγή

Το τμήμα αυτό του κεφαλαίου εξετάζει τις βιομηχανικές σχέσεις στη διανομή του τουρισμού. Η κατανομή του τουρισμού είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία του τουριστικού μάρκετινγκ καθώς καθορίζει όλες τις άλλες πτυχές του μίγματος μάρκετινγκ. Μεγάλη σημασία έχει η συγκρουόμενη εμπειρία στο κανάλι διανομής μεταξύ ξενοδόχων και ταξιδιωτικών πρακτόρων σε διάφορες περιοχές που έχουν υψηλή ζήτηση σε καταλύματα.

Τα κανάλια διανομής θεωρούνται όλο και περισσότερο ως ένα από τα πιο κρίσιμα στοιχεία του μάρκετινγκ, καθώς καθορίζουν την ανταγωνιστικότητα και την κερδοφορία των επιχειρήσεων (**Christopher, 1991, Gattorna, 1990, Stern και El-Ansary, 1992**).

*Αναφορά: <http://epubs.surrey.ac.uk/1082/1/fulltext.pdf>

Τα κανάλια διανομής τουρισμού προσελκύουν μεγαλύτερη προσοχή από τους σύγχρονους ερευνητές και αναλυτές τουριστικής στρατηγικής.

Ο σκοπός τους είναι διττός: η παροχή πληροφοριών για μελλοντικούς τουρίστες και μεσάζοντες καθώς και η δημιουργία ενός μηχανισμού που θα επιτρέψει στους καταναλωτές να πραγματοποιήσουν, να επιβεβαιώσουν και να πληρώσουν για κρατήσεις (**Middleton-1994, Bitner and Booms-1982, Welburn-1987, Holloway-1998**). Στον τομέα του τουρισμού, η θέση του τομέα διανομής είναι πολύ ισχυρότερη: εμπορικοί διαμεσολαβητές (ταξιδιωτικοί πράκτορες και τουριστικοί πράκτορες αλλά επίσης διαμεσολαβητές **charter**, συστήματα κρατήσεων και άλλοι ειδικοί της διανομής ταξιδιών) έχουν πολύ μεγαλύτερη δύναμη να επηρεάζουν και να κατευθύνουν τη ζήτηση απ' ό,τι οι ομόλογοι τους σε άλλες βιομηχανίες. Δεδομένου ότι, στην πραγματικότητα, ελέγχουν τη ζήτηση, επίσης έχουν αυξημένη διαπραγματευτική ισχύ στις σχέσεις τους με τους προμηθευτές τουριστών υπηρεσίες και είναι σε θέση να επηρεάσουν την τιμολόγηση τους, τις πολιτικές τους για τα προϊόντα και τις δραστηριότητες προώθησης (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού-1975).

1.4.2 Ορισμοί καναλιών διανομής

Αρκετοί μελετητές προσπαθούν να ορίσουν την έννοια του καναλιού διανομής.

Ο **Middleton (1994)** προτείνει τον εξής ορισμό:

"Ένα κανάλι διανομής είναι οποιοδήποτε οργανωμένο και συντηρημένο σύστημα, που δημιουργήθηκε ή χρησιμοποιήθηκε για να παρέχει βολικά σημεία πώλησης και/ή την πρόσβαση στους καταναλωτές, μακριά από τον τόπο παραγωγής και κατανάλωσης, και πληρώθηκε για τους προϋπολογισμούς μάρκετινγκ."

*Αναφορά: <http://epubs.surrey.ac.uk/1082/1/fulltext.pdf>

Ωστόσο, αυτός ο ορισμός αγνοεί τις δραστηριότητες προώθησης και εμπορίας που πραγματοποιούν τα κανάλια, ενώ υποτιμά τη λειτουργία παροχής πληροφοριών. Επίσης εξαιρεί τα τοπικά καταστήματα, όπως τα **box office** ή τα πρακτορεία ταξιδίων στον εκάστοτε προορισμό.

Ο **McIntosh** ορίζει τα κανάλια διανομής τουρισμού ως εξής:

*"Τα κανάλια διανομής τουρισμού είναι μια λειτουργική δομή, σύστημα ή διάφοροι συνδυασμοί οργανισμών ταξιδιού, μέσω της οποίας ο παραγωγός ταξιδιωτικών προϊόντων περιγράφει και επιβεβαιώνει τις ρυθμίσεις ταξιδιού στον αγοραστή (**Mill and Morrison, 1985**). "*

Σε αυτόν τον ορισμό το διαφημιστικό στοιχείο εξακολουθεί να αγνοείται, αλλά η λειτουργία παροχής πληροφοριών έχει επισημανθεί.

Επιπλέον, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (**1975**) προτείνει τον εξής ορισμό:

"Ένα κανάλι διανομής μπορεί να περιγραφεί ως ένας δεδομένος συνδυασμός μεσάζοντες που συνεργάζονται για την πώληση ενός προϊόντος. Επομένως, ένα σύστημα διανομής μπορεί στις περισσότερες περιπτώσεις να αποτελείται από περισσότερα από ένα κανάλια διανομής, το καθένα από τα οποία λειτουργεί παράλληλα και σε ανταγωνισμό με άλλα κανάλια."

Τέλος, ο **Wanhill (1998)** προτείνει τον εξής παρεμφερή ορισμό:

"Ο κύριος ρόλος των μεσαζόντων(καναλιών διανομής) είναι να φέρνουν μαζί τους τους αγοραστές και τους πωλητές, είτε να δημιουργήσουν αγορές οι οποίες προηγουμένως δεν υπήρχαν είτε να κάνουν τις υπάρχουσες αγορές λειτουργούν πιο αποτελεσματικά και ως εκ τούτου να διευρύνουν το μέγεθος της αγοράς."

*Αναφορά: <http://epubs.surrey.ac.uk/1082/1/fulltext.pdf>

1.4.3 Πλεονεκτήματα και λειτουργίες των καναλιών διανομής

Ένα από τα κυριότερα πλεονεκτήματα των καναλιών διανομής τουρισμού είναι ότι καταναλωτές μπορούν να αγοράζουν διάφορα απαραίτητα προϊόντα ή υπηρεσίες απευθείας από τους παραγωγούς, ενώ πολλοί διαμεσολαβητές διανομής και πωλήσεων συμμετέχουν στην προώθηση και τη διανομή του τουριστικού προϊόντος. Υπάρχουν ατελείωτες παραλλαγές των καναλιών διανομής τουρισμού, ανάλογα με την εκάστοτε βιομηχανική δομή και το εξωτερικό περιβάλλον. Μερικά από τα πλεονεκτήματα και τις λειτουργίες των καναλιών διανομής τουρισμού είναι τα εξής:

- Ο προσδιορισμός των αναγκών, των αιτημάτων και των αναμενόμενων εμπειριών των καταναλωτών.
- Η συγκέντρωση τουριστικών προϊόντων από διάφορους παρόχους σύμφωνα με τις προσδοκίες των πελατών.
- Η παροχή συντονισμένων και απρόσκοπτων τουριστικών προϊόντων.
- Η διευκόλυνση της διαδικασίας πώλησης διατηρώντας και εκδίδοντας ταξιδιωτικά έγγραφα μέσω των καναλιών διανομής.

- Η μείωση των τιμών με τη διαπραγμάτευση και προ-προμήθεια τουριστικών προϊόντων.
- Η βελτίωση της διαχείρισης αποθεμάτων με τη διαχείριση της ζήτησης και της προσφοράς.
- Η έκδοση και παράδοση ταξιδιωτικών εγγράφων, δηλαδή εισιτηρίων, κουπονιών και άλλα.
- Η αξιολόγηση της ποιότητας των εγκαταστάσεων και των προϊόντων.
- Η βοήθεια σε νομικές απαιτήσεις για τους καταναλωτές και προμηθευτές (π.χ. θεωρήσεις).
- Η διευκόλυνση των επικοινωνιών μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών, ιδίως σε πολύγλωσσα και πολυπολιτισμικά περιβάλλοντα.
- Η μείωση του αντιληπτού κίνδυνου για τους καταναλωτές.
- Η παροχή πληροφοριών με τη χρήση φυλλαδίων, χαρτών, βίντεο, **CD**.
- Η παροχή καθοδήγησης και συμβουλών προς τους καταναλωτές.
- Η δυνατότητα διεξαγωγής ερευνών μάρκετινγκ πριν και μετά την εμπειρία τουρισμού των καταναλωτών.
- Η διευκόλυνση της πρόσβασης σε απομακρυσμένα τουριστικά προϊόντα.
- Η δημιουργία ενός συστήματος εκκαθάρισης όπου κάθε μέλος του καναλιού λαμβάνει πληρωμές για τις δικές του υπηρεσίες.

- Η διάδοση του εμπορικού κινδύνου μεταξύ των μελών του καναλιού.
- Η διαμόρφωση στοιχείων και παρεπόμενων υπηρεσιών, όπως ασφάλεια, θεώρηση, νόμισμα και άλλα.
- Η εκτίμηση κινδύνου πριν την αγορά τουριστικών προϊόντων.
- Η προώθηση συγκεκριμένων προϊόντων ή συσκευασιών σε συνεργασία με προμηθευτές.
- Η δυνατότητα καταγγελίας παραπόνων τόσο για τους πελάτες όσο και για τους επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου.

Συχνά συνεταιρισμοί **ad-hock** δημιουργούνται μεταξύ των μελών του καναλιού για να ικανοποιήσουν συγκεκριμένη ζήτηση ή να παρέχουν υπηρεσίες στους καταναλωτές. Η βιβλιογραφία αναφέρεται συχνά σε δύο διαφορετικούς τύπους διαμεσολαβητών, δηλαδή ταξιδιωτικοί πράκτορες (χονδρέμποροι) και εξερχόμενα ταξιδιωτικά πρακτορεία (λιανοπωλητές) (Gee, Makens, Choy-1989, Holloway-1998, Beaver-1993, Renshaw-1997, Νόμοι-1997). Τα κανάλια διανομής τουρισμού κανονικά συμπεριλαμβάνουν κι άλλα μέλη. Για παράδειγμα, πρακτορεία ταξιδιών που βασίζονται σε προορισμούς αναλαμβάνουν το χειρισμό των εισερχόμενων ομάδων. Εξάλλου, εθνικοί ή περιφερειακοί τουριστικοί οργανισμοί χρησιμοποιούνται τόσο από τους τουρίστες όσο και από το ταξιδιωτικό εμπόριο για πρόσθετες πληροφορίες, την τεκμηρίωση υποστήριξης, την ταξινόμηση και τον έλεγχο των τουριστικών προϊόντων και συνεργασία στην προώθηση τους. Επιπλέον, ορισμένες οργανώσεις προσφέρουν βοηθητικές υπηρεσίες και μπορούν επίσης να ληφθούν υπόψη ως μέλη του καναλιού διανομής τουρισμού. Αυτές περιλαμβάνουν ειδικούς μεσάζοντες, κλαμπ, εταιρείες πιστωτικών καρτών, ειδικές προνομιακές κάρτες χρηστών, κοινωνίες, θρησκευτικές ομάδες και

οργανώσεις (Wanhill-1998, Mill and Morrison-1985, Gee, Makens, Choy-1989, Middleton-1994).

Ο Middleton (1994) τονίζει ότι *"παράδοξα η αδυναμία στα ταξίδια και στον τουρισμό να δημιουργήσει φυσικά αποθέματα προϊόντων, προσθέτει και όχι μειώνει τη σημασία της διαδικασίας διανομής. Στην πρακτική μάρκετινγκ, η δημιουργία και ο χειρισμός της πρόσβασης για τους καταναλωτές είναι ένας από τους κύριους τρόπους διαχείρισης της ζήτησης για εξαιρετικά φθαρτά προϊόντα"*. Τα σύγχρονα κανάλια όχι μόνο επηρεάζουν τη διανομή τουριστικών προϊόντων, αλλά επίσης όλα τα άλλα στοιχεία του μάρκετινγκ. Για παράδειγμα, τα κανάλια συχνά καθορίζουν την τιμή αξιολογώντας ζήτηση σε πραγματικό χρόνο και τη διαθέσιμη προσφορά. Μπορούν να χειραγωγήσουν και να διαμορφώσουν τον τουρισμό προϊόντων συνδυάζοντας και προσαρμόζοντας τα προϊόντα σύμφωνα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών. Τελικά επιτυγχάνουν να διευκολύνουν την προώθηση, στοχεύοντας σε συγκεκριμένες αγορές και δημιουργώντας επικοινωνία. Ως εκ τούτου, οι αποφάσεις διανομής τουρισμού είναι κρίσιμες για τις τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς επηρεάζουν το σύνολο του μίγματος μάρκετινγκ. Οι κατάλληλοι μεσάζοντες θα πρέπει να χρησιμοποιούνται από τους προμηθευτές, καθώς επηρεάζουν την εικόνα των προϊόντων του τουρισμού. Τα κανάλια διανομής τουρισμού διαφέρουν ανάλογα με τα προϊόντα, τις δομές της βιομηχανίας και τις χώρες.

