



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ  
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Διπλωματική Εργασία

## **Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ**

Τσαπάκη Ι. Χριστίνα

Πειραιάς, 2011

Αφιερώνεται σε όλους  
όσους πιστεύουν σε εμένα

# Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Τσαπάκη Χριστίνα

**Σημαντικοί όροι:** αγροτουρισμός, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ανάπτυξη της ελληνικής υπαίθρου, ορεινές και μειονεκτικές περιοχές, ενίσχυση αγροτικού εισοδήματος, προώθηση της γυναικείας απασχόλησης, αγροτικοί συνεταιρισμοί, παροχή προϊόντων και υπηρεσιών, αγροτικές δραστηριότητες, δραστηριότητες αναψυχής, συμμετοχή, πολιτιστική κληρονομιά, αναγέννηση αγροτικών παραδόσεων, προώθηση τοπικών προϊόντων, αξιοποίηση φυσικών στοιχείων, προστασία περιβάλλοντος

## Περίληψη

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να εξετάσει το φαινόμενο του αγροτουρισμού ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού, η οποία γνωρίζει ιδιαίτερη άνθηση τα τελευταία χρόνια σε εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο. Η προσέγγιση που ακολουθείται για την περιγραφή του φαινομένου έχει ως εξής: Το θεωρητικό πλαίσιο της εργασίας καταλαμβάνει τα τέσσερα πρώτα κεφάλαια, για τη συγγραφή των οποίων αντλήθηκε υλικό από τη σχετική βιβλιογραφία. Η μελέτη εστιάζει στο εννοιολογικό περιεχόμενο και τις βασικές διαστάσεις του αγροτουρισμού, τη σύνθεση του αγροτουριστικού προϊόντος και την εμφάνιση του αγροτουρισμού στο διεθνή και ευρωπαϊκό χώρο και στην Ελλάδα.

Το ερευνητικό μέρος της εργασίας αποτελείται από τρία κεφάλαια και περιλαμβάνει την περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα την Ιταλία και την Γερμανία, τον τρόπο με τον οποίο εκδηλώνεται και τις μορφές με τις οποίες εκφράζεται. Επιπλέον, εξετάζεται το είδος της επαφής που έχουν οι φιλοξενούμενοι με τον αγροτικό τρόπο ζωής καθώς και ο βαθμός στον οποίο οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις εξυπηρετούν αποτελεσματικά τους στόχους για τους οποίους δημιουργήθηκαν.

Αναλυτικότερα η εργασία χωρίζεται σε τρία μέρη, με το πρώτο μέρος να περιλαμβάνει τα τέσσερα πρώτα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια ετυμολογική και εννοιολογική προσέγγιση του αγροτουρισμού και αποσαφηνίζεται η μορφή του σε σχέση με άλλες συναφείς έννοιες. Παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη του φαινομένου και οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του, καθώς και οι παράγοντες που συνεισφέρουν σε

αυτήν. Επιπλέον γίνεται μια αναφορά στις θετικές και αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει σε μια περιοχή η εμφάνιση του αγροτουρισμού. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις μορφές του αγροτουρισμού που διακρίνονται σήμερα και του προϊόντος που προσφέρουν. Επίσης παρουσιάζονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που εμφανίζουν τόσο οι αγροτουρίστες όσο και οι επιχειρηματίες του αγροτικού τουρισμού. Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται μια προεπισκόπηση του αγροτουρισμού στην Ευρώπη και στον κόσμο. Από τον ευρωπαϊκό χώρο επιλέχθηκαν πέντε χώρες με μακροχρόνια αγροτουριστική δράση, ενώ από το διεθνή χώρο επιλέχθηκαν τέσσερις χώρες, η κάθε μια από τις οποίες αντιπροσωπεύει και διαφορετική ήπειρο. Στο τέταρτο κεφάλαιο η έρευνα επικεντρώνεται στην Ελλάδα με αφετηρία την ιστορική εξέλιξη του αγροτουρισμού στη χώρα μας. Γίνεται αναφορά στην εφαρμογή και στα είδη των αγροτουριστικών επιχειρήσεων καθώς και στους γυναικείους αγροτικούς συνεταιρισμούς, οι οποίοι αποτελούν ορισμένους από τους σημαντικότερους εκφραστές του αγροτουρισμού στην Ελλάδα. Επιπλέον, παρουσιάζονται οι κυριότεροι αγροτουριστικοί προορισμοί της Ελλάδας, όπως προέκυψαν από προγενέστερες έρευνες, ενώ τέλος γίνεται μια αναφορά στο προφίλ των αγροτουριστών που επιλέγουν ως προορισμό τη χώρα μας.

Το δεύτερο μέρος αποτελείται από τα κεφάλαια πέντε και έξι. Στο πέμπτο κεφάλαιο περιγράφεται ο σκοπός της έρευνας, καθώς και η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε. Ειδικότερα γίνεται αναφορά στον τρόπο επιλογής του δείγματος και τις πηγές των στοιχείων, το σχεδιασμό και τα χαρακτηριστικά του ερωτηματολογίου, και τέλος, τις μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν για την επεξεργασία των δεδομένων. Στο έκτο κεφάλαιο, περιλαμβάνονται τα αποτελέσματα της στατιστικής επεξεργασίας των δεδομένων της έρευνας. Στην αρχή παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που αφορούν την Ελλάδα και στη συνέχεια τα αποτελέσματα που αφορούν την Ιταλία και τη Γερμανία.

Το τρίτο και τελευταίο μέρος της εργασίας, περιλαμβάνει το έβδομο κεφάλαιο, στο οποίο παρατίθενται τα συμπεράσματα της έρευνας. Στο κεφάλαιο αυτό, γίνεται μια πιο περιεκτική ανάλυση των αποτελεσμάτων, η οποία εστιάζει στις ομοιότητες και τις διαφορές που προέκυψαν από τη σύγκριση των τριών χωρών. Η ενότητα αυτή ολοκληρώνεται με τον εντοπισμό των περιορισμών που χαρακτηρίζουν την παρούσα έρευνα και τη διατύπωση ορισμένων προτάσεων για μελλοντικές έρευνες.

## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή , κύριο Αθανάσιο Κουρεμένο, για την καθοδήγηση και τη βοήθειά του στην εκπόνηση της παρούσας εργασίας. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κύριο Ευάγγελο Θεοχάρη για την πολύτιμη συμβολή του στην ανάλυση και επεξεργασία των στοιχείων. Τέλος, ευχαριστώ θερμά τις κυρίες Πέγκυ Μπαλιτσάρη (ιδρυτικό μέλος του Guest Inn), Χριστίνα Σταυροπούλου και Γεωργία Σιμάτου (υπεύθυνες της υπηρεσίας συνεταιριστικής εκπαίδευσης του ΠΑΣΕΓΕΣ) για την παροχή στοιχείων, απαραίτητων για την ολοκλήρωση αυτής της εργασίας.

## ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1: Επισκόπηση των ορισμών του αγροτουρισμού που χρησιμοποιούνται στη βιβλιογραφία	19
Πίνακας 2.1: Αξίες που επηρεάζουν την απόφαση των αγροτών να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό	52
Πίνακας 3.1: Προεπισκόπηση της οργάνωσης Urlaub am Bauernhof	72
Πίνακας 3.2: Χαρακτηριστικά μεγέθη της οργάνωσης «Bienvenue à la ferme»	73
Πίνακας 3.3: Βασικά μεγέθη του αγροτικού τουρισμού της Γαλλίας	75
Πίνακας 3.4: Περιγραφή της οργάνωσης Agritourist	80
Πίνακας 3.5: Ομάδες αγροκτημάτων από λειτουργική άποψη	90
Πίνακας 6.1 : Έκταση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	142
Πίνακας 6.2 : Δυναμικότητα των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	144
Πίνακας 6.3 : Υπηρεσίες εστίασης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	144
Πίνακας 6.4 : Αγροτικά προϊόντα που παράγονται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	149
Πίνακας 6.5 : Χειροποίητα προϊόντα που παράγονται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	150
Πίνακας 6.6 : Η παρουσία οικόσιτων ζώων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	150
Πίνακας 6.7 : Ύπαρξη ειδικών τιμών/πακέτων προσφορών στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	157
Πίνακας 6.8: Χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής εγκατάστασης των επιχειρήσεων	154
Πίνακας 6.9 : Έκταση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	162
Πίνακας 6.10 : Δυναμικότητα των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	163
Πίνακας 6.11 : Αγροτικά προϊόντα που παράγονται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	166
Πίνακας 6.12 : Η παρουσία οικόσιτων ζώων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	168
Πίνακας 6.13: Χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής εγκατάστασης των επιχειρήσεων	171
Πίνακας 6.14 : Έκταση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	176
Πίνακας 6.15 : Δυναμικότητα των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	178
Πίνακας 6.16 : Υπηρεσίες εστίασης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	178
Πίνακας 6.17 : Αγροτικά προϊόντα που παράγονται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	182
Πίνακας 6.18 : Η παρουσία οικόσιτων ζώων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	183
Πίνακας 6.19: Χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής εγκατάστασης των επιχειρήσεων	186

## ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1.1:Ετυμολογία του όρου αγροτουρισμός	15
Σχήμα 1.2: Εύρος των όρων που σχετίζονται με τον τουρισμό	17
Σχήμα 1.3:Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του αγροτουριστικού προτύπου	25
Σχήμα 1.4: Επιδράσεις του αγροτουρισμού	27
Σχήμα 2.1: Τυπολογία Αγροτουρισμού	40
Διάγραμμα 4.1: Αριθμός καταγεγραμμένων επιχειρήσεων ανά νομό	125
Σχήμα 6.1 : Κατανομή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων με βάση το είδος τους	138
Σχήμα 6.2.1 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων	139
Σχήμα 6.2.2 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων	139
Σχήμα 6.3 : Η ηλικία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	140
Σχήμα 6.4 : Συμμετοχή σε δίκτυα /συλλογικούς φορείς	141
Σχήμα 6.5: Περίοδος λειτουργίας των επιχειρήσεων	141
Σχήμα 6.6: Πιστοποίηση των επιχειρήσεων	142
Σχήμα 6.7 : Τύπος καταλύματος των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	143
Σχήμα 6.8 : Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	145
Σχήμα 6.9 : Αποκλειστική χρήση βιολογικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	145
Σχήμα 6.10 : Το είδος των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	146
Σχήμα 6.11 : Ο αριθμός των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	146
Σχήμα 6.12 : Το είδος των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	147
Σχήμα 6.13 : Ο αριθμός των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	147
Σχήμα 6.14 : Το είδος των δραστηριοτήτων πολιτισμού που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	148
Σχήμα 6.15 : Το είδος των δραστηριοτήτων επιμόρφωσης που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	148
Σχήμα 6.16 : Παραγωγή βιολογικών προϊόντων από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	149
Σχήμα 6.17 : Επιχειρήσεις που διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας	150
Σχήμα 6.18: Επιχειρήσεις που διαθέτουν οικόσιτα ζώα	150

Σχήμα 6.19 : Μέση τιμή δίκλινου δωματίου των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	151
Σχήμα 6.20 : Ύπαρξη ξεχωριστής χρέωσης για συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες	151
Σχήμα 6.21 : Δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών	152
Σχήμα 6.22 : Η ύπαρξη ιστοσελίδων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	153
Σχήμα 6.23 : Το γλωσσικό περιβάλλον των ιστοσελίδων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	153
Σχήμα 6.24 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων	154
Σχήμα 6.25 : Ανάπτυξη συνεργασιών με τουριστικά γραφεία και παρουσία των επιχ. σε τουριστικούς καταλόγους	154
Σχήμα 6.26 : Προσβασιμότητα της ευρύτερης περιοχής που βρίσκονται οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	155
Σχήμα 6.27 : Ο ρόλος του αγροτουρισμού ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης	156
Σχήμα 6.28 : Η φύση της επαφής των φιλοξενούμενων με τις αγροτικές δραστηριότητες	156
Σχήμα 6.29 : Η φύση της εμπειρίας που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	156
Σχήμα 6.30.1 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις	157
Σχήμα 6.30.2 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις	157
Σχήμα 6.31 : Τα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνονται οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	158
Σχήμα 6.32 : Κατανομή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων με βάση το είδος τους	159
Σχήμα 6.33.1 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων	159
Σχήμα 6.33.2 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων	160
Σχήμα 6.34 : Η ηλικία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	160
Σχήμα 6.35 : Συμμετοχή σε δίκτυα /συλλογικούς φορείς	161
Σχήμα 6.36 : Πιστοποίηση των επιχειρήσεων	161
Σχήμα 6.37 : Τύπος καταλύματος των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	162
Σχήμα 6.38 : Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	163
Σχήμα 6.39 : Αποκλειστική χρήση βιολογικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	163
Σχήμα 6.40 : Το είδος των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	164
Σχήμα 6.41 : Ο αριθμός των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	164
Σχήμα 6.42 : Το είδος των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	165
Σχήμα 6.43 : Ο αριθμός των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	165



Σχήμα 6.44 : Το είδος των δραστηριοτήτων πολιτισμού που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	165
Σχήμα 6.45 : Το είδος των δραστηριοτήτων επιμόρφωσης που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	166
Σχήμα 6.46 : Παραγωγή βιολογικών προϊόντων από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	167
Σχήμα 6.47 : Επιχειρήσεις που διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας	167
Σχήμα 6.48: Επιχειρήσεις που διαθέτουν οικόσιτα ζώα	168
Σχήμα 6.49 : Μέση τιμή δίκλινου δωματίου των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	168
Σχήμα 6.50 : Ύπαρξη ξεχωριστής χρέωσης για συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες	169
Σχήμα 6.51 : Δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών	169
Σχήμα 6.52 : Η ύπαρξη ιστοσελίδων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	170
Σχήμα 6.53 : Το γλωσσικό περιβάλλον των ιστοσελίδων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	170
Σχήμα 6.54 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων	170
Σχήμα 6.55 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων	170
Σχήμα 6.56 : Ο ρόλος του αγροτουρισμού ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης	171
Σχήμα 6.57: Η φύση της επαφής των φιλοξενούμενων με τις αγροτικές δραστηριότητες	172
Σχήμα 6.58 : Η φύση της εμπειρίας που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	172
Σχήμα 6.59.1 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις	172
Σχήμα 6.59.2 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις	173
Σχήμα 6.60 : Τα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνονται οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	173
Σχήμα 6.61 : Κατανομή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων με βάση το είδος τους	174
Σχήμα 6.62.1 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων	174
Σχήμα 6.62.2 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων	175
Σχήμα 6.63 : Η ηλικία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	175
Σχήμα 6.64 : Συμμετοχή σε δίκτυα /συλλογικούς φορείς	176
Σχήμα 6.65: Πιστοποίηση των επιχειρήσεων	176
Σχήμα 6.66 : Τύπος καταλύματος των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	177
Σχήμα 6.67 : Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	178
Σχήμα 6.68 : Αποκλειστική χρήση βιολογικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	178
Σχήμα 6.69 : Το είδος των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	179
Σχήμα 6.70 : Ο αριθμός των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	179

Σχήμα 6.71 : Το είδος των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	180
Σχήμα 6.72 : Ο αριθμός των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	180
Σχήμα 6.73: Το είδος των δραστηριοτήτων πολιτισμού που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	181
Σχήμα 6.74 : Το είδος των δραστηριοτήτων επιμόρφωσης που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	181
Σχήμα 6.75 : Παραγωγή βιολογικών προϊόντων από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	182
Σχήμα 6.76 : Επιχειρήσεις που διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας	183
Σχήμα 6.77: Επιχειρήσεις που διαθέτουν οικόσιτα ζώα	183
Σχήμα 6.78 : Μέση τιμή δίκλινου δωματίου των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	184
Σχήμα 6.79 : Ύπαρξη ξεχωριστής χρέωσης για συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες	184
Σχήμα 6.80 : Δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών	185
Σχήμα 6.81 : Η ύπαρξη ιστοσελίδων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις	185
Σχήμα 6.82 : Το γλωσσικό περιβάλλον των ιστοσελίδων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων	185
Σχήμα 6.83 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων	186
Σχήμα 6.84 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων	186
Σχήμα 6.85 : Ο ρόλος του αγροτουρισμού ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης	187
Σχήμα 6.86: Η φύση της επαφής των φιλοξενούμενων με τις αγροτικές δραστηριότητες	187
Σχήμα 6.87 : Η φύση της εμπειρίας που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	187
Σχήμα 6.88.1 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις	188
Σχήμα 6.88.2 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις	188
Σχήμα 6.89 : Τα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνονται οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις	189

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### ΜΕΡΟΣ Ι : ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1	ΕΤΥΜΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	15
1.2	ΈΝΝΟΙΕΣ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΜΕ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ	16
1.3	ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	17
1.4	Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	20
1.5	ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	23
1.6	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	24
1.7	Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	26
1.8	ΟΙ ΔΥΣΜΕΝΕΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	31
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	34

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

2.1	ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	38
2.2	ΤΟ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ	44
2.3	ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΑ	48
2.4	ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	51
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	59

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ & ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ

3.1	Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ	66
3.1.1	Γερμανία	68
3.1.2	Αυστρία	70
3.1.3	Γαλλία	72
3.1.4	Αγγλία	75
3.1.5	Ιταλία	79
3.2	Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ	82
3.2.1	Η.Π.Α.	82
3.2.2	Κίνα	85
3.2.3	Αυστραλία	87

3.2.4	Νότιος Αφρική	90
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	94

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>100</b>	
4.1	Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	100
4.1.1	Η δεκαετία του 60	100
4.1.2	Η δεκαετία του 70	101
4.1.3	Η δεκαετία του 80	102
4.1.4	Από τη δεκαετία του 90 μέχρι σήμερα	104
4.2	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	107
4.3	ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	113
4.3.1	Η εξέλιξη και η εικόνα τους σήμερα	113
4.3.2	Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν	118
4.4	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	120
4.5	ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	126
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	129

## **ΜΕΡΟΣ II : ΕΜΠΕΙΡΙΚΟ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ**

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ</b>	<b>134</b>	
5.1	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	134
5.2	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	134
5.3	ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	135
5.4	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	136
5.5	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	137

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ</b>	<b>138</b>	
6.1	ΕΛΛΑΔΑ	138
6.1.1	Γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων	138
6.1.2	Μείγμα μάρκετινγκ της επιχείρησης	143
6.1.2.A	Προϊόν	143
6.1.2.Ai	Διαμονή	143
6.1.2.Aii	Εστίαση	144
6.1.2.Aiii	Δραστηριότητες	145
6.1.2.Av	Εμπορική Δραστηριότητα	148

6.1.2.Αν Οικόσιτα Ζώα	150
6.1.2.Β Τιμή	150
6.1.2.Γ Προώθηση	153
6.1.2.Δ Τοποθεσία	154
6.1.3 Υποκειμενική Αξιολόγηση	155
6.2 ΙΤΑΛΙΑ	158
6.2.1 Γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων	158
6.2.2 Μείγμα μάρκετινγκ της επιχείρησης	162
6.2.2.Α Προϊόν	162
6.2.2.Αi Διαμονή	162
6.2.2.Αii Εστίαση	163
6.2.2.Αiii Δραστηριότητες	163
6.2.2.Αiv Εμπορική δραστηριότητα	166
6.2.2.Αv Οικόσιτα ζώα	167
6.2.2.Β Τιμή	168
6.2.2.Γ Προώθηση	169
6.2.2.Δ Τοποθεσία	171
6.2.3 Υποκειμενική αξιολόγηση	171
6.3 ΓΕΡΜΑΝΙΑ	173
6.3.1 Γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων	173
6.3.2 Μείγμα μάρκετινγκ της επιχείρησης	177
6.3.2.Α Προϊόν	177
6.3.2.Αi Διαμονή	177
6.3.2.Αii Εστίαση	178
6.3.2.Αiii Δραστηριότητες	179
6.3.2.Αiv Εμπορική δραστηριότητα	181
6.3.2.Αv Οικόσιτα ζώα	183
6.3.2.Β Τιμή	183
6.3.2.Γ Προώθηση	185
6.3.2.Δ Τοποθεσία	186
6.3.3 Υποκειμενική αξιολόγηση	186
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	189
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ</b>	<b>195</b>
7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	195
7.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ	199

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	<b>201</b>
ΕΛΛΗΝΙΚΗ (ΒΙΒΛΙΑ ΚΑΙ ΑΡΘΡΑ)	201
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ (ΒΙΒΛΙΑ ΚΑΙ ΑΡΘΡΑ)	206
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ	217
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</b>	<b>225</b>
I. Ερωτηματολόγιο	
II.a- Ερωτηματολόγια Ελλάδα	
II.b- Ερωτηματολόγια Ιταλία	
II.c- Ερωτηματολόγια Γερμανία	

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

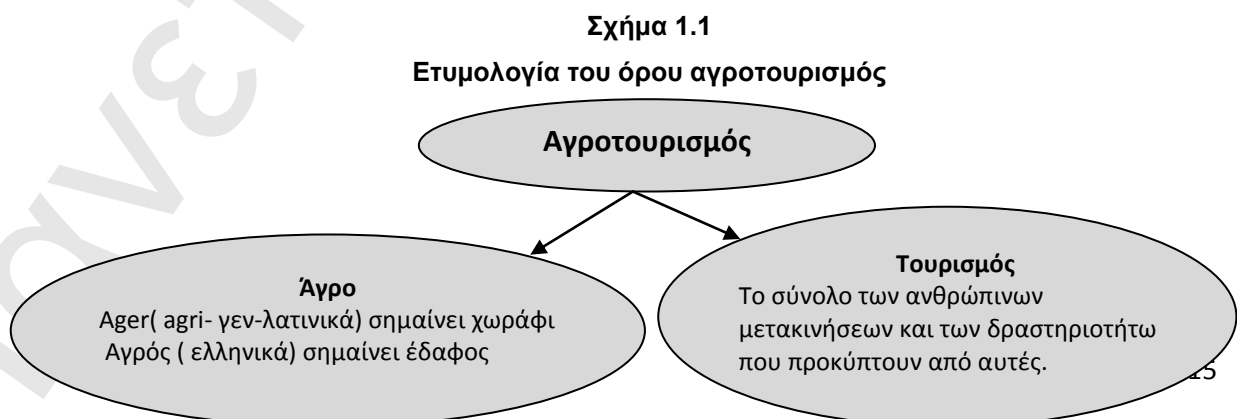
## ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 1.1 Ετυμολογική προσέγγιση του αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός σαν όρος ξεκίνησε να εμφανίζεται στη διεθνή βιβλιογραφία τα τελευταία 25 χρόνια του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Εκτός από τον όρο αυτό στη βιβλιογραφία εμφανίζεται και ένας παράλληλος όρος, η λέξη αγριτουρισμός (agritourism), η οποία έχει την ίδια σημασία, είναι διεθνώς διαδεδομένη και χρησιμοποιείται ευρύτατα από αγγλόφωνες χώρες. Αντίθετα ο όρος αγροτουρισμός απαντάται κυρίως σε χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, όπως η Ελλάδα, η Ιταλία και η Τουρκία (Torcu, 2007).

Οι δύο όροι αποτελούνται από δύο μέρη: αγρι- ή αγρο- και τουρισμός. Το πρόθεμα αγρι- προέρχεται από τη λατινική λέξη ager (γενική - agri) που σημαίνει ύπαιθρος, ενώ το αγρο- προέρχεται από την ελληνική λέξη αγρός που σημαίνει χωράφι, καθώς και τη λέξη αγρονόμος, που αναφέρεται στον αξιωματούχο υπεύθυνο των αγροτικών περιοχών. Η λέξη τουρισμός προέρχεται από τη γαλλική λέξη tour και την αγγλική touring, που σημαίνουν γύρος, περιήγηση. Και οι δύο λέξεις προέρχονται από τη λατινική λέξη tornus (Βαρβαρέσος, 2000). Σύμφωνα με την Διεθνή Ακαδημία του Τουρισμού (Ait Monte Carlo) ο τουρισμός ορίζεται ως το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές.

Ο συνδυασμός του προθέματος αγρο- με το ουσιαστικό τουρισμός οδήγησε στη δημιουργία μιας καινούργιας λέξης η οποία στην ουσία υποδηλώνει την ανθρώπινη τουριστική δραστηριότητα που έχει σκοπό την εξοικείωση των άτομα με την αγροτική δραστηριότητα και την αναψυχή σε ένα γεωργικό περιβάλλον.



## 1.2 Έννοιες συναφείς με τον αγροτουρισμό

Προτού γίνει ανάλυση των διαφόρων ορισμών του αγροτουρισμού κρίνεται απαραίτητο να γίνει μια αναφορά σε ορισμένες έννοιες που συνδέονται άμεσα με τον αγροτουρισμό και τις διάφορες δραστηριότητες που τον πλαισιώνουν. Τέτοιες έννοιες είναι ο εναλλακτικός τουρισμός, ο ήπιος τουρισμός και η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ή αειφόρος τουρισμός.

**Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός** είναι το σύνολο των μορφών τουρισμού που προσπαθούν να αντικαταστήσουν τους λιγότερο επιθυμητούς τύπους τουρισμού, οι οποίοι είναι γνωστοί ως οργανωμένος μαζικός τουρισμός. Πρόκειται για είδη τουρισμού που αναπτύσσονται τοπικά από τους ίδιους τους κατοίκους ή τους φορείς της περιοχής, με αποτέλεσμα η οργάνωση να γίνεται με το σκεπτικό της προστασίας του τοπικού περιβάλλοντος (Καραγιάννης, 1999).

**Αειφόρος τουρισμός ή βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού.** Με τον όρο βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για τη συνεχή ανατροφοδότησή της (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2003).

Ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή τουρισμού και ανάπτυξης της υπαίθρου, η οποία δεν επεμβαίνει στο περιβάλλον, στον τόπο, στους ανθρώπους και στους φυσικούς πόρους αλλοιώνοντας και διαβρώνοντάς τους. Ο αγροτουρισμός, αντίθετα με τον μαζικό τουρισμό δεν δημιουργεί ειδικές υποδομές προκειμένου να παρέχει την φιλοξενία στους τουρίστες, αντίθετα χρησιμοποιεί τις υπάρχουσες υποδομές των αγροτών και κατοίκων της υπαίθρου. Στις περιπτώσεις εκείνες όπου δημιουργεί νέες υποδομές όπως αγροτικά καταλύματα, ξενώνες, κέντρα εστίασης, καταστήματα πώλησης τοπικών προϊόντων, κ.α., οι υποδομές αυτές εναρμονίζονται απόλυτα με το φυσικό περιβάλλον του τόπου (Καλοκάρδου, Κραντονέλλης, 2005)

Η έννοια του αγροτουρισμού και του αγροτικού τουρισμού συχνά χρησιμοποιούνται εναλλακτικά, καθώς ο αγροτουρισμός είναι ένα μέρος του αγροτικού τουρισμού σχετικός με τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στο πλαίσιο των αγροτικών εκμεταλλεύσεων (Roberts and Hall, 2001).



Το σχήμα 1.2 αποτυπώνει την ιεραρχική σχέση μεταξύ του αγροτικού τουρισμού (rural tourism) και του αγροτουρισμού (agritourism) καθώς και τη σχέση τους με το μαζικό και τον εναλλακτικό τουρισμό. Όπως παρατηρούμε ο αγροτουρισμός αποτελεί ένα μόνο μέρος του αγροτικού τουρισμού, και συγκεκριμένα κατά τους Roberts και Hall εκείνο που σχετίζεται με τις τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στο πλαίσιο των αγροτικών εκμεταλλεύσεων. Ειδικότερα, όσο υψηλότερα βρίσκεται στην πυραμίδα που ακολουθεί ο κάθε τύπος τουρισμού, τόσο πιο περιορισμένο είναι το εύρος εστίασής του.

**Σχήμα 1.2**  
**Εύρος των όρων που σχετίζονται με τον τουρισμό**



Πηγή: Sznajder, M., Przezborska, L., & Scrimgeour, F. (2009). Agritourism

### **1.3 Εννοιολογικός προσδιορισμός του αγροτουρισμού**

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια πολυσυζητημένη και πολυδιάστατη έννοια για την οποία δεν υπάρχει ένας γενικά αποδεκτός ορισμός με χαρακτηριστικά και δραστηριότητες ευδιάκριτα και ενιαία σε κάθε χώρα. Παρά το γεγονός ότι το φαινόμενο του αγροτουρισμού αναπτύσσεται με σημαντικούς ρυθμούς, ελάχιστες περιπτώσεις χωρών υπάρχουν στις οποίες έχει οριοθετηθεί με ακρίβεια, ώστε να τηρούνται ξεχωριστά στατιστικά δεδομένα και να είναι δυνατή η πλήρης περιγραφή του (Ιωακειμίδης, 2009).

Οι ορισμοί του αγροτικού τουρισμού τείνουν να ποικίλουν από χώρα σε χώρα, αλλά και από ερευνητή σε ερευνητή. Κατά καιρούς έχουν χρησιμοποιηθεί διάφοροι ορισμοί, οι οποίοι ενώ είναι κοινοί και διαδεδομένοι στις περισσότερες χώρες του κόσμου, στην πραγματικότητα αντιστοιχούν σε διαφορετικές και σύνθετες συνθήκες. Η αδυναμία καθιέρωσης μιας κοινά αποδεκτής ορολογίας οφείλεται εν μέρει, στο γεγονός ότι από χώρα σε χώρα διαφέρουν οι δομές των αγροτικών εκμεταλλεύσεων, ο ορισμός του αγροτικού χώρου καθώς επίσης και ο βαθμός ταύτισης των διαφόρων στρωμάτων του πληθυσμού με το αγροτικό παρελθόν τους (Ιωακειμίδης, 2009).

Ορισμένες από τις διαφορετικές προσεγγίσεις και όρους που χρησιμοποιήθηκαν για να περιγράψουν αυτή τη μορφή τουρισμού στην ύπαιθρο είναι: Αγροτικός Τουρισμός (Rural Tourism), Αγροτο-τουρισμός (Agrotourism), Αγροτουρισμός (Agritourism), Τουρισμός στο Αγρόκτημα (Farm Tourism), Πράσινος Τουρισμός (Green Tourism) και Οικοτουρισμός (Ecotourism) (Garcia-Ramon 1995, Sharpley and Sharpley 1997, Roberts and Hall 2001).

Από τις παραπάνω προσεγγίσεις, οι έννοιες που συγχέονται συχνότερα εννοιολογικά και υπάρχει σχετική αλληλοεπικάλυψη μεταξύ τους είναι εκείνες του αγροτικού τουρισμού και του οικοτουρισμού. Ως **αγροτικός τουρισμός** ορίζεται το σύνολο τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται σε τουριστικό χώρο και στηρίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρώπινων τοπικών πόρων (Sharpley, 1997). Μπορεί να διακριθεί σε επιμέρους συνιστώσες ανάλογα με τις δραστηριότητες που προσφέρει (γαστρονομικός, περιπατητικός, κλπ.) ή ανάλογα με το αν αποτελεί κύριο ή δευτερεύον επάγγελμα ή αν εφαρμόζεται μόνο από αγρότες ή και από άλλου είδους επαγγελματίες. Αντίθετα, **οικοτουρισμός**, σύμφωνα με την Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού, είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες περιοχές, δεν υπερβαίνει τη φέρουσα ικανότητα της περιοχής και προωθεί την προστασία και διαχείριση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος διατηρώντας παράλληλα τη συνοχή του κοινωνικού ιστού (Αποστολόπουλος, Σδράλη, 2007).