2.Αγροτουρισμός

2.1 Ορισμός του αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός έχει διαφορετικούς ορισμούς σε διάφορα μέρη του κόσμου και μερικές φορές αναφέρεται συγκεκριμένα στις διαμονές σε αγροκτήματα, όπως στην Ιταλία. Αλλού, ο αγροτουρισμός περιλαμβάνει μια ευρεία ποικιλία

δραστηριοτήτων, μεταξύ των οποίων η αγορά αγροτικών προϊόντων από ειδικά αγροτικά περίπτερα, η εκτροφή φρούτων, η σίτιση ζώων ή η διαμονή σε ένα κατάλυμα εντός αγροκτήματος.

*Αναφορά: <https://en.wikipedia.org/wiki/Agritourism> και <https://www.merriam-webster.com/dictionary/agritourism>

Συνεπώς θα μπορούσε να οριστεί ως εξής:

"Ως αγροτουρισμός με την ευρεία του έννοια θα μπορούσε να οριστεί οποιαδήποτε γεωργική δραστηριότητα ή δραστηριότητα που φέρνει τους επισκέπτες σε κάποιο αγρόκτημα."

Σύμφωνα με τους **Merriam** και **Webster**:

"Αγροτουρισμός είναι η πρακτική του τουρισμού γεωργικών περιοχών που προωθεί τους τουρίστες να δουν αγροκτήματα και να συμμετέχουν σε γεωργικές δραστηριότητες."

Ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή εξειδικευμένου τουρισμού που θεωρείται αναπτυξιακή βιομηχανία σε πολλά μέρη του κόσμου, συμπεριλαμβανομένης της Αυστραλίας, του Καναδά, των Ηνωμένων Πολιτειών και των Φιλιππίνων. Άλλοι όροι που συνδέονται με τον αγροτουρισμό είναι ο "αγροτικός τομέας", τα "προϊόντα προστιθέμενης αξίας", το "αγροτικό άμεσο μάρκετινγκ" και η "βιώσιμη γεωργία".

Ο αγροτουρισμός λόγω του μεγάλου εύρους του έχει και πολλές συμπληρωματικές έννοιες. Συνεπώς ως αγροτουρισμός θα μπορούσε να οριστεί:

- Η πράξη της επίσκεψης σε ένα αγρόκτημα ή σε οποιαδήποτε γεωργική, κηπευτική εκπαίδευση ή ενεργό συμμετοχή σε συγκεκριμένες δραστηριότητες.
- Όλες οι επιχειρήσεις ενός αγρότη του οποίου στόχος είναι ευχαρίστηση ή δημόσια εκπαίδευση. Η εμπορική επιχείρηση σε αγρόκτημα, ράντσο, ή εργοστάσιο μεταποίησης γεωργικών προϊόντων που λειτουργεί για την απόλαυση των επισκεπτών και δημιουργεί ένα συμπληρωματικό εισόδημα για τον ιδιοκτήτη.
- Ένας τρόπος να πραγματοποιηθούν διακοπές στις οποίες προσφέρεται διαμονή σε αγροκτήματα (**Wolfe & Holland,2000**).
- Όλες οι που επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε ένα αγρόκτημα για τη διασκέδαση και την εκπαίδευση του κοινού (**McKenzie, Nora & Wysoski, 2008**).
- Η πρακτική της προσέλκυσης ταξιδιωτών και επισκεπτών σε μια περιοχή ή σε ορισμένες περιοχές που χρησιμοποιούνται κυρίως για αγροτικούς στόχους (**Blacka, Couture, Coli, Dooley, Hankins,Lastovica, Mihálik, Reed, Uysal 2009**).
- Ένα είδος διακοπών σε ένα αγρόκτημα ή ένα ράντσο όπου οι τουρίστες μπορούν να λάβουν μέρος σε συγκεκριμένες δραστηριότητες όπως συλλογή φρούτων, μέριμνα και διατροφή των ζώων, καλλιέργεια της γης κ.λ.π.

Ο αγροτουρισμός προσδιορίζεται με τους όρους αγρονομικός τουρισμός (**agrarian tourism**), γεωργικός τουρισμός (**agricultural tourism**), τουρισμός αγροκτήματος (**farm tourism**), με το ευρύτερο υποσύνολο που ονομάζεται αγροτικός τουρισμός (**rural tourism**) που περιλαμβάνει θέρετρα, αγροδιατροφικές αγορές, μη κερδοσκοπικές εκδρομές γεωργικού χαρακτήρα

και άλλες δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο και την φιλοξενία που προσελκύουν επισκέπτες στην ύπαιθρο (**Holland, Wolfe, 2001**). Ο αγροτουρισμός συνδέεται με τον αγροτικό τουρισμό και θεωρείται υποσύνολο του πολιτιστικού τουρισμού. Μια αγροτουριστική επιχείρηση είναι ένα αγρόκτημα που ανοίγει στο τουριστικό του κοινό για να του προσφέρει αναζήτηση ψυχαγωγίας και εκπαίδευση. Μπορεί ταυτόχρονα να είναι ένα αγρόκτημα που μπορεί να παράγει ένα συμπληρωματικό εισόδημα μέσω της προώθησης γεωργικών προϊόντων.

2.2 Εννοιολογική ανάλυση και είδη του αγροτουρισμού

2.2.1 Τα διαφορετικά είδη αγροτουρισμού

Οι διάφοροι τύποι αγροτουρισμού έχουν διακριθεί από τις εμπειρίες που ήθελαν οι τουρίστες να βιώσουν (φυσικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας κ.λ.π.). Έτσι, κάθε τύπος του τουρισμού είναι ένας τρόπος αποτύπωσης διαφορετικών εμπειριών στην τουριστική αγορά.

- Αγρονομικός τουρισμός (**argarian tourism**)

Ο αγρονομικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως εξής:

"Αγρονομικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που προκαλείται από τους ανθρώπους που αρέσκονται σε περιοχές καλλιέργειας φυτών, λαχανικών ή φρούτων, αμπελώνων ή οι διακοπές που λαμβάνουν χώρα σε φάρμες και αγροκτήματα"

Ο αγρονομικός τουρισμός μπορεί να αναγνωριστεί ως αγροτουρισμός(ουσιαστικά αποτελεί υποσύνολο του αγροτουρισμού) ή σαν τουρισμός στην ύπαιθρο και θεωρείται ένας εναλλακτικός τύπος τουρισμού. Τα κύρια συστατικά του είναι αξιοθέατα και σημεία

ενδιαφέροντος, η αίσθηση της χαλάρωσης στην ύπαιθρο, τα φυσικά τρόφιμα και γενικότερα η αλληλεπίδραση με τη φύση.

- Γεωργικός τουρισμός (**agricultural tourism**)

Ο γεωργικός τουρισμός ορίζεται ως εξής:

*Αναφορά: http://www.uaiasi.ro/sim_revagr/PDF/2010_2_369.pdf

"Είναι η τουριστική δραστηριότητα που οργανώνεται και διευθύνεται από την οικογενειακές γεωργικές εκμεταλλεύσεις και χαρακτηρίζεται από την επίσκεψη σε αγρόκτημα ή οποιαδήποτε άλλη γεωργική, κηπευτική ή αγροτική επιχείρηση με στόχο την ευχαρίστηση, εκπαίδευση ή ενεργό συμμετοχή στις δραστηριότητες της εκμετάλλευσης της επιχείρησης."

Εναλλακτικά, θα μπορούσε να οριστεί ως:

"Η πρακτική της επίσκεψης σε μια αγροτική, κηπευτική ή γεωργική επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένης της ενασχόλησης με έναν αμπελώνα, με κατοικίδια ζώα ή ένα ζωικό αγρόκτημα."

Τέλος, μια άλλη προσέγγιση θα μπορούσε να ορίσει τον γεωργικό τουρισμό ως εξής:

"Μια αυξανόμενη τάση στη γεωργία που συνδυάζει τον κόσμο του ταξιδιού με τον αγρότη, τα τρόφιμα και την εμπειρία του παραγωγού".

Αποτελεί υποσύνολο του αγροτουρισμού σε συνδυασμό με τα διάφορα γεωργικά αξιοθέατα για τον ελεύθερο χρόνο θεωρείται ως η εναλλακτική λύση στην αύξηση των εισοδημάτων και την οικονομική βιωσιμότητα των εκμεταλλεύσεων στις οποίες βασίζονται μικρές

αγροτικές κοινότητες. Με άλλα λόγια αποτελεί έναν τρόπο άσκησης βιώσιμου τουρισμού.

Τα κύρια συστατικά αυτής της υποκατηγορίας αγροτουρισμού είναι η διαμονή, τα τρόφιμα και οι αγροτικές δραστηριότητες, εκδηλώσεις ή φεστιβάλ πώλησης αγροτικών προϊόντων και γενικότερα δραστηριότητες στις οποίες οι τουρίστες αλληλοεπιδρούν άμεσα με την οικογένεια ενός αγρότη ή με τους εργάτες μιας φάρμας. Δραστηριότητες που έχουν ως στόχο να αναδείξουν τη ζωή στην ύπαιθρο και την αλληλεπίδραση με τα αγροκτήματα. Αυτό επιτυγχάνεται με την συμμετοχή σε φεστιβάλ και δραστηριότητες που διοργανώνονται σε αγροκτήματα και ψυχαγωγούν τους τουρίστες.

- Τουρισμός αγροκτημάτων (**farm tourism**)

Ο τουρισμός αγροκτημάτων ορίζεται ως εξής:

"Είναι τα ταξίδια που συνδέονται με την πρακτική της γεωργίας και έχουν σαν σημείο αναφοράς το χωριό. Συνδέεται στενά τόσο με τον αγροτουρισμό και τον αγροτικό τουρισμό όσο και με τον τουρισμό της υπαίθρου. Θεωρείται υποσύνολο του πολιτιστικού τουρισμού και αποτελεί έναν μηχανισμό μέσω του οποίου οι μη αγρότες μπορούν να μάθουν για τη γεωργία."

- Τουρισμός εξοχής (**countryside tourism**)

Ο τουρισμός εξοχής συνήθως δεν ορίζεται ξεχωριστά. Προσδιορίζεται μέσω του αγροτουρισμού και συνδέεται με αυτόν μέσω διαφόρων δραστηριοτήτων, όπως η πρακτική στην ύπαιθρο. Σε κάποιες περιοχές ο τουρισμός εξοχής θεωρείται το αντίθετο του αστικού τουρισμού. Τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι η φύση, ο πολιτισμός, το έντονο στοιχείο παράδοσης και γαστρονομίας και γενικότερα έννοιες που οι

άνθρωποι πρέπει να μάθουν σταδιακά να διατηρούν και να ενθαρρύνουν.

- Αγροτικός τουρισμός (**rural tourism**)

Ο αγροτικός τουρισμός, ασκείται από ανθρώπους που ανήκουν κυρίως στις μεσαίες και ανώτερες τάξεις, και ορίζεται ως εξής:

"Είναι κάθε τουριστική δραστηριότητα που ασκείται σε κατοικημένη μη αστική περιοχή "

Μια άλλη ερμηνεία του θα μπορούσε να είναι:

"Ο τουρισμός που ασκείται μακριά από την καθημερινή ρουτίνα και χαρακτηρίζεται από έντονη τουριστική δραστηριότητα, που ασκείται από επισκέπτες που επιθυμούν να αλληλοεπιδράσουν με το αγροτικό περιβάλλον και με την εκάστοτε τοπική κοινότητα υποδοχής"

Ο αγροτικός τουρισμός διαφέρει με τον αγροτουρισμό από δύο απόψεις:

- ο Οι δραστηριότητες που αφορούν ειδικά τον αγροτικό τουρισμό δεν είναι κατ' ανάγκη, σε αγρόκτημα, φάρμα ή για παράδειγμα σε κάποιο εργοστάσιο μεταποίησης γεωργικών προϊόντων. Αντίθετα, οι χώροι και οι εγκαταστάσεις είναι αναπόσπαστο τμήμα του αγροτουρισμού και της φύσης του.
- ο Οι δραστηριότητες που αφορούν ειδικά τον αγροτικό τουρισμό δεν είναι κατάλληλες ώστε να παράγουν συμπληρωματικά εισοδήματα για την γεωργική

επιχείρηση, σε αντίθεση με τις δραστηριότητες του αγροτουρισμού.

Ο αγροτικός τουρισμός ταυτίζεται με κάθε μη αστικό τύπο τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του αγροτουρισμού, του τουρισμού αγροκτημάτων και του τουρισμού εξοχής. Η σύνδεση του με τον αγροτουρισμό και τον τουρισμό εξοχής οφείλεται στο γεγονός ότι αυτές οι δύο μορφές τουρισμού έχουν τις βασικές απαιτήσεις βιώσιμης ανάπτυξης με τον τουρισμό αγροκτημάτων. Επιπλέον, ο αγροτικός τουρισμός θεωρείται συνιστώσα του πολιτισμικού τουρισμού και του οικοτουρισμού. Αυτό το είδος τουρισμού είναι το αντίθετο σε σχέση με τον αστικό τουρισμό, αλλά περιλαμβάνεται στον αγροτουρισμό.

2.2.2 Συμπεράσματα

Αν και το παραπάνω είδος τουρισμού εκλαμβάνεται σαν μια σχολική εκδρομή λιγότερο ενδιαφέρουσα από τον τουρισμό περιπέτειας και σαν μια προσπάθεια αντιστροφής της παρακμής της υπαίθρου, ο αγροτουρισμός και ο αγροτικός τουρισμός μπορεί να είναι μια προοπτική που πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στις ανεπτυγμένες χώρες και μια στρατηγική που θα μπορούσε να συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομική ανάκαμψη στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Το μόνο χαρακτηριστικό που εμφανίζεται συχνά στα είδη του τουρισμού είναι η "επίσκεψη": η πράξη της επίσκεψης σε ένα γεωργικό αγρόκτημα (γεωργικός τουρισμός και αγροτουρισμός), η πράξη της επίσκεψης σε μια αγροβιομηχανία (γεωργικός τουρισμός), η επίσκεψη σε γεωργικές επιχειρήσεις (γεωργικός τουρισμός) και η επίσκεψη αγροτικών εκμεταλλεύσεων (αγρονομικός τουρισμός). Οι υπόλοιποι ορισμοί είναι ξεχωριστοί από την οπτική γωνία του περιεχομένου τους.

Από τους επτά τύπους τουρισμού που σχετίζονται με τις αγροτικές περιοχές, ο αγροτουρισμός εμφανίζεται τέσσερις φορές ως συνώνυμο (αγρονομικό τουρισμό, γεωργικό τουρισμό, τουρισμό αγροκτημάτων και αγροτικό

τουρισμό), γεγονός το οποίο κάνει τον αγροτουρισμό προτιμώμενο όνομα για το αγροτικό περιβάλλον όταν αυτό εμπλέκεται με τον τουρισμό. Έπειτα, σαν πιο κοντινές έννοιες ακολουθούν ο αγρονομικός τουρισμός, ο τουρισμός της υπαίθρου και ο αγροτικός τουρισμός και στο τέλος ο γεωργικός τουρισμός και ο τουρισμός αγροκτημάτων.

Οι μόνες καθαρά αντίθετες έννοιες μεταξύ των ειδών του τουρισμού συναντώνται μεταξύ αφενός του τουρισμού υπαίθρου και του γεωργικού τουρισμού και αφετέρου του αστικού τουρισμού.

Η μόνη καθαρή σχέση μεταξύ γεωργικού τουρισμού και αγροτουρισμού είναι ότι ο πρώτος είναι υποκατηγορία του δεύτερου.

Από τον παραπάνω διαχωρισμό φαίνεται ότι τα διάφορα είδη τουρισμού έχουν διακριθεί με βάση τις εμπειρίες που οι τουρίστες επιθυμούν να ζήσουν (φυσικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας κ.λ.π.). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα κάθε τύπος τουρισμού να αντιστοιχεί σε μια νέα θέση στην τουριστική αγορά και να εξυπηρετεί διαφορετικές εμπειρίες.

2.3 Γεωγραφική προσέγγιση του αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός σε διάφορα μέρη του κόσμου έχει μια τοπική ιστορικότητα, κάτι σαν παράδοση. Συναντάται κυρίως σε χώρες ή περιοχές οι οποίες είναι στενά συνδεδεμένες με την αγροτική παραγωγή. Αυτό είναι λογικό εάν αναλογιστεί κανείς ότι μπορεί να εφαρμοστεί σε περιοχές που διαθέτουν αγροτικές μονάδες. Μερικά γνωστά παραδείγματα χωρών που διαθέτουν αυξημένη προσφορά στον αγροτουρισμό είναι:

- *Ελβετία:* Στην Ελβετία περισσότερο από όλες τις περιοχές της κεντρικής Ευρώπης. Ένα από τα πιο γνωστά καταλύματα αγροτουρισμού είναι το **Jucker Farm** στο **Seegräben**, ένα καντόνι της Ζυρίχης.

- *Ιταλία:* Η απαρχή του αγροτουρισμού ξεκίνησε το **1960**, όταν ο τουριστικός οδηγός **Michelin** για την Ιταλία δεν αριθμούσε ούτε μία ενιαία εγκατάσταση στην περιοχή **Chianti**. Αλλά ακόμα και μετά την έκρηξη των αγροτικών καταλυμάτων στη δεκαετία του **1970**, τη δεκαετία του **1980** και τη δεκαετία του **1990**, η επιλογή ήταν ακόμη περιορισμένη, σε γενικές γραμμές, σε βασικούς αγροτουριστικούς χώρους ή σε θορυβώδη εξοχικά σπίτια. Τα τελευταία χρόνια έχουν δει την άφιξη κάποιων κομψών πολυτελών θέρετρων **spa** και μερικών επιλογών μεσαίας κατηγορίας, όπου οι επισκέπτες επωφελούνται από μια πρακτική και προσωπική προσέγγιση. Από το **1985**, ο αγροτουρισμός στην Ιταλία ρυθμίζεται επίσημα από έναν κρατικό νόμο, που εκδόθηκε το **2006**. Ο νόμος δηλώνει τις βασικές απαιτήσεις για να διεκδικήσει τον τίτλο του "**agriturismo**" και αναθέτει σε μεμονωμένες περιφέρειες να ρυθμίσουν περαιτέρω το ζήτημα. Ο ιταλικός αγροτουρισμός προσελκύει επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Ειδικότερα, δεδομένης της πολυτέλειας του αγροτικού τουρισμού, οι διεθνείς ροές καθοδηγούνται από τη ζήτηση.
- *Ινδία:* Από το **2004** ο γεωργικός τουρισμός λειτουργεί και ξεκίνησε στο **Baramati Agri Tourism Center** υπό την καθοδήγηση του **Pandurang Taware**. Έλαβε το εθνικό βραβείο τουρισμού από τον Πρόεδρο της Ινδίας για το πιο καινοτόμο προϊόν τουρισμού. Η **Agri Tourism India (ATDC)** είναι πρωτοπόρος στην ανάπτυξη και εμπορία του αγροτουρισμού στην Ινδία. Το **ATDC**, από το **2014**, έχει **218** συνεργαζόμενους αγρότες και λειτουργεί αγροτουριστικό κέντρο στα αντίστοιχα χωριά τους στην πολιτεία Μαχαράστρα.
- *Τουρκία :* Στην επαρχία Χατάι, το χωριό Βακίφλι διαθέτει μια μικρή οικολογική και πολιτιστική τουριστική βιομηχανία, καθώς συχνά προσφέρεται ως το τελευταίο αγροτικό χωριό της Τουρκίας όπου ζουν

οι Αρμένιοι. Το μικρό χωριό διαθέτει ξενώνα όπου οι επισκέπτες μπορούν να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα και να δουν τη ζωή του χωριού. Υπάρχει επίσης δυνατότητα για οικοτουρισμό στην περιοχή του Αιγαίου της Δυτικής Τουρκίας και αποτελεί μια εν δυνάμει αναπτυσσόμενη βιομηχανία.

- Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής: Ο αγροτουρισμός είναι ευρέως διαδεδομένος στις Ηνωμένες Πολιτείες. Οι τουρίστες μπορούν να επιλέξουν από ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που περιλαμβάνουν συλλογή φρούτων και λαχανικών, ιππασία αλόγων, γευσιγνωσία μελιού, ενημέρωση για την παρασκευή κρασιού ή τυριού, ψώνια στα μαγαζιά με είδη αγροκτήματος με τοπικά, περιφερειακά προϊόντα ή χειροποίητα δώρα.

Σύμφωνα με το συνεργαζόμενο θεσμό του **USDA**, που αποτελεί μια υπηρεσία εκπαίδευσης και επέκτασης, ο τουρισμός είναι όλο και πιο σημαντικός για την αμερικανική οικονομία. Σύμφωνα με μια συντηρητική εκτίμηση από το **Federal Reserve Board** στο Κάνσας και με βάση στοιχεία του **2000**, οι βασικές ταξιδιωτικές και τουριστικές βιομηχανίες αντιπροσώπευαν το **3,6%** του συνόλου της απασχόλησης στις ΗΠΑ. Ακόμη περισσότερο, τα στοιχεία από την Ένωση Ταξιδιωτικής Βιομηχανίας της Αμερικής δείχνουν ότι **1** στα **18** άτομα στις ΗΠΑ έχει δουλειά που προκύπτει άμεσα από δαπάνες που αφορούν ταξίδια και αναψυχή.

Σύμφωνα με το "**Small Farm Center**" του Πανεπιστημίου της Καλιφόρνιας, ο αγροτικός τουρισμός ή ο αγροτουρισμός είναι μια εναλλακτική λύση για τη βελτίωση των εισοδημάτων και της δυνητικής οικονομικής βιωσιμότητας των μικρών γεωργικών εκμεταλλεύσεων και των αγροτικών κοινοτήτων. Ορισμένες μορφές αγροτουριστικών επιχειρήσεων αναπτύσσονται με αυξητικούς ρυθμούς στην Καλιφόρνια, συμπεριλαμβανομένων των εκθέσεων και των φεστιβάλ αγροτουρισμού. Επιπλέον σύμφωνα με το "**Small Farm Center**"

υπάρχουν και άλλες δραστηριότητες που εξακολουθούν να προσφέρουν δυνατότητες ανάπτυξης. Επιπλέον το "**Small Farm Center**" έχει αναπτύξει μια βάση δεδομένων αγροτουρισμού Καλιφόρνιας που παρέχει στους επισκέπτες και τους δυνητικούς επιχειρηματίες πληροφορίες σχετικά με τις υπάρχουσες τοποθεσίες αγροτουρισμού σε ολόκληρη την πολιτεία.

Η δημοσίευση με τίτλο "Προώθηση του τουρισμού στην αγροτική Αμερική" (**Promoting Tourism in Rural America**) εξηγεί την ανάγκη σχεδιασμού και εμπορίας μιας αγροτικής κοινότητας και τη στάθμιση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του τουρισμού. Σύμφωνα με τη δημοσίευση, η τοπική συμμετοχή των πολιτών είναι χρήσιμη και πρέπει να συμπεριληφθεί στην εκκίνηση οποιουδήποτε είδους τουριστικού προγράμματος. Η συμμετοχή του πολίτη στον προγραμματισμό του τουρισμού μπορεί να συμβάλει στην οικοδόμηση ενός επιτυχημένου προγράμματος που ενισχύει τις εμπλεκόμενες κοινότητες. Πρόσθετοι ιστότοποι που προωθούν και δημοσιοποιούν τον αγροτουρισμό στις Ηνωμένες Πολιτείες περιλαμβάνουν την "**Rural Bounty**" (www.ruralbounty.com), που ιδρύθηκε από τη σύμβουλο αγροτουρισμού **Jane Eckert**. Κάποια από τα άλλα εγχειρήματα της **Jane Eckert** είναι το "**Farm Stay U.S.**" που αποτελεί έναν κατάλογο καταλυμάτων αγροτουρισμού σε εθνικό επίπεδο και το "**The Farm Stay Project**" που είναι ένα μπλογκ με ειδήσεις αγροτουρισμού.

- *Πακιστάν:* Η εταιρεία ανάπτυξης αγροτουρισμού του Πακιστάν (**ATDCP**) είναι ένας μη κυβερνητικός οργανισμός μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα που στοχεύει στη σύνδεση ανθρώπων μέσω τροφίμων, αγροκτημάτων και εκπαίδευσης, με στόχο την προώθηση της ιδέας του αγροτουρισμού στο Πακιστάν. Το **ATDCP** εκπαιδεύει τους καταναλωτές για έναν οργανικό, υγιεινό τρόπο ζωής, αυξάνει την ευαισθητοποίηση για τα τρόφιμα μέσω καμπανιών με μότο "από το

αγρόκτημα στο τραπέζι" και εισάγει αγροτουριστική και ψυχαγωγική γεωργία για να αναδείξει την ομορφιά των αγροτικών περιοχών.