Ο ορισμός του αγροτουρισμού έχει μελετηθεί πολύ και έχει ταυτιστεί πολλές φορές με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Διεξοδική εξέταση της βιβλιογραφίας αποκαλύπτει ένα πλήθος ορισμών για τον αγροτουρισμό, ο κάθε ένας από τους οποίους βασίζεται σε ένα πλήθος χαρακτηριστικών.

### Πίνακας 1.1

#### Επισκόπηση των ορισμών του αγροτουρισμού που χρησιμοποιούνται στη βιβλιογραφία

Αγριτουρισμός (Agritourism)	«Οποιαδήποτε δραστηριότητα αναπτύσσεται σε ένα εν λειτουργία αγρόκτημα, με σκοπό την προσέλκυση επισκεπτών»	Barbieri and Mshenga (2008: 168)
	«Ένα συγκεκριμένο είδος αγροτικού τουρισμού στον οποίο ο χώρος φιλοξενίας θα πρέπει να είναι έχει μορφή αγροτικής κατοικίας, στην οποία διαμένει ο ιδιοκτήτης, επιτρέποντας στους επισκέπτες να λάβουν μέρος σε αγροτικές ή συμπληρωματικές δραστηριότητες που υπάγονται στην ιδιοκτησία του»	Marques (2006: 151)
	« Αγροτικές επιχειρήσεις οι οποίες συνδυάζουν το περιβάλλον ενός εν λειτουργία αγροκτήματος και τα εμπορικά στοιχεία του τουρισμού»	McGehee (2007: 111) and McGehee, Kim, and Jennings (2007: 280)
	« Τουριστικά προϊόντα που συνδέονται άμεσα με το αγροτικό περιβάλλον, τα αγροτικά προϊόντα ή την αγροτική διαμονή»	Sharpley and Sharpley (1997: 9)
	«Δραστηριότητες φιλοξενίας που προσφέρονται από αγροτικούς επιχειρηματίες και τα μέλη της οικογένειάς τους, οι οποίες πρέπει να παραμένουν συνδεδεμένες και συμπληρωματικές με τις αγροτικές δραστηριότητες»	Sonnino (2004: 286)
Αγροτουρισμός (Agrotourism)	«Τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε μη αστικές περιοχές, από απασχολούμενους κυρίως στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα της οικονομίας»	Iakovidou (1997: 44)
	«Τουριστικές δραστηριότητες μικρής κλίμακας, οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής, που αναπτύσσονται σε αγροτικές περιοχές από ανθρώπους που απασχολούνται στη γεωργία»	Kizos and Iosifides (2007:63)
	«Παροχή τουριστικών ευκαιριών σε εν λειτουργία αγροκτήματα»	Wall (2000: 14)
Τουρισμός του αγροκτήματος (Farm Tourism)	« Αγροτικός τουρισμός ο οποίος διεξάγεται σε εν λειτουργία αγροκτήματα όπου το περιβάλλον εργασίας σχηματίζει μέρος του προϊόντος, από την πλευρά του καταναλωτή»	Clarke (1999: 27)
	«Τουριστική δραστηριότητα η οποία συνδέεται στενά με τις αγροτικές δραστηριότητες και συχνά με τη οικονομική βιωσιμότητα του νοικοκυριού»	Gladstone and Morris (2000: 93)
	«Η υποδοχή και τοποθέτηση τουριστών σε αγροκτήματα όπου θα συμμετάσχουν ενεργά στην αγροτική ζωή και τις δραστηριότητες παραγωγής»	Iakovidou (1997: 44)
	« Εμπορικές τουριστικές επιχειρήσεις σε εν λειτουργία αγροκτήματα. Αυτό αποκλείει	Ollenburg and Buckley (2007: 445)

	εγκαταστάσεις τύπου bed and breakfast, και εγκαταστάσεις αναψυχής, βασιζόμενες στο καθιερωμένο πρότυπο τουρισμού»	
	«Δραστηριότητες και υπηρεσίες ενός εν λειτουργία αγροκτήματος που προσφέρονται, σε πελάτες για λόγους συμμετοχής, παρατήρησης ή εκπαίδευσης»	Ollenburg (2006: 52)
	«Μέρος του αγροτικού τουρισμού, με την τοποθεσία της διαμονής σε ένα part-time ή full-time αγρόκτημα, να αποτελεί το κριτήριο διαχωρισμού»	Oppermann (1996: 88)
	« Χρησιμοποιείται ευρέως προκειμένου να περιγράψει ένα εύρος δραστηριοτήτων, που έχουν λίγα κοινά στοιχεία με το αγρόκτημα, πέραν του ότι ο αγρότης διαχειρίζεται τον χώρο στον οποίο πραγματοποιούνται»	Roberts and Hall (2001: 150)
Τουρισμός βασιζόμενος στο αγρόκτημα(Farm-based Tourism)	« Το φαινόμενο της προσέλκυσης ατόμων σε αγροτικές εγκαταστάσεις»	Evans and Ilbery (1989: 257)
	«Μια εναλλακτική επιχειρηματική μονάδα αγροκτήματος»	Ilbery, Bowler, Clark, Crockett, and Shaw (1998: 355)
Αγροκτήματα διακοπών (Vacation Farms)	«Ενσωματώνουν τόσο το περιβάλλον ενός εν λειτουργία αγροκτήματος όσο και τα εμπορικά στοιχεία του τουρισμού»	Weaver and Fennell (1997: 357)

Πηγή: Phillip S., Hunter C., Blackstock K., 2009, A typology for defining agritourism, *Tourism Management*, 31, 754–758

#### 1.4 Η διαχρονική εξέλιξη του αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός χρονολογείται στα τέλη του 1800 όταν οι κάτοικοι της πόλης επιθυμώντας να αποδράσουν από την αστική ζωή κατέφευγαν για σύντομες διακοπές σε αγροκτήματα για να επισκεφτούν συγγενικά τους πρόσωπα. Μετά το 1920 η δυνατότητα πραγματοποίησης ταξιδίων με αυτοκίνητο διευκόλυνε ουσιαστικά την έξοδο των ανθρώπων προς την εξοχή. Η «αγροτική» αναψυχή άνησε σημαντικά τη δεκαετία του 30' κατά τη διάρκεια της μεγάλης οικονομικής κρίσης καθώς και τη δεκαετία του 40' στα χρόνια που ακολούθησαν μετά το 2<sup>ο</sup> Παγκόσμιο πόλεμο. (Dora Ann Hatch, 2008)

Η εμφάνιση του αγροτουρισμού ως οργανωμένη, ειδική μορφή τουρισμού τοποθετείται στη δεκαετία του 1960 όταν στις ΗΠΑ παρουσιάζεται η τουριστική δραστηριότητα Farm and Ranch hospitality με τις παραλλαγές του γεωργικού τουρισμού Farm/Ranch based

tourism και του αγροτικού τουρισμού Hotel/Resort based Tourism (Σφακιανάκης 2000, Καραγιάννης 2004). Σύμφωνα με το αμερικανικό υπόδειγμα ο αγρότης έχει την κατοικία του και τις άλλες κτιριακές εγκαταστάσεις που εξυπηρετούν την αγροτική δραστηριότητα σε κεντρική θέση του αγροκτήματος. Τα γειτονικά αγροκτήματα απείχαν μεταξύ τους λίγα ή περισσότερα χιλιόμετρα. Αυτός ο τύπος αγροκτήματος (Farm House Holidays, αγροκτήματα με μεγάλη υποδομή που προσφέρουν μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων) επικράτησε στις Η.Π.Α. και τον Καναδά, ενώ συναντάται και στις χώρες της Λατινικής Αμερικής και σε ορισμένες χώρες της Ευρώπης. (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2005).

Στην Ευρώπη, τόσο στη Γαλλία όσο και την Ιταλία ο αγροτουρισμός στηρίχθηκε σε αγροτικές ενώσεις και στους Ο.Τ.Α. (Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης). Στη Γερμανία και στην Αυστρία, που αποτελούν τους πρωτεργάτες του αγροτουρισμού, ο αγροτουρισμός πήρε περισσότερο εμπορευματική μορφή. Στην Ολλανδία συνδέθηκαν με τα "family's camping" (οικογενειακές κατασκηνώσεις) στα οποία λαμβάνουν χώρα κυρίως αθλητικές, αλλά και πολιτιστικές δραστηριότητες (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2005).

Ειδικότερα, στη Γαλλία, τη χώρα με την μεγαλύτερη ιστορία στον αγροτουρισμό στην Ευρώπη, ο όρος εμφανίστηκε το 1952 με τη δημιουργία της Οργάνωσης «Γεωργία και Τουρισμός» (Agriculture et Tourisme) η οποία ανέλαβε την εκπαίδευση των γεωργών προκειμένου να αναλάβουν τουριστικές δραστηριότητες. Έτσι, από το 1954 άρχισαν να δημιουργούνται τα πρώτα αγροτικά καταλύματα (Gites Ruraux) και να καθορίζονται σε νομοθετικό, διοικητικό και διαχειριστικό επίπεδο όλα τα θέματα που διέπουν το φαινόμενο, ξεκινώντας από τον ορισμό. Στη γαλλική νομοθεσία για τον αγροτουρισμό μεταξύ άλλων αναφέρεται ότι θεωρούνται αγροτικές όλες οι δραστηριότητες που αντιστοιχούν στον έλεγχο και εκμετάλλευση ενός βιολογικού κύκλου, φυτικού ή ζωικού καθώς και οι δραστηριότητες που ασκούνται από έναν γεωργό και είναι προέκταση της δραστηριότητας της παραγωγής ή έχουν ως υπόβαθρο τη γεωργική εκμετάλλευση, συμπεριλαμβάνοντας στις τελευταίες και τις τουριστικές δραστηριότητες (Παρταλίδου, 2005).

Στη Γερμανία και την Αυστρία ο αγροτουρισμός είναι διαδεδομένος και δημοφιλής από τις αρχές της δεκαετίας του '60, ενδεχομένως και νωρίτερα σε αρκετές ορεινές και παραλίμνιες περιοχές, και συνδέεται ως φαινόμενο με τη γεωργική εκμετάλλευση. Ο αγροτουρισμός ή τουρισμός στο αγρόκτημα αφορά τη διαμονή και σίτιση σε ειδικά

διαμορφωμένους χώρους στις αγροικίες, ή σε ξεχωριστά οικήματα μέσα στην γεωργική εκμετάλλευση. Παράλληλα, παρέχεται η δυνατότητα στον επισκέπτη να συμμετάσχει στις καθημερινές εργασίες που απαιτεί το αγρόκτημα. Ειδικά στις χώρες της Βόρειας Ευρώπης το μεγάλο μέγεθος και η διάρθρωση των γεωργικών εκμεταλλεύσεων επέτρεψε την ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες του νότου (Oppermann 1996).

Στην Ιταλία, μια χώρα με επίσης μεγάλη εμπειρία στον αγροτουρισμό, ρυθμίστηκαν από πολύ νωρίς όλα τα σχετικά θέματα καθώς και οι εννοιολογικές προσεγγίσεις του. Η ίδρυση του πρώτου αγροτουριστικού σωματείου με το όνομα «Εθνική Ένωση Γεωργίας και Τουρισμού» (Agriturismo) το 1965, θεωρείται το σημείο εκκίνησης της ιστορίας του αγροτουρισμού στην Ιταλία. Ακολούθησαν και άλλες δύο ενώσεις, η «Δική μας Γη» (Terranostra) και ο «Πράσινος Τουρισμός» (Turismo Verde), ενώ το 1980 ιδρύθηκε μια κοινοπραξία των τριών προηγούμενων οργανώσεων με το όνομα «Anagritur». Η τελευταία έπαιξε σημαντικό ρόλο στην έγκριση του νόμου πλαίσιο για τον αγροτουρισμό (Νόμος 730/5-12-85/Ρύθμιση του Αγροτουρισμού) στον οποίο μεταξύ άλλων προβλέπεται ότι η δραστηριότητα του αγροτουρισμού συνδέεται στενά με την γεωργία και συνεπώς ασκείται μέσα σε μια γεωργική επιχείρηση, χρησιμοποιώντας τις δομές, τα προϊόντα και το εργατικό δυναμικό της (De Micheli 2003).

Γενικότερα, στις χώρες της Ευρώπης, ο αγροτουρισμός άρχισε να θεωρείται ως μια στρατηγική με μέλλον, από τη δεκαετία του '70 και μετά, καθώς έγινε αντιληπτό ότι συμβάλλει στη μόνιμη εγκατάσταση του πληθυσμού στην ύπαιθρο στην ενδυνάμωση της κοινωνικής σύνδεσης του τοπικού πληθυσμού και μακροπρόθεσμα στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών (Ριζοπούλου, 2010). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα μετά το 1980, να ξεκινήσουν οι προσπάθειες για την εφαρμογή νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία, σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό, θα ανταποκρίνονταν στις σύγχρονες ανάγκες των τουριστών, στις κοινωνικές απαιτήσεις για υψηλή ποιότητα, καθαρό περιβάλλον, σεβασμό στις τοπικές ιδιομορφίες, αποκέντρωση και συμμετοχή των κατοίκων στις αναπτυξιακές διαδικασίες (Τσάρτας, 1996).

Από την εμφάνιση του αγροτικού τουρισμού, τη δεκαετία του '80, ο αριθμός των αγροκτημάτων που συμμετέχουν σε ανάλογες δραστηριότητες διπλασιάστηκε σε χώρες όπως η Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία. Σήμερα, ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι του τουρισμού στην Ευρώπη. Το τελευταίο

επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι έχουν καταγραφεί τουλάχιστον 200.000 μονάδες αγροτικού τουρισμού στην ευρωπαϊκή ύπαιθρο με περισσότερες από 2.000.000 κλίνες (Ιωακειμίδης, 2009). Επιπλέον, σε χώρες με μακρά αγροτουριστική παράδοση, όπως η Σουηδία και η Ελβετία, οι γεωργικές εκμεταλλεύσεις που ασχολούνται με τον αγροτουρισμό φθάνουν το 20% του συνόλου, στην Αυστρία το 10%, στο Ηνωμένο Βασίλειο το 8%, λιγότερο στη Γαλλία, της τάξης του 2%, μόνο 0,5% στην Ισπανία, ενώ στην Ελλάδα και την Πορτογαλία οι εκμεταλλεύσεις αυτές είναι εντελώς περιθωριακές (Ανθοπούλου, 2000).

### **1.5 Προϋποθέσεις ανάπτυξης αγροτουρισμού**

Σύμφωνα με τον Pevetz (1990 στον Bubendorf, 1993), για να υπάρξουν ρεαλιστικές πιθανότητες αγροτουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να τηρηθεί ένα ευρύ φάσμα προϋποθέσεων ποικίλης φύσης. Ορισμένες από αυτές είναι προϋποθέσεις που πρέπει να υπάρχουν στο φυσικό χώρο, ενώ άλλες θα πρέπει να πληρούνται από διάφορες κοινωνικές ομάδες (Σδράλη, 2005). Ο Bubendorf (1993) κατέγραψε ορισμένες προϋποθέσεις ως τις πλέον σημαντικές, το σύνολο των οποίων μπορεί να ομαδοποιηθεί σε τρεις διακριτές κατηγορίες:

#### **1. Τόπος (φυσικοί πόροι και υποδομές)**

- ✓ ελκυστικός χώρος (φυσικός και πολιτιστικός), ομορφιά του τοπίου
- ✓ επαρκώς δομημένη γη, καλά διατηρημένη από την οικογενειακής μορφής γεωργία
- ✓ πλεονεκτική θέση της αγροτικής κατοικίας
- ✓ ευρύχωροι οικιακοί χώροι, που να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για αγροτουριστικούς σκοπούς, χωρίς να απαιτούνται νέες μεγάλες επενδύσεις
- ✓ πρόσθετος άνετος χώρος για τους φιλοξενούμενους, είτε ήδη υπάρχον, είτε με τη δυνατότητα να κατασκευαστεί μόνο με μικρές επενδύσεις
- ✓ επιχειρησιακή δυνατότητα στην κοινότητα και στην περιοχή
- ✓ εξωτερικά ερεθίσματα και εμπνεύσεις (έξω από το χώρο του τουρισμού ή της γεωργίας, έξω από την περιοχή ή και από τη χώρα κ.λπ.)
- ✓ το ελάχιστο απαιτούμενο της τουριστικής υποδομής (δρόμοι, τηλέφωνα, εστιατόρια, καταστήματα κ.ά.)
- ✓ ελκυστικός ψυχαγωγικός εξοπλισμός, είτε στην αγροτική εκμετάλλευση, είτε στην περιοχή
- ✓ γεωργία μεσαίας ή χαμηλής έντασης, μικτή γεωργία με κτηνοτροφία

## **2. Ανθρώπινοι πόροι**

- ✓ επαρκές οικογενειακό εργατικό δυναμικό
- ✓ ευαισθησία και φιλοξενία από την αγροτική οικογένεια, αλλά και διατήρηση της δικής της ταυτότητας
- ✓ ισχυρή συμφωνία του πληθυσμού ώστε να υποστηρίζεται η αναπτυξιακή διαδικασία
- ✓ αντοχή του επιχειρηματία-αγρότη αλλά και ολόκληρης της οικογένειάς του
- ✓ γνώση, ως ένα βαθμό, ορισμένων βασικών ξένων γλωσσών
- ✓ συνεργασία των αγροτών της περιοχής

## **3. Σχεδιασμός και διαχείριση της ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού.**

- ✓ επαγγελματική παροχή συμβουλών από μία καλά οργανωμένη υπηρεσία marketing
- ✓ τιμές αποδεκτές από τους τουρίστες και σταθερές σε σχέση με την ποιότητα του αγροτουριστικού προϊόντος
- ✓ ολοκληρωμένη αναπτυξιακή προσέγγιση (π.χ. συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων μερών της περιοχής στη διαδικασία)
- ✓ ύπαρξη μιας δυνατής τοπικής κεντρικής ομάδας που να ενδιαφέρεται πραγματικά για την αγροτουριστική ανάπτυξη της περιοχής
- ✓ προώθηση του αγροτουριστικού προϊόντος
- ✓ επαρκής υποστήριξη από το δημόσιο τομέα
- ✓ γνώση εφαρμοσμένων μαθηματικών, πληροφορικής και λογιστικής.

Βέβαια, είναι αδύνατο μία περιοχή να πληρεί όλες αυτές τις προϋποθέσεις. Ωστόσο, όσο περισσότερες από αυτές πληρούνται, τόσο πιο επιτυχής είναι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη συγκεκριμένη περιοχή. Επιπλέον, εάν οι παραπάνω προϋποθέσεις τίθενται κατά κάποιο τρόπο διαζευκτικά, η προϋπόθεση εκείνη που αφορά τη σαφή αποδοχή και υποστήριξη της αγροτουριστικής ανάπτυξης από τον τοπικό πληθυσμό θεωρείται απόλυτα αναγκαία και επιβεβλημένη (Παπασταύρου, 2007).

### **1.6 Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού**

Η εδραίωση ενός συγκεκριμένου τύπου τουριστικής ανάπτυξης σχετίζεται με την τουριστική πολιτική, την κοινωνικοοικονομική δομή και την προστασία του περιβάλλοντος, στις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται. Κάθε περιοχή η οποία αναπτύχθηκε τουριστικά πέρασε από διάφορα στάδια ανάπτυξης τα οποία



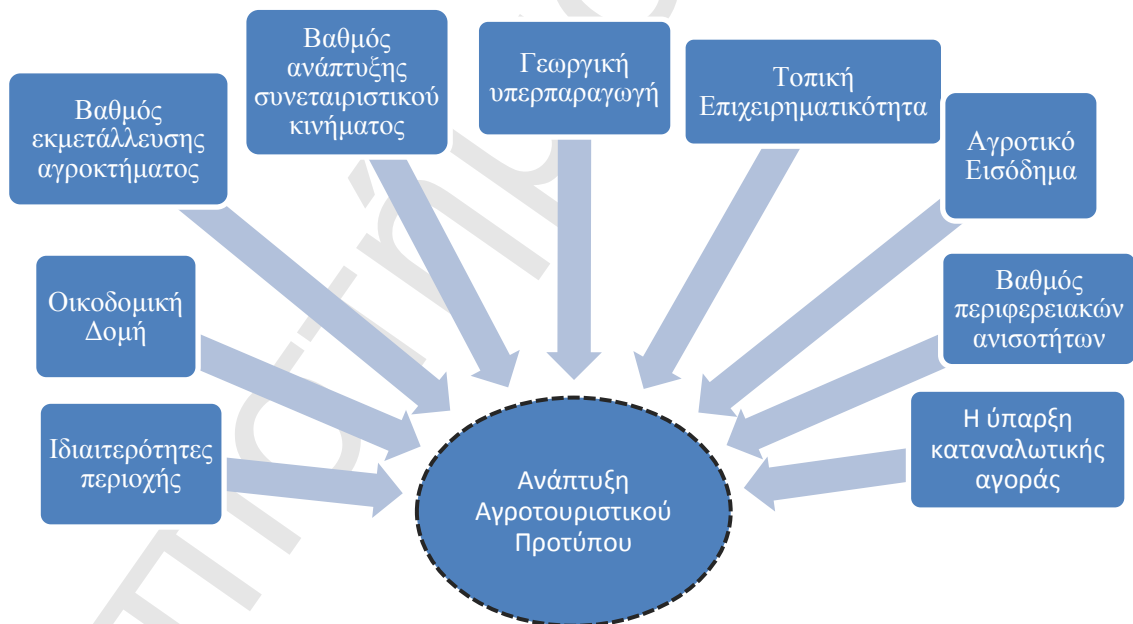
καθορίστηκαν από πολλούς επιμέρους παράγοντες: φυσικά χαρακτηριστικά, υποδομές, κεφάλαιο, κοινωνικές δομές κ.α. Η αλληλεπίδραση της ζήτησης και της προσφοράς διαμόρφωσε το είδος της τουριστικής ανάπτυξης της κάθε περιοχής (Τσάρτας, 1996).

Το πρότυπο του αγροτουρισμού κάθε περιοχής ποικίλει ως προς τη μορφή και το βαθμό ανάπτυξής του. Αυτό εξαρτάται, όπως φαίνεται και στο σχήμα 1.3, από τις ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής, την οικονομική δομή, την μεγάλη ή μικρή εκμετάλλευση στο αγρόκτημα, το βαθμό ανάπτυξης του συνεταιριστικού κινήματος, τη γεωργική υπερπαραγωγή, την τοπική επιχειρηματικότητα, το αγροτικό εισόδημα, το βαθμό των περιφερειακών ανισοτήτων και την ύπαρξη καταναλωτικής αγοράς η οποία να θέλει και να μπορεί να απορροφήσει το προϊόν (Telfer, 2002, Ριζοπούλου 2010, Μπράτσα 2009).

**Σχήμα 1.3**

**Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του αγροτουριστικού προτύπου**

Σημείωση : Όπου η διακεκομμένη γραμμή εκφράζει τον μεταβαλλόμενο τύπο ανάπτυξης του αγροτουριστικού προτύπου.



Πηγή: Μπράτσα Α., 2009, Αγροτουρισμός: μια εμπειρική ανάλυση των περιεχόμενων ιστοσελίδων

Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένοι αποφασιστικοί παράγοντες που συμβάλουν στην επιτυχή ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού και αφορούν τις ίδιες τις αγροτικές επιχειρήσεις. Ειδικότερα:

- ✓ Η προσβασιμότητα της μονάδας. Αφορά τη δυνατότητα πρόσβασης σε σημαντικούς αυτοκινητοδρόμους και την εγγύτητα σε ένα αστικό κέντρο.
- ✓ Ο τύπος - σχεδιασμός του αγροκτήματος. Τα διάφορα τμήματα και οι εγκαταστάσεις πρέπει να συμβάλλουν στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών, επηρεάζοντας με αυτόν τον τρόπο τον τύπο ανάπτυξης αγροτικού τουρισμού.
- ✓ Δεξιότητες διαφήμισης και μάρκετινγκ του διαχειριστή αγρότη.
- ✓ Το μέγεθος της αγροτικής επιχείρησης, εφόσον η υιοθέτηση της ανάπτυξης αγροτικού τουρισμού τείνει να συνδέεται με μεγαλύτερα αγροκτήματα.
- ✓ Οι οικονομικοί πόροι των αγροτών, εφόσον οι αγρότες με υψηλότερα εισοδήματα τείνουν να έχουν μεγαλύτερες δυνατότητες επιτυχίας.
- ✓ Η ύπαρξη καταναλωτικής αγοράς η οποία να θέλει και να μπορεί να απορροφήσει αυτό το προϊόν. Ο ρόλος της αγοράς με τη δυναμική της παρουσία, συνιστά την πιο σημαντική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, αφού είναι γνωστό ότι η ζήτηση εξαρτάται από την κατανάλωση και ότι, αν οι άνθρωποι σταματούσαν να καταναλώνουν, θα σταματούσαν και να παράγουν. Παράγονται και προσφέρονται υπηρεσίες, γιατί υπάρχουν άνθρωποι που είναι διατεθειμένοι να τις αγοράσουν και να τις καταναλώσουν.

### **1.7 Η συμβολή του αγροτουρισμού στην τοπική ανάπτυξη**

Στον τουρισμό, και στον περιλαμβανόμενο σε αυτόν αγροτουρισμό, αποδίδεται ένας μεγάλος αριθμός επιδράσεων, καθώς επηρεάζει πολλές διαφορετικές πλευρές της ανθρώπινης ζωής.

Ο αγροτουρισμός, ως μία από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, επιφέρει αρκετές θετικές κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δε συντελεί παράλληλα στη δημιουργία και αρνητικών επιπτώσεων για έναν τόπο. Γενικότερα μπορούμε να διακρίνουμε επιδράσεις που σχετίζονται με τα έσοδα, την απασχόληση, την αξιοποίηση διαθέσιμων οικιστικών εγκαταστάσεων, την ενεργοποίηση των αγροτικών περιοχών, την προστασία της φύσης, καθώς και την ξεκούραση, την αναψυχή και την εκπαίδευση των αστικών και των αγροτικών πληθυσμών (Sznajder, Przezborsk, Scrimgeour, 2009). Οι επιδράσεις του αγροτουρισμού μπορούν διακριθούν σε τρεις κατηγορίες - ως αναμενόμενες επιδράσεις (αναμενόμενες επιδράσεις από την ανάπτυξη του αγροτουρισμού), ως πιθανολογούμενες επιδράσεις (επιθυμητές επιδράσεις από την ανάπτυξη του

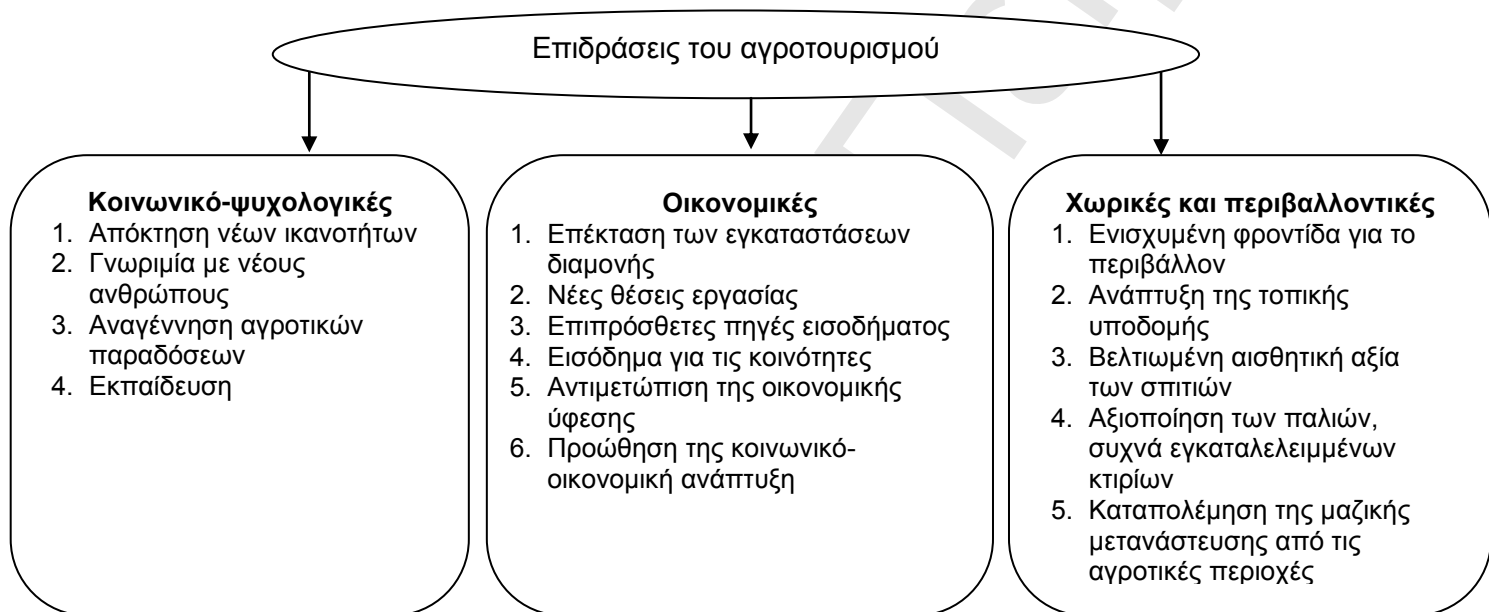
αγροτουρισμού) και ως πραγματικές επιδράσεις από την ανάπτυξη του αγροτουρισμού (Gaworecki, 2006).

Στην βιβλιογραφία απαντώνται κατά κύριο λόγο τριών ειδών επιδράσεις (σχήμα 1.4)

1. Κοινωνικό-ψυχολογικές
2. Οικονομικές
3. Χωρικές και περιβαλλοντικές (Ιακωβίδου, 2000).

Σχήμα 1.4

Επιδράσεις του αγροτουρισμού



Πηγή: Sznajder, M., Przezborska, L., & Scrimgeour, F. (2009) Agritourism.

Οι πρώτες, βλ. **κοινωνικό-ψυχολογικές επιδράσεις** συνδέονται με τον αυξανόμενο σεβασμό προς την αγροτική κοινωνία, τη μίξη αγροτικών και αστικών πολιτισμών καθώς και με την ευκαιρία που δίνεται στους ανθρώπους να απολαύσουν την επαφή με τον παραδοσιακό τρόπο ζωής της αγροτικής κοινότητας. Οι Κοινωνικό-ψυχολογικές επιδράσεις του αγροτουρισμού περιλαμβάνουν:

1. Την απόκτηση νέων ικανοτήτων και εμπειριών, την εκμάθηση ξένων γλωσσών, την απόκτηση επιχειρηματικών ικανοτήτων, τη δραστηριοποίηση της αγροτικής κοινότητας, το σχηματισμό νέων ικανοτήτων σε τουριστικές υπηρεσίες, την ενθάρρυνση κοινωνικών πρωτοβουλιών ή νέων ευκαιριών για τις γυναίκες αγρότισσες, τη διεύρυνση των γνώσεων και τη δια βίου μάθηση σε σχέση με την ιστορία, τα αξιοθέατα μια περιοχή κλπ.