Το **ATDCP** λειτουργεί επίσης ως εκπαιδευτικό ίδρυμα για τους αγρότες, όπου εκπαιδεύονται στις ανάγκες του αγροτουρισμού. Το **ATDCP** εισάγει πολλές καινοτομίες στην επιχείρηση αγροτουρισμού και ψυχαγωγίας για τους αγρότες και την αγροτική κοινότητα. Διοργανώνει αγροτικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ γεωγραφικών θεμάτων, εκδρομές αγροτικών εκτάσεων και αγροτικές εκδηλώσεις, γιορτές αγροτουρισμού για παιδιά σχολικής ηλικίας με στόχο να διερευνήσει τις ιδέες αγροτουρισμού στο Πακιστάν. Ο **Tariq Tanveer** είναι ο διευθύνων σύμβουλος και ο ιδρυτής του **ATDCP**.

*Αναφορά: <https://en.wikipedia.org/wiki/Agritourism> και <https://www.merriam-webster.com/dictionary/agritourism>

2.4 Η σημασία του αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός προσφέρει οικονομικά, εκπαιδευτικά και κοινωνικά οφέλη στους παραγωγούς, καταναλωτές (τουρίστες) και στις τοπικές κοινότητες. Επιπλέον, παρέχει κίνητρα στους παραγωγούς ώστε να παραμείνουν στον κλάδο της γεωργίας.

Η γεωργική βιομηχανία αντιμετωπίζει όλο και περισσότερες προκλήσεις, όπως ο ανταγωνισμός στην αγορά, η αύξηση του κόστους της γης και ένα περίπλοκο ρυθμιστικό περιβάλλον.

Όσο να παραμείνουν ζωντανές, ορισμένες επιχειρήσεις έπρεπε να αναζητήσουν τρόπους για να προσθέσουν αξία στα προϊόντα τους και να δημιουργήσουν αξιόπιστες και σταθερές πηγές εσόδων. Λόγω της εγγύτητάς τους σε έναν αριθμό μεγάλων μητροπολιτικών περιοχών, πολλοί αγρότες έχουν τεράστια ευκαιρία να διαφοροποιήσουν τη λίστα των προϊόντων τους

και να βελτιώσουν την παροχή υπηρεσιών με στόχο την συμπλήρωση των γεωργικών εισοδημάτων.

Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις παρέχουν πολυάριθμα οικονομικά οφέλη στη γύρω κοινότητα. Οι επιχειρήσεις δημιουργούν θέσεις εργασίας και στηρίζουν την τοπική οικονομία μέσω της αγοραπωλησίας αγαθών και υπηρεσιών. Επίσης και άλλες ευκαιρίες οικονομικής ανάπτυξης ανέρχονται όταν οι αγροτικοί τουρίστες ψωνίζουν, τρώνε και γενικότερα κινούνται στη γύρω κοινότητα. Ο αγροτουρισμός παρέχει επίσης στις αγροτικές κοινότητες τη δυνατότητα να αυξήσουν τις τοπικές φορολογικές τους βάσεις. Το πιο σημαντικό απ' όλα είναι ότι στον αγροτουρισμό οι επιχειρήσεις είναι μοναδικές και τοπικές των οποίων οι υπηρεσίες δεν μπορούν αργότερα να ανατεθούν αλλού.

Επιπλέον ο αγροτουρισμός παρέχει εκπαιδευτικές εμπειρίες που συνδέουν τους επισκέπτες με τα γραφικά τοπία και την τοπική παράδοση και κληρονομιά. Τέτοιες επιχειρήσεις μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για την

εκπαίδευση του κοινού σχετικά με την συνεισφορά της βιομηχανία του τουρισμού στην τοπική ποιότητα ζωής. Για παράδειγμα, ο αγροτουρισμός μπορεί να προσφέρει βιώσιμους τρόπους φροντίδας για τις αγροτικές καλλιεργήσιμες εκτάσεις και τις γραφικές περιοχές. Επίσης, μπορεί να διατηρήσει τη γεωργική κληρονομιά μιας κοινότητας. Η διατήρηση των γεωργικών και δασικών εκτάσεων διασφαλίζει ότι οι μελλοντικές γενιές θα έχουν την ευκαιρία να επισκεφθούν τις τοπικές επιχειρήσεις ξυλείας, να μάθουν περισσότερα για τη γεωργία, να συμμετέχουν στις ψυχαγωγικές δραστηριότητες και να απολαύσουν τοπικά εδέσματα. Εν ολίγοις, ο αγροτουρισμός έχει τη δυνατότητα να μετατρέψει τους κατοίκους των πόλεων σε ισχυρούς συμμάχους για τα αγροκτήματα, τα δάση και άλλες γεωργικές επιχειρήσεις.

2.5 Πιθανές δυσκολίες

Αν και είναι πολύ πιθανό η ανάπτυξη του αγροτουρισμού να μπορεί να ενσωματωθεί με επιτυχία σε τοπικές κοινότητες χωρίς μεγάλες διαταραχές, υπάρχουν ορισμένες πιθανές προκλήσεις. Ο σχεδιασμός ανάπτυξης του αγροτουρισμού απαιτεί προσοχή σε ενδεχόμενες επιπτώσεις και ανταγωνιστικά συμφέροντα στο πλαίσιο της γεωργικής κοινότητας.

Οι κάτοικοι έχουν συχνά ανησυχίες σχετικά με τον θόρυβο, την κυκλοφορία και τους παραβάτες, επειδή αυτές οι επιπτώσεις έχουν τη δυνατότητα να αλλοιώσουν τον συνολικό χαρακτήρα της κοινότητας. Όταν οι αγρότες λαμβάνουν προληπτικές δράσεις για τη διατήρηση καλών σχέσεων με γειτονικούς ιδιοκτήτες γης και τοπικούς φορείς λήψης αποφάσεων πολλές από αυτές τις ανησυχίες μπορούν να επιλυθούν ανεπίσημα. Υπάρχουν επίσης πολλά διαθέσιμα εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να ελαχιστοποιηθούν τα πιθανά εμπόδια. Τα επίπεδα θορύβου ενδέχεται να μειώσουν την ποιότητα ζωής των γειτόνων ιδιοκτητών γης.

*Αναφορά: https://www.in.gov/isda/files/Planning_for_Agritourism.pdf

Σε γενικές γραμμές, τα επίπεδα θορύβου στις αγροτικές και γεωργικές περιοχές είναι χαμηλότερα από τις αστικές περιοχές. Αυτά τα ήσυχα περιβάλλοντα είναι ένα μέρος του χαρακτήρα των αγροτικών περιοχών. Ωστόσο, και οι γεωργικές δραστηριότητες μπορεί επίσης να είναι πολύ θορυβώδεις. Μηχανήματα, εξοπλισμός, φορτηγά και ζώα παράγουν διάφορους θορύβους. Όταν εξετάζεται η έγκριση ενός αγροτουριστικού προγράμματος οι αρμόδιοι τοπικοί φορείς λήψης αποφάσεων θα πρέπει να καθορίσουν εάν ο θόρυβος της επιχείρησης αγροτουρισμού είναι παρόμοιος ή διαφορετικός από τον θόρυβο που συνήθως συμβαίνει στις αγροτικές και γεωργικές περιοχές. Εάν ο θόρυβος δεν είναι συνήθης για τη γύρω περιοχή, οι τοπικοί φορείς λήψης αποφάσεων θα πρέπει να εξετάσουν εάν η δραστηριότητα θα είναι καθημερινή, εποχιακή ή σε σποραδική συχνότητα. Οι

ανησυχίες για το θόρυβο μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσω νομοθετικών ρυθμίσεων ή κανονισμών θορύβου. Οι διατάξεις περί θορύβου δεν πρέπει να είναι πιο περιοριστικές για τις επιχειρήσεις αγροτουρισμού απ' ό τι για άλλες επιχειρήσεις.

Η αυξημένη κίνηση μπορεί επίσης να αποτελέσει πρόβλημα για τους γειτονικούς ιδιοκτήτες γης. Οι τοπικές αυτοδιοικήσεις θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν ένα σχέδιο διαχείρισης της κυκλοφορίας που προσδιορίζει τον προβλεπόμενο αριθμό οχημάτων και κάθε προβλεπόμενη χρήση των δημοσίων δρόμων για τον προσδιορισμό πιθανών επιπτώσεων της κυκλοφορίας. Για να ελαχιστοποιηθούν οι πρόσθετοι κίνδυνοι της κυκλοφορίας, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να παρέχουν επαρκή χώρο στάθμευσης εκτός δρόμου.

Η παραβίαση ιδιωτικής περιουσίας είναι μια ανησυχία τόσο για τους παρόχους αγροτουρισμού όσο και για τους γειτονικούς ιδιοκτήτες γης. Οι φορείς εκμετάλλευσης πρέπει ελέγχουν τακτικά τις περιοχές περιορισμένης πρόσβασης για παραβάτες. Εάν εντοπιστούν παραβάτες, πρέπει αυτά τα άτομα να συνοδεύονται πίσω στις επιτρεπόμενες θέσεις. Για τον περιορισμό παραβίασης σε γειτονικούς ιδιοκτήτες γης, οι πάροχοι των αγροτουριστικών υπηρεσιών θα μπορούσαν να τοποθετήσουν διακριτικά σημάδια ή πινακίδες στα όρια ιδιοκτησίας. Η τοποθέτηση αυτών αποδεικνύει τη σημαντική και έμπρακτη προσπάθεια για την προστασία των γειτόνων ιδιοκτητών από παραβίαση των ιδιοκτητών περιουσιών.

Οι τοπικοί φορείς λήψης αποφάσεων πρέπει επίσης να αναγνωρίζουν τις διαφορετικές προοπτικές και τα ανταγωνιστικά συμφέροντα εντός του πλαισίου της αγροτικής κοινότητας. Ενώ ορισμένοι γεωργοί πιστεύουν ότι ο προγραμματισμός είναι ο τρόπος για να επηρεαστεί θετικά το μέλλον της κοινότητας, άλλοι αισθάνονται οργή και αβεβαιότητα σχετικά με τη διαδικασία σχεδιασμού. Επιπλέον, οι αγρότες έχουν πολλαπλά συμφέροντα στην περιουσία τους που μπορούν να έρθουν σε σύγκρουση μεταξύ τους. Ως ταυτόχρονα γαιοκτήμονες, ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, φορολογούμενοι και μέλη μιας κοινότητας, το ενδιαφέρον ενός γεωργού μπορεί να διαφέρει

ανάλογα με το θέμα. Για παράδειγμα, ένας γεωργός νεότερης γενιάς μπορεί να στηρίξει πολιτικές που ενισχύουν την γεωργική ανάπτυξη. Από την άλλη πλευρά, οι αγρότες που σχεδιάζουν να αποσυρθούν από την γεωργική βιομηχανία στο εγγύς μέλλον είναι πιο πιθανό να τονίσουν το ενδιαφέρον τους ως ιδιοκτήτες γης προκειμένου να μεγιστοποιηθούν οι τιμές ιδιοκτησίας. Διαφορετικοί τύποι εκμεταλλεύσεων μπορεί επίσης να έχουν διαφορετικές προτεραιότητες. Οι εκάστοτε κοινότητες θα πρέπει να εξετάζουν την τοπική ποικιλομορφία στη γεωργία για να διασφαλίζουν ότι λαμβάνονται υπόψη όλα τα συμφέροντα.

2.6 Ευκαιρίες εσόδων από τον αγροτουρισμό

Υπάρχουν δύο σημαντικές διαφορές σε σχέση με την παραδοσιακή γεωργία. Ο αγρότης που αποτελεί και πάροχος αγροτουριστικών υπηρεσιών δεν είναι αποδέκτης τιμών για αυτές τις υπηρεσίες όπως συμβαίνει με τις γεωργικές του δραστηριότητες. Δηλαδή, δεν δημοπρατεί πλέον τα προϊόντα του για να πετύχει τις ιδανικότερες για την περίπτωση τιμές. Αντίθετα, δουλεύει με τιμοκατάλογο για τις παρεχόμενες υπηρεσίες αγροτουρισμού. Η δεύτερη διαφορά σε σχέση με την γεωργική δραστηριότητα είναι ότι η αγροτουριστική επιχείρηση έχει να κάνει με ανθρώπους. Συνεπώς, θα πρέπει να υπάρχει κάποιος εργαζόμενος ο οποίος απολαμβάνει να εργάζεται με ανθρώπους, καθώς αυτό είναι πιο σημαντικό από την εμπορία των προϊόντων. Ένας λόγος που ενισχύει αυτήν την ανάγκη είναι το γεγονός ότι αυτό το είδος τουρισμού απευθύνεται απευθείας από τον παραγωγό στον καταναλωτή των υπηρεσιών όχι μόνο σε επίπεδο υλικών υπηρεσιών αλλά και σε επίπεδο ψυχικών όπως είναι οι αναμνήσεις, το αίσθημα της περιπέτειας και άλλα.