2. Τη γνωριμία με καινούργιους ανθρώπους, τη δυνατότητα δημιουργίας νέων επαφών και κοινωνικών δεσμών, την ανταλλαγή εμπειριών και συμπεριφορών από την πλευρά των αγροτών και των επισκεπτών, την αύξηση της ανοχής όσο αφορά της διαφορετικές στάσεις, συμπεριφορές, ή γνώμες, τη διεύρυνση της γνώσης για τον κόσμο και για τους άλλους ανθρώπους από την πλευρά των αγροτών, την ενθάρρυνση για ανάπτυξη ενδιαφερόντων.

3. Την πιθανότητα αναβίωσης αγροτικών παραδόσεων, προωθώντας το σεβασμό και την αναβίωση των λαϊκών παραδόσεων και εθίμων και την εκτενέστερη χρήση και αξιοποίηση συγκεκριμένων χώρων στα χωριά (πολιτιστικά κέντρα, αθλητικές εγκαταστάσεις κ.α.). Σκοπός είναι ο επισκέπτης να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων. Το γεγονός αυτό συνιστά αφορμή και ταυτόχρονα ευκαιρία για την τοπική κοινωνία να αναπτυχθεί και να διατηρήσει τη λαογραφία, να αναβιώσει ξεχασμένες τέχνες και τοπικά έθιμα και να οργανώσει παραδοσιακές εκδηλώσεις, συντηρώντας τη μνήμη των ανθρώπων (Αποστολόπουλος, Σδράλη, 2009). Επιπλέον, ο αγροτουρισμός βοηθάει στην επιβίωση επαγγελμαμάτων που τείνουν να εκλείψουν, όπως η ξυλογλυπτική, η αργυροχρυσοχοΐα, η κεραμική, η υφαντική κλπ (Αποστολόπουλος, 2000).

4. Οι εκπαιδευτικές επιδράσεις του τουρισμού συνδέονται με τη γνώση σε σχέση με τον κόσμο (φύση, πολιτιστική κληρονομιά), η οποία τροποποιεί συγκεκριμένες συμπεριφορές σε σχέση με διαφορετικές ομάδες ατόμων (ο οικοδεσπότης και ο επισκέπτης, μια ομάδα τουριστών, οικογένεια); ο αγροτουρισμός είναι επίσης ένα μέσο έκφρασης των συναισθημάτων κάποιου (γνώση και σεβασμός για τους αγρότες και την αγροτική παραγωγή). Τέλος, ο αγροτουρισμός προσφέρει μια ευκαιρία για τους τουρίστες να είναι δημιουργικοί (συμμετοχή σε γεωργικές εργασίες, εκμάθηση μιας λαϊκής τέχνης, κλπ.), ενώ συμβάλει στη βελτίωση της υγείας τους (κλιματολογικές συνθήκες, υγιεινή διατροφή, σωματική άσκηση).

Οι **οικονομικές επιδράσεις** αφορούν την τόνωση της ανάπτυξης των γεωργικών και κηπευτικών αγροκτημάτων και των αγροκτημάτων εκτροφής ζώων, την παραγωγή πρόσθετων πηγών εισοδήματος τόσο για τα αγροτικά νοικοκυριά (συχνά για επενδύσεις περιορισμένης κλίμακας) όσο και για τις τοπικές ή περιφερειακές κοινότητες. Στην κατηγορία των οικονομικών επιδράσεων περιλαμβάνονται:

1. Η επέκταση των εγκαταστάσεων διαμονής, η διατήρηση της υφιστάμενης παραγωγής, η επέκταση της ποικιλίας και η βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών. Όλα τα παραπάνω διευκολύνουν την άμεση πώληση

συγκεκριμένων γεωργικών προϊόντων και συμβάλλουν στο σχηματισμό και την ανάπτυξη πρόσθετων αγορών για τα τρόφιμα και τα διάφορα είδη των τοπικών υπηρεσιών, όπως χειροτεχνίες, χειροποίητα προϊόντα, καλλιτεχνικές μεταλλοτεχνίες κλπ.

2. Η δημιουργία απασχόλησης και η μείωση των ποσοστών ανεργίας συμπεριλαμβανομένης της λανθάνουσας ανεργίας, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι των χωριών να είναι απαραίτητοι και κοινωνικά αποδεκτοί, γεγονός που τους ενθαρρύνει να αναπτύξουν προσόντα (η ψυχολογική πτυχή). Γενικότερα, η ενίσχυση της απασχόλησης, μέσω της δημιουργία νέων θέσεων εργασίας διευκολύνει την αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού, γεγονός που ανάγεται σε παράγοντα υψίστης σημασίας ιδίως για τμήματα του πληθυσμού όπως οι νέοι και οι γυναίκες, που παρουσιάζουν δυσκολία στο να βρουν απασχόληση και ιδιαίτερα στην ύπαιθρο.

3. Η απόκτηση συμπληρωματικών πηγών εισοδήματος για τους αγρότες, η οποία οδηγεί στον περιορισμό της εξάρτησης από τη γεωργία και τη διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα η τελευταία να γίνεται λιγότερο ευάλωτη στις πληθωριστικές πιέσεις της αγοράς. Ειδικότερα, οι αγρότες μέσω της ενασχόλησής τους με τον τομέα των υπηρεσιών αναπτύσσουν παράλληλες τουριστικές δραστηριότητες (πχ. η εκμετάλλευση καταλυμάτων) και αξιοποιούν ταυτόχρονα πληρέστερα τα προϊόντα τους (προϊόντα ντόπιας αγροτικής παραγωγής, τοπικής λαϊκής τέχνης κλπ) τροφοδοτώντας τους επισκέπτες των καταλυμάτων. Έτσι δημιουργούν νέες πηγές εσόδων επωφελούμενοι ουσιαστικά των οικονομικών αποτελεσμάτων του επιφέρει ο συνδυασμός της συνεργασίας των τριών τομέων της παραγωγής, πρωτογενούς, δευτερογενούς και τριτογενούς (Ριζοπούλου 2010). Η αύξηση του γεωργικού εισοδήματος οδηγεί άμεσα στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης του αγροτικού πληθυσμού (Ιακωβίδου 2002) ενώ παράλληλα μπορεί να οδηγήσει σε βάθος χρόνου σε επενδυτικές δαπάνες, (π.χ. κατασκευαστικά έργα ή έργα ανακαίνισης) από την πλευρά των αγροτών.

4. Η απόκτηση πρόσθετου εισοδήματος για τις επιχειρήσεις, κοινότητες, τοπικούς φορείς κάθε πόλης- περιοχής.

5. Η αντιμετώπιση της οικονομικής ύφεσης. Χάρη στο διεπιστημονικό του χαρακτήρα ο τουρισμός ενεργοποιεί διαφορετικές επαγγελματικές και κοινωνικές ομάδες, ενώ αποτελεί παράλληλα παράγοντα αναζωογόνησης των αγροτικών περιοχών και της αγροτικής κοινότητας προσφέροντας δυνατότητες κοινωνικής και οικονομικής προόδου.

6. Η προώθηση της κοινωνικό-οικονομικής ανάπτυξης των μειονεκτούντων περιοχών, μέσω της διαφοροποίησης των οικονομικών δραστηριοτήτων και της

δημιουργίας συνθηκών και ευκαιριών για την ανάπτυξη, άλλων τύπων δραστηριότητας στις αγροτικές περιοχές.

Δεδομένου ότι ο αγροτουρισμός στη διαδικασία της ανάπτυξης του χρησιμοποιεί στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος, οι χωρικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις περιλαμβάνουν τις συνέπειες της ανάπτυξης του αγροτουρισμού στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον. Ειδικότερα **οι περιβαλλοντικές επιδράσεις** περιλαμβάνουν:

1. Την ενισχυμένη φροντίδα για το περιβάλλον, τη δημιουργία ενός πιο φιλικού περιβάλλοντος για τους φιλοξενούμενους και τους επισκέπτες, τη διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας και την ενδυνάμωση της περιβαλλοντικής προστασίας. (Αποστολόπουλος, 2000). Ο αγροτουρισμός ως ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης επιβαρύνει ελάχιστα το περιβάλλον, καθώς οι αγροτουριστικές μονάδες που δημιουργούνται είναι μικρής κλίμακας, με αποτέλεσμα και το περιβάλλον να προστατεύεται και η ανάπτυξη στην περιοχή να πραγματώνεται. Αυτό έχει ως συνέπεια όχι μόνο να μην αλλοιώνεται ο χαρακτήρας της υπαίθρου, αλλά αντίθετα να αναδεικνύεται η διαφορετικότητα και η μοναδικότητα του κάθε τόπου.

2. Την ανάπτυξη της τοπικής υποδομής (ύδρευσης, αποχέτευσης, μονάδες επεξεργασίας λυμάτων, οδικό δίκτυο, δημόσιες συγκοινωνίες, εγκαταστάσεις αναψυχής), γεγονός που κάνει τη ζωή στην εξοχή ευκολότερη και βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο των αγροτικών πληθυσμών. Συγκεκριμένα, ο αγροτουρισμός συντελεί στην κινητοποίηση των παραγωγικών, πολιτισμικών και αναπτυξιακών δυνάμεων και φορέων της περιοχής. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα μέσω των αναγκαίων παρεμβάσεων να διαμορφώνονται οι ιδανικές συνθήκες για τη δημιουργία αναπτυξιακών έργων υποδομής και ανωδομής, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου (Ριζοπούλου 2010). Στην ουσία, έχοντας ως αφορμή την καλύτερη και ευκολότερη εξυπηρέτηση των τουριστών υλοποιούνται σημαντικά έργα, τα οποία χρησιμοποιούνται επί το πλείστον από τον τοπικό πληθυσμό.

3. Τη βελτίωση της αισθητικής των σπιτιών και των χώρων γύρω από αυτά, τη μέριμνα για την καλαισθησία των χωριών, των σπιτιών, των δρόμων και των άλλων δημόσιων χώρων.

4. Την αξιοποίηση των παλιών, συχνά εγκαταλελειμμένων κτιρίων (σπανίως χρησιμοποιούμενα δωμάτια, σοφίτες, ολόκληρα ακατοίκητα κτήρια, τμήματα νοικοκυριών, αγροτικά κτίρια, ανεμόμυλοι, εστιατόρια, καταστήματα, κάστρα, παλάτια,

μέγαρα, κλπ.), τη διατήρηση, προβολή και αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς (Αποστολόπουλος, Σδράλη 2009).

5. Την καταπολέμηση της μαζικής μετανάστευσης από τις αγροτικές περιοχές (κυρίως των νέων και των μορφωμένων ατόμων) και τη μείωση του πληθυσμού των αγροτικών περιοχών. Πιο συγκεκριμένα, η ενίσχυση της απασχόλησης μέσω του αγροτουρισμού συμβάλλει καθοριστικά στη συγκράτηση των πληθυσμών στον τόπο κατοικίας και την αναστροφή του κλίματος εγκατάλειψης της υπαίθρου που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια (Αποστολόπουλος, 2000).

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι ο σωστά σχεδιασμένος και καλά οργανωμένος αγροτουρισμός αποτελεί ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι σε αυτή τη μορφή της τουριστικής ανάπτυξης το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας περιοχής αποτελούν πλέον τα διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά που στηρίζονται στη διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της (Μπαλιάμη 2007).

Όσο αφορά τις επιδράσεις του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές συνήθως αυτές επικαλύπτονται, συμπληρώνοντας ή οδηγώντας η μία στην άλλη. Για αυτό το λόγο είναι εξαιρετικά δύσκολο να προσδιοριστεί ποιά από αυτές είναι η περισσότερο και ποια η λιγότερο σημαντική. Παρ' όλα αυτά, αρκετές μελέτες έχουν δείξει ότι η πρωταρχική επίδραση του αγροτουρισμού που τονίζεται ιδιαίτερα από τους αγρότες και τους παροχείς αγροτικών καταλυμάτων είναι εκείνη που σχετίζεται με τη συμπλήρωση του εισοδήματος. Τέλος, αξίζει να αναφέρουμε ότι ο αγροτουρισμός ως δραστηριότητα, αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, που αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του τουρισμού σε πολλές περιοχές.

### **1.8 Οι δυσμενείς επιπτώσεις της αγροτουριστικής ανάπτυξης**

Παρά τις θετικές επιδράσεις που επιφέρει ο αγροτουρισμός, δεν είναι καθόλου βέβαιο ότι οδηγεί πάντα σε ισόρροπη ανάπτυξη μιας περιοχής. Συγκεκριμένα όταν η ανάπτυξη του αγροτουρισμού δεν είναι συμβατή με τις αρχές της αειφορικής διαχείρισης έχει σαν αποτέλεσμα δυσμενείς επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον. Σε ορισμένες περιπτώσεις η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού επηρεάζει πολύ αρνητικά το ίδιο το «αγροτικό όνειρο», αφού οι επεμβάσεις που γίνονται για να επισκέψιμες κάποιες περιοχές, καταστρέφουν ή αλλοιώνουν σημαντικά τους φυσικούς πόρους (Barke,

2004). Ειδικότερα ορισμένες από τις αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει σε μια περιοχή ο αγροτουρισμός είναι (Δαράκης, 2009):

1. Ο κίνδυνος ανάπτυξης του αγροτουρισμού εις βάρος της ζωής της υπαίθρου. Στην πράξη έχει παρατηρηθεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις εγκαταλείπονται, για παράδειγμα οι αγροτικές εργασίες προς χάριν ενός μεγαλύτερου βραχυχρόνιου τουριστικού κέρδους. Επιπλέον, οι αγρότες που αποφασίζουν να ασχοληθούν ενεργά με τον αγροτουρισμό, εστιάζουν κυρίως στην δημιουργία υπηρεσιών διαμονής και εστίασης, παραμελώντας το κομμάτι των υπηρεσιών που σχετίζεται με τη συμμετοχή των φιλοξενουμένων σε αγροτικές δραστηριότητες εντός της αγροτουριστικής μονάδας, την εκπαίδευσή τους σε καλλιεργητικά και περιβαλλοντικά θέματα και την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που να προβάλουν και να αξιοποιούν τα πολιτιστικά, θρησκευτικά, λαογραφικά και γαστρονομικά στοιχεία της περιοχής.
2. Η δημιουργία ημιαπασχόλησης, η οποία αποτελεί ουσιαστικά μέτρο μερικής αντιμετώπισης της ανεργίας της περιοχής και δεν επιτρέπει στα άτομα να καλύψουν πλήρως τις βιοτικές τους ανάγκες. Επιπλέον υπάρχει το ενδεχόμενο οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται για την εξυπηρέτηση των τουριστών, να έχουν εποχικό χαρακτήρα, σύμφωνα με την περίοδο λειτουργίας της αγροτουριστικής μονάδας. Λόγω της σύνθετης φύσης του αγροτουρισμού είναι αρκετά δύσκολο μια μονάδα να είναι σε θέση να προσφέρει καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, υπηρεσίες οι οποίες να αφορούν τη συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες (μάζεμα της ελιάς, τρύγος κ.α.), καθώς αυτές επηρεάζονται από εξωτερικούς παράγοντες όπως, το φυσικό περιβάλλον οι καιρικές συνθήκες κλπ.
3. Οι αυξήσεις των τιμών λόγω αναβάθμισης της περιοχής. Συχνά το γεγονός της άφιξης τουριστών σηματοδοτεί την αύξηση των τιμών των προϊόντων, τοπικών και μη, καθώς οι κάτοικοι της περιοχής θέλουν να επωφεληθούν, καταχρηστικά ορισμένες φορές, το ότι οι επισκέπτες διαθέτουν υψηλότερο εισόδημα από τους ίδιους.
4. Η δημιουργία αισθήματος εισβολής τουριστών στην περιοχή. Το όραμα ορισμένων αγροτών να επενδύσουν στον αγροτουρισμό, πολλές φορές δεν τυγχάνει της ίδιας αποδοχής από όλους. Οι ντόπιοι αντιμετωπίζουν πολλές φορές με φόβο και προκατάληψη τους τουρίστες και μπορούν να διαδραματίσουν καταλυτικό ρόλο στην τουριστική εξέλιξη της περιοχής και την επιτυχία της μονάδας.



5. Η εισαγωγή νέας κουλτούρας και ιδεών προερχόμενων από άλλες χώρες. Πρόκειται για κοινωνικές και πολιτιστικές επιρροές που προέρχονται από την αλληλεπίδραση των κατοίκων της περιοχής και των τουριστών, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής. Το γεγονός αυτό μπορεί να αποτελέσει έναν ακόμα λόγο για την πρόκληση εχθρότητας εκ μέρους του τοπικού πληθυσμού.
6. Η δημιουργία νέων αναγκών που δεν μπορεί να υποστηρίξει η περιοχή. Μια αγροτουριστική μονάδα μπορεί να είναι άρτια οργανωμένη προκειμένου να καλύπτει τις ανάγκες των φιλοξενουμένων της, ωστόσο δεν ισχύει απαραίτητα το ίδιο για την περιοχή στην οποία βρίσκεται. Οι αγροτικές περιοχές και κυρίως οι απομακρυσμένες εμφανίζουν σημαντικές ελλείψεις υποδομής (οδικό δίκτυο, τηλεπικοινωνίες κ.α) ενώ συχνά παρατηρούνται και ελλείψεις καταναλωτικών αγαθών στην αγορά, λόγω περιορισμένης προσπελασιμότητας της περιοχής (π.χ. ακριτικά νησιά). Γενικότερα, η δυνατότητα μιας περιοχής να ταυτιστεί με ένα συγκεκριμένο είδος τουρισμού εξαρτάται από την ικανότητα της να προσαρμοστεί στις νέες απαιτήσεις της ζήτησης.
7. Η επιρροή της βιοποικιλότητας και η υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού, όπως και κάθε μορφής τουρισμού, εάν δεν είναι αποτέλεσμα μελέτης και σχεδιασμού μπορεί σύμφωνα με τους Kean και Quinn (1990) να οδηγήσει σε ζημιογόνες μεταβολές στο αγροτικό τοπίο, όπως την αλλοίωση οικοσυστημάτων και γενικά οικολογικά ευαίσθητων περιοχών, και σε αύξηση της περιβαλλοντικής μόλυνσης, μέσω της αύξησης των απορριμμάτων, του θορύβου κ.α. (Αποστολόπουλος, Σδράλη 2009)

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι κάθε τουριστική ανάπτυξη πρέπει να επιτυγχάνει το σημείο ισορροπίας ανάμεσα στις ανάγκες των επισκεπτών και του οφέλους των ατόμων που αναπτύσσουν τον αγροτουρισμό. Ο αγροτουρισμός είναι σε θέση να παίξει σημαντικό ρόλο στην ισόρροπη ανάπτυξη μιας περιοχής, ωστόσο για να γίνει αυτό απαιτείται μια συνεχής παρακολούθηση και έλεγχος των επιπτώσεων που επιφέρει σε αυτήν. Ο έλεγχος αφορά κυρίως τον αγροτικό τομέα, ώστε να μην χάσει ο αγροτουρισμός τη φυσιογνωμία του, το περιβάλλον, προκειμένου να διασφαλιστούν τα χαρακτηριστικά που το καθιστούν μοναδικό, και τις άλλες οικονομικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στην περιοχή, οι οποίες οφείλουν να λειτουργούν συμπληρωματικά προάγοντας την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής (Μαντζουράνη, Τζιφάκη, 2006).

## Βιβλιογραφία

Ανθοπούλου, Θ., Ιακωβίδου, Ο., Κουτσούρης, Α., Σπιλάνης, Ι., 2000, Χωρικές και Αναπτυξιακές Διαστάσεις του Αγροτουρισμού στην Ελλάδα, Πρακτικά 5ου Πανελληνίου Συνεδρίου Αγροτικής Οικονομίας, Αθήνα.

Αποστολόπουλος Κ., Θεοδωροπούλου Ε., Τσακατούρα Α., 2000, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού υπαίθρου, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Αθήνα.

Αποστολόπουλος, Κ. και Γιάγκου, Δ., 2005, Ήπιες μορφές τουρισμού, Πανεπιστημιακές σημειώσεις, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα

Αποστολόπουλος, Κ. και Σδράλη Δ., 2007, Ήπιες μορφές τουρισμού, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα.

Αποστολόπουλος Κ., Σδράλη Δ., 2009, Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου, Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές, εκδ. Ελληνοεκδοτική, Αθήνα

Βαρβαρέσος Σ., 2000, Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές – Η ελληνική πραγματικότητα (Β' Έκδοση), εκδ. Προπομπός Αθήνα

Δαράκης Ι., 2009, Ο αγροτουρισμός και η περίπτωση του στο νησί της Κρήτης, Διπλωματική Εργασία, Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης

Ιακωβίδου, Ο. και Παρταλίδου, Μ., 2002, Η ποιότητα ως Προϋπόθεση Ανάπτυξης του Αγροτικού Τουρισμού, Επιθεώρηση κοινωνικών ερευνών, τευχ.59 σελ. 108-109, 325-345, Αθήνα

Ιωακειμίδης Α., 2009, Αγροτουρισμός στο νομό Θεσσαλονίκης, Διπλωματική Εργασία, Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης

Καλοκάρδου Ρ., Κραντονέλλης Κ, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κρίσιμες χωρητικότητες σε τουριστικές περιοχές της δυτικής Ελλάδας”, HELENCO '05, Αθήνα, 3-6 Φεβρουαρίου 2005

Καραγιάννης Στ., 1999, Ύπαιθρος χώρα, Πλέθρον, Αθήνα.

Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., 2003, Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον, Κριτική, Αθήνα.

Μαντζουράνη Κ, Τζιφάκη Χ 2006, Επιπτώσεις-προοπτικές εξέλιξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα, Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης

Μπαλιάμη Ε., 2007, Η τόνωση της ελληνικής ορεινής οικονομίας μέσω των νέων μορφών τουρισμού και η συμβολή του εκτελεστικού προσωπικού των εταιρειών εναλλακτικού τουρισμού, Διπλωματική Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Μπράτσα Α., 2009, Αγροτουρισμός: μια εμπειρική ανάλυση των περιεχομένων ιστοσελίδων, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Παπασταύρου Μπ., 2007, Στρατηγική ανάπτυξη της άλλης Ελλάδας, περιοδικό Tourism & Property, vol.2, Αθήνα.

Παρταλίδου Μ., 2005, Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού. Διδακτορική Διατριβή, Θεσσαλονίκη: Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής.

Ριζοπούλου Β., 2010, Συστήματα Ποιότητας στον Αγροοικοτουρισμό: Η περίπτωση της περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδας, Διπλωματική Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Σδράλη Δ., 2005, Σχεδιάζοντας μια αγροτουριστική επιχείρηση: Βήματα υλοποίησης και ανάπτυξης, Διδάκτωρ Χαροκοπέιου Πανεπιστημίου, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, Επιχειρείν- Καινοτομείν (17/03/2005)

Σφακιανάκης Μ.Κ., 2000, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, εκδ. Έλλην, Αθήνα

Τσάρτας, Π., 1996, Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό, εκδ. Εξάντας. Αθήνα.

Τσάρτας, Π., 1996, Αειφορική Ανάπτυξη και Τουρισμός: προβληματισμοί και προτάσεις για ένα διαφορετικό τύπο τουριστικής ανάπτυξης, στο Λάσκαρις Κ. (επιμ.) Sustainable development: Θεωρητικές προσεγγίσεις μιας κρίσιμης έννοιας, εκδ. Παπασωτηρίου Α, Αθήνα.

Barbieri, C. and Mshenga, P. M., 2008, The Role of the Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agritourism Farms, *Sociologia Ruralis*, 48 (2), pp. 166-183.

Barke M., 2004, Rural tourism in Spain, *International Journal of Tourism Research* Volume 6, Issue 3, pages 137–149, May/June 2004

Bubendorf, T.S., 1993, Agri-Tourism in Slovakia. MSc thesis, Swiss Federal Institute of Technology, Faculty of Agriculture, Zurich, Sweden & Agricultural University, Faculty of Economics, Dept. of Regional Development, Nitra, Slovakia.

Clarke, J., 1999, Marketing structures for farm tourism: beyond the individual provider of rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 7, 26–47.

De Micheli, A., 2003, Agriturismo in Italia. In Proceedings of congress in AGROTICA, Thessaloniki from the World Wide Web: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

Dora Ann Hatch, 2008, Agritourism, a new agricultural business enterprise Community Rural Development, Pub. AC-5 7M 08/08

Evans, N. J., & Ilbery, B. W., 1989, A conceptual framework for investigating farmbased accommodation and tourism in Britain. *Journal of Rural Studies*, 5, 257–266.

Garcia – Ramon, M., Ganoves, G. and Valdovinos, N., 1995,. Farm tourism, gender and the environment in Spain, *Annals of tourism research*, 22(2): 267-282.

Gaworecki, W., 2006. Turystyka. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, Barke, M., 2004, Rural tourism in Spain, *International Journal of tourism Research*, vol. 6(3), pp.137-149.

Gladstone, J., & Morris, A., 2000, Farm accommodation and agricultural heritage in Orkney In F. Brown (Ed.), *Tourism in peripheral areas: Case studies* (pp. 91–100), Clevedon: Multilingual Matters Limited.

Iakovidou, O., 1997, Agro-tourism in Greece: the case of women agro-tourism co-operatives of Ambelakia. *MEDIT*, 1, 44–47.

Iakovidou O., 2002, Women's Agrotourist Cooperatives in Greece: Key Elements for Their Successful Operation, *Journal of Rural Cooperation*, 30( 1) 2002: 13-24

Ilbery, B., Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., & Shaw, A., 1998, Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: a case study from the Northern Pennines, England. *Regional Studies*, 32, 355–364.

Keane, J., Quinn J., 1990, *Rural development and rural tourism*. Galway: SSRC, University college.

Kizos, T., & Iosifides, T., 2007, The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12, 59–77

Marques, H., 2006, Searching for complementarities between agriculture and tourism – the demarcated wine-producing regions of northern Portugal. *Tourism Economics*, 12, 147–155.

McGehee, N. G., & Kim, K., 2004, Motivation for agri-tourism entrepreneurship, *Journal of Travel Research*, 43, 161–170

McGehee, N. G., 2007, An agritourism systems model: a Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15, 111–124

McGehee, N. G., Kim, K., & Jennings, G. R., 2007, Gender and motivation for agritourism entrepreneurship *Tourism Management*, 28, 280–289

Ollenburg, C., 2006, *Farm tourism in Australia: a family Business and rural studies perspective* Doctor of Philosophy Christian-Albrechts University of Keil (Germany) and Griffith University (Australia)

Ollenburg, C., & Buckley, R., 2007, Stated economic and social motivations of farm tourism operators. *Journal of Travel Research*, 45(4), 444–452.

Oppermann, M., 1996, Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23, 86–102

Phillip S., Hunter C., Blackstock K., 2009, A typology for defining agritourism, *Tourism Management*, 31, 754–758

Roberts I. and Hall D., 2001, *Rural tourism and recreation: principles to practice*, Cabi publishing, London

Sharpley R. 1996, *Tourism and leisure in the countryside* (2<sup>nd</sup> ed.) EML Publications, Huntington

Sharpley R. and Sharpley J.,1997, Rural tourism. an introduction, International Thomson Business Press, London

Sonnino, R. ,2004, For a 'Piece of Bread'? Interpreting sustainable development through agritourism in Southern Tuscany. Sociologia Ruralis, 44, 285–300.

Sznajder, M., Przeborska, L., & Scrimgeour, F. (2009). Agritourism. Oxfordshire, UK: CABI.

Tefler, D.J., 2002, Tourism and regional development issues, In: Shapley, R. and Tefler, D.J., (eds) Tourism and Development: Concepts and Issues, Clevedon: Channel View Publications.

Topcu E, 2007, Agri-tourism: as a new element of country planning, master thesis, The graduate school of natural and applied sciences of middle east technical university

Wall, G., 2000, Agrotourism In J. Jafari (Ed.) Encyclopaedia of tourism (pp. 14–15) London: Routledge.

Weaver, D. B., & Fennell, D. A., 1997, The vacation farm sector in Saskatchewan: a profile of operations Tourism Management, 18, 357–365

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Η ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

#### 2.1 Μορφές αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός μπορεί να διακριθεί σε πολλές μορφές, ανάλογα με το κριτήριο που χρησιμοποιείται για την κατηγοριοποίησή του. Η προσέγγιση που ακολουθεί αναφέρεται στη διάκριση των τύπων του αγροτουρισμού βάση των εξής τριών παραγόντων (Phillip, Hunter, Blackstock, 2009) :

- 1. Η ύπαρξη ενός εν λειτουργία αγροκτήματος:** Η φράση «εν λειτουργία» χρησιμοποιείται για να περιγράψει ένα αγρόκτημα όπου πραγματοποιούνται επί του παρόντος δραστηριότητες που σχετίζονται με την γεωργία (Gladstone & Morris, 2000, Ιακωβίδου, 1997, Κίζος & Ιωσηφίδης, 2007 Sonnino, 2004). Εδώ στον όρο «γεωργία» συμπεριλαμβάνονται όλες οι δραστηριότητες που σχετίζονται με την εκτροφή ζώων και την καλλιέργεια του εδάφους, με στόχο την παραγωγή αγαθών για κατανάλωση ή/και πώληση αυτών ως τροφίμων ή άλλης μορφής προϊόντων. (προσαρμογή από Robinson, 2004). Ο ορισμός αυτός είναι ιδιαίτερα σημαντικός γιατί καθιερώνει ένα όριο μεταξύ των δραστηριοτήτων που παραδοσιακά πραγματοποιούνται στα αγροκτήματα, αλλά δεν είναι γεωργικές (π.χ. η ιππασία, η επεξεργασία τροφίμων κλπ) και εκείνων που είναι γεωργικές (π.χ. τη συγκομιδή), και παράλληλα αναγνωρίζει την γεωργίας ως μια κατά κύριο λόγο σωματική παρά οικονομική δραστηριότητα.
- 2. Η επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες:** Ο αγροτουρισμός με το να βασίζεται σε ένα αγρόκτημα, σχετίζεται έμμεσα με τη γεωργία υποδηλώνοντας μια κάποιας μορφής επαφή, δεδομένου ότι «μοιράζονται» το ίδιο φυσικό περιβάλλον. Ο βαθμός αλληλεπίδρασης και συσχέτισης των τουριστών με τις αγροτικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε ένα αγρόκτημα μπορεί να διαφέρει σημαντικά ανάλογα με την περίπτωση. Η επαφή των τουριστών με τις αγροτικές δραστηριότητες μπορεί να διακριθεί σε τρεις κατηγορίες: την άμεση, την έμμεση, και την παθητική. Η άμεση επαφή δηλώνει ότι οι αγροτικές δραστηριότητες είναι ένα από χαρακτηριστικό και αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστικής εμπειρίας (π.χ. το άρμεγμα της αγελάδας, η συγκομιδή της σοδειάς). Η έμμεση επαφή υποδεικνύει μια δευτερεύουσα σύνδεση με τις αγροτικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της τουριστικής εμπειρίας, μέσω

της επαφής με την γεωργική παραγωγή (π.χ. την επεξεργασία τροφίμων, την πώληση των προϊόντων ή την κατανάλωση αυτών στα γεύματα κλπ). Η παθητική επαφή δηλώνει ότι οι δύο αυτοί κλάδοι, τουρισμός και γεωργία, λειτουργούν ανεξάρτητα ο ένας από τον άλλο, έχοντας ως μοναδικό συνδετικό στοιχείο το ότι οι δραστηριότητες και των δύο πραγματοποιούνται στον ίδιο χώρο, την περιοχή του αγροκτήματος (π.χ. η καλλιέργεια για την γεωργία, οι υπαίθριες δραστηριότητες για τον τουρισμό).