Τα κέρδη που μπορεί ένας πάροχος αγροτουριστικών υπηρεσιών να αποκομίσει χωρίζονται σε κάποιες κατηγορίες οι βασικότερες των οποίων είναι:

- *Πώληση αγροτικών και ειδικών προϊόντων:* Αυτού του είδους οι αγορές αποτελούν μια εξαιρετική ευκαιρία για τους παρόχους αγροτουριστικών υπηρεσιών που έχουν ως στόχο να πουλήσουν διάφορα είδη προϊόντων(τρόφιμα ή βιοτεχνικά είδη) με προστιθέμενη αξία πάντα ανάλογα με τους κανόνες της αγοράς των αγροτών. Στις μέρες μας οι αγορές ειδικών προϊόντων είναι πιο εύκολα προσβάσιμες μέσω του διαδικτύου. Μέσω εντατικής προώθησης σε εστιατόρια και άλλου είδους επιχειρήσεις και σε συνεργασία με τα διάφορα κυβερνητικά ή κοινοτικά προγράμματα που διαθέτουν πολλές χώρες του κόσμου υπάρχουν αρκετά περιθώρια εσόδων για τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις.
- *Έσοδα από την επεξεργασία και προώθηση προϊόντων στα αγροκτήματα:* Τέτοιου είδους προϊόντα θα μπορούσαν να είναι σιρόπια, προϊόντα ξύλου, γαλακτοκομικά, κρασί και γενικότερα αγνά προϊόντα που είναι συχνότερα σε επαρχιακά μέρη. Υπάρχει η δυνατότητα παραγωγής τους μέσω μιας εκπαιδευτικής δραστηριότητας καθώς και ταυτόχρονη χρήση τους ως εμπορικό προϊόν. Είναι μια ενδιαφέρουσα προοπτική καθώς οι περισσότεροι τουρίστες είναι πολύ πιθανό να αγοράσουν τέτοια προϊόντα είτε για αυτούς είτε για φίλους και συγγενείς.
- *Εκδηλώσεις, φεστιβάλ και ειδικές εκδηλώσεις:* Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να διοργανώνουν φεστιβάλ μόνα τους ή με σε συνεργασία με τις κοινότητες. Τα φεστιβάλ αυτά θα μπορούσαν να έχουν θεματικές ενότητες όπως η διατροφή και η βιοτεχνία στη φύση, τα λουλούδια, η τέχνη, η κληρονομιά, καθώς και πολιτιστικά θέματα. Τα φεστιβάλ είναι ένας πολύ κερδοφόρος τρόπος για την τόνωση των εσόδων.

- *Άλογα και άλλα αγροτικά ζώα:* Αυτό το έσοδο μπορεί να κυμανθεί από τη χάραξη αγροκτημάτων μέχρι και την εκπαίδευση των αλόγων. Αυτές οι δραστηριότητες μπορούν να είναι εκπαιδευτικές, να παράγουν τρόφιμα, να προσφέρουν διασκέδαση, ή να αναπτύξουν εξειδικευμένους ιππείς. Τα ζώα τις περισσότερες φορές προσελκύουν πολλούς επισκέπτες. Πολλοί επιχειρηματίες εκτρέφουν λάμα, πρόβατα και άλλα ζώα που παράγουν δέρμα ή μαλλί για διάφορες χρήσεις. Διανέμουν το δέρμα ή το μαλλί και πωλούν κρέας και σε μερικές περιπτώσεις γάλα σε τοπικούς πελάτες. Άλλοι ειδικά στην Αμερική εκτρέφουν στρουθοκαμήλους. Μέσα από τα παραπάνω παραδείγματα φαίνεται ότι μέσω της συνεκμετάλλευσης αγροτουρισμού και κτηνοτροφίας υπάρχει η δυνατότητα πολλαπλών εσόδων για τους αγρότες που επιλέγουν να ασχοληθούν και με τον τουριστικό κλάδο.
- *Έσοδα από εστίαση:* Μέσα από τον αγροτουρισμό αναδύονται ευκαιρίες για τα αγροκτήματα ώστε να προσφέρουν φαγητό στους πελάτες τους. Ειδικά εάν υπάρχει διαθέσιμη κάποια τοποθεσία με πολύ ωραία θέα, υπάρχει η δυνατότητα ανάπτυξης υπηρεσιών εστίασης από τους παρόχους αγροτουριστικών υπηρεσιών. Ο λόγος για τον οποίο αυτή η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι προσοδοφόρα είναι ότι αυτή η δραστηριότητα είναι μια νέα εμπειρία κάτι που ζητούν οι τουρίστες που θα επιλέξουν να κάνουν τις διακοπές τους σε μια αγροτουριστική μονάδα.
- *Άγρια πανίδα και ψάρια:* Οι δραστηριότητες που αφορούν ζώα μπορούν να επεκταθούν και με δράσεις που περιλαμβάνουν εκτροφή ψαριών, παρακολούθηση πτηνών, κυνήγι και ψάρεμα. Μέσα από τις οργανωμένες μονάδες δίνεται η δυνατότητα ανατροφής εξειδικευμένων ειδών ψαριών που εγείρουν την περιέργεια των τουριστών. Τέλος, υπάρχει η δυνατότητα οργάνωσης ομάδων για κυνήγι οι οποίες μπορούν να δρουν με ξεναγούς και να προσφέρουν

εκτός από την ευχαρίστηση της διαδικασίας και πληροφορίες για την τοπική άγρια πανίδα.

- *Διασκέδαση βασισμένη στην φύση:* Στα αγροκτήματα που αποτελούν μονάδες αγροτουρισμού δίνεται η δυνατότητα αξιοποίησης των φυσικών πόρων με τέτοιο τρόπο ώστε να αποφέρουν σημαντικά έσοδα από δραστηριότητες που εισπράττονται μέσω εισιτηρίων. Τέτοιες δραστηριότητες θα μπορούσαν να είναι η πεζοπορία, η ποδηλασία, το σκι, η χρήση οχημάτων σε διάφορα εδάφη, το κολύμπι, το κανό, τα θαλάσσια σπορ καθώς και άλλες εξωτερικές δραστηριότητες. Ειδικά τα θαλάσσια σπορ όπως το σκι στο νερό είναι ένα πολύ δημοφιλής τρόπος διασκέδασης την περίοδο των διακοπών.
- *Ανθοκομία:* Η ανατροφή και εμπορία ανθών και φυτών στα αγροκτήματα αγροτουρισμού είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη την τελευταία δεκαετία στην Αμερική. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι πολλοί άνθρωποι αγαπούν τα λουλούδια και επιλέγουν να τα τοποθετούν σε διάφορα σημεία της οικείας τους. Επιπλέον, οι μονάδες αυτές μπορούν να αναπτύσσουν άνθη και φυτά με στόχο να τα πωλούν μαζικά σε αγορές τέτοιων ειδών στις οποίες έχουν μεγάλη ζήτηση τα αγριολούλουδα και τα βότανα.
- *Εκπαίδευση:* Η εκπαίδευση μπορεί να γίνει μέρος σχεδόν κάθε μονάδας αγροτουρισμού και εναλλακτικής επιχείρησης και να είναι το επίκεντρο της. Αυτή η προσέγγιση μπορεί να αποφέρει πολλές εισοδηματικές ευκαιρίες στην αγροτουριστική μονάδα. Δημόσια και ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα αναζητούν τρόπους να διευρύνουν τις εκπαιδευτικές εμπειρίες των σπουδαστών τους. Πλέον τα σχολεία είναι ανοιχτά σε πρόκληση να επισκεφθούν τέτοιες μονάδες ώστε να ενημερωθούν οι σπουδαστές για τα διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα που έχουν να κάνουν με τη φύση ανεξαρτήτως ηλικίας.

2.7 Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα

Παρά τους παράγοντες που αποτελούν εμπόδιο στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού οι συνθήκες που επικρατούν στην Ελλάδα από άλλες απόψεις ευνοούν ιδιαίτερα την ανάπτυξη του. Ιδιαίτερο ρόλο σε αυτήν θα μπορούσαν να διαδραματίσουν οι οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες. Πιο συγκεκριμένα, ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλο ποσοστό ιδιοκτητών μικρής σχετικά περιουσίας που παρ' όλο που κατοικούν μόνιμα σε αστικές περιοχές, προέρχονται από γενιές αγροτών. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να επιλέγουν τους τόπους καταγωγής τους σαν ταξιδιωτικούς προορισμούς για αναψυχή, γεγονός που είναι σημαντικό όχι μόνο για την οικονομία του τουρισμού αλλά και σαν νοοτροπία, αφού οι άνθρωποι αυτοί έχουν ανεπτυγμένη την αίσθηση της επαφής με τη φύση.

Στην Ελλάδα ο αγροτουρισμός ξεκίνησε μέσω ευρωπαϊκών επιδοτήσεων. Στις αρχές τις δεκαετίας του **1990** η Κοινή Αγροτική Πολιτική (**Common Agricultural Policy-CAP**) άρχισε να επιδοτεί τους πρώτους αγρότες με βαθύτερο στόχο την πυροδότηση επιχειρηματικών κινήσεων από μέρους τους. Θέσπισε την παροχή ειδικών προγραμμάτων τα οποία επιδοτούνταν από δύο ταμεία (που συνιστούν τον γενικό προϋπολογισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης), το ευρωπαϊκό αγροτικό ταμείο εγγυήσεων (**European Agricultural Guarantee Fund-EAGF**) και το ευρωπαϊκό ταμείο για την αγροτική ανάπτυξη (**European Agricultural Fund for Rural Development-EAFRD**).

Παράλληλα, με αυτές τις αλλαγές ξεκίνησαν προσπάθειες τόσο από ιδιωτικές πρωτοβουλίες όσο και από την ελληνική κυβέρνηση και μέσω του τύπου και των Μ.Μ.Ε. προωθήθηκε η ομορφιά ης ελληνικής υπαίθρου και αναδείχθηκε η ποικιλία στην ομορφιά των τοπίων της χώρας. Αυτό έγινε πράξη με την προβολή εκπομπών που παρουσίαζαν διάφορα μέρη της Ελλάδας, με άρθρα στον τύπο καθώς και με διαφημιστικές καμπάνιες που διοργάνωναν διάφοροι

τοπικοί σύλλογοι ανά την Ελλάδα. Πλέον, με την αύξηση της χρήσης του διαδικτύου η προώθηση αυτή έχει ξεκινήσει ολοένα και περισσότερο και προβάλλεται στα κοινωνικά δίκτυα και σε ιστοσελίδες.

Παρά την εποικοδομητική και ουσιώδη προσέγγιση των ευρωπαϊκών θεσμών στο ζήτημα του αγροτουρισμού, λόγω εσωτερικών παραγόντων υπήρχαν και περιπτώσεις που η χρήση των ευρωπαϊκών προγραμμάτων δεν είχε θετικό αντίκτυπο στον αγροτουρισμό. Αντίθετα, πολλές φορές λόγω εσφαλμένης εσωτερικής διαχείρισης ο αντίκτυπος ήταν αρνητικός. Αυτό συνέβαινε καθώς στην χώρα πολλές φορές δίνονταν αγροτικά προγράμματα τουρισμού σε ανθρώπους που δεν είχαν καμία σχέση με την αγροτική ζωή. Παράλληλα, υπήρξαν περιπτώσεις που αγροτικές οικογένειες αντί να εκμεταλλευτούν την ευκαιρία αυτή συμπληρωματικά με το κύριο εισόδημα τους, εγκατέλειπαν τις καλλιέργειες τους καθώς έβλεπαν ευκαιρίες κέρδους με πιο εύκολους τρόπους. Αυτό ουσιαστικά ήταν επιζήμιο για την εξέλιξη του αγροτουρισμού στην Ελλάδα. Στις μέρες μας οι αγροτικές επιχειρήσεις τουρισμού στην χώρα περιλαμβάνουν ξενώνες, παρασκευαστήρια τοπικών παραδοσιακών προϊόντων και συνεταιρισμούς.

*Αναφορά: http://www.lrf.gr/programmmedia/1402657613_2.pdf

3. Έρευνα σε κατάλυμα αγροτουρισμού

3.1 Εισαγωγή

Ο αγροτουρισμός είναι μια πολλά υποσχόμενη υποκατηγορία τουρισμού που μπορεί να δώσει επιπλέον έσοδα και τουριστική ανάπτυξη σε περιοχές που σε διαφορετική περίπτωση δεν θα είχαν καμία πρόσβαση σε αυτόν τον τομέα της οικονομίας. Πέρα από τις θεωρητικές παραμέτρους που παρουσιάζονται σε προηγούμενα κεφάλαια σημασία έχει και η πρακτική τεκμηρίωση των δυνατοτήτων και προοπτικών του αγροτουρισμού που θα μπορούσε να

στηριχθεί μέσω μιας πρακτικής έρευνας σε ένα κατάλυμα αγροτουρισμού το οποίο εδρεύει στην Ελλάδα. Μέσα από την έρευνα θα μπορούσαν να διαπιστωθούν τόσο η δυνατότητα εσόδων από αυτόν όσο και οι πιθανές δυσκολίες που ενδέχεται να αντιμετωπίσει ένας επιχειρηματίας αυτού του κλάδου. Τέλος, μπορούν να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για την πορεία του συγκεκριμένου καταλύματος αλλά και για την πορεία του αγροτουρισμού (συνολικά) στην Ελλάδα.

3.2 Μεθοδολογία της έρευνας

Η διαδικασία σχεδιασμού και συγγραφής του ερευνητικού τμήματος της εργασίας περιείχε διάφορα στάδια μέχρι την οριστική διαμόρφωση του κειμένου. Αρχικά, συλλέχθηκαν οι απαραίτητες πηγές. Δηλαδή, μετά από αναζήτηση στο διαδίκτυο βρέθηκε ένας αριθμός αγροτουριστικών

*Αναφορά: [https://www.trivago.gr/?iGeoDistanceItem=2448806&aDateRange\[arr\]=2017-05-28&aDateRange\[dep\]=2017-05-29&iPathId=457329&iRoomType=7](https://www.trivago.gr/?iGeoDistanceItem=2448806&aDateRange[arr]=2017-05-28&aDateRange[dep]=2017-05-29&iPathId=457329&iRoomType=7)

καταλυμάτων που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα.

Έπειτα, έπρεπε να επιλεγεί ένα από αυτά τα καταλύματα ώστε να συμμετέχει στο πρακτικό κομμάτι της εργασίας. Η επιλογή αυτή έγινε με βάση διάφορους παράγοντες όπως το πόσο γνωστό είναι το κατάλυμα, η θέση του και τη διάθεση συνεργασίας που έδειξε ο ιδιοκτήτης (που τις περισσότερες φορές είναι και ο κύριος διαχειριστής του καταλύματος).

Αφού έγινε η επιλογή του καταλύματος που θα συμμετέχει στην έρευνα, το επόμενο στάδιο είναι ο σχηματισμός των ερωτήσεων. Οι ερωτήσεις δημιουργήθηκαν μετά την επιλογή του καταλύματος για τον λόγο ότι θα έπρεπε να είναι διαμορφωμένες με βάση το κατάλυμα στο οποίο απευθύνονται. Τέλος, πραγματοποιήθηκε η συνέντευξη μέσω τηλεφώνου ώστε

να παρθούν οι αποφάσεις που απαιτούνται για την εξαγωγή των συμπερασμάτων που θα ακολουθήσει στο επόμενο κεφάλαιο.

3.3 Πληροφορίες για το κατάλυμα

Η επιλογή ενός καταλύματος αγροτουρισμού στην Ελλάδα αποτελεί παραπάνω δύσκολη υπόθεση απ' ό τι φαίνεται με μια πρόχειρη ανάλυση.

Αυτό

οφείλεται στο γεγονός ότι λόγω της μεγάλης έκτασης της υπαίθρου στη χώρα αλλά και της ταχείας εισόδου στην οικονομική κρίση έχουν εμφανιστεί πολλές αγροτουριστικές μονάδες που επιδιώκουν να εκμεταλλευτούν τις σύγχρονες εγκαταστάσεις τους και το έφορο ελληνικό έδαφος με στόχο να φέρουν επιπλέον έσοδα στον προϋπολογισμό τους. Αυτό αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι μεγάλα πληροφοριακά συστήματα με θέμα τον τουρισμό όπως το **trivago** διαθέτουν ειδικές σελίδες που αναφέρονται σε καταλύματα που σχετίζονται με τον αγροτουρισμό.

Ένα τέτοιο παράδειγμα καταλύματος είναι το “**Eumelia**” στις Γούβες Λακωνίας, μια κοινότητα του Δήμου Ευρώτα στην περιοχή Σκάλα Λακωνίας σε απόσταση περίπου **10** χιλιομέτρων από την πρωτεύουσα του νομού, την Σπάρτη. Οι τιμές του καταλύματος κυμαίνονται κατά μέσο όρο στα **100** ευρώ την βραδιά για τον μήνα Σεπτέμβριο που έγινε η αναζήτηση. Το κατάλυμα χαρακτηρίζεται από παραδοσιακή αγροτική αρχιτεκτονική διατηρώντας όμως τον μοντερνισμό του με έξυπνες παρεμβάσεις που αποπνέουν πολυτέλεια. Διαθέτει πέντε αυτόνομες κατοικίες που κάθε μια από αυτές διαθέτει δικό της κήπο και βεράντα με θέα το όμορφο φυσικό τοπίο. Παρά το γεγονός ότι είναι ένα κατάλυμα αγροτουρισμού περιλαμβάνει πολλές ανέσεις όπως τζάκι, εξοπλισμένες κουζίνες, δορυφορική τηλεόραση και πρόσβαση στο διαδίκτυο. Εκτός από τις παροχές αυτές φαίνεται από την παρουσίαση του ότι

σε κάποιες περιπτώσεις το κατάλυμα είναι σχεδιασμένο να χρησιμοποιεί και οικολογικές μορφές ενέργειας, όπως για παράδειγμα το γεγονός ότι η θέρμανση του μπάνιου και του νερού γίνεται μέσω γεωθερμικής ενέργειας.



Εικόνα: Ο προαύλιος χώρος του “Eumelia” (Πηγή: trivago.gr)

Οι δραστηριότητες και οι δυνατότητες ψυχαγωγίας που προσφέρει η διαμονή σε ένα τέτοιο κατάλυμα είναι εξίσου ποικίλες και διαχωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

- *Εκπαίδευση στη φύση:* Το κατάλυμα προσφέρει άπειρες δυνατότητες επαφής με τη φύση που γίνεται μέσω διαφόρων δραστηριοτήτων. Η εκπαίδευση δεν περιορίζεται μόνο στο φυσικό περιβάλλον ή σε πολιτιστικά θέματα αλλά και σε βιολογικές και αγροτικές μεθόδους, εναλλακτική ιατρική, αυτοδιαχείριση και βιωσιμότητα.

- *Πεζοπορίες:* Μέσω δραστηριοτήτων περπατήματος σε ανώμαλο δρόμο στην περιοχή του Πάρνωνα και του Ταΰγετου δίνεται η δυνατότητα γνωριμίας του επισκέπτη με τα καταφύγια άγριας ζωής και την προστατευόμενη περιοχή **Natura**.
- *Εμπειρία με τοπικά προϊόντα:* Ένα από τα προϊόντα για τα οποία είναι γνωστός ο νομός Λακωνίας είναι το ελαιόλαδο. Το κατάλυμα προσφέρει σεμινάρια γευσιγνωσίας ελαιόλαδου που παράγεται στην περιοχή. Κατά τους χειμερινούς μήνες που γίνεται και ο ράβδος (δηλαδή η συλλογή των καρπών της ελιάς) υπάρχει η δυνατότητα παρακολούθησης και συμμετοχής σε αυτήν την εμπειρία και δοκιμής διαφορετικών τύπων ελαιόλαδου. Εκτός από το ελαιόλαδο το κατάλυμα προσφέρει κατά τους φθινοπωρινούς μήνες την εμπειρία του τρύγου (δηλαδή της συλλογής των σταφυλιών) και όλης της διαδικασίας που γίνεται μέχρι την παραγωγή του κρασιού. Αυτό σημαίνει ότι ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να συμμετέχει στο πατητήρι των σταφυλιών κατά τη διαδικασία παραγωγής του βιολογικού κρασιού που φέρει την επωνυμία του καταλύματος.
- *Εκμάθηση μαγειρικής:* Άλλη μία δραστηριότητα του καταλύματος είναι η εκμάθηση μαγειρικής με τη χρήση τοπικών προϊόντων. Το κατάλυμα διαθέτει βιολογικούς λαχανόκηπους από τους οποίους οι επισκέπτες συλλέγουν χόρτα, βότανα και φρέσκα λαχανικά και δημιουργούν τα δικά τους γεύματα υπό την καθοδήγηση τοπικών μαγείρων μέσω σεμιναρίων.
- *Δραστηριότητες γυμναστικής:* Εκτός από τις πεζοπορίες στη φύση και στα γύρω βουνά, το κατάλυμα προσφέρει διάφορες δραστηριότητες που είναι είτε ομαδικές όπως η γιόγκα είτε ατομικές όπως η ποδηλασία. Στο κατάλυμα υπάρχει όλος ο απαραίτητος εξοπλισμός που απαιτείται για τέτοιες δραστηριότητες όπως στρώματα γυμναστικής και ποδήλατα.



Εικόνα: Συλλογή φρέσκων λαχανικών από τους βιολογικούς λαχανόκηπους του του “Eumelia” (Πηγή: trivago.gr)

*Αναφορά: [https://www.trivago.gr/?iGeoDistanceItem=2448806&aDateRange\[arr\]=2017-05-28&aDateRange\[dep\]=2017-05-29&iPathId=457329&iRoomType=7](https://www.trivago.gr/?iGeoDistanceItem=2448806&aDateRange[arr]=2017-05-28&aDateRange[dep]=2017-05-29&iPathId=457329&iRoomType=7)



Εικόνα: Μαθήματα γιόγκα στον περιβάλλοντα χώρο του “Eumelia” (Πηγή: [hotels.com](https://www.hotels.com))

Αξιζει να αναφερθεί ότι τόσο το συγκεκριμένο κατάλυμα αλλά και άλλα που αναζητήθηκαν σε αυτό το εύρος τιμών δεν υστερούν σε τίποτα από τις σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες. Αυτό φαίνεται και από τις παροχές, στις οποίες περιλαμβάνεται χώρος ψυχαγωγίας με ηλεκτρονικά παιχνίδια, δωρεάν πλήρες πρωινό γεύμα, φροντίδα παιδιών ή βρεφών, δραστηριότητες για παιδιά και πλήρως εντοιχισμένη κουζίνα.

Επίσης και η κοντινή περιοχή παρουσιάζει έντονο αρχαιολογικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον καθώς υπάρχουν πλήθος από παρεκκλήσια και ναούς με αποκορύφωμα το κάστρο της Μονεμβασίας που απέχει μόλις **46** χιλιόμετρα από το κατάλυμα.

Τέλος, το κατάλυμα συγκεντρώνει άριστες κριτικές από τους επισκέπτες του, αφού έχει βαθμολογηθεί με **5** αστέρια (το υψηλότερο δυνατό) από **218** ταξιδιώτες στην διαδικτυακή πλατφόρμα του **Tripadvisor**.

3.4 Η διαδικασία της συνέντευξης και ο στόχος

Για την εξαγωγή των συμπερασμάτων του επόμενου κεφαλαίου χρησιμοποιήθηκε η διαδικασία της συνέντευξης. Η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε τηλεφωνικά με τον υπεύθυνο και ιδιοκτήτη του καταλύματος που επιλέχθηκε. Προτιμήθηκε ο τηλεφωνικός τρόπος επικοινωνίας καθώς είναι πιο άμεσος και δίνει περιθώρια ευελιξίας στην διατύπωση των ερωτήσεων. Η διαδικασία της συνέντευξης πραγματοποιήθηκε με τον Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο του “Eumelia” που είναι ο Κος Φραγκίσκος Καρέλας.

Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν αφορούσαν κυρίως το διάστημα τις τελευταίας πενταετίας, εκτός από αυτές που ήταν περισσότερο γενικές και δεν μπορούσαν να απαντηθούν ανά χρονιά.

Στόχος της διαδικασίας της συνέντευξης είναι μέσω των απαντήσεων των ερωτήσεων να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με την πορεία του αγροτουρισμού στην Ελλάδα τα τελευταία 5 χρόνια. Σε αυτήν την διερεύνηση πορείας ανήκει και η ανάγκη του να εντοπισθούν ποιοι τομείς και δραστηριότητες του αγροτουρισμού είναι προσοδοφόρες και τι περιθώρια κέρδους έχουν τόσο από το εγχώριο όσο και από τον εξωτερικό τουρισμό. Εκτός από την οικονομική διάσταση της έρευνας υπάρχει και η πλευρά των διαχειριστών ή ιδιοκτητών των καταλυμάτων. Μέσα από τις ερωτήσεις υπάρχει ο στόχος να τεθούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μονάδες αγροτουρισμού και να βρεθούν αποτελεσματικές λύσεις για τα προβλήματα που τις απασχολούν. Επιπλέον, μέσα από την διαδικασία εξάγονται και γενικότερα συμπεράσματα σχετικά με τον αγροτουρισμό, την εξέλιξη και την δυναμική του στην χώρα που γίνεται η μελέτη.