3. **Η αυθεντικότητα της αγροτικής εμπειρίας των τουριστών:** η γνησιότητα της εμπειρίας που βιώνουν οι τουρίστες, εξαρτάται τόσο από το βαθμό εμπλοκής τους, όσο και από το στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας στο οποίο λαμβάνουν μέρος (π.χ. τελικό στάδιο παραγωγής-διάθεση προϊόντων, στάδια προετοιμασίας και διαμόρφωσης των αγροτικών προϊόντων κλπ). Συνήθως προκειμένου η επαφή των τουριστών με τη γεωργία να είναι αυθεντική, πρέπει να υπάρχει ένας βαθμός ανάμειξης των τουριστών στις προπαρασκευαστικές δραστηριότητες. Σύμφωνα με τον MacCannell (1973), υπάρχουν ποικίλοι τρόποι με τους οποίους μπορεί να οργανωθεί μια αυθεντική εμπειρία: από την πιστή αναπαραγωγή των συνθηκών λειτουργίας (π.χ. πρότυπο αγρόκτημα) μέχρι τις οργανωμένες επισκέψεις που επιτρέπουν στους τουρίστες «να ρίξουν μια ματιά» (π.χ. εκδρομές σε αγροκτήματα). Είναι προφανές ότι η άποψη των αγροτών και των τουριστών ως προς τη γνησιότητα της εμπειρίας μπορεί να διαφέρει σημαντικά, κυρίως λόγω της διαφορετικής αντίληψης που έχουν για τη γεωργία και του τι αυτή περιλαμβάνει. Είναι πιθανόν αγροτικές δραστηριότητες που θα οργανωθούν σκοπίμως από τους αγρότες να γίνουν αντιληπτές από τους τουρίστες ως αυθεντικές αγροτικές πρακτικές. Συμπερασματικά, μια αυθεντική αγροτική εμπειρία μπορεί να αποκτηθεί από τους τουρίστες, μόνο όταν οι αγροτικές δραστηριότητες πραγματοποιούνται κανονικά, όπως προβλέπονται από τη λειτουργία του αγροκτήματος και ανεξάρτητα από τη συμμετοχή ή όχι των τουριστών. Η προοπτική οι τουρίστες να βιώσουν μια αυθεντική αγροτική δραστηριότητα είναι αρκετά σπάνια, εν μέρει λόγω του ότι συνήθως περιλαμβάνει τη σωματική συμμετοχή τους στην εκτέλεση των καθηκόντων του αγροκτήματος.

Σύμφωνα με τα τρία αυτά κριτήρια, εξετάζοντας το σύνολο των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει ο αγροτουρισμός, μπορούν να εντοπιστούν και να καθοριστούν πέντε διακριτές κατηγορίες αυτού. Το σχήμα 2.1 απεικονίζει την τυπολογία για τον καθορισμό του αγροτουρισμού με βάση τους τρεις προαναφερθέντες

παράγοντες. Σύμφωνα με τους Phillip, Hunter και Blackstock (2009) όλο το εύρος των αγροτουριστικών προϊόντων και ορισμών που προσδιορίζονται στη βιβλιογραφία μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σύμφωνα με αυτήν την τυπολογία. Επιπλέον, σύμφωνα με αυτήν την κατηγοριοποίηση είναι δυνατό (και συνήθως φαινόμενο) περισσότεροι από έναν τύποι του αγροτουρισμού να συνυπάρχουν σε μια ενιαία γαιοκτησία. Τέλος, αξίζει να αναφέρουμε ότι καθώς η τυπολογία δεν είναι ιεραρχική, κανένας τύπος δεν είναι ανώτερος από τους άλλους.

**Σχήμα 2.1**  
**Τυπολογία Αγροτουρισμού**



Πηγή: Phillip S., Hunter C., Blackstock K., 2009, A typology for defining agritourism

### **Αγροτουρισμός σε αγρόκτημα εκτός λειτουργίας**

Για τους περισσότερους μελετητές η ύπαρξη ενός «εν λειτουργία» αγροκτήματος αποτελεί τον παράγοντα κλειδί για τον καθορισμό του αγροτουρισμού; ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος για τα αγροτικά νοικοκυριά (Gladstone & Morris 2000, Ιακωβίδου 1997, Κίζος & Ιωσηφίδης 2007, Sonnino, 2004). Το γεγονός ότι για πολλούς ο αγροτουρισμός σε ένα αγρόκτημα που δεν λειτουργεί



«Non Working Farm (NWF) Agritourism» θα μπορούσε στην πραγματικότητα να χαρακτηριστεί ως μια γενική μορφή αγροτικού τουρισμού, έχει σαν αποτέλεσμα ο συγκεκριμένος τύπος αγροτουρισμού να είναι και ο πιο αμφιλεγόμενος της τυπολογίας. Ωστόσο, αν και μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας αποκλείει τον τουρισμό που δεν βασίζεται σε ένα αγρόκτημα, υπάρχουν παραδείγματα, όπου έχει προταθεί ότι οι τουρίστες μπορούν να συμμετέχουν στον αγροτουρισμό, καθώς η σύνδεση με τη γεωργία πραγματοποιείται με κάποιο άλλο τρόπο. Πράγματι, οι Fleischer και Tchetchik (2000) διαπιστώνουν ότι η ύπαρξη ενός αγροκτήματος δεν είναι απαραίτητο από τη σκοπιά των τουριστών, ενώ σύμφωνα με τους Jaworski και Lawson (2005) αυξάνονται όλο και περισσότερο ορισμένες εξομαλυμένες μορφές αγροτουρισμού, οι οποίες παρουσιάζονται από νέες ομάδες παροχέων συμπεριλαμβανομένων «αγροτών που έχουν αποσυρθεί και αστών που αποφασίζουν να εγκατασταθούν στην ύπαιθρο». Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, ο αγροτουρισμός αγροκτήματος εκτός λειτουργίας πραγματοποιείται μέσω εικόνων και μέσω της αγροτικής κληρονομιάς (π.χ. διαμονή σε μια ανακαινισμένη αγροικία), ή όπου οι γεωργικές πρακτικές του παρελθόντος ή του παρόντος αποτελούν μέρος του συνολικού τουριστικού προϊόντος (π.χ. αναβίωση του κουρέματος των προβάτων). Άλλα παραδείγματα αγροτουρισμού αυτού του είδους περιλαμβάνουν στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς προερχόμενα από ένα αγρόκτημα, τουριστικές δραστηριότητες σε ανακατασκευασμένα αγροκτήματα (π.χ. ιππασία), ενώ θα μπορούσαν αναμφισβήτητα να περιλαμβάνουν αγροτικές αγορές και πρόσβαση σε γεωργικές εκτάσεις (π.χ. πεζοπορία σε αγροτικές εκτάσεις). Συμπεραίνοντας, το στοιχείο που γενικότερα διακρίνει τον αγροτουρισμό σε αγρόκτημα εκτός λειτουργίας από τον αγροτικό τουρισμό, είναι η σύνδεση με τη γεωργία ή την αγροτική κληρονομιά, η οποία επιτυγχάνεται με κάποιο άλλον τρόπο εκτός της τοποθεσίας ενός εν λειτουργία αγροκτήματος

### **Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, παθητική επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες**

Στον αγροτουρισμό σε εν λειτουργία αγρόκτημα με παθητική επαφή των τουριστών-«Working Farm, Passive Contact Agritourism (WFPC)» το εν λειτουργία αγρόκτημα παρέχει το πλαίσιο για τον τουρισμό, ωστόσο η σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ του τουρισμού και της γεωργίας δεν είναι ουσιαστική. Οι τουριστικές δραστηριότητες που αντιπροσωπεύουν αυτό το είδος (π.χ. bed and breakfast αγροικίας, υπαίθριες δραστηριότητες) έχει εντοπιστεί ότι εμφανίζονται ιδιαίτερα συχνά στην αγορά του αγροτουρισμού (Roberts & Hall, 2001). Η φύση των δραστηριοτήτων και των προϊόντων αυτής της μορφής αγροτουρισμού επιτρέπει στους γεωργούς να

αξιοποιήσουν τους υπάρχοντες πόρους ως μέσο για τη συμπλήρωση του εισοδήματος τους, χωρίς να προχωρήσουν σε παρεμβάσεις στη γεωργία, διατηρώντας την ως διακριτή δραστηριότητα.

Όσο αφορά τη βιβλιογραφία, μπορεί να θεωρηθεί ότι αποτελεί τον πιο συχνά μελετημένο τύπο, καθώς διάφοροι ορισμοί δηλώνουν ότι ο αγροτουρισμός θα πρέπει να βασίζεται σε ένα αγρόκτημα, χωρίς ωστόσο να προβλέπουν κάποιας άλλης μορφής σύνδεση με τη γεωργία πέραν αυτής (Barbieri & Mshenga 2008, Evans & Ilbery 1989, Orpermann 1996, Walford 2001, Wall, 2000). Επιπλέον, οι συγγραφείς οι οποίοι εξετάζουν τον αγροτουρισμό από την οπτική της διαφοροποίησης των αγροκτημάτων και όχι της τουριστικής ανάπτυξης, επικεντρώνονται σε αυτόν τον τύπο αγροκτήματος (WFPC), καθώς είναι μία διαθέσιμη και από τις πιο λογικές επιλογή για τους αγρότες (Bowler, Clark, Crockett, Ilbery, & Shaw, 1996, Ilbery, Bowler, Clark, Crockett, & Shaw, 1998, Walford, 2001). Ο αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, με παθητική επαφή των τουριστών (WFPC), περιλαμβάνει παραδείγματα όπου μια σειρά προϊόντων βασίζεται σε πόρους των αγροκτημάτων, όπως υπαίθριοι χώροι (π.χ. κέντρα δραστηριότητας) και πρώην εγκαταλελειμμένα κτίσματα (π.χ. εξοχικές κατοικίες).

### **Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, έμμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες**

Ο αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα με έμμεση επαφή των τουριστών-«Working Farm, Indirect Contact (WFIC) Agritourism» αρχίζει να ενσωματώνει στοιχεία της γεωργίας του αγροκτήματος στο τουριστικό προϊόν. Η φύση της επαφής στην προκειμένη περίπτωση είναι «έμμεση» με την έννοια ότι τα αγροτικά προϊόντα και όχι οι αγροτικές δραστηριότητες αυτές καθαυτές, αποτελούν μέρος του τουριστικού προϊόντος. Αν και αρκετοί συγγραφείς δεν αποκλείουν μια άμεση αλληλεπίδραση με το αγρόκτημα, εστιάζουν ωστόσο κατά κύριο λόγο στην φιλοξενία και τις αντίστοιχες υπηρεσίες διαμονής, γεγονός που υποστηρίζει την ιδέα ότι υπάρχει ένας σημαντικός τομέας, όπου διαφοροποιημένα αγροκτήματα παρέχουν φρέσκα τοπικά τρόφιμα στην τουριστική αγορά. Αυτό μπορεί να συμβεί μέσω της κατανάλωσης των αγροτικών προϊόντων στα γεύματα που σερβίρονται στα τουριστικά καταλύματα ή εστιατόρια, είτε μέσω της πώλησης στους τουρίστες στα καταστήματα των αγροκτημάτων. Η επί τόπου μεταποίηση αγροτικών προϊόντων, είναι ένα βασικό παράδειγμα αυτού του τύπου του αγροτουρισμού (π.χ. επίσκεψη σε ένα οινοποιείο ή παρουσίαση του τρόπου με τον οποίο φτιάχνεται το βούτυρο), ενώ ένα άλλο παράδειγμα που αναπτύσσεται ταχύτατα

από άποψη δημοτικότητας, είναι οι μαζικές σοδειές; όταν δηλαδή οι αγρότες καλλιεργούν είδη όπως π.χ. καλαμπόκι σε μεγάλες ποσότητες, ικανές να δημιουργήσουν εποχιακό τουριστικό αξιοθέατο (π.χ. Butts, McGeorge, & Briedenhann, 2005).

### **Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, άμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες, σχεδιασμένος αγροτουρισμός**

Ο τύπος αυτός του αγροτουρισμού «Working Farm, Direct Contact, Staged (WFDCS) Agritourism» αναφέρεται στις περιπτώσεις που οι τουρίστες βιώνουν αγροτικές δραστηριότητες που δημιουργήθηκαν (ή διαμορφώθηκαν) σκόπιμα για τις ανάγκες του τουρισμού. Αυτό συμβαίνει με δύο βασικούς τρόπους: μέσω της αναπαραγωγής (π.χ. πρότυπο αγρόκτημα) ή της οργάνωσης (π.χ. περιοδεία σε αγρόκτημα) αγροτικών δραστηριοτήτων για τον τουρισμό. Δεδομένου ότι υπάρχει αυξημένος βαθμός ανησυχίας για την υγεία και την ασφάλεια των τουριστών, στις περιπτώσεις που έρχονται σε άμεση επαφή με τη γεωργία, τόσο ο σχεδιασμός όσο και η οργάνωση κρίνονται απαραίτητα στοιχεία για την υπέρβαση των αφανών κινδύνων, σε ένα κατά τα άλλα αυθεντικό περιβάλλον λειτουργίας του αγροκτήματος. Σύμφωνα με τους Di Domenico και Millar (2007) υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους η γεωργία μπορεί να οργανωθεί για τον τουρισμό. Οι τρόποι αυτοί μπορεί να κυμαίνονται από απλές παραλλαγές που επιτρέπουν σε δραστηριότητες της γεωργίας και του τουρισμού να πραγματοποιούνται σε συντονισμένα χρονικά διαστήματα (π.χ. σίτιση και ώρες επίσκεψης), έως την υλοποίηση ειδικά σχεδιασμένων αγροτικών θεμάτων. Άλλα παραδείγματα αγροτουρισμού αυτής της μορφής (WFDCS) περιλαμβάνουν επιδείξεις αγροτικών δραστηριοτήτων (π.χ. άρμεγμα αγελάδων), καθώς και την άμεση φυσική επαφή με τα ζώα του αγροκτήματος (π.χ. τσίμα ή χάιδεμα των ζώων).

### **Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, άμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες, αυθεντικός αγροτουρισμός**

Σε αυτόν τον τύπο του αγροτουρισμού «Working Farm, Direct Contact, Authentic (WFDCA) Agritourism» οι τουρίστες βιώνουν αγροτικές δραστηριότητες, σωματικής φύσης από πρώτο χέρι, επιλέγοντας τη συμμετοχή τους στις εργασίες του αγροκτήματος. Αυτό είναι το μόνο είδος του αγροτουρισμού που διαφοροποιεί ριζικά τις «κανονικές» τουριστικές δραστηριότητες, φτάνοντας στην ουσία και τη φύση της γεωργίας (MacCannell, 1973). Τα προϊόντα και οι δραστηριότητες αυτής της κατηγορίας είναι και τα λιγότερο μελετημένα από τη βιβλιογραφία σε σχέση με τους άλλους τύπους. Ένα παράδειγμα που έχει αποτελέσει αντικείμενο έρευνας σε σχέση με

τουρίστες που έρχονται σε άμεση επαφή με αυθεντικές αγροτικές δραστηριότητες είναι το «WWOOFing», Worldwide Opportunities (or Willing Workers) on Organic Farms, δηλαδή ευκαιρίες σε Παγκόσμιο Επίπεδο (ή Εθελοντές Εργάτες) σε Βιολογικές Φάρμες. Σε αυτή την περίπτωση οι τουρίστες συμβάλλουν στην οικονομίας του αγροκτήματος από την πλευρά της απασχόλησης, με αντάλλαγμα την παροχή διαμονής και συχνά υπηρεσιών σίτισης (McIntosh & Bonnemann, 2006). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η βιολογική γεωργία μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία για αγροτουρισμό τύπου WFDCΑ, χάρη στην εντάσεως εργασίας φύση των τεχνικών παραγωγής που χρησιμοποιούνται. Επίσης καλλιέργειες οι οποίες συλλέγονται με το χέρι όπως τα μούρα, τα σταφύλια ή οι ελιές, μπορούν να αποτελέσουν μια ανάλογη ευκαιρία (Marques, 2006). Συνοψίζοντας, αν και οι ευκαιρίες για μια εμπειρία αυτής της μορφής αγροτουρισμού (WFDCΑ) είναι περιορισμένες, ωστόσο οι εμπειρίες αυτές δεν παύουν να αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό και εξειδικευμένο κομμάτι της αγοράς (niche market) το οποίο δεν πρέπει να αποκλειστεί και οφείλει να διαχωρίζεται από τις οργανωμένες/σχεδιασμένες αγροτουριστικές εμπειρίες.

## **2.2 Το αγροτουριστικό προϊόν**

Το αγροτουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται από ένα τεράστιο εύρος προϊόντων και υπηρεσιών, το οποίο μπορεί να περιοριστεί και να προσδιοριστεί με ακρίβεια μόνο εάν συνδεθεί με μια συγκεκριμένη τοποθεσία. Μπορούμε γενικά να θεωρήσουμε ότι το αγροτουριστικό προϊόν αναφέρεται σε όλα τα υλικά και άυλα αγαθά και υπηρεσίες που οι αγροτουρίστες απολαμβάνουν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Ωστόσο, ένα στοιχείο που περιπλέκει τη φύση του αγροτουριστικού προϊόντος είναι ότι, εκτός από τις υπηρεσίες (τουριστικές και μη) που προσφέρονται από τους αγρότες, περιλαμβάνει και αγαθά που αποτελούν προϊόντα οικονομικής δραστηριότητας, η οποία πραγματοποιείται με τη συμβολή των φιλοξενούμενων τουριστών (π.χ. συμμετοχή στην παραγωγή και το εμπόριο των αγροτικών προϊόντων) (Muhcina Silvia, 2008). Σε μια προσπάθεια να ομαδοποιηθούν όλα τα συστατικά στοιχεία του αγροτουριστικού προϊόντος, σχηματίζονται τρεις κατηγορίες όπου μπορεί να ενταθεί το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών:

1. Οι προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες
2. Τα τοπικά προϊόντα
3. Η «εικόνα» της περιοχής

## **Οι προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες**

Στο παρελθόν υπήρχε μια σύγχυση στο ευρύ κοινό, (φαινόμενο το οποίο παρατηρήθηκε και στην Ελλάδα) σύμφωνα με την οποία οι υπηρεσίες που προσφέρονται στο πλαίσιο του αγροτουρισμού περιορίζονταν ως επί τω πλείστον στην παροχή κάποιας μορφής καταλύματος. Σήμερα, είναι πλέον γνωστό ότι ο αγροτουρισμός καλύπτει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών, το σύνολο των οποίων μπορεί να διακριθεί σε δύο κατηγορίες α) τις τουριστικές υπηρεσίες, εκείνες δηλαδή που σχετίζονται με την ικανοποίηση των βασικών τουριστικών αναγκών, όπως διανομή, εστίαση, αναψυχή και β) τις αγροτικές υπηρεσίες, οι οποίες έχουν ως σημείο αναφοράς το φυσικό περιβάλλον των αγροτικών περιοχών, τους αγρότες και τον αγροτικό τρόπο ζωής. (Σφακιανάκης 2000).

Πιο συγκεκριμένα οι τουριστικές υπηρεσίες αφορούν :

- I. Την παροχή καταλύματος παραδοσιακού τύπου (π.χ. διαμονή σε παραδοσιακούς ξενώνες, παραδοσιακούς οικισμούς, σε αγροτικό σπίτι ή σε αγροτικό ξενοδοχειακό κατάλυμα μέσα στο αγροτικό χωριό κλπ). Όποιας μορφής και ένα είναι το κατάλυμα, οφείλει να έχει την αρχιτεκτονική ταυτότητα της περιοχής, έτσι ώστε να εξυπηρετεί την ανάδειξη του τοπικού στοιχείου.
- II. Την παροχή παραδοσιακής και τοπικής γαστρονομίας για την κάλυψη των αναγκών εστίασης των τουριστών. Στις αντίστοιχες εγκαταστάσεις (εστιατόρια, ταβέρνες, καφέ κλπ) προσφέρονται κατά τη διάρκεια της παραμονής των τουριστών, μόνο τοπικά και παραδοσιακά (ή σε ορισμένες περιπτώσεις βιολογικά) προϊόντα. Επιπλέον τα αντίστοιχα εδέσματα που προσφέρονται, βασίζονται σε συνταγές όσο το δυνατόν σύμφωνες με τα πρότυπα του τόπου. Αξίζει να σημειώσουμε ότι με τον τρόπο αυτό προσφέρεται στους τουρίστες μια ακόμη δυνατότητα, αυτή της υγιεινούς διατροφής.
- III. Την παροχή δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στον αγροτικό χώρο και δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες. Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να λάβουν πολλές μορφές, όπως για παράδειγμα η περιήγηση (touring) (π.χ. περίπατοι, ιππασία, ποδηλασία, ψάρεμα, κολύμπι, αναρρίχηση κλπ), οι επονομαζόμενες δραστηριότητες ανακάλυψης (discovery-type activities) (π.χ. επισκέψεις σε τοπικές βιομηχανικές, αγροτικές ή παραδοσιακές επιχειρήσεις χειροτεχνίας), οι πολιτισμικές δραστηριότητες (cultural activities) (π.χ. επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και αξιοθέατα, σεμινάρια χειροτεχνίας, πολιτιστικές

εκδηλώσεις και εκδηλώσεις με θεματικό χαρακτήρα, γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα και την τοπική αγροτική πολιτιστική κληρονομιά κ.α (Thibal, 1988).

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, η διαμονή σε παραδοσιακούς οικισμούς, αποτελεί μόνο το σημείο εκκίνησης για τους τουρίστες προκειμένου να απολαύσουν ένα πολύ μεγαλύτερο εύρος υπηρεσιών υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού.

Όσο αφορά τις αγροτικές υπηρεσίες αυτές αφορούν τη δυνατότητα ενασχόλησης των τουριστών με δραστηριότητες, οι οποίες αξιοποιούν τους φυσικούς πόρους της περιοχής υποδοχής, με κύριο χαρακτηριστικό την διατήρηση της προσωπικής σχέσης μεταξύ φιλοξενούμενου και οικοδεσπότη, καθώς επίσης και την ενεργή συμμετοχή των φιλοξενούμενων σε συγκεκριμένες δραστηριότητες, σχετικές με την αγροτική ζωή, τη φύση, τη γη και τα ζώα (π.χ. μάζεμα ελιάς, φρούτων, όργωμα γης, τάισμα ζώων κλπ) (ΕΚεΠις). Στα πλαίσια αυτών των υπηρεσιών, οι φιλοξενούμενοι έχουν τη δυνατότητα παρατήρησης τόσο της γεωργικής και κτηνοτροφικής διαδικασίας, όσο και της παραδοσιακής αγροτοβιοτεχνίας, καθώς και (όπου αυτό είναι εφικτό) τη δυνατότητα συμμετοχής τους σε αυτές. Όλες αυτές οι δραστηριότητες προσφέρονται στα πλαίσια της κάλυψης της αναγκών των τουριστών, για μια ουσιαστική επαφή με τη φύση αλλά και για μια συμμετοχή τους σε ένα πλέγμα τουριστικών δραστηριοτήτων, πιο ενεργητικό από αυτό που προσφέρει το μοντέλο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού. (Ριζοπούλου, 2010)

### **Τα τοπικά προϊόντα**

Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων που παράγονται σε μια περιοχή, ανεξαρτήτως του εάν παράγονται ή όχι στα πλαίσια της λειτουργίας των αγροτουριστικών μονάδων. Πρόκειται για προϊόντα της ντόπιας αγροτικής παραγωγής και της τοπικής λαϊκής τέχνης, όπως για παράδειγμα υφαντά, κεντήματα, κοσμήματα, γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά, αρωματικά φυτά κ. ά. Εδώ συγκαταλέγονται επίσης τα πιστοποιημένα ως βιολογικά προϊόντα ή Προϊόντα Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) ή προϊόντα Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ). Επιπλέον, στα τοπικά προϊόντα ανήκει και το σύνολο των προϊόντων που είναι αποτέλεσμα της παραγωγικής δραστηριότητας των αγροτουριστικών μονάδων (γεωργικά, κτηνοτροφικά, αγροβιοτεχνικά και αγροοικοτεχνικά) (Λουβερδής, 2006).

## Η «εικόνα» της περιοχής

Το αγροτουριστικό προϊόν, εκτός από τις συγκεκριμένες προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες και τα τοπικά προϊόντα, ενσωματώνει και ολόκληρη την «εικόνα» της περιοχής, έτσι όπως καταγράφεται στο αγροτικό τοπίο, τον τρόπο ζωής και τον πολιτισμό της (Τσάρτας, Θανοπούλου, 1994). Η πλευρά αυτή του αγροτικού προϊόντος, πηγάζει κατά κύριο λόγο από τα ελεύθερα αγαθά (αέρας, νερό, φύση) που το περιβάλλον και ουσιαστικά περιλαμβάνει όλα εκείνα τα στοιχεία που επιτρέπουν στους τουρίστες να: (προσαρμογή Κουσουνής, 2003)

- απολαύουν το φυσικό περιβάλλον και τον ανοιχτό χώρο, καθώς και την ηρεμία και την ησυχία που αυτό προσφέρει,
- έρθουν σε επαφή με τα χαρακτηριστικά φυσικά τοπία και τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (βουνά, λίμνες, ποτάμια, δάση, φαράγγια, δρυμοί, σπήλαια, υγροβιότοποι κ.λπ.),
- γνωρίσουν τη χλωρίδα και την πανίδα του τόπου, κυρίως τη σπάνια ή την πρωτόγνωρη, καθώς και τα στοιχεία της άγριας ζωής,
- μεταβάλλουν τους βιορυθμούς τους σε πιο φυσικούς βιορυθμούς (έλλειψη ξενυχτιών, κανονική ώρα ύπνου, έγκαιρη αφύπνιση), ασπασζόμενοι ουσιαστικά τον τρόπο ζωής της υπαίθρου.

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό, ότι ο ρόλος του αγροτουριστικού προϊόντος στο σύνολό του, είναι να προσφέρει στους κατοίκους των πόλεων ήρεμες, ενεργές και συμμετοχικές διακοπές, με σκοπό να γνωρίσουν τις αγροτικές περιοχές και ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα, την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και να τους φέρει σε επαφή με τη φύση και με τις δραστηριότητες της υπαίθρου, στις οποίες θα μπορούν να συμμετέχουν, να ψυχαγωγηθούν και να νιώσουν τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης (Ριζοπούλου, 2010). Η λογική όλων αυτών έγκειται στην επιθυμία των επισκεπτών να απομακρυνθούν από το αστικό κέντρο και να βρεθούν στην ύπαιθρο, προκειμένου να απολαύσουν το φυσικό περιβάλλον και να μοιραστούν τις συνήθειες και τις εμπειρίες τους με τους ανθρώπους της. Στην ουσία αναζητούν στον αγροτουρισμό την αυθεντικότητα και τη μοναδικότητα της φύσης σε κάθε μορφή και έκταση (Δαράκης, 2009).

### 2.3 Το προφίλ του αγροτουρίστα

Για την καλύτερη κατανόηση των χαρακτηριστικών των αγροτουριστών, θα πρέπει αρχικά να γίνει μια μικρή αναφορά στους παράγοντες που εξαρχής οδήγησαν στη δημιουργία αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού. Σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996), ο αγροτουρισμός εμφανίστηκε μετά το 1980, ως νέο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης, το οποίο σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό, θα ανταποκρίνονταν στις σύγχρονες ανάγκες των τουριστών και κοινωνικές απαιτήσεις για υψηλή ποιότητα, καθαρό περιβάλλον, σεβασμό στις τοπικές ιδιομορφίες, αποκέντρωση και συμμετοχή των κατοίκων στις αναπτυξιακές διαδικασίες. Από τη μελέτη της βιβλιογραφίας προκύπτει ότι οι παράγοντες που συνέβαλλαν στη διαμόρφωση του αγροτουρισμού, προέρχονταν κατά κύριο λόγο από μεταβολές που σημειώθηκαν τα τελευταία χρόνια στο κοινωνικό-πολιτισμικό περιβάλλον. Ορισμένες από αυτές τις μεταβολές είναι (Beurle, 2011 ):

- Το ολοένα και αυξανόμενο ενδιαφέρον για την παγκόσμια κλιματική αλλαγή
- Οι αναδυόμενες νέες αξίες των γενεών
- Το έντονο ενδιαφέρον για υγιεινή ζωή
- Η επιθυμία για δραστηριότητες, βασιζόμενες σε εμπειρίες
- Η ισχυρότερη περιβαλλοντική συνείδηση
- Η διεύρυνση του χάσματος μεταξύ αστικής και αγροτικής ζωής
- Οι επιπτώσεις της οικονομικής κατάρρευσης

Οι αγροτουρίστες είναι άτομα που επιθυμούν να αποκοπούν προσωρινά από την αστική τους καθημερινότητα, αναζητώντας ξεκούραση και χαλάρωση σε ένα ήρεμο περιβάλλον. Επιζητούν την επαφή με τη φύση προκειμένου να γνωρίσουν την αγροτική ζωή, τους αγρότες και τον τοπικό πληθυσμό, ο οποίος θα τους μυήσει σε ένα διαφορετικό και άγνωστο για πολλούς από αυτούς τρόπο ζωής. Επιθυμούν να απολαύσουν την αυθεντικότητα της επαρχιακής ζωής, την ανεπιτήδευτη φιλοξενία, την καθαρότητα του τοπίου και την καθαριότητα του περιβάλλοντος, τα παραδοσιακά σπιτικά εδέσματα και να γίνουν κοινωνοί σε μια ζωή που θα τους συνδέσει με το κοντινό τους παρελθόν (Ασκέλη, 2005). Οι αγροτουρίστες αναζητούν στις διακοπές τους τη "φόρμουλα των 3Φ (Φύση - Φιλία – Φιλοξενία), έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα, ενώ εμφανίζουν και μια ιδιαίτερη ευαισθησία στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα (Σφακιανάκης 2000, ΓΕΩ.ΤΕ.Ε. 2000).



Ξεχωριστή κατηγορία αγροτουριστών είναι οι οικογένειες με παιδιά, (Opperman, 1996) καθώς το γεγονός ότι ο αγροτουρισμός αναγνωρίζεται ως μια οικογενειακή δραστηριότητα, έχει σαν αποτέλεσμα να αποτελεί έναν από τους κυριότερους λόγους επιλογής του (Che, Veck A, Veck G., 2006). Την άποψη αυτή ενισχύουν εκτεταμένες έρευνες, σύμφωνα με τις οποίες οι αγροτουριστικές εμπειρίες αποτελούν ευκαιρία για τις οικογένειες να συσφίξουν τις σχέσεις τους (Che 2005, Sznajder 2009), δημιουργώντας κοινά βιώματα και αναμνήσεις (Ainley, Smale, 2010). Την ίδια αντίληψη συμμερίζονται και άτομα που έχουν καταγωγή από έναν αγροτικό τόπο, ή που το κοινωνικό περιβάλλον τους συνδέεται με αυτό (φίλοι, συγγενείς, κ.λπ.) και επιλέγουν να επισκέπτονται τις αγροτικές περιοχές με σκοπό ενδυναμώσουν τους οικογενειακούς και φιλικούς δεσμούς (Σφακιανάκης, 2000).

Ένας άλλος βασικός λόγος επιλογής του αγροτουρισμού, είναι σύμφωνα με τους Ainley και Smale ο εκπαιδευτικός του χαρακτήρας, καθώς ο αγροτουρισμός προσφέρει τη δυνατότητα επαφής με κάτι διαφορετικό, τη γνωριμία με την κουλτούρα και τον πολιτισμό άλλων τόπων, τον εμπλουτισμό της προοπτικής για τη ζωής και την αφορμή για την τόνωση και τη νοητική πρόκληση του μυαλού.

Γενικότερα μπορούμε να διακρίνουμε τους αγροτουρίστες στις εξής ομάδες:

α) στους αγροτικούς τύπους, οι οποίοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την αγροτική διάσταση του πακέτου των διακοπών τους (Frochot, 2005). Οι τουρίστες αυτοί είναι συνήθως και εκείνοι που συμμετέχουν ενεργά στις αγροτικές εργασίες (συγκομιδή φρούτων, καλλιέργεια γης κλπ).

β) σε αυτούς που κύριο σκοπό έχουν τη χαλάρωση από τους γρήγορους ρυθμούς της πόλης, αναζητούν ηρεμία (Frochot, 2005) και επιθυμούν να απολαύσουν τις διακοπές τους λειτουργώντας αυθόρμητα (Sharpley, 1996) και χωρίς προκαθορισμένο πρόγραμμα (Ainley and Smale 2010). Οι τουρίστες αυτοί συμμετέχουν κατά μικρότερο ποσοστό στις περισσότερες δραστηριότητες, με εξαίρεση ορισμένες που δεν απαιτούν σημαντική σωματική προσπάθεια. Σε αυτή την κατηγορία θα μπορούσαν να ενταχθούν και οι τουρίστες των οποίων οι δραστηριότητες αντανακλούν το ενδιαφέρον τους για μια πολιτιστική κληρονομιά, μια κουλτούρα και έναν τρόπο ζωής διαφορετικό από τον δικό τους (Canadian Tourism Commission, 2004).

γ) στους παρατηρητές, εκείνους δηλαδή που το ενδιαφέρον τους επικεντρώνεται σε δραστηριότητες της υπαίθρου με σκοπό να ηρεμήσουν, να κάνουν βόλτες στην εξοχή, απολαμβάνοντας τις εικόνες της φύσης. (Frochot, 2005) Πρόκειται για τουρίστες που συμμετέχουν σε μικρής έντασης, παθητικές δραστηριότητες με σεβασμό προς το

φυσικό περιβάλλον (Fennell, 2003), (π.χ. παρατήρηση της χλωρίδας και της πανίδας) καθώς και για άτομα με αγροτικά ενδιαφέροντα, όπως οι φυσιοδίφες, οι μελετητές της αγροτικής κοινωνίας και άλλοι επιστήμονες που το αντικείμενό τους συνδέεται με την ύπαιθρο. (Σφακιανάκης, 2000).

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των αγροτουριστών, ιδιαίτερη αναφορά θα πρέπει να γίνει στην ηλικία, το οικονομικό και μορφωτικό τους επίπεδο, τη οικογενειακή κατάσταση καθώς και τα ενδιαφέροντα, τις γνώμες και τις απόψεις τους.

Αποτελέσματα ερευνών έχουν δείξει ότι οι αγροτουρίστες είναι συνήθως άτομα μεγάλης ηλικίας, (άνω των 40 χρόνων Cavaco (1995), Sharpley (1996), συνταξιούχοι 50-70 ετών Κουσούνης (2004)), που εμφανίζουν ωστόσο ενεργό τουριστική δράση. Οι ηλικιωμένοι αποτελούν μια αγορά κλειδί για τον αγροτουρισμό δεδομένου του εισοδήματος και του χρόνου, που είναι σε θέση να διαθέσουν. Άλλωστε ο αγροτουρισμός είναι σε θέση να προσελκύσει τους ολοένα και αυξανόμενους αριθμητικά και ηλικιακά πληθυσμούς των αστικών κέντρων, οι οποίοι νιώθουν μια νοσταλγία για την ύπαιθρο και τον τρόπο ζωής που τη χαρακτηρίζει (Che, Veck A, Veck G., 2006). Μικρότερο ποσοστό των αγροτουριστών αποτελούν άτομα νεαρότερης ηλικίας, τα οποία προτιμούν να συνδυάζουν το πακέτο του αγροτουρισμού με «σπορ περιπέτειας», σε αντίθεση με τους μεγαλύτερους που επιλέγουν πιο ήπιες δραστηριότητες, όπως περιηγήσεις πολιτιστικού, θρησκευτικού και λαογραφικού περιεχομένου.

Ως προς την οικονομική τους δυνατότητα, οι επισκέπτες αγροτουριστικών μονάδων ανήκουν είτε στη μεσαία τάξη (Cavaco, 1995, Sharpley, 1996) είτε διαθέτουν υψηλότερο οικονομικό επίπεδο (Τσίτουρας, 1998). Αξίζει να σημειώσουμε ότι σε χώρες της Ευρώπης όπου ο αγροτουρισμός έχει παράδοση δεκαετιών, αποτελεί πλέον έναν τρόπο ζωής, ο οποίος απευθύνεται σε όλη την οικογένεια και διεκδικεί το ήμισυ του προϋπολογισμού των ετησίων οικογενειακών διακοπών (Συνοδινού, 2008).

Επίσης, τα άτομα που επιλέγουν τον αγροτουρισμό έχουν συνήθως ιδιαίτερα υψηλό μορφωτικό επίπεδο, αυξημένη οικολογική συνείδηση, πολυποίικλα ενδιαφέροντα και διάθεση για μόρφωση και πολιτιστική προσέγγιση. Οι τουρίστες αυτοί θεωρούνται πολυταξιδεμένοι και έμπειροι. Είναι άτομα που έχουν ήδη γευθεί τους τουριστικούς προορισμούς με τη μορφή του μαζικού τουρισμού και κορεσμένοι από το συγκεκριμένο πρότυπο, αναζητούν στον προορισμό μια νέα διάσταση, εντρυφώντας στην πολιτιστική

και φυσιολατρική του υπόσταση, αλλά και στη δυνατότητα για ανθρώπινη επαφή και επικοινωνία (Κοτόφωλος, 2004). Επιπλέον το γεγονός ότι διαθέτουν μεγάλη εμπειρία τους καθιστά αδιάφορους ως προς τα πρότυπα της καταναλωτικής κοινωνίας, κάνοντας τους πιο απαιτητικούς ως προς την ποιότητα και το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών (Morrison, 1999).

Συνοψίζοντας, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι ο αγροτουρίστας θεωρείται ποιοτικός, υψηλών προδιαγραφών και σημαντικής αγοραστικής δύναμης, με ιδιαίτερες ευαισθησίες και ενδιαφέροντα.

#### **2.4 Το προφίλ του επιχειρηματία του αγροτικού τουρισμού<sup>1</sup>**

Η γεωργία υπήρξε για αιώνες ισχυρό σύμβολο (Woods, 2005) και κινητήριο δύναμη των αγροτικών οικονομιών. Ωστόσο, η δεκαετία του 1990 σηματοδοτήθηκε από μια «κρίση των γεωργικών εκμεταλλεύσεων», η οποία χαρακτηρίστηκε από τη μείωση του γεωργικού εισοδήματος, το κλείσιμο επιχειρήσεων και την αναδιάρθρωση της υπαίθρου (Wilson 2001, Evans, Morris & Winter, 2002). Το φαινόμενο αυτό δημιούργησε την ανάγκη για αλλαγή των παλιών στρατηγικών και την υιοθέτηση νέων (Συμεωνίδου, 2009), με στόχο τη διαφοροποίηση των γεωργικών δραστηριοτήτων, προκειμένου να μειωθεί η εξάρτηση από την παραδοσιακή γεωργία (McNally 2001, Turner, 2002).

Αν και διαμορφώθηκαν πολλές πιθανές στρατηγικές ανάπτυξης (Meert 2005, McElwee 2006), η επιθυμία των αγροτών να παραμείνουν «στη γη» και η αντίληψη ότι ο τουρισμός είναι μια βιώσιμη εναλλακτική, είχε σαν αποτέλεσμα οι τουριστικές επιχειρήσεις να αναδειχτούν σε μια δραστηριότητα διαφοροποίησης κλειδί (Ilbery, 1991, Hjalager 1996, Ilbery 1998).

Από έρευνες που έχουν γίνει, (Ollenburg and Buckley 2007, Sharpley and Vass 2006, McGehee and Kim 2004, Nickerson, Black and McCool 2001) προκύπτει ότι οι λόγοι ενασχόλησης με τον αγροτουρισμό είναι κυρίως οικονομικοί (όπως η εξασφάλιση ενός συμπληρωματικού εισοδήματος, η δυνατότητα αυτοαπασχόλησης κλπ.) και κοινωνικοί (όπως η επιδίωξη αλλαγής του τρόπου ζωής, η αγάπη για τη φύση, η προβολή, η

---

<sup>1</sup> αναφέρεται στο άτομο που διαχειρίζεται μια επιχείρηση διαφοροποιημένης γεωργικής εκμετάλλευσης (Barbieri, 2006)

αξιοποίηση και ανάδειξη του τόπου, οι δυνατότητες συναναστροφής με άλλους ανθρώπους κ.α.)

Κατά τη Barbieri (2009) τέσσερις είναι οι διαστάσεις που σχετίζονται με την ανάπτυξη αγροτουριστικής δραστηριότητας: η κερδοφορία της επιχείρησης, οι ανάγκες της αγοράς, οι οικογενειακοί δεσμοί και οι προσωπικές επιδιώξεις. Αντίθετα, σύμφωνα με τις μελέτες των Holbrook (1999), Gasson (1973), Gilmor (1986), και των Doyon, Bourdeau και Charron (2006) υπάρχουν εννέα αξίες, βάση των οποίων μπορεί να ερμηνευθεί η απόφαση των παραγωγών να ξεκινήσουν αγροτουριστικές δραστηριότητες στο αγρόκτημά τους. Οι αξίες αυτές (πίνακας 2.1) είναι η κοινωνική θέση, η αυτοεκτίμηση, οι κοινωνικές απόψεις, το όφελος, η αυθεντικότητα, η ανεξαρτησία, η αισθητική, η δεοντολογία και η ευχαρίστηση.

### Πίνακας 2.1

#### **Αξίες που επηρεάζουν την απόφαση των αγροτών να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό**

---

##### **Κοινωνική θέση**

Οι παραγωγοί χρησιμοποιούν τον αγροτουρισμό για να μεταδώσουν μια θετική εικόνα για το επάγγελμά τους και για τη γεωργία. Αυτή η αξία αντιπροσωπεύει την εικόνα που οι παραγωγοί του αγροτουρισμού θέλουν να προβάλουν (κύρος, υπερηφάνεια κα). Οι παραγωγοί θέλουν η σημασία (οικονομική) και ο ρόλος (φύλακες της φύσης, τροφοδότης του πληθυσμού) του επαγγέλματός τους να αναγνωρισθεί από την κοινωνία.

---

##### **Αυτοεκτίμηση**

Οι παραγωγοί προσφέρουν αγροτουριστικά προϊόντα και δραστηριότητες για να βελτιώσουν την αυτοεκτίμησή τους. Αυτή η αξία αναφέρεται στην αντίληψη που οι παραγωγοί έχουν για τον εαυτό τους. Χαρακτηρίζεται από μια προσπάθεια να αποκτήσουν περαιτέρω τεχνικές γνώσεις, να επιτύχουν στους στόχους τους και να αυξήσουν την εκτίμηση που έχουν οι άνθρωποι για την γεωργία.

---

##### **Κοινωνικές απόψεις**

Οι παραγωγοί αγροτουρισμού αναπτύσσουν σχέσεις με το ευρύ κοινό και τους άλλους παραγωγούς. Αυτή η αξία αναφέρεται στην ανάγκη για ανθρώπινες και κοινωνικές επαφές, που επιτρέπουν στους γεωργούς να καταπολεμήσουν τη μοναξιά και να ανοιχτούν στον κόσμο. Αυτή η αξία μπορεί επίσης να σχετίζεται με την προσκόλληση που έχουν στην γη.

---

##### **Όφελος**

Οι παραγωγοί στρέφονται στον αγροτουρισμό για να χρησιμοποιήσουν τους πόρους τους πιο

αποτελεσματικά (υπό-απασχόληση μισθωμένων εργαζομένων, εκμετάλλευση ενός άδειου αχυρώνα κλπ). Αυτή η αξία αναφέρεται στην ανάγκη για επίτευξη κερδοφορίας, τη μεγιστοποίηση των κερδών, την προετοιμασία για τη συνταξιοδότηση καθώς και με όλους τους άλλους οικονομικούς λόγους.

---

#### **Αυθεντικότητα**

Οι παραγωγοί ασκούν αγροτουρισμού για τον τρόπο ζωής του, ο οποίος βασίζεται στην οικογένεια και τους ανθρώπινους προβληματισμούς. Αυτή η αξία αντιπροσωπεύει την επιθυμία των παραγωγών να περνούν περισσότερο χρόνο με τις οικογένειές τους ή να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας για τα μέλη της οικογένειας. Η αξία αυτή αντανάκλα επίσης την επιθυμία τους να διατηρήσει το αγρόκτημα το οικογενειακό του μέγεθος και χαρακτήρα αντί να επεκταθεί και να αποκτήσει μια λιγότερο εξατομικευμένη διοίκηση.

---

#### **Ανεξαρτησία**

Οι παραγωγοί επιλέγουν τις αγροτουριστικές δραστηριότητες για να γίνουν ή να παραμείνουν αφεντικά του εαυτού τους. Αυτή η αξία αντιπροσωπεύει την επιθυμία για ευελιξία και την ανάγκη ελέγχου των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Σε μεγαλύτερη κλίμακα, η αξία αυτή αντιπροσωπεύει την επιθυμία των παραγωγών να συμμετέχουν στην περιφερειακή ανάπτυξη.

---

#### **Αισθητική**

Οι παραγωγοί στρέφονται προς τον αγροτουρισμό ως τρόπο για να βελτιώσουν και να επωφεληθούν από ένα όμορφο τοπίο. Αυτή η αξία αντιπροσωπεύει προσπάθειες, όπως η εγκατάσταση ενός αγροτουριστικού χώρου για να επωφεληθούν από ένα όμορφο περιβάλλον ή να βελτιώσουν μια αγροτουριστική υπηρεσία.

---

#### **Δεοντολογία**

Οι παραγωγοί επιλέγουν τον αγροτουρισμού επειδή είναι μια κοινωνικά αποδεκτή δραστηριότητα. Αυτή η αξία συνδέεται με έννοιες όπως η δικαιοσύνη, η ηθική και διάφορες άλλες αρετές.

---

#### **Ευχαρίστηση**

Η ευχαρίστηση εκφράζεται μέσα από τη χαρά που αντλούν οι παραγωγοί του αγροτουρισμού από την αλληλεπίδραση με τους πελάτες, ή από την αγροτουριστική παραγωγή, χωρίς να λαμβάνουν υπόψη την άποψη του οφέλους (οικονομικού). Η αξία αυτή περιγράφει επίσης το πάθος που αισθάνονται οι παραγωγοί για το επάγγελμά τους, το περιβάλλον και τον τρόπο ζωής.

---

Πηγή: Doyon M., Bourdeau L., Charron I., 2006, The Relationship between Farmers' Values and the Decision to Practise Agrotourism: An Exploratory Study

Αν και θεωρείτο πιο πιθανό μεταβλητές υποδομής να επηρεάζουν περισσότερο τους αγροτικούς παραγωγούς, ωστόσο φαίνεται ότι η επιλογή των στρατηγικών και αγροτικών τους πρακτικών εξαρτάται κατά μεγαλύτερο βαθμό από προσωπικούς παράγοντες παρά από παράγοντες που σχετίζονταν με το γεωγραφικό περιβάλλον. Σύμφωνα με αυτές τις αξίες διακρίνονται τέσσερις κατηγορίες επιχειρηματιών αγροτουριστών, ανάλογα με τη σχέση τους με τον τουρισμό (Doyon, Bourdeau, Charron 2006):

### **Οι πραγματιστές**

Η συμμετοχή των πραγματιστών στον αγροτουρισμό είναι περιορισμένη. Για τους πραγματιστές, ο αγροτουρισμός είναι ένα τρόπος ή μερικές φορές μια υποχρέωση δεδομένης της έλλειψης οικονομικά βιώσιμων εναλλακτικών λύσεων. Το αγρόκτημα ανοίγει τις πόρτες του για τους τουρίστες, λόγω των τεχνικών υποχρεώσεων (απόκτηση πρόσβασης σε σηματοδότηση επί των δρόμων) ή οικονομικών υποχρεώσεων (αύξηση του εισοδήματος). Ο αγροτουριστικές υπηρεσίες που προσφέρουν είναι ελάχιστες, ενώ αρμόδιοι για αυτές είναι οι εργαζόμενοι και όχι οι ιδιοκτήτες.

### **Οι επιχειρηματίες**

Οι επιχειρηματίες έχουν μια καθαρά ωφελιμιστική προσέγγιση για τον αγροτουρισμό. Ο αγροτουρισμός επιτρέπει στους επιχειρηματίες να ξεκινήσουν μια επιχείρηση που είναι συμβατή με ένα συγκεκριμένο περιβάλλον (ύπαιθρο) και τρόπο ζωής (ανεξαρτησία, πρόκληση, καινοτομία). Πρόκειται για παθιασμένους επιχειρηματίες, ενήμερους των καταναλωτικών τάσεων, οι οποίοι αναζητούν συνεχώς νέες ευκαιρίες. Για τους επιχειρηματίες, η σχέση με έναν επισκέπτη (πελάτη) είναι περισσότερο ένα σημάδι επιτυχίας παρά μια δυνατότητα να επικοινωνούν με συμπολίτες. Με άλλα λόγια, οι επιχειρηματίες λαμβάνουν ευχαρίστηση με το να υποδέχονται τους πελάτες στα αγροκτήματά τους, και να μοιράζονται μαζί τους το πάθος τους, ακόμα και εάν η σχέση αυτή είναι καθαρά λειτουργική.

### **Οι εκπαιδευτικοί**

Στόχος των εκπαιδευτικών είναι να συζητήσουν με συμπολίτες, ιδιαίτερα με τον αστικό πληθυσμό, να τους ενημερώνουν για τη γεωργική πραγματικότητα, τους περιορισμούς που αντιμετωπίζουν ως παραγωγοί και την ομορφιά του επαγγέλματός τους. Παρά το γεγονός ότι οι εκπαιδευτικοί ελπίζουν να επηρεάσουν την αντίληψης και τελικά τις καταναλωτικές συνήθειες των επισκεπτών τους, η σχέση τους με αγροτουρισμό είναι

κυρίως συναισθηματική. Οι εκπαιδευτικοί υπενθυμίζουν στους επισκέπτες την παραδοσιακή σημασία της γεωργίας και των αγροτών, συμπεριλαμβανομένου του ρόλου τους ως προμηθευτές τροφίμων και ως συνδέσμου με τη φύση. Επιπλέον, υπενθυμίζουν στους ανθρώπους τις οικογενειακές αξίες και λειτουργίες όπως: η διατήρηση της γης και η ζωτικότητα του τοπίου και της περιοχής.

### **Οι πολυτάλαντοι**

Οι πολυτάλαντοι έλκονται από τις δυνατότητες διαφοροποίησης που προσφέρει ο αγροτουρισμός. Αισθάνονται ότι οι αγροτουριστικές δραστηριότητες μπορούν να οδηγήσουν σε μια αλλαγή στην πραγματικότητα της αγοράς (συγκέντρωση των λιανοπωλητών), σε ευκαιρίες προερχόμενες από την δυναμική της περιοχής ή σε μια ευκαιρία να μειώσουν τον επιχειρηματικό κίνδυνο μέσω μιας μεγαλύτερης διαφοροποίησης των εσόδων. Το όφελος, είναι ως εκ τούτου μια σημαντική αξία για τους πολυτάλαντους. Η σχέση τους με τους τουρίστες είναι λιγότερο συναισθηματική σε σχέση με τους εκπαιδευτικούς. Οι πολυτάλαντοι δεν κάνουν αποστολή τους τη βελτίωση της εικόνας των αγροτών ή την υπεράσπιση των πράξεών τους, ωστόσο χρησιμοποιούν την πλατφόρμα του αγροτουρισμού για να περάσουν κάποια μηνύματα. Η αγροτουριστική εμπειρία δεν είναι μόνο μια ευκαιρία να πουλήσουν τα προϊόντα τους, είναι επίσης και ένας τρόπος επικοινωνίας με τους ανθρώπους και δημιουργίας ευχάριστων εμπειριών ζωής (άυλα οφέλη). Παρά την ανάπτυξη αγροτουριστικής δραστηριότητας, έκπληξη αποτελεί το γεγονός ότι αρκετοί αγρότες εξακολουθούν να μην θεωρούν τους εαυτούς τους επιχειρηματίες (Richards & Bulkley, 2007), αλλά προτιμούν να διατηρούν την πολιτιστική ταυτότητα της γεωργίας (Phelan and Sharpley 2010).

Από όλα τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι η προσωπικότητα και τα χαρακτηριστικά του ίδιου του επιχειρηματία διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο, στη διαμόρφωση του προφίλ του. Ορισμένα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών του αγροτικού τουρισμού, τα οποία στο παρελθόν έχουν αποτελέσει αντικείμενο μελέτης, είναι το φύλλο, η ηλικία, και το μορφωτικό επίπεδο.

Σύμφωνα με έρευνες των Παπαγεωργίου (2008), Ιωαννίδη και Petersen (2003) η πλειοψηφία των ανθρώπων που έχουν τον έλεγχο και την εποπτεία των καταλυμάτων, είναι άντρες, ακόμα και στην περίπτωση που υπάρχει συνιδιοκτησία με γυναίκα. Όσον αφορά την τελευταία, αυτή περιορίζεται μόνο στην παροχή υπηρεσιών, στην υποδοχή, στη φιλοξενία και στην προσφορά σίτισης. (Συμεωνίδου, 2009). Γενικότερα, οι

αγρότισσες κατέχουν έναν αόρατο ρόλο (Cloke and Little 1997, Gidaraku 1999, O'Toole and Macgarvey 2003, Gidaraku 2000) καθώς λογίζονται ως «άλλοι» όταν συγκρίνονται με τους αγρότες, που κατέχουν κυρίαρχη θέση στην οικονομική δραστηριότητα (Vakoufaris, Kizos, Spilanis, Koulouri and Zacharaki, 2007). Αυτό οφείλεται στο ότι οι αγρότισσες γίνονται αντιληπτές ως βοηθοί, σύζυγοι, μητέρες και γενικότερα υποδεέστεροι υποστηρικτές της κυρίαρχης οικονομικής δραστηριότητας-εργασίας των ανδρών (O'Toole and Macgarvey 2003). Η περιορισμένη συμμετοχή των γυναικών στη διαμόρφωση αγροτικής πολιτικής (Tsartas and Thanopoulou 1994, Papagaroufali 1994, Pettersen and Solbakken 1998, Alston and Wilkinson 1998, Koutsou 2000, Brandth 2002) οφείλεται επίσης στο γεγονός ότι, στις περισσότερες περιπτώσεις οι άνδρες είναι οι ιδιοκτήτες της γης, ελέγχουν τη γυναικεία απασχόληση και λαμβάνουν αποφάσεις σε πατριαρχικές κοινωνίες (Sachs, 1996).

Η κατάσταση αυτή δείχνει να μεταβάλλεται την τελευταία εικοσαετία, καθώς παρουσιάζεται μια ιδιαίτερη δυναμική, ως αποτέλεσμα της επικέντρωσης της πολιτικής σε ζητήματα ισότητας των φύλων και σε στόχους αξιοποίησης της γυναικείας εργατικής δύναμης της υπαίθρου, στα πλαίσια του ευρύτερου στόχου της ενδογενούς ανάπτυξης (Γιδαράκου, 2005). Η ανάμιξη των αγροτισσών σε επιχειρηματικές δραστηριότητες εκτός του αγροκτήματος αποτελεί σήμερα ένα αυξανόμενο φαινόμενο στην Ευρώπη (Ventura 1994, Bock 1994, Gidaraku 1999), με τον αγροτουρισμό να αποτελεί έναν από τους κύριους τομείς ενασχόλησης τους (Iakovidou, 2002). Οι υπόλοιποι τρεις αφορούν: την παραγωγή και διανομή γεωργικών και άλλων παραδοσιακών προϊόντων, την παρασκευή και το εμπόριο προϊόντων που συνδέονται με την πολιτισμική κληρονομιά, και την παραγωγή και το εμπόριο προϊόντων εναλλακτικών μορφών γεωργίας (Gidaraku, 1999). Συχνά δε για την υλοποίηση αυτών των δραστηριοτήτων σχηματίζουν γυναικείους συνεταιρισμούς, καθώς όταν αποφασίζουν να δεσμευτούν σε δραστηριότητες εκτός του αγροκτήματος, προτιμούν να δουλεύουν σε ομάδες (Gidaraku 1999, Gidaraku 2000).

Ως προς την ηλικία τους, οι επιχειρηματίες αγροτικού τουρισμού ανήκουν συνήθως στην πιο νεανική και δυναμική ομάδα του πληθυσμού, αφού είναι μεταξύ 35 και 54 ετών (Συμεωνίδου, 2009). Η πλειοψηφία αυτών είναι παντρεμένοι, με την οικογένεια τους να συμμετέχει στις δραστηριότητες, καλύπτοντας τις καθημερινές ανάγκες της επιχείρησης (Ioannides and Petersen 2003, Getz and Carlsen 2000). Η άποψη αυτή είναι σύμφωνη και με τα αποτελέσματα έρευνας στην Πολωνία, που θέλει τους



επιχειρηματίες του αγροτικού τουρισμού να είναι κυρίως άνδρες μεταξύ 41-50 ετών (Przezborska, 2005).

Όσο αφορά το μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών του αγροτικού τουρισμού μπορεί να χαρακτηριστεί ως ικανοποιητικό, αφού οι περισσότεροι έχουν τελειώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και αρκετοί από αυτούς έχουν ακολουθήσει την ανώτερη και ανώτατη βαθμίδα εκπαίδευσης (Carlsen, 2004). Στην Πολωνία το ποσοστό αυτών που έχουν ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση ανέρχεται στο 73% (Przezborska, 2005). Στη Νότια Αμερική οι αγρότες που δεσμεύονται με τον αγροτουρισμό είναι πιο πιθανόν να κατέχουν πτυχία σε σχέση με άλλους επιχειρηματίες αγρότες (Barbieri, 2008). Επιπλέον τα δύο τρίτα (66%) των επιχειρηματιών του αγροτικού τουρισμού έχουν τουλάχιστον ένα πτυχίο, ενώ το μεγαλύτερο μέρος αυτών (86%) έχει παρακολουθήσει κάποια πανεπιστημιακή εκπαίδευση. (Barbieri, 2010)

Ωστόσο τα ποσοστά αυτά μειώνονται δραστικά εάν περιορίσουμε το εύρος των αντικειμένων της εκπαίδευσης και εστιάσουμε σε όσα σχετίζονται με επιχειρήσεις και τη διοίκηση αυτών. Ύστερα από έρευνα σε επιχειρήσεις οικοτουρισμού στην Αυστραλία, McKercher και Robbins (1998), φαίνεται ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες αγροτικού τουρισμού δεν έχουν προηγούμενη εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας, ή προώθησης και καμία προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία στον κλάδο του τουρισμού. Το γεγονός αυτό συμφωνεί με τα συμπεράσματα σχετικής μελέτης στην Ελλάδα (Κιμουρτζάκης, 2004), στην οποία, οι σπουδές που πραγματοποίησαν οι επιχειρηματίες αγροτικού τουρισμού, καθώς και η προηγούμενη επαγγελματική τους εμπειρία δε συσχετίζονται με την απόφαση τους για την ίδρυση της αγροτουριστικής επιχείρησης, ενώ παράλληλα, η πλειοψηφία δεν έχει παρακολουθήσει επαγγελματικά σεμινάρια σχετικά με την επιχειρηματικότητα και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Συμεωνίδου, 2009). Το γεγονός αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία, δεδομένου ότι η έλλειψη επιχειρηματικών γνώσεων στον τουρισμό, μπορεί να λειτουργήσει ανασταλτικά στην αναγνώριση ευκαιριών της αγοράς, να οδηγήσει σε αβεβαιότητα ως προς την κατεύθυνση που πρέπει να κατευθυνθεί η αγροτική επιχείρηση και σε απροθυμία ως προς την ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου.

Αν και η σύνδεση της επαγγελματικής εμπειρίας και της εκπαίδευσης με την απόδοση των επιχειρήσεων έχει μελετηθεί πολύ στο παρελθόν (Echtner 1995, Cooper 1994, Robinson and Sexton 1994), ωστόσο, όσο αφορά τον αγροτουρισμό, δεν έχουν

προκύψει ακόμα σαφή συμπεράσματα ως προς το εύρος των ικανοτήτων και των γνώσεων που πρέπει να έχουν οι αγρότες προκειμένου να μεταβούν με επιτυχία από την παραδοσιακή γεωργία σε μια επιχείρηση βασιζόμενη στην προσφορά υπηρεσιών (Phelan and Sharpley, 2010). Τόσο οι Barbieri και Mshenga (2008) όσο και οι Busby και Rendle (2000) τονίζουν την έλλειψη ερευνών σχετικά με το ρόλο της επιχειρηματικότητας στη δυναμική των σύγχρονων αγροτικών τουριστικών επιχειρήσεων, όσο και με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που τα αγροκτήματα και οι αγρότες πρέπει να διαθέτουν προκειμένου να επηρεάσουν θετικά την αγροτουριστική επίδοση.

## Βιβλιογραφία

Ασκέλη Στ., 2005, Επιχειρήστε...αγροτουριστικά. Πώς να οργανώσετε τη δική σας αγροτουριστική επιχείρηση”, Εναλλακτική τουριστική ανάπτυξη, Αγροτουριστική Α.Ε εκδ. Κέρκυρα, Αθήνα

ΓΕΩ.ΤΕ.Ε., 2000, Ορεινές και Μειονεκτικές Περιοχές της Ελλάδας, Αγρο(το)τουρισμός. Ιακωβίδου, Ο., Βόλτσου, Α., Βλάχου, Χ. και Παρταλίδου, Μ. (Επιμ.). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Γεωτεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδας.

Γιδαράκου Ι., 2005, Γυναικεία συνεταιριστική επιχειρηματικότητα: θεωρία και πρακτική. Εισήγηση στην Ημερίδα του ΙΣΕΜ (Ινστιτούτου Συνεταιριστικών Ερευνών και Μελετών) με τίτλο: Γυναικεία Συνεταιριστική Επιχειρηματικότητα του Ελληνικού Αγροτικού Χώρου. Αθήνα, 2/11/2005.