3.5 Παρουσίαση των ερωτήσεων και ο στόχος τους

Η γενική δομή και το περιεχόμενο που διαμόρφωσε τις ερωτήσεις συνδέεται άμεσα με την εξαγωγή ορθών συμπερασμάτων. Τα περισσότερα από αυτά τα συμπεράσματα αφορούν τον αγροτουρισμό και τις προοπτικές εξέλιξης του στην Ελλάδα. Μέσα από την οικονομική κατάσταση ενός εξέχοντος καταλύματος επιχειρείται η εξαγωγή ευρύτερων συμπερασμάτων για την πορεία του αγροτουρισμού με στόχο την οριοθέτηση των δράσεων ή ενεργειών που απαιτούνται για την ευρύτερη εξάπλωση του. Τα συμπεράσματα αυτά θα αναλυθούν στο τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας.

Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν κατά την τηλεφωνική συνέντευξη είναι οι εξής:

Ερώτηση	<i>“Ποια είναι η άποψη σας για την πορεία του αγροτουρισμού στην Ελλάδα”</i>
Στόχος	Η ερώτηση αυτή είναι ίσως η πιο γενική από το σύνολο των ερωτήσεων και έχει ως στόχο να αξιοποιήσει την γενικότερη άποψη και αίσθηση ενός ιδιοκτήτη καταλύματος σχετικά με την πορεία της συγκεκριμένης κατηγορίας τουρισμού και πως τη βιώνει μέσα από την διοίκηση και λειτουργία ενός επαγγελματικού χώρου.
Απάντηση	<i>“Εάν λάβουμε υπόψη το μεγάλο ποσοστό της ελληνικής υπαίθρου και τον τουρισμό της χώρας οι γενικές προσπάθειες δεν είναι επαρκείς”</i>

Ερώτηση	<i>“Ποια είναι η κύρια πηγή αποτελεσματικής διαφήμισης για το κατάλυμα σας (διαδίκτυο, ταξιδιωτικά πρακτορεία, έντυπος</i>
----------------	--

	<i>τύπος, word of mouth) κατά την τελευταία πενταετία;”</i>
Στόχος	Μέσω αυτής της ερώτησης επιχειρείται να εξαχθεί ένα γενικότερο συμπέρασμα σχετικά με την κύρια πηγή εισροής τουριστών για τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα. Η απάντηση της ερώτησης αυτής θα βοηθήσει όχι μόνο στην εξαγωγή συμπερασμάτων αλλά και στην δημιουργία προτάσεων προώθησης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα.
Απάντηση	<i>“Ο τουρισμός που προσελκύεται από το κατάλυμα για τις χρονιές 2012 και 2013 προερχόταν περισσότερο από ταξιδιωτικά πρακτορεία ενώ για τις χρονιές 2014 έως και 2017 προέρχεται από το διαδίκτυο.”</i>

Ερώτηση	<i>“Ο τουρισμός που προσελκύει το κατάλυμα τα τελευταία 5 χρόνια είναι περισσότερο εξωτερικός ή εσωτερικός τουρισμός;”</i>
Στόχος	Η ερώτηση αυτή τοποθετήθηκε στο πλαίσιο γενικών ερωτήσεων που έχουν ως στόχο τον εμπεριστατωμένο προσδιορισμό της αναλογίας των επισκεπτών αγροτουρισμού που δέχεται όχι μόνο η ευρύτερη περιοχή του καταλύματος αλλά όλη η χώρα. Αυτό έχει σημασία από την άποψη ότι φαίνεται η στάση των Ελλήνων και ξένων τουριστών απέναντι στον αγροτουρισμό.
Απάντηση	<i>“Ο τουρισμός που προσελκύει περισσότερο το κατάλυμα είναι με τρομερή πλειοψηφία εξωτερικός. Μια πολύ μικρή αύξηση του εσωτερικού τουρισμού έχει εμφανιστεί τις τελευταίες δύο χρονιές (2016 και 2017).”</i>
Ερώτηση	<i>“Σε τι επίπεδα κινήθηκε η πληρότητα του καταλύματος κατά τα έτη 2012-2017;”</i>

Στόχος	Ο στόχος της ερώτησης αυτής είναι η διαπίστωση της πορείας της επιχείρησης αγροτουρισμού την τελευταία πενταετία. Μέσα από τα νούμερα της πληρότητας επιχειρείται να δοθεί μια απάντηση σχετικά με την προτίμηση του κόσμου στις μονάδες αγροτουρισμού που συνδυάζουν την οικολογική νοοτροπία, την επαφή με την φύση, την πολυτέλεια και την εκπαίδευση πάνω σε ποικίλα θέματα.
Απάντηση	<i>“Το 2012 που ήταν και η πρώτη χρονιά λειτουργίας του καταλύματος η πληρότητα δεν ξεπέρασε ποτέ το 70%. Χρόνο με το χρόνο αυξανόταν μέχρι που τα καλοκαίρια του 2016 και 2017 άγγιξε το 100%. Σίγουρα η πληρότητα είναι κάτι εποχιακό. Μεγάλα ποσοστά υπάρχουν από τον Μάιο μέχρι τον Σεπτέμβριο και προς τον Δεκέμβριο που είναι η εποχή του ράβδου.”</i>
Ερώτηση	<i>“Ποιους από τους έξι διαφορετικούς αυτόνομους χώρους προτιμούν οι τουρίστες στην μονάδα σας και για ποιους λόγους;”</i>
Στόχος	Ο στόχος της ερώτησης είναι να αναδείξει τις ενδεχόμενες ειδικές λεπτομέρειες που ζητούν οι τουρίστες και επηρεάζουν τις αποφάσεις τους όταν καλούνται να επιλέξουν ένα κατάλυμα αγροτουρισμού. Η ερώτηση αυτή έχει ως στόχο να παρουσιάσει τα πλεονεκτήματα που πρέπει να διαθέτει μια τέτοια μονάδα ώστε να διατηρείται ανταγωνιστική και να είναι ελκυστική στους ταξιδιώτες αυτής της κατηγορίας.
Απάντηση	<i>“Και οι έξι διαφορετικοί χώροι που διατίθενται στο κατάλυμα διαθέτουν έντονη την φυσική παρουσία. Δηλαδή όλοι είναι</i>

	<p>βαμμένοι με φυσικά χρώματα, αξιοποιούν για την θέρμανση του νερού γεωθερμική ενέργεια και έχουν κατασκευαστεί με φυσικά υλικά. Κατά τις πρώτες χρονιές λειτουργίας είχε παρατηρηθεί ότι οι τουρίστες προτιμούσαν τους χώρους που είχαν έντονη παρουσία φυτών.”</p>
--	---

Ερώτηση	<p>“Ποιόν ή ποιους τρόπους πληρωμής (paypal, πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες, κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό, μετρητά) επιλέγουν περισσότερο οι πελάτες τα τελευταία 5 χρόνια και κατά πόσο επηρεάζει αυτό την ρευστότητα της επιχείρησης;”</p>
Στόχος	<p>Ο στόχος της ερώτησης αυτής είναι να αναδείξει σε βάθος πενταετίας την αμεσότητα με την οποία εισέρχονται τα έσοδα των καταλυμάτων αγροτουρισμού. Επίσης μέσα από την απάντηση της ερώτησης αυτής είναι δυνατή η καταγραφή του προφίλ των τουριστών που συμμετέχουν σε αυτό το είδος τουρισμού.</p>
Απάντηση	<p>“Από το 2012 έως και το 2014 οι τουρίστες που πλήρωναν με μετρητά και με κάρτες ήταν σχεδόν μοιρασμένοι, με ελάχιστες αποκλίσεις. Από το 2015 έως το 2017 και λόγω οικονομικών συγκυριών, capital controls και του διεθνούς κλίματος το ποσοστό αυτών που πλήρωναν με κάρτα ή με κατάθεση αυξήθηκε δραματικά. Αυτό επηρέασε εν μέρη και την λειτουργία της επιχείρησης καθώς με κάθε άλλο τρόπο πληρωμής εκτός των μετρητών τα χρήματα μεταφέρονται απευθείας στην τράπεζα και καθυστερεί η δυνατότητα χρήσης τους, γεγονός που επηρεάζει την έγκαιρη κάλυψη των αναγκών που προκύπτουν.”</p>

Ερώτηση	<i>“Σε τι επίπεδα κινούνται οι τιμές σας και τι διαφορές εμφανίζουν με την μέση τιμή άλλων καταλυμάτων στο ίδιο ή διαφορετικό είδος τουρισμού;”</i>
Στόχος	Μέσα από την αναφορά των τιμών των καταλυμάτων επιχειρείται η σύγκριση με τις τιμές τις υπόλοιπης αγοράς και η εξαγωγή συμπερασμάτων του κατά πόσο ανταγωνιστικός είναι ο αγροτουρισμός σε σχέση με άλλα είδη τουρισμού. Αυτό καθορίζεται και από την τιμή που αποτελεί έναν πολύ βασικό παράγοντα επιλογής των καταλυμάτων σε οποιοδήποτε είδος τουρισμού.
Απάντηση	<i>“Οι τιμές των δωματίων κυμαίνονται γύρω στα 100 ευρώ τη βραδιά. Οι τιμές αυτές εάν συγκριθούν με τις υψηλές παροχές και την ποιότητα των υπηρεσιών βρίσκονται σε καλά επίπεδα σε σχέση με τον ανταγωνισμό ακόμα και σε άλλα είδη τουρισμού.”</i>

Ερώτηση	<i>“Ποιος τομέας (δραστηριότητες, διαμονή, παρεχόμενες υπηρεσίες) γνωρίζει ιδιαίτερη άνθηση τα τελευταία 5 χρόνια και για ποιόν λόγο;”</i>
Στόχος	Από την απάντηση αυτής της ερώτησης μπορεί να φανεί το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται μονάδες αγροτουρισμού. Δηλαδή, φαίνεται κατά κάποιο τρόπο που δίνουν έμφαση και για ποιόν λόγο επιλέγουν να κάνουν με αυτόν τον τρόπο τις διακοπές τους.

Απάντηση	“Πέρα από την διαμονή που είναι η κλασική σταθερά ενός καταλόματος το κατάλυμα ειδικά τα 3 τελευταία χρόνια κερδίζει έσοδα και από τις επιπλέον δραστηριότητες. Ο λόγος είναι ότι ο κόσμος που μας επισκέπτεται ψάχνει κάτι περισσότερο και πιο σπάνιο από το τετριμμένο. ”
-----------------	--

Ερώτηση	“Από τις υπάρχουσες δραστηριότητες του καταλόματος (ποδηλασία, περίπατος στη φύση, γιόγκα, μαγειρική, διαλογισμός, ανθοκομεία, ράβδος, τρύγος κ.λ.π.) εμφανίζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους επισκέπτες της μονάδας τα τελευταία πέντε χρόνια;”
Στόχος	Η ερώτηση αυτή έχει ως στόχο την ανάδειξη των δραστηριοτήτων τις οποίες προτιμούν οι τουρίστες στις μονάδες αγροτουρισμού. Απώτερος στόχος είναι ο προσδιορισμός των τρόπων με τους οποίους θα μπορούσαν οι επιχειρήσεις αγροτουρισμού να αυξήσουν την κερδοφορία τους επιλέγοντας δημοφιλείς δραστηριότητες.
Απάντηση	“Όλες οι παραπάνω δραστηριότητες εμφανίζουν ιδιαίτερη ζήτηση από τους τουρίστες. Η αλήθεια είναι ότι τα τελευταία 2 χρόνια έχουν αυξηθεί πολύ οι συμμετοχές στις διαδικασίες περισυλλογής καρπών από κλήματα και δέντρα ελιάς και οι περίπατοι.”