Δαράκης Ι., 2009 , Ο αγροτουρισμός και η περίπτωση του στο νησί της Κρήτης, Διπλωματική Εργασία, Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης

Εθνικό Κέντρο Πιστοποίησης Δομών Δια Βίου Μάθησης, Επαγγελματικό περίγραμμα του αγρότη-υπευθύνου αγροτουριστικής μονάδας <http://www.ekepis.gr>

Κιμουρτζάκης Γ., 2004, Οι επιχειρήσεις φιλοξενίας αγροτικού τουρισμού στο Νομό Πέλλας, Μεταπτυχιακή Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Κοτόφωλος Γ., 2004, Λύση για την Ελλάδα ο υψηλός τουρισμός, εφ. Η Καθημερινή, Αθήνα. (4-7-2004)

Κουσούνης Στ., 2003, Επενδύσεις αγροτουριστικής ανάπτυξης, εφ. Η Καθημερινή, Αθήνα (28-10-2003)

Κουσούνης Στ., 2004, Στρατηγική αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης, εφ. Η Καθημερινή, Αθήνα. (29-8-2004)

Λουβερδή Α., 2006, Αγροτουρισμός & γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Παπαγεωργίου Χ., Αλεμπάκη Μ., 2008, Η Ανάπτυξη του Αγροτικού Τουρισμού στο Νομό Φλώρινας. Πολυτομεακή ανάπτυξη και εναλλακτικός τουρισμός. Ανταγωνιστικότητα – Περιβάλλον – Ποιότητα Ζωής και Αγροτική Ανάπτυξη, 10ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας ΕΤ.ΑΓΡ.Ο., 27–29 Νοεμβρίου

Ριζοπούλου Β., 2010, Συστήματα Ποιότητας στον Αγροοικοτουρισμό: Η περίπτωση της περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδας, Διπλωματική Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Συμεωνίδου Π., 2009, Ανταγωνιστικότητα και βιωσιμότητα αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, Διδακτορική Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Συνοδινού Λ., 2008, Αγροτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης της υπαίθρου: η περίπτωση του νομού Ιωαννίνων, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

- Σφακιανάκης Μ.Κ., 2000, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, εκδ. Έλλην, Αθήνα
- Τσάρτας, Π., Θανοπούλου, Μ., 1994, Γυναίκεοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα, Μελέτη αποτίμησης της λειτουργίας τους, Κέντρο ερευνών για τις γυναίκες της Μεσογείου, Αθήνα.
- Τσάρτας, Π., 1996, Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό, εκδ. Εξάντας. Αθήνα.
- Τσάρτας, Π., 1996, Αειφορική Ανάπτυξη και Τουρισμός: προβληματισμοί και προτάσεις για ένα διαφορετικό τύπο τουριστικής ανάπτυξης, στο Λάσκαρις Κ. (επιμ.) Sustainable development: Θεωρητικές προσεγγίσεις μιας κρίσιμης έννοιας, εκδ. Παπασωτηρίου Α, Αθήνα.
- Τσίτουρας Αν., 1998, Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και οι ανταγωνίστριες χώρες, ΙΤΕΠ, Αθήνα.
- Alston, M. and Wilkinson, J., 1998, Australian farm women – shut out or fenced in? The lack of women in agricultural leadership. *Sociologia Ruralis*, 38 (3): 391–408.
- Ainley S., Smale B., 2010, A Profile of Canadian Agritourists and the Benefits They Seek, *Journal of Rural and Community Development* 5, 1/2 (2010) 58–75
- Barbieri, C., 2006, Farm and ranch diversification: A strategy for confronting the changing agricultural context in Texas. Unpublished doctoral dissertation, Michigan State University.
- Barbieri, C., Mahoney, E., & Butler, L., 2008, Understanding the nature and extent of farm and ranch diversification in North America. *Rural Sociology*, 73(2), 205–229.
- Barbieri, C. and Mshenga, P. M., 2008, The Role of the Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agritourism Farms, *Sociologia Ruralis*, 48 (2), pp. 166-183.
- Barbieri C, 2010, An Importance-Performance Analysis Of the Motivations Behind Agritourism and Other Farm Enterprise Developments in Canada, *Journal of Rural and Community Development* 5, 1/2 (2010) 1–20
- Beurle D., 2011, Agri-Tourism Development Workshop, Oregon Tourism Studio
- Bock, Ir. B.B., 1994, Female Farming in Umbrian Agriculture in L. van der Plas and M. Fonte (eds.) *Rural Gender Studies in Europe*. Assen/Maastricht: Van Gorcum, pp. 91-107.
- Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., Ilbery, B., & Shaw, A., 1996, The development of alternative farm enterprises: a study of family labour farms in the Northern Pennines of England. *Journal of Rural Studies*, 12, 285–295.
- Brandth, B., 2002, Gender identity in European family farming: A literature review. *Sociologia Ruralis*, 42 (3): 181–200.
- Busby, G. and Rendle, S., 2000, The Transition from Tourism on Farms to Farm Tourism, *Tourism Management*, 21 (6), pp. 635-642.

Butts, S., McGeorge, A., & Briedenhann, J., 2005, The great cornish maize maze: low risk, low cost, high yield. *Culture and Agriculture*, 27, 61–68.

Canadian Tourism Commission, 2004, *Discovering heritage tourism: Practical ideas for the tourism industry*. Ottawa, ON, Canada.

Carlsen J., Getz D. and Morrison A., 2004, *The Family Business in Tourism and Hospitality*, CABI Publishing, USA

Cavaco C., 1995, Rural Tourism: The creation of new tourist spaces, A. Montonari, & A.M. Williams (eds) *European Tourism*, pp 125-149

Che, D., Veeck, A., & Veeck, G., 2005, Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations. *Agriculture and Human Values*, 22, 225–234.

Che D., Veeck A., Veeck G., 2006, Demographic characteristics and motivations of michigan agritourists , *Western Michigan University Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium (GTR-NRS-P-14)*

Cloke, P. and Little, J. (eds), 1997, *Contested countryside cultures: otherness, marginalisation and rurality*. London: Routledge.

Cooper A.C., Gimeno-Gascon F.J. and Woo C.Y., 1994, Initial human and financial capital as predictors of new venture performance, *Journal of Business Venturing*, vol. 9, pp. 331– 395

Di Domenico, M., & Millar, G., 2007, Are plastic cows the future for farming? Implications of an alternative diversification model. In J. Tribe, & D. Airey (Eds.), *Developments in tourism research* (pp. 21–32). Oxford: Elsevier.

Doyon M., Bourdeau L., Charron I., 2006, The Relationship between Farmers' Values and the Decision to Practise Agrotourism: An Exploratory Study, *Current Agriculture, Food & Resource Issues*, N u m b e r 7 / 2 0 0 6 / p . 7 5 - 8 4

Echtner C., 1995, Entrepreneurial Training in Developing Countries, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, pp. 119-134

Evans, N. J., & Ilbery, B. W., 1989, A conceptual framework for investigating farmbased accommodation and tourism in Britain. *Journal of Rural Studies*, 5, 257–266.

Evans, N., Morris, C. and Winter, M., 2002, Conceptualizing Agriculture: A Critique of Post- Productivism as the New Orthodoxy, *Progress in Human Geography*, 26 (3), pp. 313-332

Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism: An introduction* (2nd ed.). Routledge, New York.

Fleischer, A., & Tchetchik, A. ,2005, Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism Management*, 26, 493–501.

Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: A Scottish perspective. *Tourism Management*, 26, 335–346.

Gasson, R., 1973, Goals and values of farmers. *Journal of Agricultural Economics*, 24(3), 521–542.

Getz D. and Carlsen J., 2000, Characteristics and goals of family and owneroperated businesses in the rural tourism and hospitality sectors, *Tourism Management*, vol.21, pp. 547-560

Gidakou, I., 1999, Endogenous rural development and female employment in Kasimis C. and Louloudis L. (eds.) *Rural space: the Greek agricultural society at the end of the 20th century*. Athens: Plethron (in Greek).

Gidakou, I., 1999, Indigenous Development in Countryside and Women Employment in Kasimis, H. and Louloudis, L (eds.) *Greek Rural Society in the End (~l the Twentieth Century*. Athens: NCSR, pp. 189-216 (in Greek).

Gidakou, I., Xenou, A. and Theofilidou, K., 2000, Farm women's new vocational activities: prospects and problems of women's cooperatives and small on-farm businesses in Greece". *Journal of Rural Cooperation*, 28 (1): 19–37.

Gilmor, D. A. 1986. Behavioural studies in agriculture: Goals, values and enterprise choice. *Journal of Agricultural Economic and Rural Sociology*, Vol. 11: 19-33.

Gladstone, J., & Morris, A., 2000, Farm accommodation and agricultural heritage in Orkney In F. Brown (Ed.), *Tourism in peripheral areas: Case studies* (pp. 91–100), Clevedon: Multilingual Matters Limited.

Hjalager, A.-M., 1996, Agricultural Diversification into Tourism : Evidence of a European Community Development Programme, *Tourism Management*, 17 (2), pp. 103-111.

Holbrook, M. B. 1999. *Consumer Value: A Framework for Analysis and Research*, chapter 1, 2-25. London: Routledge.

Iakovidou, O.,1997, Agro-tourism in Greece: the case of women agro-tourism co-operatives of Ambelakia. *MEDIT*, 1, 44–47.

Iakovidou O., 2002, Women's Agrotourist Cooperatives in Greece: Key Elements for Their Successful Operation, *Journal of Rural Cooperation*, 30( 1) 2002: 13-24

Ilbery, B., 1991, Farm diversification as an adjustment strategy on the urban fringe of the West Midlands, *Journal of Rural Studies* 7(3): 207–218.

Ilbery, B., Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., & Shaw, A.,1998, Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: a case study from the Northern Pennines, England. *Regional Studies*, 32, 355–364.

Ioannides D. and Petersen T., 2003, Tourism 'non-entrepreneurship' in peripheral destinations: A case study of small and medium tourism enterprises on Bornholm, Denmark, *Tourism Geographies* vol.5, pp. 408-435

Jaworski, A., & Lawson, S., 2005, Discourse of Polish agritourism: global, local, pragmatic. In A. Jaworski, & A. Pritchard (Eds.), *Discourse, communication, and tourism* (pp. 123–149). Clevedon: Channel View Publications.

Kizos, T., & Iosifides, T., 2007, The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12, 59–77

Koutsou, S., 2000, Women's agrotouristic cooperatives: difficulties to link them to local development. Paper presented at the 6th Pan-Hellenic congress of agricultural economy, Thessaloniki-Greece, 24–25 November 2000 (in Greek).

MacCannell, D., 1973, Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, 79, 589–603.

Marques, H., 2006, Searching for complementarities between agriculture and tourism – the demarcated wine-producing regions of northern Portugal. *Tourism Economics*, 12, 147–155.

McElwee, G., 2006, Farmers as Entrepreneurs: Developing Competitive Skills, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11 (3), pp. 187-206.

McGehee, N. G., & Kim, K., 2004, Motivation for agri-tourism entrepreneurship, *Journal of Travel Research*, 43, 161–170

McIntosh, A. J., & Bonnemann, S. M., 2006, Willing workers on organic farms (WWOOF): the alternative farm stay experience? *Journal of Sustainable Tourism*, 14, 82–99.

McKercher B. and Robbins B., 1998, Business Development Issues Affecting Nature-Based Tourism Operators in Australia, *Journal of Sustainable Tourism* vol. 6, pp.173–188

McNally, S., 2001, Farm diversification in England and Wales—What can we learn from the farm business survey? *Journal of Rural Studies*, 17(2), 247–257.

Meert, H., Van Huylenbroeck, G., Vernimmen, T., Bourgeois, M. and Van Hecke, E., 2005, Farm Household Survival Strategies and Diversification on Marginal Farms, *Journal of Rural Studies*, 21 (1), pp. 81-97.

Morrison Alastair, 1999, Τουριστικό και Ταξιδιωτικό Μάρκετινγκ, Έλλην, Αθήνα.

Muhcina Silvia, 2008, Some considerations on the agritourism product's quality, *IndexCopernicus Journal Abstract*, 10 pp. 64-69

Nickerson, N., Black, R., & McCool, S., 2001, Agritourism: Motivations behind farm/ranch business diversification. *Journal of Travel Research*, 40(1), 19–26.

Ollenburg, C., 2006, Farm tourism in Australia: a family Business and rural studies perspective Doctor of Philosophy Christian-Albrechts University of Keil (Germany) and Griffith University (Australia)

Ollenburg, C., & Buckley, R., 2007, Stated economic and social motivations of farm tourism operators. *Journal of Travel Research*, 45(4), 444–452.

Oppermann, M., 1996, Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23, 86–102

O'Toole, K. and Macgarvey, A., 2003, Rural women and local economic development in south-west Victoria". *Journal of Rural Studies*, 19: 173– 186.

Papagaroufali, E., 1994, Women's cooperatives in rural Greece: an alternative form of work against unemployment" in Nicolaou-Smokoviti, L., Széll, G. *Women's Cooperatives and their Contribution to the Local Development* 41 (eds) Participation, organizational effectiveness and quality of work life in the year 2000, Peter Lang. Frankfurt am Main: 193–199.

Pettersen, L.T. and Solbakken, H., 1998, Empowerment as a strategy for change for farm women in western industrialized countries". *Sociologia Ruralis*, 38 (3): 318–330.

Phelan C., Sharpley R., 2010, Agritourism and the farmer as rural entrepreneur: a UK analysis, Paper presented at the 'NeXT Tourism Entrepreneurship Conference', Wilfrid Laurier University, Waterloo, Ontario, Canada, 26th-27th April 2010.

Phillip S., Hunter C., Blackstock K., 2009, A typology for defining agritourism, *Tourism Management*, 31, 754–758

Przezborska L., 2005, in Roberts L., Hall D. and Mitchell M. (2005) *New Directions in Rural Tourism*, Ashgate Publishing Limited, England

Richards, S. T. and Bulkley, S. L., 2007, *Agricultural Entrepreneurs: The First and the Forgotten?* (Washington D.C: Hudson Institute Center for Employment Policy).

Roberts I. and Hall D., 2001, *Rural tourism and recreation: principles to practice*, Cabi publishing, London

Robinson P.B. and Sexton E.A., 1994, The effect of education and experience on self-employment success, *Journal of Business Venturing* , vol. 9, pp.141– 156.

Robinson G., 2004, *Geographies of agriculture: Globalisation, restructuring and sustainability*. Harlow: Pearson Education Limited.

Sachs, C., 1996, *Gendered fields: Rural women, agriculture and environment*. Oxford: Westview Press.

Sharpley R. 1996, *Tourism and leisure in the countryside* (2<sup>nd</sup> ed.) EML Publications, Huntington

Sharpley R. and Sharpley J.,1997, *Rural tourism. an introduction*, International Thomson Business Press, London

Sharpley, R. and Vass, A., 2006, Tourism, Farming and Diversification: An Attitudinal Study, *Tourism Management*, 27 (5), pp. 1040-1052.

Sonnino, R. ,2004, For a 'Piece of Bread'? Interpreting sustainable development through agritourism in Southern Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 44, 285–300.

Sznajder, M., Przezborska, L., & Scrimgeour, F. (2009). *Agritourism*. Oxfordshire, UK: CABI.



Thibal, S., 1988, Rural Tourism in Europe. Strasbourg: Council of Europe.

Tsartas, P. and Thanopoulou, M., 1994, Women's agrotouristic cooperatives in Greece. Athens: Mediterranean Women's Studies Institute (in Greek).

Turner, M., Winter, D., Barr, D., Fogerty, M., Errington, A., Lobley, M., et al., 2003, Farm Diversification Activities 2002: Benchmarking Study (Final Report by the Universities of Exeter and Plymouth to Defra. CRR Research Report 4). Exeter, UK: University of Exeter. Retrieved October 23, 2009, from <http://statistics.defra.gov.uk/esg/reports/farmdiv/default.asp>

Vakoufaris H., Kizos T., Spilanis I., Koulouri M., Zacharaki A., 2007, Women's Cooperatives and their Contribution to the Local Development of the North Aegean Region, Greece, Journal of Rural Cooperation, 35(1) 2007:19–41

Ventura, F., 1994, Women in Italian Agriculture: New Roles, New Problems in Plas L. van der and Fonte, M. (eds.) Rural Gender Studies in Europe. The Netherlands: Van Gorcum. pp. 80-90.

Wall, G., 2000, Agrotourism In J. Jafari (Ed.) Encyclopaedia of tourism (pp. 14–15) London: Routledge.

Walford, N., 2001, Patterns of development in tourist accommodation enterprises on farms in England and Wales. Applied Geography, 21, 331–345.

Wilson S., Fessenmaier D., Fessenmaier J., and Van Es J., 2001, Factors for Success in Rural Tourism Development, Travel and Tourism Research Association, vol.40, pp. 132-138

Woods, M., 2005, Rural Geography: Processes, Responses and Experiences in Rural Restructuring (London: Sage).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ

#### 3.1 Ο αγροτουρισμός στον ευρωπαϊκό χώρο

Η έννοια του αγροτουρισμού εμφανίστηκε στην Ευρώπη τη δεκαετία του 80' και σε διάστημα τριάντα χρόνων διπλασιάστηκαν τα αγροκτήματα που συμμετέχουν σε ανάλογες δραστηριότητες σε χώρες όπως η Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία. Ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 90', 12 ευρωπαϊκές χώρες (Βέλγιο, Δανία, Ελλάδα, Ολλανδία, Πορτογαλία, Ισπανία, Ιρλανδία, Μεγάλη Βρετανία, Ιταλία, Αυστρία, Γαλλία και Γερμανία) είχαν περισσότερες από 100.000 αγροτικές επιχειρήσεις που ασχολούνταν με διάφορες τουριστικές δραστηριότητες. Σήμερα ο αριθμός των αγροτουριστικών μονάδων στην Ευρώπη υπερβαίνει τις 600.000, γεγονός που οφείλεται στη θετική στάση της πλειονότητας των ευρωπαϊκών χωρών απέναντι στην ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού (Gopal, Varma, Gopinathan 2008).

Ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε στην Ευρώπη ως μια μορφή τουρισμού στις αγροτικές περιοχές, η οποία περιλαμβάνει έναν κύκλο δραστηριοτήτων, παροχής υπηρεσιών και ευκαιριών αναψυχής και πολιτισμού. Στόχος του αγροτουρισμού, όπως ορίζεται από την ευρωπαϊκή αγροτική πολιτική, είναι να συμβάλει στην αντιστροφή του κλίματος εγκατάλειψης της υπαίθρου, ιδιαίτερα λόγω της συρρίκνωσης της γεωργίας, και να δημιουργήσει ευνοϊκές συνθήκες για την ανάπτυξη νέων οικονομικών δραστηριοτήτων (Aggelopoulos, Kamenidou, Pavlouidi 2008). Οι διαδικασίες αυτές προκύπτουν μέσω της κινητοποίησης των τοπικών πόρων (ανθρώπινων, φυσικών, οικονομικών) καθώς και από μια συνολική διαδικασία σχεδιασμού (Anthoroulou, Iakovidou, Koutsouris, Spilanis 1998). Σε μια προσπάθεια να ενθαρρύνει και να ενισχύσει την ιδιωτική πρωτοβουλία, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει εισάγει διάφορες πολιτικές και προγράμματα (Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα, 1ο και 2ο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, LEADER<sup>2</sup> I 1991-1994, LEADER II 1994-1999, LEADER+ 2000-2006). Τα προγράμματα αυτά αποτέλεσαν μια ευκαιρία για τις τοπικές κοινωνίες, να σχεδιάσουν και να επιλέξουν οι ίδιες τον τρόπο και τη «διαδρομή» ανάπτυξή τους, συμβάλλοντας παράλληλα καταλυτικά στην ενεργοποίηση του τοπικού πληθυσμού.

---

<sup>2</sup> "Liaisons Entre Actions pour le Développement de l'Economie Rurale", Δεσμοί μεταξύ δράσεων για την ανάπτυξη της αγροτικής οικονομίας

Ορισμένες μορφές αγροτουριστικών επιχειρήσεων που απαντώνται σε χώρες της ΕΕ και αντιπροσωπεύουν έναν αυθεντικό υπαίθριο και αγροτικό τουρισμό είναι: Bed & Breakfast ή Self-Catering σε ιδιωτικές κατοικίες και αγροκτήματα, μικρά οικογενειακά αγροτικά ξενοδοχεία και ξενώνες, σπιτικά γεύματα, ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού κλπ (European Federation of Farm and Village Tourism). Σήμερα, ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι του τουρισμού στην Ευρώπη, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από το ότι στην ευρωπαϊκή ύπαιθρο εκτιμάται ότι υπάρχουν περισσότερες από 3.600.000 κλίνες σε αγροτουριστικά καταλύματα. Τα έσοδα που υπολογίζεται ότι προκύπτουν από τη διανυκτέρευση σε αγροτουριστικούς προορισμούς ανέρχονται σε 12.000 εκατομμύρια ευρώ ετησίως, ενώ αν συνυπολογισθεί και η προστιθέμενη αξία στην περιοχή και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, το ποσό αυτό ανέρχεται στα 26.000 εκατομμύρια ευρώ. Αν σε αυτά προστεθούν και τα έσοδα από τις ημερήσιες εκδρομές στην ύπαιθρο το ποσό εκτιμάται ότι ανέρχεται σε 65.000 εκατομμύρια ευρώ (European Federation of Farm and Village Tourism).

Αξίζει να αναφέρουμε ότι στο μέλλον, αναμένεται ότι η διεύρυνση της ΕΕ θα αποτελέσει καταλύτη για τις διαδικασίες των αγροτικών αλλαγών, της οικονομικής και τουριστικής ανάπτυξης. Για τον τουρισμό αποτελούν πρόκληση οι μεταβαλλόμενες ευκαιρίες της αγοράς, όπως για παράδειγμα, το να συνεχίσει να ικανοποιεί την αύξησης της ζήτησης των επισκεπτών στα πλαίσια μιας διευρυμένης Ευρωπαϊκής Ένωσης. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι ο αριθμός των εγγεγραμμένων αγροτικών επιχειρήσεων που ασχολούνται με τον τουρισμό χρησιμοποιείται και ως απεικόνιση της τάσης αύξησης του αγροτικού τουρισμού (Petrić 2003). Ειδικότερα, διάφοροι φορείς του τουρισμού αναμένεται να προσαρμοστούν σε αυτές τις προκλήσεις και να εξελίξουν διαφορετικές στρατηγικές για την αξιοποίηση των ευκαιριών της αγοράς (Hegarty, Przezborska 2005).

Όπως είναι φυσικό ο αγροτουρισμός δεν εφαρμόζεται παντού με τον ίδιο τρόπο, λόγος για τον οποίο και υπάρχει μεγάλη διαφοροποίηση στα στοιχεία που σχετίζονται με αυτόν. Στη συνέχεια θα αναφερθούμε εκτενέστερα στην εικόνα που παρουσιάζει ο αγροτουρισμός σε πέντε ευρωπαϊκές χώρες, καθώς και στις ΗΠΑ, την Κίνα, τη Νότιο Αφρική και την Αυστραλία, προκειμένου να σχηματίσουμε μια σφαιρική αντίληψη της τουριστικής αυτής τάσης σε διεθνές επίπεδο.

### 3.1.1 Γερμανία

Ο αγροτουρισμός έχει μακρά παράδοση στην Γερμανία ξεκινώντας πριν από 150 χρόνια, όταν εμφανίστηκε η ανάγκη για διακοπές σε αγροτικές περιοχές για τους κατοίκους των βιομηχανικά αναπτυσσόμενων πόλεων (Δαράκης, 2009). Το 1965 δύο βασικοί οργανισμοί η Γερμανική Εταιρεία Γεωργίας (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft- DLG), και τα Γεωργικά Μέσα Ενημέρωσης (Information Medien Agrar-IMA) εκπροσωπώντας τα ενδιαφέροντα των αγροτών συγκέντρωσαν τις διευθύνσεις όλων όσων επιθυμούσαν να φιλοξενήσουν τουρίστες στις αγροικίες τους, με αποτέλεσμα να ξεκινήσει η παραμονή των αστών σε αγροτικές περιοχές και συγκεκριμένα σε χωριά. Στις αρχές της δεκαετίας του 70' ο αγροτικός και πιο συγκεκριμένα ο τουρισμός της φάρμας έτυχε μεγάλου ενδιαφέροντος, κυρίως λόγω πρωτοβουλίας του Υπουργείου Γεωργίας και Δασοκομίας, ενώ το 1980 ξεκίνησε ένα σχέδιο ανάπτυξης το οποίο κάλυπτε έκταση από τη Βόρεια Θάλασσα έως τις Άλπεις και προέβλεπε την κατασκευή 2.000 εξοχικών κατοικιών (Petrisor-Mateuț, 2008).

Σήμερα, οι μορφές καταλυμάτων που προσφέρει ο γερμανικός αγροτουρισμός πέρα από τα συνηθισμένα σπίτια αγροτών είναι: αγροικίες ή κάμπινγκ δίπλα σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις, διαμερίσματα ή δωμάτια σε αγροικίες μέσα σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις και μικρά σπιτάκια δίπλα ή μέσα σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις. Όσοι επιλέξουν μία από τις 3000 αγροτουριστικές μονάδες που βρίσκονται στον Οδηγό Αγροτικής Φιλοξενίας (Rural Hospitality Guide), μπορούν να απολαύσουν πέρα από τις υπηρεσίες διαμονής και εστίασης, δραστηριότητες όπως ιππασία, ψάρεμα, ποδηλασία, επισκέψεις σε εργαστήρια χειροτεχνίας κ.α. (Συνοδινού, 2008).

Η σημαντικότερη ένωση αγροτικού τουρισμού στη Γερμανία είναι η "Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland», η οποία αριθμεί περίπου 20.000 μέλη και αναλαμβάνει ενεργό ρόλο στο μάρκετινγκ αγροτικών και αγροτουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Η Γερμανική Εταιρεία Γεωργίας (DLG) αποτελεί επίσης σημαντικό φορέα προώθησης του αγροτικού τουρισμού, έχοντας καταγεγραμμένα περίπου 900 καταλύματα που προσφέρουν διακοπές σε αγρόκτημα. Η DLG, μεταξύ άλλων, ανέπτυξε ένα σύστημα πιστοποίησης της ποιότητας, θεσπίζοντας πρότυπα τα οποία διαφοροποιούνται ανάλογα με το είδος των καταλυμάτων του αγροτικού τουρισμού. Αυτό το σύστημα τυποποίησης αναγνωρίζεται ευρέως τόσο μεταξύ των αγροτικών τουριστικών επιχειρήσεων όσο και μεταξύ των τουριστών. Τέλος, μόνο 138 αγροτικές τουριστικές επιχειρήσεις είναι εγγεγραμμένες στο Ευρωπαϊκό Κέντρο Οικολογικής Γεωργίας και Τουρισμού - ECEAT

(European Centre for Ecological Agriculture and Tourism). Πρόκειται για μια αρκετά μικρή ένωση σε σύγκριση με τις οργανώσεις που αναφέρονται παραπάνω, η οποία είναι ανοικτή σε αγροκτήματα με επίσημα πιστοποιημένη βιολογική δράση, τα οποία οφείλουν να πληρούν παράλληλα μια σειρά από κριτήρια βιωσιμότητας (Lund-Durlacher, Zeppenfeld, 2006).

Όσο αφορά την κρατική συνεισφορά, στη Γερμανία διατίθεται οικονομική ενίσχυση για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού μέσα στα πλαίσια των προγραμμάτων ανανέωσης των οικισμών και της περιφερειακής ανάπτυξης. Υπάρχουν αρμόδια σώματα και υπηρεσίες τα οποία δίνουν ιδιαίτερη σημασία σε ότι αφορά την τουριστική εκμετάλλευση ορισμένων αγροτικών περιοχών, όπου υπάρχουν χωριά και καλώς διατηρημένα αγροκτήματα, ενώ παράλληλα υπάρχει και ένα εθνικό σχέδιο δράσης, το «Διακοπές σε Αγρόκτημα», σύμφωνα με το οποίο το κράτος προσφέρει στους αγρότες ειδικά δάνεια για την εξασφάλιση των κατάλληλων συνθηκών για τους τουρίστες. Γενικότερα, στη Γερμανία τα οικονομικά κίνητρα που στοχεύουν στην αγροτική τουριστική ανάπτυξη προσφέρονται από διαφορετικούς οργανισμούς ανάλογα με τις περιοχές (Ιωακειμίδης, 2009). Συνήθως πρόκειται για την εθνική ή τις περιφερειακές κυβερνήσεις, οι οποίες αναλαμβάνουν να χρηματοδοτήσουν τα αντίστοιχα σχέδια (Petrić, 2003, Παρταλίδου 2005). Συγκεκριμένα, η Bayern χρηματοδοτείται από την εθνική κυβέρνηση, οι Niedersachsen και Baden Wurtemberg από τις αντίστοιχες περιφερειακές και οι Rheinland Pfalz και Schleswig- Holstein από τις περιφερειακές κυβερνήσεις άλλα και από άλλα κονδύλια (Gopal, Varma, Gorinathan 2008).

Ο αγροτικός τουρισμός αν και αποτελεί μια σχετικά μικρή αγορά, διαδραματίζει έναν ολοένα και αυξανόμενο ρόλο στη γερμανική τουριστική βιομηχανία. Το γεγονός αυτό γίνεται αντιληπτό εάν λάβουμε υπόψη ότι μεταξύ του 1991 και του 2000 ο κύκλος εργασιών του αγροτικού τουρισμού υπερδιπλασιάστηκε, ξεπερνώντας το ένα δισεκατομμύριο ευρώ το 2000. Το 2003 περίπου 25.000 αγρότες προσέφεραν τη δυνατότητα διακοπών σε αγρόκτημα. Την ίδια χρονιά 5% του συνόλου των Γερμανών τουριστών επέλεξε το αγρόκτημα ως μορφή καταλύματος, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 3,3 εκατομμύρια παραθεριστές. Αντιστοίχως το 19,4% του συνόλου των γερμανών αγροτών είχαν ένα επιπλέον εισόδημα μέσω της παροχής κάποιου είδους αγροτουριστικών υπηρεσιών (ορισμένοι εκ των οποίων χωρίς να προσφέρουν υπηρεσίες διαμονής) (Ecological Agrarian Tourism).

Τέλος, αξίζει να σημειώσουμε ότι σε αντίθεση με άλλες χώρες, ο αγροτουρισμός στη Γερμανία δεν ασκείται με σκοπό την προσαύξηση του εισοδήματος των αγροτών, ούτε τη συγκράτηση του πληθυσμού στον αγροτικό χώρο και στην ύπαιθρο, αλλά ασκείται ως μια καθαρά εμπορική εκμετάλλευση (Συνοδινού, 2008). Ήδη από το 2008 ο αγροτουρισμός ασκείται σε περισσότερες από τα 2/3 των αγροτικών περιοχών της χώρας, ενώ τα γερμανικά αγροκτήματα ενδιαφέρονται ιδιαίτερα να επενδύσουν και να αφιερωθούν σε αυτή τη δραστηριότητα. (Petrisor-Mateuț, 2008).

### **3.1.2 Αυστρία**

Η Αυστρία είναι μια από τις πρωτοπόρες χώρες της Ευρώπης στον αγροτουρισμό, καθώς διαθέτει μια μακρά παράδοση, η αρχή της οποίας τοποθετείται στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα. Ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε κατά κύριο λόγο στην Αυστρία για την υποστήριξη της γεωργίας και την αποφυγή του φαινομένου της εγκατάλειψης της υπαίθρου. Αν και υπήρχε ήδη μια μορφή δικτύου αγροτουρισμού για περισσότερα από 100 χρόνια, το 1964 αναπτύσσεται ένα νέο οργανωμένο δίκτυο, ενώ το 1971 ιδρύθηκε ο πρώτος οργανισμός αγροτουρισμού. Τη δεκαετία του 60' οι αγροτουριστικές δραστηριότητες που αναπτύχθηκαν έκαναν χρήση των κενών αγροτικών κτιρίων, ενώ από τη δεκαετία του 80' μέχρι και σήμερα η τάση που επικρατεί είναι η βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών. Το 1989, η Αυστρία γιόρτασε τα 100 χρόνια αγροτουριστικής δραστηριότητας, η οποία αποτελεί πλέον παράδοση και στοιχείο υπερηφάνειας των κατοίκων (Rural Tourism International).

Τα τελευταία 25 χρόνια αυξήθηκε το ενδιαφέρον για αγροτικό τουρισμό, λόγω της ανάγκης εξεύρεσης συμπληρωματικής πηγής εσόδων για τους κατοίκους των χωριών. Οι χωρικοί είχαν πρόσβαση σε πιστώσεις για επενδύσεις στο γεωργικό τομέα, οι οποίες που προβλέπονταν από το κρατικό πρόγραμμα (Green Plan), προκειμένου να εκσυγχρονίσουν και να επεκτείνουν τα σπίτια τους. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα τη χορήγηση μακροπρόθεσμων δανείων (15 ετών) με χαμηλό επιτόκιο (3-5%) (Petrisor-Mateuț, 2008). Πολλοί ιδιοκτήτες φάρμας που αποφάσισαν να συμμετάσχουν στον τουρισμό, τώρα εξαρτώνται απ' αυτόν για να διατηρήσουν τη γεωργική τους παραγωγή, καθώς ένα μερίδιο της τάξης του 50% από το μεικτό τους εισόδημα προέρχεται από τον τουρισμό. Η οικονομική βοήθεια (άτοκα δάνεια σε νέους επενδυτές, φορολογικά επιδόματα, επιχορηγήσεις κλπ) από το κράτος είναι ουσιαστικής σημασίας για τους αγρότες (Petrić, 2003, Παρταλίδου 2005), για να μπορέσουν να προμηθευτούν υλικά και να προσλάβουν προσωπικό. Το 1997, 28.000 φάρμες δηλαδή το 10% του συνόλου των αγροκτημάτων στην Αυστρία προσέφερε

αγροτουριστικές υπηρεσίες. Σήμερα υπολογίζεται ότι ένα στα τρία νοικοκυριά ασχολείται με τον αγροτουρισμό, με τις οικογενειακές επιχειρήσεις να αποτελούν ένα μεγάλο μέρος των μονάδων.

Στην Αυστρία, την τελευταία δεκαετία έχουν εμφανιστεί δύο μορφές αγροτουρισμού από την πλευρά της προσφοράς: τα «τουριστικά χωριά αναψυχής» και τα «θέρετρα ξεκούρασης». Τα τουριστικά χωριά αναψυχής, έχουν ένα κυρίαρχο ρούστικ χαρακτήρα, όπου οι τουρίστες μπορούν να περάσουν τις διακοπές τους απομονωμένα και με ηρεμία, και την ίδια στιγμή να γνωρίσουν τα έθιμα και το λαογραφικό πλούτο της περιοχής. Για να αναγνωριστεί μια τοποθεσία ως τουριστικό χωριό, είναι απαραίτητο να πληρεί τις ακόλουθες προϋποθέσεις: ο οικισμός να είναι απομονωμένος, να βρίσκεται σε γραφική περιοχή μακριά από αστικά κέντρα, καθώς και οδικούς ή σιδηροδρομικούς άξονες, η θέση του να ταιριάζει με το μέγεθος και τη δομή του τοπικού πληθυσμού και να έχει τη μορφή χωριού. Για τα καταλύματα των επισκεπτών είναι προτιμότερες μονάδες μέτριου μεγέθους, η αρχιτεκτονική των οποίων είναι σε αρμονία με το στυλ της περιοχής.

Τα καταλύματα γενικότερα χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες ανάλογα με το επίπεδο της φάρμας, των υπηρεσιών, της διαχείρισης των αποβλήτων, των παρεχόμενων ευκολιών και του εξοπλισμού. Μια επιτροπή αναλαμβάνει την αξιολόγηση και την κατηγοριοποίηση των καταλυμάτων στο ανάλογο επίπεδο, γεγονός που έχει διάρκεια δύο χρόνια (Αποστολόπουλος, Γιάγκου 2005, Cyprus Tourism Organization). Μια διαφορετική, επιπρόσθετη κατηγοριοποίηση των καταλυμάτων ακολουθείται από τα μέλη της οργάνωσης «Διακοπές στο Αγρόκτημα» (Urlaub am Bauernhof) (πίνακας 3.1), η οποία γίνεται με βάση την εξειδίκευση τους (Ευεξία & Υγεία, Μωρά και Παιδιά, Άτομα με Ειδικές Ανάγκες, Αγροκτήματα με αμπέλια, Αγροκτήματα με στάβλους κ.α).

Ως προς τις προσφερόμενες υπηρεσίες, παρέχονται από τους αγρότες διάφορες πολιτιστικές δραστηριότητες και δραστηριότητες αναψυχής (ιππασία, παραγωγή ψωμιού, ύφανση, κλπ.). Γενικότερα, το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι πολύ υψηλό, με άριστη προσφορά υπηρεσιών ύπνου και διατροφής και άριστη διαχείριση και προβολή των αγροτουριστικών προϊόντων. Αυτό έχει σαν συνέπεια η Αυστρία να καλύπτει την αγροτουριστική ζήτηση της χώρας αλλά και τις ανάγκες των επισκεπτών/τουριστών άλλων χωρών (Συνοδινού, 2008). Άλλωστε η μεγάλη παράδοση της χώρας στον αγροτουρισμό, το ποικίλο σκηνικό, η πλούσια κληρονομιά και η ευνοϊκή γεωγραφική της θέση, της δίνουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη

σφαίρα του τουρισμού. Επιπλέον η Αυστρία διαθέτει φυσικά χαρακτηριστικά και κλίμα που ευνοούν την ολόχρονη τουριστική προσέλευση, ενώ το γεγονός ότι σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες είναι πολύ οργανωμένη όσο αφορά την προώθηση των αγροτουριστικών υπηρεσιών, αιτιολογεί τη συνεχή αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς αυτή. Τέλος, δεδομένου ότι το 40% του πληθυσμού της Αυστρίας ζει σε αγροτικές περιοχές, καθιστά τον αγροτουρισμό σημαντικό στοιχείο της αγροτουριστικής βιομηχανίας (Αυγούστα, 2005).

### Πίνακας 3.1

#### Προεπισκόπηση της οργάνωσης *Urlaub am Bauernhof*

<b>Urlaub am Bauernhof</b>
✓ Ιδρύθηκε το 1991 και έχει μορφή εθελοντικής ένωσης
✓ Περιλαμβάνει 2.800 εταιρείες-μέλη
✓ Διαθέτει 8 περιφερειακές μονάδες που επικοινωνούν και συνεργάζονται σε ομοσπονδιακό επίπεδο.
✓ Απασχολεί 30 υπαλλήλους και πληθώρα εθελοντών
✓ Προωθεί αγροκτήματα που υποβάλλονται σε ελέγχους ποιότητας
✓ Εκδίδει το έμβλημα «Beim Bauern Gastquot zu» (για παράδειγμα: ένα αγρόκτημα πρέπει να προτείνει τουλάχιστον τρία σπιτικά προϊόντα, που να καλλιεργούνται στο αγρόκτημα)
✓ Συνεργάζεται στενά με ισχυρούς εταίρους από τους κλάδους του τουρισμού και της γεωργίας.

Πηγή: Farm Holidays – Austria: <http://www.urlaubambauernhof.at>

#### 3.1.3 Γαλλία

Η Γαλλία αποτελεί μια χώρα με μακρά παράδοση στην οργάνωση και προώθηση του αγροτουρισμού σε ευρεία κλίμακα. Η εμπειρία της Γαλλίας στον αγροτουρισμό είναι από τις σημαντικότερες στον ευρωπαϊκό χώρο, καθώς τοποθετείται χρονικά πριν από τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο. Η επίσημη ανάπτυξη του ξεκίνησε τη δεκαετία του 50' και συγκεκριμένα το 1952, όταν αρχίζει να εφαρμόζεται η πολιτική του «πράσινου τουρισμού» (Συνοδινού, 2008) και παράλληλα ιδρύεται η οργάνωση Γεωργία και Τουρισμός (Agriculture et Tourisme) με σκοπό την ενημέρωση και την κατάρτιση των αγροτών που ήθελαν να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό. Οι ιδιοκτήτες των αγροτουριστικών καταλυμάτων οργάνωθηκαν κατά περιφέρειες σε Ενώσεις, που με τη σειρά τους δημιούργησαν το 1955 την Εθνική Ομοσπονδία Καταλυμάτων (Fédération Nationale des Gîtes de France et du Tourisme Vert), η οποία ασχολείται με το



σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την προώθηση του αγροτουρισμού. Η Ομοσπονδία καλύπτει 37.000 τοποθεσίες και είναι υπεύθυνη για τον έλεγχο, την κατοχύρωση και την πραγματοποίηση κρατήσεων των αγροτικών σπιτιών.

Το 1970 διαμορφώθηκε ο Υπαίθριος Τουρισμός (Tourisme en space rural- TER), ο οποίος περιελάμβανε 4.000 τουριστικά χωριά διάσπαρτα σε 80 τμήματα (2008-agrotourism). Επιπλέον, σε διάστημα 13 χρόνων (από το 1988 έως το 2001) ο αριθμός των αγροτών που διαφοροποίησαν τις δραστηριότητές τους (κυρίως μέσω του αγροτουρισμού) αυξήθηκε κατά 12%, ενώ στη συνέχεια διατηρήθηκε σε σταθερά επίπεδα. Εξάριση αποτελεί το δίκτυο «Bienvenue à la ferme » που δημιουργήθηκε πριν από 20 χρόνια και μετρά πλέον 6.020 αγρότες (πίνακας 3.2).

Σύμφωνα με το γαλλικό υπόδειγμα το αγρόκτημα, με την κατοικία του αγρότη και τις λοιπές κτιριακές εγκαταστάσεις, εκτείνεται κατά μήκος ενός ποταμού ή μιας οδικής αρτηρίας. Έτσι, το αγρόκτημα έχει τη μορφή στενής και μακριάς λωρίδας γης. Η χωροταξική διάταξη των αγροκτημάτων αυτών ασκεί ευνοϊκή επίδραση στην κοινότητα, καθώς οι αγρότες βρίσκονται πιο κοντά ο ένας στον άλλον και έχουν πιο συχνή επικοινωνία. Το μοντέλο αυτό συναντάται τόσο στη Γαλλία όσο και σε πολλές πρώην αποικίες της. (Τομαράς, Λάγος, 2007).

**Πίνακας 3.2**

**Χαρακτηριστικά μεγέθη της οργάνωσης «Bienvenue à la ferme»**

<b>Bienvenue à la ferme</b>
✓ 6.020 αγρότες σε όλη τη Γαλλία (μητροπολιτική Γαλλία και τα υπερπόντια εδάφη)
✓ 120 εργαζόμενοι
✓ 4 βασικές θεματικές ενότητες: γαστρονομία, ψυχαγωγία, στέγαση και υπηρεσίες
✓ 16 δραστηριότητες σε 218 φάρμες αλόγων, 544 αγροκτήματα, 366 αγροκτήματα εκπαιδευτικού χαρακτήρα, 97 μέρη για διακοπές παιδιών, 8 καλύβες, 402 ξενώνες, 3.238 σημεία πώλησης, 105 κατασκηνώσεις, 692 σπίτια και πολλά άλλα....

Πηγή: Network - Ministry of Agriculture and Natural Resources of France

<http://www.bienvenue-a-la-ferme.com>

Ειδικότερα, οι πιο σημαντικοί τύποι καταλυμάτων στη Γαλλία είναι: (Λογοθέτης 1988, Tyler 1996, Κάλδης 2000):

- Ανεξάρτητα καταλύματα επιπλωμένα κοντά σε κάποιο αγρόκτημα ή χωριό.
- Καταλύματα προσαρμοσμένα για παιδιά σε οικογενειακό περιβάλλον
- Κατασκήνωση σε αγρόκτημα
- Καταλύματα διανυκτέρευσης διερχομένων (πεζοπόροι, αθλητές κλπ)
- Κατοικίες αγροτών: α) μέσα σε οικισμούς, όπου προσφέρεται διαμονή και πρωινό, β) μέσα σε αγροκτήματα, όπου προσφέρεται διαμονή και πρωινό αλλά και δυνατότητες άθλησης, όπως π.χ. ποδηλασία, ιππασία κ.λπ.,

Μεταξύ των παραγόντων που συνέβαλλαν στην ταχεία ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη Γαλλία είναι τα ελκυστικά τοπία, η τοπική ιστορία, οι τοπικές παραδόσεις και κυρίως, τα συντελεσθέντα έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής, γεγονός που για πολλές δεκαετίες έχουν επιδράσει καταλυτικά στην προσέλκυση τουριστών από γειτονικές χώρες, όπως η Ισπανία και το Βέλγιο κ.ά. (Συνοδινού, 2008). Σημαντική υπήρξε και η συμβολή του κράτους στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού, καθώς ένα σύνολο φορέων από την κεντρική και τις περιφερειακές κυβερνήσεις έως τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης έδωσαν κίνητρα στους νέους επιχειρηματίες στις αγροτικές περιοχές. Επίσης, παρείχαν επαγγελματική βοήθεια στις δραστηριότητες μάρκετινγκ και στην σύνταξη μελετών σκοπιμότητας (Petrić 2003, Παρταλίδου 2005). Πέρα από την έμμεση, υπήρξε και άμεση ανάμειξη του κράτους με τον αγροτουρισμό, καθώς ανέλαβε την κατασκευή εξοχικών κατοικιών ή την αποκατάσταση και τον εκσυγχρονισμό των υφισταμένων. Αυτή η δράση είναι τυπική για τη Γαλλία και υποστηρίζεται από τις τοπικές αρχές. Έτσι, πολλά εγκαταλειμμένα σπίτια επαναπροσδιορίστηκαν σε μια αγροτουριστική περιοχή με τη μετατροπή τους σε σύγχρονες αγροτουριστικές μονάδες, οι οποίες ενοικιάζονται σε τουρίστες σε διάφορες περιόδους, με την καταβολή παράλληλα στην κοινότητα ένα τέλους παραμονής (Petrişor-Mateuţ, 2008).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της γεωργικής απογραφής του 2005, περίπου 100.000 αγροκτήματα (18%) πωλούν άμεσα προϊόντα και πάνω από 17.700 (3%) σχετίζονται με την τουριστική δραστηριότητα (τα δύο τρίτα προσφέρουν διαμονή και το 16% δραστηριότητες αναψυχής). Όσο αφορά τις παροχές των αγροτουριστικών αγροκτημάτων: το 69% παρέχει υπηρεσίες διαμονής, το 16% προσφέρει υπηρεσίες εστίασης, το 3,9% προσφέρει τη δυνατότητα συμμετοχής σε δραστηριότητες

χειροτεχνίας και το 29% προσφέρει τη δυνατότητα συμμετοχής σε άλλες δραστηριότητες. Η πλειονότητα των αγροτουριστικών μονάδων της Γαλλίας εντοπίζεται στις περιοχές της Μεσογείου, στην περιοχή γύρω από τα Πυρηναία, στο Massif Central και τις Άλπεις. Άξιος αναφοράς είναι επίσης ο υψηλός βαθμός ανανέωσης των εν λόγω αγροκτημάτων, καθώς μεταξύ αυτών που καταχωρήθηκαν το 1988, το 1/3 εξακολουθούσε να υφίστανται το 1995. Παρ' όλα αυτά σήμερα υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός μονάδων οι οποίες χαρακτηρίζονται από κακοδιαχείριση (Caron S., 2001), ενώ μόνο το 1/3 των αγροτικών καταλυμάτων «Gîtes ruraux» διοικείται από αγρότες.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μείωση του τουρισμού που συνδέεται με αγροκτήματα γεγονός που οφείλεται στη δραματική μείωση του αριθμού των αγροτών, αλλά ταυτόχρονη αύξηση του αγροτικού τουρισμού γενικότερα (Rural Tourism International). Σήμερα αν και ο αγροτικός τουρισμός αντιπροσωπεύει το 36% των συνολικών τουριστικών εσόδων της Γαλλίας (πίνακας 3.3), πρόκειται ουσιαστικά για μια μη εμπορική δραστηριότητα, καθώς το 70% των διανυκτερεύσεων λαμβάνουν χώρα σε εξοχικές κατοικίες με συγγενείς ή φίλους, αφήνοντας ελάχιστο κέρδος. Το χαμηλό ποσοστό στην αγορά των καταλυμάτων που έχουν εμπορικό χαρακτήρα αποκαλύπτει ωστόσο περιθώρια πιθανής προόδου της τουριστικής προσφοράς και συγκεκριμένα των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων.

**Πίνακας 3.3**

**Βασικά μεγέθη του αγροτικού τουρισμού της Γαλλίας**

<b>Ο τουρισμός στις αγροτικές περιοχές (στοιχεία του 2007) :</b>
85% της εθνικής επιφάνειας
35% των εγχώριων τουριστών
50% του εθνικού δυναμικού των καταλυμάτων
20% της τουριστικής κατανάλωσης

Πηγή: Rural Tourism International <http://www.ruraltourisminternational.org/France>

### **3.1.4 Αγγλία**

Ο Αγροτουρισμός στην Αγγλία εμφανίστηκε στα μέσα της δεκαετίας του 70', ενώ στα μέσα της δεκαετίας του '80 παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση του αριθμού των αγροκτημάτων που επέλεξαν να διαφοροποιήσουν τις δραστηριότητες τους. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το 1987 τέθηκε σε ισχύ κρατικό σχέδιο επιχορήγησης της αγροτικής διαφοροποίησης, το οποίο παρείχε χρηματοδοτική συνδρομή σε αγροτικούς

διαχειριστές που επιθυμούσαν να οργανώσουν μια βοηθητική επιχείρηση στο αγρόκτημα τους ή δίπλα σε αυτό (Ιωακείμης, 2009). Το 1991 περίπου το 9,5% του συνόλου των αγροκτημάτων παρείχαν υπηρεσίες διαμονής ή εστίασης και το 2001 το 65% του συνόλου των αγροκτημάτων εμπλέκονταν σε δραστηριότητες μη παραδοσιακά γεωργικές: συγκεκριμένα το 42% των αγροκτημάτων στην Αγγλία και το 34% στην Ουαλία χαρακτηρίζονταν από διαφοροποιημένες δραστηριότητες (σύνολο 14.000 αγροκτήματα) (Rural Tourism International). Σημαντική ώθηση στον αγροτουρισμό έδωσε η αξιοποίηση του προγράμματος Objective 5b της ΕΕ, το οποίο ίσχυσε την περίοδο 1994-1999 και παρείχε οικονομική στήριξη σε 6 αγροτικές περιοχές που είχαν ανάγκη από αναζωογόνηση. Στα πλαίσια αυτού του προγράμματος, οι αγρότες μπορούσαν να αποκτήσουν πρόσβαση σε κεφαλαία για την υλοποίηση νέων αγροτουριστικών σχεδίων και να λάβουν βοήθεια χρηματοοικονομικής φύσης σε ότι αφορούσε ενέργειες μάρκετινγκ ή επαγγελματικής κατάρτισης ( Rural Tourism International).

Το κράτος υπήρξε αρωγός σε αυτήν την προσπάθεια, παρέχοντας ιδιαίτερως ευνοϊκά κίνητρα και βοηθώντας με δάνεια τους αγρότες, καλύπτοντας μέχρι και το 80% της συνολικής δαπάνης των σχετικών αγροτουριστικών επενδύσεων (Συνοδινού, 2008). Επιπλέον, αξιοποίησε ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις παρέχοντας πολυάριθμα τοπικά κίνητρα, με στόχο την ανάπτυξη τοπικών ενώσεων ιδιοκτητών αγροτικών καταλυμάτων (Rural Tourism International). Ο αγροτουρισμός αναδείχθηκε σε σημαντικό παράγοντα της αγροτικής οικονομίας, καθώς σύμφωνα με αποτελέσματα έρευνας (Farm Tourism Market Study 1993) το 63% των αγροτών αναγνώριζαν τα έσοδα που προέρχονται από τον τουρισμό ως ζωτικής σημασίας για τους ίδιους, ενώ παράλληλα πίστευαν ότι θα αυξηθούν στο μέλλον (Rural Tourism International). Σήμερα εξακολουθεί να υπάρχει ισχυρή συμμετοχή των εθνικών και περιφερειακών κυβερνήσεων στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών. Το Τμήμα Περιβάλλοντος, Τροφίμων και Αγροτικών Υποθέσεων (Department for Environment Food and Rural Affairs - DEFRA) εισήγαγε την αποκαλούμενη "Αγροτική Λευκή Βίβλο (Natural Environment White Paper 2011) με διαφορετικά σχέδια ανάπτυξης που συμπεριλαμβάνουν και την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού. Η βοήθεια που παρέχεται περιλαμβάνει προγράμματα εκπαίδευσης - κατάρτισης, επιχορηγήσεις και χρηματοδότηση καινοτόμων δράσεων (DEFRA).

Οι αγρότες από την πλευρά τους, στην προσπάθεια τους να προωθήσουν την αγροτουριστική τους δράση, σχημάτισαν ανεξάρτητους τοπικούς οργανισμούς,

χρηματοδοτούμενους κατά βάση από την ΕΕ. Ο οργανισμός «Farm Stay UK», πρώην «The Farm Holiday Bureau» ο οποίος δημιουργήθηκε τη δεκαετία του 70' από το Υπουργείο Γεωργίας και το Βρετανικό Τουριστικό Συμβούλιο, λειτουργεί υπό νέο καθεστώς από το 1983 και αποτελεί σήμερα το μεγαλύτερο και σπουδαιότερο δίκτυο αγροτουριστικών μονάδων, απαριθμώντας 1200 μέλη, που συντονίζονται από 94 ομάδες σε όλη τη Βρετανία (Rilla, 1998).

Όσο αφορά τη μορφή των αγροτουριστικών καταλύματων που λειτουργούν στην Αγγλία διακρίνονται σε 3 κατηγορίες: (Καλδής κ.α 2000, Λογοθέτης 1998):

- I. **Καταλύματα που προσφέρουν διανυκτέρευση με πρωινό (Bed and breakfast):** συνήθως περιλαμβάνουν ένα υπνοδωμάτιο (πιθανώς με ενσωματωμένο μπάνιο) σε μια αγροικία, όπου παρέχεται πρωινό. Οι τιμές είναι γενικά χαμηλότερες από τις αντίστοιχες των αγροτικών σπιτιών και συχνά απευθύνονται σε οικογένειες με παιδιά, σκυλιά ή άλογα. Είναι επίσης κατάλληλα για άτομα που επιθυμούν να ζήσουν μια αυθεντική αγροτική εμπειρία.
- II. **Καταλύματα όπου οι ενοικιαστές εξυπηρετούνται μόνοι τους (Self catering):** αφορά αγροκτήματα που διαθέτουν υπηρεσίες self service. Οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται σε γεινιάζουσα ή αυτόνομη μονάδα, η οποία είναι συνήθως αναδιαμορφωμένο χοιροστάσιο ή προσαρμοσμένος αχυρώνας. Ο χώρος διαθέτει μια μικρή κουζίνα, χώρο ανάπαυσης και μπάνιο. Η ενοικίαση γίνεται σε εβδομαδιαία βάση (συνήθως από Σάββατο σε Σάββατο) ή για τα Σαββατοκύριακα και η χρέωση είναι συνήθως η ίδια με ένα B&B, χωρίς ωστόσο να περιλαμβάνει πρωινό.
- III. **Κατασκηνώσεις:** αφορά αγροκτήματα ή κατασκηνώσεις που διαθέτουν ξύλινα αγροτόσπιτα. Πρόκειται για πολύ ρουστίκ εγκαταστάσεις που προσφέρουν τη δυνατότητα διαμονής 8 έως 15 ατόμων, διαθέτοντας πλατφόρμες ύπνου και χώρο για μαγείρεμα/φαγητό. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες διαφέρουν από μονάδα σε μονάδα, καθώς υπάρχουν ορισμένες που διαθέτουν εσωτερικό ντους, πλήρως εξοπλισμένη κουζίνα και ηλεκτρικό ρεύμα (πχ οι κοιτώνες Marsden στο Peak District) και άλλες με υπαίθρια ντους ή μπάνιο, ελάχιστο χώρο κουζίνας και χωρίς ηλεκτρικό ρεύμα (όπως πχ η Low Skelgill Farm στο Lake District). Χαρακτηριστικές ομάδες φιλοξενούμενων είναι μεταξύ άλλων: backpackers, πεζοπόροι, ποδηλάτες, οργανωμένες ομάδες όπως πρόσκοποι, οικογένειες ή σχολικές ομάδες. Οι περισσότερες κατασκηνώσεις είναι εγκαταλελειμμένες φάρμες του παρελθόντος με εγκαταστάσεις για ζώα. Οι περισσότερες μονάδες αναπτύχθηκαν ως μέρος ενός ευρύτερου δικτύου κατασκηνώσεων συνήθως εντός των εθνικών συνόρων των

πάρκων. Αξίζει να αναφέρουμε ότι οι αγρότες έλαβαν έως και 17.000 δολάρια για τη μετατροπή των κτηρίων.

Οι κατηγορίες αυτές αξιολογούνται σύμφωνα με ένα σύστημα διαβάθμισης που αποτελείται από κορώνες και κλειδιά, τα οποία αποδίδει το Βρετανικό Συμβούλιο Τουρισμού (Rural Tourism International). Οι κορώνες ισχύουν για το επίπεδο υπηρεσιών των B&B και τα κλειδιά για παρόμοιο επίπεδο σε μονάδες self catering. Ωστόσο αρκετοί ιδιοκτήτες αγροκτημάτων υποστηρίζουν ότι ποτέ δεν θα μπορέσουν να πάρουν μία βαθμολογία πάνω από τρεις κορώνες λόγω της φύσης του αγροκτήματος σε σχέση με τη δομή και λειτουργία ενός ξενοδοχείου (Rilla, 1998).

Στην Αγγλία, είναι τυπικό να επισκεφθεί κανείς ένα αγροτουριστικό αγρόκτημα μόνο για μία ημέρα, χωρίς διανυκτέρευση. Οι επισκέπτες πληρώνουν κάποιο αντίτιμο για την είσοδο, το οποίο περιλαμβάνει ξενάγηση στους χώρους, περιπάτους και επαφή με τα ζώα του αγροκτήματος. Οι επισκέπτες μπορούν να αγγίξουν τα ζώα, να τα αρμέξουν, να γευτούν καθώς και να αγοράσουν τοπικά προϊόντα που προέρχονται από το αγρόκτημα. Υπάρχουν πολλές διαφορετικές υπηρεσίες και εγκαταστάσεις στα αγροκτήματα: εστιατόρια που προσφέρουν τοπικά πιάτα και σπεσιαλιτέ, καφετέριες, αγορές φρούτων, λαχανικών και γενικότερα τοπικών αγροτικών προϊόντων, δυνατότητα συμμετοχής σε τοπικά πολιτιστικά και τοπικά δρώμενα κλπ. Πολλά από αυτά τα αγροκτήματα επικεντρώνονται στα παιδιά, με αποτέλεσμα συχνά να εντοπίζονται παιδικές χαρές (Gajo, 2010).

Σύμφωνα με στοιχεία του Τμήματος Περιβάλλοντος, Τροφίμων και Αγροτικών Υποθέσεων Defra (2003) ο αγγλικός αγροτουρισμός προσελκύει έναν στους τέσσερις τουρίστες (25%), από τους οποίους περίπου το 1/3 είναι αλλοδαποί (μη Βρετανοί), ενώ υπάρχουν πάνω από 30.000 αγροκτήματα, τα οποία προσφέρουν καταλύματα και άλλες δραστηριότητες (Συνοδινού, 2008). Συγκεκριμένα το 23% του συνόλου των αγροκτημάτων παρέχουν κάποιο είδος των εμπορεύσιμων υπηρεσιών αναψυχής, όπως ψάρεμα, πεζοπορία σε μονοπάτια της φύσης, χώροι για πικ νικ κλπ., ενώ το 24% των αγγλικών αγροκτημάτων παρέχουν τη δυνατότητα διανυκτέρευσης ή/και εστίασης (Turner, Winter 2003, Beus 2008). Τέλος, το 63% των βρετανών αγροτών εξαρτώνται από το τουριστικό εισόδημα, καθώς οι προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες συνεισφέρουν κατά μέσο όρο \$10-50,000 στο εισόδημα τους (Jan W. te Kloetze).

### 3.1.5 Ιταλία

Στην Ιταλία ο αγροτουρισμός με τη μορφή που γνωρίζουμε σήμερα, μετρά λιγότερο από σαράντα χρόνια ιστορίας, όταν μια ομάδα νέων αγροτών ίδρυσε την Εθνική Ένωση Γεωργίας και Τουρισμού, η οποία είχε στόχο την προώθηση του τουρισμού σε γεωργικό περιβάλλον και την ενίσχυση της πόρων. Το 1973 ξεκίνησε η πρώτη προσπάθεια ρύθμισης του τομέα και το 1985 δημοσιεύθηκε η μέχρι πρότινος ισχύουσα νομοθεσία Ν. 12/5/1985 π. 730, η οποία αντικαταστάθηκε το 2006 από το άρθρο. 14L 20/2/2006 Η Ν.96. Σύμφωνα με το νόμο-πλαίσιο του 2006 δηλώνεται κατηγορηματικά ότι η αγροτουριστική δραστηριότητα πρέπει να εκτελείται από αγρότες επιχειρηματίες και μπορεί να ασκείται μεμονωμένα, σε ομάδες ή οργανωμένα σε εταιρική μορφή (Gajo, 2010). Η Ιταλία είναι η μόνη χώρα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, που έχει ειδική νομοθεσία που ρυθμίζει τον αγροτουρισμό, καθώς στις άλλες χώρες το συγκεκριμένο είδος διαμονής περιλαμβάνεται στον πιο ευρύ τομέα του αγροτικού τουρισμού (Privitera, 2009).

Ο αγροτουρισμός είναι η μορφή τουρισμού με την πιο ραγδαία αύξηση στην Ιταλία, κυρίως από τη δεκαετία του 1980 και μετά. Αρχικά ο αγροτουρισμός ήταν μέρος του προγράμματος περιφερειακής πολιτικής, σαν ένα μέτρο δράσης της πολιτείας ενάντια στην αστικοποίηση (Porcario, 2009). Σήμερα η Ένωση για τον Αγροτικό Τουρισμό «Agriturismo Association» (πίνακας 3.4) εξακολουθεί να χρηματοδοτείται από την εθνική κυβέρνηση σε ετήσια βάση (Petrić, 2003, Παρταλίδου 2005). Ειδικότερα υπάρχουν τρεις οργανισμοί αγροτικού τουρισμού που λειτουργούν σε εθνικό επίπεδο, οι Terra Nostra, Turismo Verde και Agriturismo. Οι οργανισμοί αυτοί, αναλαμβάνουν την προώθηση και το συντονισμό των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων και την επαγγελματική κατάρτιση αγροτών. Άλλωστε στο 50% των περιοχών της Ιταλίας, οι αγρότες που επιθυμούν να ξεκινήσουν μια αγροτουριστική δραστηριότητα, παρακολουθούν υποχρεωτικά μαθήματα μάρκετινγκ, επικοινωνίας και ξένων γλωσσών (Associazione Nazionale per l'Agriturismo, l' Ambiente e il Territorio).