Ερώτηση	“Η πώληση αγροτικών προϊόντων από το e-shop που διαθέτει η μονάδα συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομική υγεία της επιχείρησης τα τελευταία πέντε χρόνια;”
----------------	--

Στόχος	Η ερώτηση επιχειρεί να παρουσιάσει το κατά πόσο η πώληση προϊόντων από τις αγροτουριστικές μονάδες μπορεί να αποφέρει επιπλέον έσοδα σε αυτές και να δημιουργήσει ένα εναλλακτικό τρόπο εξασφάλισης του εισοδήματος των αγροτικών οικογενειών.
Απάντηση	<i>“Σίγουρα η πώληση προϊόντων θα μπορούσε να είναι ένα επιπλέον έσοδο για την επιχείρησή μας. Ξεκινήσαμε ένα διαδικτυακό κατάστημα στο οποίο εμπορευόμαστε μόνο λάδι δικής μας παραγωγής. Τα τελευταία 2 χρόνια το εγχείρημά μας αρχίζει να γνωρίζει ολοένα και μεγαλύτερη αποδοχή.”</i>

4. Συμπεράσματα από την έρευνα

4.1 Ανάλυση συμπερασμάτων

Μέσα από την διαδικασία των ερωτήσεων του προηγούμενου κεφαλαίου και από τις απαντήσεις που δόθηκαν, εξάγονται κάποια ευρύτερα συμπεράσματα για την πορεία του αγροτουρισμού στην Ελλάδα. Οι πληροφορίες που λαμβάνονται από την έρευνα, μέσω της συνέντευξης σε έναν επιχειρηματία του χώρου είναι ιδιαίτερα σημαντικές καθώς έχουν προέλευση άμεση από τον επιχειρηματικό τομέα του τουρισμού και με την κατάλληλη ερμηνεία μπορούν να οδηγήσουν σε ασφαλή συμπεράσματα.

Ειδικότερα, από την πρώτη ερώτηση της συνέντευξης φαίνεται μια ένδειξη για την πορεία του αγροτουρισμού στην Ελλάδα. Κάνοντας μια άμεση ερώτηση για την πορεία του αγροτουρισμού στη χώρα ο ερωτώμενος απαντά ότι δεν είναι ικανοποιητική βάση του ποσοστού έκτασης της υπαίθρου στην χώρα μας. Αυτό είναι γεγονός εάν κάποιος αναλογισθεί την αναλογία υπαίθρου και αστικών κέντρων στην χώρα σε συνδυασμό με την προσφορά

καταλυμάτων αγροτουρισμού. Επιπλέον, η έννοια του αγροτουρισμού δεν είναι ανεπτυγμένη στην Ελλάδα, γεγονός που φαίνεται από την έλλειψη αμιγώς ελληνικών πηγών, διαφήμισης κ.λ.π. στο διαδίκτυο.

Σε πλήρη αντιστοιχία με το προηγούμενο συμπέρασμα έρχεται και το συμπέρασμα της δεύτερης ερώτησης που αναφέρεται στην αναλογία τουριστών εσωτερικού και εξωτερικού στον τομέα του αγροτουρισμού. Οι τουρίστες εξωτερικού αποτελούν την πλειοψηφία των πελατών σε αγροτουριστικά καταλύματα, πράγμα λογικό εάν αναλογιστεί κανείς την έλλειψη ενημέρωσης και προώθησης του αγροτουρισμού στους Έλληνες πολίτες. Η αλήθεια αυτή φάνηκε και από το θεωρητικό υπόβαθρο των προηγούμενων κεφαλαίων όπου παρουσιάζονται πληροφορίες για τον αγροτουρισμό στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, την Γερμανία, την Τουρκία και σε άλλες χώρες του κόσμου.

Στην συνέχεια της συνέντευξης δίνονται ποσοστά της πληρότητας του καταλύματος από τον ερωτώμενο. Τον πρώτο χρόνο το κατάλυμα εμφανίζει μέγιστη πληρότητα **70%** γεγονός που πιθανότερα να οφείλεται στο γεγονός ότι η επιχείρηση ήταν νέα και δεν ήταν τόσο γνωστή στο ευρύ κοινό που στόχευε σε διακοπές στην συγκεκριμένη περιοχή. Τις επόμενες χρονιές όμως, το κατάλυμα έφτασε κατά περιόδους και σε **100%** πληρότητα ειδικότερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Για τους καλοκαιρινούς μήνες είναι απόλυτα λογικό καθώς τότε είναι η περίοδος που κινείται περισσότερο ο τουρισμός. Ωστόσο, σημαντικό είναι να παρατηρηθεί το γεγονός ότι σύμφωνα με τον ιδιοκτήτη του το κατάλυμα εμφάνισε εξίσου μεγάλες πληρότητες την περίοδο του ράβδου. Αυτό δείχνει ότι ο αγροτουρισμός είναι ένας τομέας που μπορεί να αποφέρει έσοδα όχι μόνο στις κλασσικές χρονικές ζώνες του τουρισμού αλλά και σε περιόδους του χρόνου που υπάρχουν αγροτικές δραστηριότητες.

Η ερώτηση που αναφέρεται στην προτίμηση των τουριστών αγροτουρισμού ως προς τους έξι διαφορετικούς χώρους που διατίθενται στην μονάδα εξάγει ένα πολύ σημαντικό συμπέρασμα. Η ισορροπία στις παροχές για μια μονάδα αγροτουρισμού είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι μονάδες που είναι επιτυχημένες (όπως φαίνεται και από την απάντηση) είναι αυτές που

συνδυάζουν τις παροχές άλλων καταλυμάτων τουρισμού (πολυτέλεια, θέρμανση, πρωινό κ.λ.π.) και ταυτόχρονα καλύπτουν τις ανάγκες των τουριστών για επαφή με τη φύση και την αγροτική ζωή. Το τελευταίο στοιχείο στο **Eumelia** φαίνεται από το γεγονός ότι η μονάδα προσπαθεί να χρησιμοποιεί φυσικά υλικά για τον εξοπλισμό των καταλυμάτων της παρέχοντας και ανέσεις αλλά και επαφή με την φύση.

Σχετικά με τους τρόπους πληρωμής, από τις απαντήσεις του ερωτώμενου φαίνεται το γεγονός ότι είναι ιδιαίτερα σημαντικό να υπάρχει ισορροπία στην αναλογία πληρωμών μεταξύ μετρητών και άλλων τρόπων πληρωμής. Η στάση των πελατών μιας μονάδας επηρεάζεται πολύ και από τις εκάστοτε συνθήκες ή την διεθνή κοινή γνώμη. Απαιτείται πολιτική και οικονομική σταθερότητα ώστε ένα σεβαστό ποσοστό των πληρωμών να γίνεται με μετρητά γεγονός που

βοηθά τις επιχειρήσεις να καλύπτουν γρήγορα τις πολύ άμεσες ανάγκες που προκύπτουν.

Σε μια προσπάθεια προσδιορισμού των τιμών φαίνεται ότι το **Eumelia** (δεδομένου των παροχών που περιλαμβάνονται στο πακέτο διαμονής) διαθέτει ανταγωνιστικές τιμές σε σχέση με καταλύματα άλλων ειδών τουρισμού. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό καθώς βοηθά στην εξαγωγή δύο βασικών συμπερασμάτων. Το πρώτο είναι ότι ο αγροτουρισμός μπορεί να γίνει βιώσιμος αφού συνδυάζεται με την αγροτική παραγωγική διαδικασία και δεν χρειάζεται να ανέβουν οι τιμές των καταλυμάτων πάνω από τον μέσο όρο. Δεύτερον, η ισορροπία τιμών επιτρέπει στα καταλύματα αγροτουρισμού να συναγωνιστούν με ίσους όρους τα καταλύματα άλλων ειδών τουρισμού.

Από το γεγονός ότι τα τελευταία 3 χρόνια το **Eumelia** επωφελείται οικονομικά και από τις δραστηριότητες που παρέχει εκτός του πακέτου διαμονής βγαίνουν διάφορα συμπεράσματα. Το βασικότερο αφορά το προφίλ του πελάτη ενός αγροτουριστικού καταλύματος. Ο πελάτης αυτός δεν περιορίζεται στην απλή διαμονή. Ενδιαφέρεται για την φύση και επιθυμεί να την εξερευνήσει με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους. Ένα άλλο συμπέρασμα είναι ότι οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να βασιστούν

στην παροχή τέτοιου είδους υπηρεσιών ώστε να αυξήσουν την κερδοφορία τους.

Εάν το τελευταίο συμπέρασμα αναλυθεί περισσότερο, πράγμα που γίνεται από την επόμενη ερώτηση, φαίνεται ακόμα περισσότερο ότι οι δραστηριότητες είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τα καταλύματα. Από αυτές τις δραστηριότητες περισσότερη ζήτηση έχει η περισυλλογή καρπών και οι περίπατοι στην φύση. Αυτό είναι αναμενόμενο αφού αυτές οι δραστηριότητες δεν μπορούν να πραγματοποιηθούν στα αστικά κέντρα αλλά μόνο σε περιοχές που έχουν ύπαιθρο. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τις επιχειρήσεις αγροτουρισμού να επικεντρωθούν σε τέτοιου είδους δραστηριότητες ώστε να αυξήσουν την κερδοφορία τους.

Τέλος, αν και το **Eumelia** δεν έχει αναπτύξει τον συγκεκριμένο τομέα, τα καταλύματα αγροτουρισμού μπορούν να επωφεληθούν οικονομικά εάν πωλούν και προϊόντα δικής τους παραγωγής. Για παράδειγμα στην περίπτωση του **Eumelia** είναι το λάδι το οποίο αποτελεί τοπικό προϊόν και αναπόσπαστο κομμάτι της παράδοσης της περιοχής.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ίδρυμα Λαμπράκη, Αγροτουρισμός, Μελέτη αναφοράς, Πάνος Θεοδωρίδης, Αθήνα
http://www.lrf.gr/programmmedia/1402657613_2.pdf
- **Trivago, room 5**, Αγροτουρισμός στην Ελλάδα: **10** καταλύματα φτιαγμένα για φυσιολάτρες, Βασιλική Θεοδωρίδου, **22.06.2017**
<http://room5.trivago.gr/498-agrotourismos-ecotourismos-katalumata-diamoni-ellada/>
- **Trivago**, Ευμέλεια, Σκάλα Λακωνίας
[https://www.trivago.gr/?iGeoDistanceItem=2448806&aDateRange\[arr\]=2017-05-28&aDateRange\[dep\]=2017-05-29&iPathId=457329&iRoomType=7](https://www.trivago.gr/?iGeoDistanceItem=2448806&aDateRange[arr]=2017-05-28&aDateRange[dep]=2017-05-29&iPathId=457329&iRoomType=7)
- Επίσημη ιστοσελίδα των **Euphoria studios** στη Μάνη
<http://www.euphoriastudios.gr/el/>
- Σύνδεσμος ενώσεων αγροτουρισμού Ελλάδας
<http://agro Xenia.net/>
- **Heritage Tourism & Museum Management, Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki, Greece Department of Tourism Management**
https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj15o2YhcXVAhXMWxQKHbhrAUIQFghGMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.tour.teithe.gr%2Fget_file.php%3Ff%3D388&usg=AFQjCNEN9H7uqKCTXYvvgc22WpVPvIV4dA (Κατεβάζει αρχείο)

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **World travel of tourism council, Travel of tourism, Economic impact 2016 World**

<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>

- **World travel of tourism council, Travel of tourism, Economic impact 2017 World**

<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>

- **World travel of tourism council, Travel of tourism, Economic impact 2017 Greece**

<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/greece2017.pdf>

- **The tourism society, Tourism definitions, 1977-2017**

<http://www.tourismsociety.org/page/88/tourism-definitions.htm>

- **Dimitrios Buhalis, Senior Lecturer in Tourism, University of Westminster, London**

<http://epubs.surrey.ac.uk/1082/1/fulltext.pdf>

- **Wikipedia, Agritourism**

<https://en.wikipedia.org/wiki/Agritourism>

- **Merriam-Webster, Definition of Agritourism**

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/agritourism>

- **Planning for Agritourism, A Guide for Local Coverments and Indiana Farmers**

https://www.in.gov/isda/files/Planning_for_Agritourism.pdf

- Thomson Reuters, Practical Law, Glossary: Common Agricultural Policy(CAP)

[https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-542-1525?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true&bhc p=1](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-542-1525?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true&bhc p=1)

- Elsevier, Tourism Management, 2010

<http://www.macaulay.ac.uk/LADSS/papers/AgritourismTypologyPaper.pdf>

- Universite De Rennes 1, France/Captain Vassilis Foundation-Greece, May-September 2012

https://www.cvf.gr/files/3_actions/research-files/Agrotourism%20in%20a%20context%20of%20pluriactivity%20in%20rural%20areas/summary_agrotourism.pdf

- The National Agricultural Law Center, Agritourism- An overview

<http://nationalaglawcenter.org/overview/agritourism/>

- Getting Started in Agritourism by Ochterski, Roth, Cornell

http://www.uvm.edu/tourismresearch/agritourism/saregrant/getting_started_agritourism_cornellext.pdf

- Beyond the Table, Nature-Based Tourism of Agritourism Trends

https://www.agmrc.org/media/cms/agritourism_E6794269B3FF6.pdf