**Πίνακας 3.4**  
**Περιγραφή της οργάνωσης Agriturismo**

<b>Agriturismo</b>
Η Agriturismo είναι η Εθνική Ένωση για τον Αγροτουρισμό, το Περιβάλλον και την Επικράτεια. Υπήρξε η πρώτη αγροτουριστική οργάνωση στην Ιταλία, δημιουργήθηκε το 1965 από την Γενική Συνομοσπονδία της Ιταλικής Γεωργίας (Confagricoltura), για την προώθηση και την προστασία του αγροτουρισμού, των εθνικών προϊόντων της τοπικής οινο-γαστρονομίας, του περιβάλλοντος (για το οποίο έλαβε το 1987 υπουργική αναγνώριση ως περιβαλλοντική οργάνωση), του τοπίου, του πολιτισμού και του πολιτισμού της υπαίθρου.

Πηγή: Associazione Nazionale per l'Agriturismo, l' Ambiente e il Territorio

<http://www.agriturist.it>

Όσο αφορά τις περιοχές ανάπτυξης του ιταλικού αγροτουρισμού βρίσκονται Βόρεια (44,5%) και Κεντρικά (35,6%) καθώς και δορυφορικά προς γνωστά τουριστικά κέντρα (π.χ. Μιλάνο, Ρώμη, Νάπολη κ.λπ.). Το υπόλοιπο 19,9% του συνόλου των αγροτουριστικών μονάδων εντοπίζεται στο Νότο και στα νησιά (Privitera, 2009). Ο αγροτουρισμός στο βόρειο τμήμα της χώρας υπήρξε απόρροια κυρίως των ιδιωτικών πρωτοβουλιών των μεγαλοϊδιοκτητών αγροτικών εκτάσεων, στο δε νότιο προήλθε από την πρωτοβουλία αγροτικών συνεταιρισμών και τις περισσότερες φορές γυναικείων αγροτουριστικών οργανώσεων, που είχαν σκοπό την προώθηση των τοπικών αγροτικών προϊόντων και των τοπικών ειδών λαϊκής τέχνης (Valls, 1997).

Οι μορφές αγροτουριστικών καταλυμάτων που απαντώνται στην Ιταλία είναι οι εξής:

- Αγροικίες και ανεξάρτητα διαμερίσματα σε αγροικίες εντός ή πλησίον μεγάλων αγροτικών εκμεταλλεύσεων
- Κάστρα και οικήματα (παλαιά) αγροτικών οικογενειών εντός ή πλησίον μεγάλων αγροτικών εκμεταλλεύσεων
- Σπίτια αγροτών μέσα σε παραδοσιακούς ή μη οικισμούς του αγροτικού χώρου.
- Σπίτια αγροτών ή δωμάτια σε σπίτια αγροτών μέσα σε αγροτικούς οικισμούς
- Μικρές αγροικίες μέσα σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή κοντά σε πόλεις.

Πέρα από τις υπηρεσίες διαμονής του είδους «διανυκτέρευση με πρωινό», δίνεται η δυνατότητα ενασχόλησης με αγροτικές εργασίες (άρμεγμα ζώων, συγκομιδή σταφυλιών) και δραστηριότητες άθλησης (ιππασία, ποδηλασία, πεζοπορίες περιηγήσεις κ.ά.) και συμμετοχής σε δραστηριότητες ανάδειξης των παραδοσιακών στοιχείων του λαϊκού πολιτισμού, όπου αναβιώνουν ποικίλα λαϊκά δρώμενα . Στη Ιταλία



ο αγροτουρισμός έχει καταφέρει να αποκτήσει ένα σημαντικό μερίδιο στον κλάδο του επικαλούμενου «μη παραδοσιακού τουρισμού» σε τέτοιο βαθμό, που εκτός του ότι αποτελεί αναπόσπαστη πηγή εισοδήματος για τα αγροκτήματα, αντιπροσωπεύει πηγή ανταγωνιστικότητας και ανάπτυξης επιχειρήσεων στις αγροτικές περιοχές. Στην πραγματικότητα, σε αυτά τα μέρη η γεωργική δραστηριότητα συνδυάζεται με τη βιομηχανία φιλοξενίας: μια πιο σημαντική σύνθεση του πολυλειτουργικού<sup>3</sup> ρόλου της γεωργίας.

Ο τομέας του αγροτουρισμού συνδέεται στενά με την αγορά των γεωργικών προϊόντων διατροφής και ως εκ τούτου επηρεάζεται από αυτή: ειδικότερα, συνδέεται με την αυξανόμενη επιτυχία των τοπικών προϊόντων και των τροφίμων που λαμβάνονται μέσω βιώσιμης επεξεργασίας και πωλούνται απευθείας στο αγρόκτημα. Επιπλέον, η αξιοποίηση των τεχνολογικών καινοτομιών (π.χ. η δημιουργία ιστοσελίδων) για την προώθηση συγκεκριμένων υπηρεσιών/προϊόντων συνέβαλε στην εξέλιξη και διαφοροποίηση της αγοράς των τουριστικών υπηρεσιών, δίνοντας έτσι μεγάλη ώθηση στην εθνική προσφορά αγροτουρισμού. Ο αγροτουρισμός γενικότερα αναπτύσσεται με την πάροδο του χρόνου σε επίπεδα επαγγελματισμού και ποιότητας, και αποτελεί σίγουρα μια δραστηριότητα κατάλληλη για πάντρεμα της παράδοσης με την καινοτομία (Gajo, 2010). Επιπλέον, καθώς η βιολογική γεωργία και ο αγροτουρισμός αποτελούν έννοιες στενά συνδεδεμένες, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο γαστρονομικός και φυσικός τουρισμός θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη μελλοντική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών (Privitera, 2009).

Στην Ιταλία το φαινόμενο του αγροτουρισμού βρίσκεται πλέον σε ένα σταθερό επίπεδο διάχυσης. Σήμερα οι καταγεγραμμένες αγροτουριστικές εγκαταστάσεις είναι περίπου 20.000, με αύξηση 5,7% σε ετήσια βάση και ετήσιο τζίρο να εκτιμάται στα 1.000 εκατομμύρια ευρώ. Η περιοχή της Τοσκάνης βρίσκεται στην πρώτη θέση, με πάνω από 4.000 μονάδες, το Τρεντίνο Άλτο Άντιπζε στη δεύτερη, με περισσότερες από 3.000 μονάδες και ακολουθούν το Βένετο, η Λομβαρδία, η Ούμβρια και ο Νότος (Gajo, 2010). Τα τελευταία δέκα χρόνια οι διακοπές σε αγρόκτημα αυξήθηκαν περίπου κατά 100%, επιβεβαιώνοντας τα ισχυρά κίνητρα για μετασχηματισμό των αγροτικών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, στην πενταετή περίοδο 2003-2007, ολόκληρος ο τομέας δείχνει συνολική

---

<sup>3</sup> Η έννοια της πολυλειτουργικότητας, χρησιμοποιείται για να υποδείξει το ευρύ και ποικίλο φάσμα λειτουργιών (ιδιωτική, κοινωνική και δημόσια) που η γεωργία μπορεί να πραγματοποιήσει πέραν της αυστηρά παραγωγικής. (OECD 2001, Idda 2005).

αύξηση, όσον αφορά τα μεγέθη: διανομή σε αγροκτήματα (37,3%), κρεβάτια (38,2%), χώρους κάμπινγκ (55,4%) και την τροφοδοσία στα αγροκτήματα (37,3%). Συγκεκριμένα στις 19.220 μονάδες αγροτουρισμού, περισσότερες από το 50% προσφέρουν υπηρεσίες catering, περίπου το 8%, προσφέρουν τη δυνατότητα κατασκήνωσης κοντά στο αγρόκτημα και το 15% προσφέρουν υπηρεσίες ιππασίας. Κάθε κατάλυμα διαθέτει κατά μέσο όρο 12 κλίνες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής υπολογίζεται στις 4,5 ημέρες. Η ανάλυση των στοιχείων δείχνει μια ανάπτυξη τόσο σε συλλογικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο εξατομικευμένων δραστηριοτήτων (Privitera, 2009).

Όσο αφορά τις τουριστικές ροές της Ιταλίας, παρατηρείται μια αύξηση του αριθμού των αγροτουριστών διαχρονικά, με τους εν λόγω επισκέπτες να φτάνουν το 2009 τα 2.700.000 μεταξύ των οποίων το 23% αλλοδαποί. (ISTAT, 2008). Ως προς τις χώρες προέλευσης των αγροτουριστών, έρχονται από όλο τον κόσμο με έξι χώρες να αντιπροσωπεύουν το 80% του συνόλου των ξένων τουριστών (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Ολλανδία, Γαλλία, Ελβετία). Το μεγαλύτερο μερίδιο κατέχει τα τελευταία χρόνια η Γερμανία, με τους γερμανούς αγροτουρίστες να φτάνουν το 50% του συνόλου των αγροτουριστών της Ιταλίας, καταγράφοντας ωστόσο πτωτική τάση (5,8%). Αντίστοιχη πτωτική τάση παρατηρείται μόνο στους ισραηλινούς επισκέπτες. Αντίθετα σημαντική αύξηση (8% επί του συνόλου) κατέγραψαν οι τουρίστες από τις ΗΠΑ και τον Καναδά. Όσον αφορά τις ευρωπαϊκές χώρες, οι Βρετανοί και οι Ολλανδοί αντιπροσωπεύουν αντίστοιχα, το 7% και 6% του συνόλου των αγροτουριστών, εμφανίζοντας παράλληλα χαμηλό ρυθμό ανάπτυξης. Τέλος, οι Γάλλοι και οι Ελβετοί αγροτουρίστες αντιπροσωπεύουν αντίστοιχα το 5%, παρουσιάζοντας σημαντικό ρυθμό ανάπτυξης (περίπου 40%) (Santeramo, Seccia, Blasi, De Carlucci 2008).

## **3.2 Ο αγροτουρισμός στο διεθνή χώρο**

### **3.2.1 Η.Π.Α.**

Στις ΗΠΑ ο αγροτουρισμός εμφανίστηκε τη δεκαετία του 1960 με τη μορφή «Farm and Ranch hospitality» καθώς και τις παραλλαγές του γεωργικού τουρισμού «Farm / ranch based tourism» και του αγροτικού τουρισμού «Hotel / resort based tourism» (Σφακιανάκης 2000, Έξαρχος, Καραγιάννης 2004). Σήμερα η ύπαιθρος των Ηνωμένων Πολιτειών αποτελεί ένα δημοφιλή τουριστικό προορισμό. Σύμφωνα με το Υπουργείο Γεωργίας των Ηνωμένων Πολιτειών (United States Department of Agriculture -USDA) πάνω από 62 εκατομμύρια άνθρωποι (που αντιστοιχεί σχεδόν στο 30% του

πληθυσμού (Barry και Hellerstein 2004)), επισκέφθηκαν μία ή περισσότερες φορές αγροκτήματα κατά τη διάρκεια της περιόδου 2000-2001 (United States Forest Service). Στον πληθυσμό αυτό δεν συμπεριλαμβάνονται παιδιά και νέοι κάτω των 16 ετών, οι οποίοι υπολογίζονται γύρω στα 20 εκατομμύρια, γεγονός που αυξάνει τον συνολικό αριθμό των επισκεπτών στα 82 εκατομμύρια (Wilson, Thilmany, Sullins, 2006).

Η συνεχής ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Αμερική είναι ένα σχετικά πρόσφατο φαινόμενο, σε σύγκριση με τα προγράμματα διαμονής σε αγροκτήματα και αγροικίες που υπάρχουν εδώ και χρόνια στην Ευρώπη. Κατά την προηγούμενη τριακονταετία, ο αγροτουρισμός αφορούσε μια πιο χαλαρή ατμόσφαιρα, λαμβάνοντας τη μορφή απόδρασης από την αστική ζωή και συμμετοχής εκ μέρους των τουριστών σε δραστηριότητες που συνέβαλλαν στην αίσθηση της αρμονίας (Hall, Mitchell, Roberts, 2003).

Για να κατανοήσουμε καλύτερα την έννοια του αγροτουρισμού στις Η.Π.Α είναι απαραίτητο να ανατρέξουμε στον ορισμό του, όπως αυτός διατυπώθηκε από την ομοσπονδιακή οργάνωση αγροκτημάτων της Αμερικής (American Farm Bureau Federation). Ως αγροτουρισμός ορίζεται μια επιχείρηση που βρίσκεται σε ένα εν λειτουργία αγρόκτημα, ράντσο ή αγροτική εγκατάσταση, η οποία δημιουργήθηκε για τη διασκέδαση των επισκεπτών παράγοντας εισόδημα για τον ιδιοκτήτη. Επιπλέον, ως αγροτουρισμός αναφέρεται η επίσκεψη σε ένα αγρόκτημα ή οποιαδήποτε κηπευτική ή γεωργική επιχείρηση με στόχο τη διασκέδαση, εκπαίδευση ή ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών σε λειτουργίες του αγροκτήματος, οι οποίες συνεισφέρουν στην οικονομική βιωσιμότητα του τόπου (Amaral, Edgar, 2010).

Υπάρχει ένα πλήθος από παραδείγματα επιχειρήσεων που εμπίπτουν στον αγροτουρισμό σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, πχ: χώροι διαμονής μέσα σε αγροκτήματα, καταλύματα τύπου bed & breakfast, κατασκηνώσεις, αγροκτήματα χριστουγεννιάτικων δέντρων (όπου οι επισκέπτες μπορούν να κόψουν το δικό τους), καταστήματα πώλησης αγροτικών προϊόντων, ράντσα, αχυρώνες κλπ. Εξίσου μεγάλη ποικιλία παρουσιάζουν και οι προσφερόμενες υπηρεσίες, από τις οποίες αναφέρονται ενδεικτικά ορισμένες: κυνήγι, ιππασία, ψάρεμα, παρατήρηση πουλιών, περιηγήσεις σε κήπους ή αγροκτήματα, εκδρομές σε οινοποιεία-ζυθοποιείες, εκδρομές γευσιγνωσίας, αυτο-συγκομιδή του προϊόντος καθώς και συμμετοχή σε άλλες αγροτικές εργασίες (Pittman 2006).

Σήμερα το 20% του πληθυσμού των Ηνωμένων Πολιτειών, ζει σε αγροτικές περιοχές, αλλά μόνο το 1% απασχολείται άμεσα στον τομέα της γεωργίας, (Carpio, Wohgenant, & Boonsaeng, 2008), εκ το οποίο το 2,5% (23.350 αγροκτήματα) (Brown & Reeder, 2007) εμφανίζει κάποια αγροτουριστική δραστηριότητα. Αυτές οι αγροτουριστικές υπηρεσίες αναψυχής αποτιμώνται σε 566 εκατομμύρια δολάρια ενώ από το σύνολο των αγροκτημάτων 3.637 αγροκτήματα δήλωσαν στην απογραφή του 2007 ακαθάριστα γεωργικά έσοδα ύψους 25.000 δολαρίων και πάνω (Ag Marketing Resource Center). Σύμφωνα επίσης με στοιχεία μελέτης (Carpio 2008) ο μέσος αριθμός των επισκέψεων σε ένα αγρόκτημα είναι περίπου 10 φορές, με τις εκτιμώμενες δαπάνες να ανέρχονται σε 174,82 δολάρια ανά ταξίδι (Amaral, Edgar, 2010). Γενικότερα οι εκτιμήσεις αναφέρουν ότι το αγροτικό εισόδημα των ΗΠΑ, που προέρχεται από τον αγροτουρισμό κυμαίνεται από τα 800 εκατομμύρια δολάρια στα 3 δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως. Ακόμα κι αν το ποσοστό των αγροκτημάτων που έχουν έσοδα από τον αγροτουρισμό σε εθνικό επίπεδο είναι μόνο 2,5%, σε ορισμένες πολιτείες το 7% των αγροκτημάτων λαμβάνουν εισόδημα από αυτή τη δραστηριότητα (Barry και Hellerstein 2004, Carpio 2006, Carpio, Wohlgenant, Boonsaeng 2008).

Πολλές κυβερνήσεις πολιτειών στις ΗΠΑ έχουν συνειδητοποιήσει τη σημασία του άμεσου μάρκετινγκ και του αγροτουρισμού για την αύξηση των εσόδων των αγροτών και των αγροτικών τουριστικών επιχειρήσεων (Williams, Paridaen, Dossa, Dumais, 2001). Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα πολλές πολιτείες να έχουν σε εξέλιξη προγράμματα προώθησης του αγροτουρισμού, συμπεριλαμβανομένης της Αλαμπάμα, Μισισιπή, Μισούρι, Γιούτα, Βόρεια Καρολίνα, Κάνσας, Οκλαχόμα και το Νέο Μεξικό (Pittman, 2006). Οι τύποι των προσπαθειών και ο βαθμός στον οποίο αυτές διεξάγονται σε αυτές και σε άλλες πολιτείες διαφέρει σημαντικά (Amaral, Edgar, 2010). Παρά τις διαφορές τους, στόχος όλων είναι η αξιοποίηση της νέας αυτής τουριστικής τάσης, η οποία αναμένεται να ενταθεί ακόμη περισσότερο στο μέλλον. Συγκεκριμένα, ο διάσημος σύμβουλος αγροτουρισμού Jane Eckert έχει προβλέψει ότι ο αγροτουρισμός στις ΗΠΑ θα αυξηθεί κατά 30% κάθε χρόνο κατά την επόμενη δεκαετία (Eckert, 2008). Ως αποτέλεσμα της προβλεπόμενης αύξησης αγροτουρισμού στις ΗΠΑ, οι νέες επιχειρήσεις αντιμετωπίζονται κατά κανόνα θετικά από τους οικονομολόγους και τις κυβερνήσεις των πολιτειών (Hall, Roberts & Mitchell, 2003). Επιπλέον, καθώς οι κυβερνήσεις των πολιτειών και άλλοι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς προσπαθούν να προωθήσουν αυτή την ανάπτυξη, πολλοί οργανισμοί πραγματοποιούν έρευνες για την καλύτερη κατανόηση του κλάδου και τον προσδιορισμό παραγόντων που θα

μπορούσαν να δημιουργήσουν εμπόδια στους υφιστάμενους αλλά και δυνητικούς επιχειρηματίες του αγροτουρισμού (Miller, McCullough, Rainey, Das, 2010).

### 3.2.2 Κίνα

Σε αντίθεση με χώρες της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής όπου ο αγροτουρισμός έχει μια ιστορία περίπου 100 χρόνων, στην Κίνα ο αγροτικός τουρισμός ξεκίνησε μόλις στις αρχές της δεκαετίας του 1980. Η ανάπτυξη του αρχικά δρομολογήθηκε από το κράτος ως μια προσπάθεια μείωση της φτώχειας του πληθυσμού μέσω του τουρισμού. Ήδη από την υιοθέτηση των πολιτικών μεταρρυθμίσεων του 1979, οι αγρότες στην Κίνα είχαν αποκτήσει περισσότερη ελευθερία αναφορικά με τη γεωργική παραγωγή και τις οικονομικές δραστηριότητες που ήθελαν να οργανώσουν. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να λειτουργήσουν τουριστικές επιχειρήσεις μικρού μεγέθους, οι οποίες στηρίζονταν στα τουριστικά αξιοθέατα που βρίσκονταν κοντά στην περιοχή τους (Gao, 1997).

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, ορισμένες επαρχιακές τουριστικές αρχές ενσωμάτωσαν την οργάνωση, προώθηση και καθοδήγηση της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης που βρίσκονταν στη δικαιοδοσία τους, στην ευρεία κυβερνητική πολιτική για την καταπολέμηση της φτώχειας μέσω του τουρισμού, δημιουργώντας αρκετά εντυπωσιακά οικονομικά οφέλη και κοινωνικές επιπτώσεις (Li, 2008). Παραδείγματα που αντιπροσωπεύουν αυτές τις προσπάθειες ήταν η Yesanpro στο Lai Shui, η επαρχία Hebei (CNTA, 2006), το βουνό Emai στην επαρχία Sichuan (Ji, 1985), το αρχαίο σπήλαιο Alu στην επαρχία Γιουνάν (Yang, 1993) και η πόλη της Huangguoshu στην επαρχία Guizhou (Gao, Huang, Huang, 2008).

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία που δόθηκαν από τις τοπικές τουριστικές αρχές στην Εθνική Διοίκηση Τουρισμού της Κίνας (China National Tourism Administration CNTA), 10.000 χωριά σε όλη τη χώρα, βρήκαν διέξοδο από τη φτώχεια με την ανάπτυξη του τουρισμού το 1996. Το ίδιο έτος περίπου 3 εκατομμύρια άτομα απελευθερώθηκαν από τις φτωχές συνθήκες διαβίωσης, χάρη στην τουριστική ανάπτυξη (GAO, 2008). Από το 1998, όταν το «Έτος Αγροτικού Τουρισμού της Κίνας (1998)» εισήχθη για πρώτη φορά από την Εθνική Διοίκηση Τουρισμού της Κίνας (China National Tourism Administration CNTA), ακολουθούμενο από το «Οικολογικό Έτος Τουρισμού της Κίνας (1999)» και το «Έτος Κινέζικης Ζωή Τουρισμού (2004)», μια σειρά από δραστηριότητες προώθησης του αγροτικού τουρισμού δημιουργήθηκε από την CNTA, προσφέροντας τόσο οικονομικά κίνητρα όσο και την πολιτική υποστήριξη

της κυβέρνησης, διευκολύνοντας τη διαφοροποίηση γεωργικών δραστηριοτήτων σε τουριστικές (Su, 2011).

Ένα φαινόμενο που προήλθε από την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού στην Κίνα ήταν το «Χαρούμενο Σπίτι του Αγρότη» (Happy Farmer's Home HFH), Nongjiale στα Κινεζικά (Gao, Huang, Huang, 2008). Το Nongjiale αντιπροσωπεύει ένα σύμπλεγμα προϊόντων αγροτικού τουρισμού, στα οποία επένδυσαν και ανέλαβαν τη λειτουργία οι αγρότες, προσφέροντας κυρίως φαγητό και υπηρεσίες διαμονής. Το Nongjiale έχει τα ακόλουθα κύρια χαρακτηριστικά: α) εξυπηρετεί το μαζικό τουρισμό β) κατηγοριοποιείται ως προϊόν διακοπών και αναψυχής και γ) είναι συμπληρωματικό προϊόν, καθώς στην πλειονότητά τους εντοπίζονται γύρω από κεντρικά τουριστικά αξιοθέατα και τουριστικές εγκαταστάσεις μεγάλης κλίμακας. Ειδικότερα, ένα αντιπροσωπευτικό Nonjiale βρίσκεται σε αγροτική τοποθεσία και αποτελεί συνήθως ξεχωριστή αγροτική κοινότητα με τη δική της κληρονομιά, παραδόσεις, τέχνες, τρόπο ζωής, αξίες που διατηρούνται μεταξύ των γενεών (Ying & Zhou, 2007) και συνδυάζει ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία κληρονομιάς με τα φυσικά στοιχεία σε ένα αρμονικό τρόπο. Ως προς τον αριθμό τους, μερικές επαρχίες αναφέρουν με μια πρόχειρη εκτίμηση πάνω από 50.000 μονάδες, οι περισσότερες δε επαρχίες έχουν από 20.000 έως 30.000 Nonjiale (Gao, Huang, Huang, 2008).

Τα τελευταία 20 χρόνια έχει παρατηρηθεί σημαντική αύξηση της προσφοράς αγροτικού τουρισμού με τη μορφή Nonjiale (Zheng & Zhong, 2004). Μέχρι το 2009, οι οικογένειες αγροτών που λειτουργούσαν Nonjiale στην αγροτική Κίνα ανήλθαν σε 1,3 εκατομμύρια (Sun, 2009). Θα πρέπει να σημειωθεί, ωστόσο, ότι η τάση για διαφοροποίηση και εξειδίκευση των Nonjiale έχει εξελιχθεί τα τελευταία χρόνια, περιλαμβάνοντας το «Χαρούμενο Σπίτι του Ψαρά» (Yu Jia Le) στις παράκτιες περιοχές για τον τουρισμό που σχετίζεται με τις θαλάσσιες δραστηριότητες, τον τουρισμό εθνικής κουλτούρας στις αγροτικές περιοχές που κατοικούνται από μειονότητες όπως Θιβετιανοί, Μογγόλοι, εθνικότητα Dai, εθνικότητα Hui, κ.λπ, τον τουρισμό λαϊκού πολιτισμού στα αγροτικά προάστια του Πεκίνου κ.α. Σύμφωνα με τους Canoves, Villarino, Priestley, και Blanco (2004), αυτό σηματοδοτεί την ωριμότητα του αγροτικού τουρισμού και μια σαφή πορεία προς ένα υψηλότερο βαθμό «τουριστικού επαγγελματισμού» σε τέτοιο σημείο που να προκύπτει το ερώτημα του εάν πρόκειται για μια μορφή γεωργικής διαφοροποίησης ή για εμπορική δραστηριότητα (Su, 2011).

Ως προς τις τουριστικές ροές, το 2006 ο όγκος του εσωτερικού τουρισμού της Κίνας ανήλθε στα 1,39 δις τουρίστες καθιστώντας την τη μεγαλύτερη εγχώρια αγορά τουρισμού στην Ασία (CNTA 2007a). Αντίστοιχα ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών αγροτικού τουρισμού ήταν πάνω από 500 εκατ. δημιουργώντας έσοδα πάνω από 300 δισεκατομμύρια κινέζικα ρεμπίνι (RMB). Επιπλέον, μέχρι σήμερα, ο αγροτικός τουρισμός στην Κίνα έχει δημιουργήσει περίπου 4 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, ενώ εάν λάβουμε υπόψη τις έμμεσες και τις εποχιακές θέσεις τότε ανέρχονται στα 15 εκατομμύρια (Shao, 2007b). Τέλος, υπολογίζεται ότι περισσότερα από 20.000 χωριά αναπτύχθηκαν μέσω της συμμετοχής τους σε λειτουργίες αγροτικού τουρισμού και πάνω από 6 εκατομμύρια κάτοικοι της υπαίθρου επωφελήθηκαν από την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού (Gao, Huang, Huang, 2008).

### **3.2.3 Αυστραλία**

Στην Αυστραλία εθνικοί και κρατικοί οργανισμοί τουρισμού περιγράφουν τον αγροτικό τουρισμό ως «μια πολύπλευρη δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα σε ένα περιβάλλον έξω από μια αστικοποιημένη περιοχή και αντιπροσωπεύει για τον ταξιδιώτη την ουσία της ζωής της επαρχίας» (DOT 1993, DOT 1994). Ο αγροτικός τουρισμός και συγκεκριμένα ο τουρισμός στο αγρόκτημα ξεκίνησε στην Αυστραλία κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970 και σύμφωνα με τους Frater (1983) και Hall (1997) διατηρήθηκε σε μεγάλο βαθμό χάρη στην αποφασιστικότητα και το ενδιαφέρον της «γυναίκας του αγρότη» (Knowd, 2001). Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται και από τα αποτελέσματα έρευνας (Ollenburg, 2006) σύμφωνα με τα οποία το 2006 περίπου τα δύο τρίτα (64%) των επιχειρηματιών αγροτικού τουρισμού της Αυστραλίας ήταν γυναίκες.

Το κράτος διαδραμάτισε από την πλευρά του σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της γεωργίας (και του αγροτικού τουρισμού ως προϊόν διαφοροποίησης της), καθώς στο παρελθόν δόθηκαν άμεσες και έμμεσες κυβερνητικές επιδοτήσεις στους αγρότες, αν και χωρίς τη μορφή συνεκτικού διαρθρωτικού πακέτου (Holmes, 2006). Υπολογίζεται ότι την περίοδο 2002 -2004, οι αυστραλιανοί αγρότες έλαβαν κατά μέσο όρο 4,3% του ετήσιου εισοδήματός τους από κρατικές επιδοτήσεις, (Breusch, 2006). Τέλος, καθοριστικής σημασίας υπήρξε το 2003, η Πράσινη Βίβλος Τουρισμού η οποία περιελάμβανε σχέδια για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. (Australia 2003, Jackso, Murphy 2006).

Ο αγροτικός τουρισμός της Αυστραλίας είναι κατά κύριο λόγο, εσωτερική τουριστική δραστηριότητα, καθώς σε πολλές περιπτώσεις πάνω από το 90% των επισκεπτών σε

μη αστικές περιοχές είναι Αυστραλοί, ιδίως στις νότιες πολιτείες, τη Βικτόρια, την Τασμανία και τη Νότια Αυστραλία (Beeton, 2004). Ειδικότερα, το 28% του συνόλου των εισερχόμενων τουριστών περνούν τουλάχιστον μια νύχτα σε μια αγροτική ή περιφερειακή ζώνη, ενώ το 68% όλων των εγχώριων εκδρομών περιλαμβάνουν διαμονή στην ύπαιθρο (Knowd, 2001). Σύμφωνα με τον Joe Hockey (Υπουργός Υπηρεσιών 2004) το 2003, 304.434 διεθνείς τουρίστες επισκέφθηκαν κάποιο αγρόκτημα κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην Αυστραλία, περίοδος κατά την οποία οι εγχώριοι τουρίστες ανήλθαν στα 1.145 εκατομμύρια (Hospitality Publishing).

Σύμφωνα με στοιχεία του Τουρισμού του Αγροκτήματος της Αυστραλίας ( Australian Farm Tourism-AFT), υπάρχουν πάνω από 700 αγροκτήματα αγροτικού τουρισμού, τα οποία καλύπτουν έκταση μεγαλύτερη των 62.000 km<sup>2</sup>, διαθέτουν πάνω από 3000 κλίνες (AFT Agricultural Tourism) και έχουν συνολική δυναμικότητα 16.000 άτομα. Τα αγροκτήματα εμφανίζουν χωρητικότητα από 2 έως 500 άτομα και ποσοστά πληρότητας που μπορεί να ανέλθουν έως το 95%. Ειδικότερα, το μέσο ποσοστό πληρότητας εκτιμάται στο 35%, ενώ τα δύο τρίτα των αγροκτημάτων εμφανίζουν πληρότητα κάτω από 40% (Ollenburg, 2006). Οι μονάδες αγροτικού τουρισμού είναι αρκετά διεσπαρμένες γεωγραφικά, με το μεγαλύτερο μέρος τους να βρίσκεται κατά μήκος της νοτιοανατολικής ακτής της Αυστραλίας, σε απόσταση 300 χιλιομέτρων από μεγάλες μητροπολιτικές περιοχές. Ωστόσο αγροκτήματα με τουριστικές υποδομές μπορούν να εντοπιστούν στο σύνολο των πολιτειών της Αυστραλίας, συμπεριλαμβανομένων της Νότιας Νέας Ουαλίας, του Queensland, της Βικτώριας, της Τασμανίας, της Νότιας και Δυτικής Αυστραλίας και της Βόρειας Επικράτειας (AFT Agricultural Tourism).

Ως προς τη μορφή τους το πιο συχνό είδος αγροτικής εκμετάλλευσης αγροκτημάτων που παρουσιάζουν τουριστικές δραστηριότητες είναι: εκτροφή βοοειδών (40%), εκτροφή προβάτων (18%), καλλιέργειες (10%), γαλακτοκομία (4%) και Alpacas<sup>4</sup> 4%). Τα υπόλοιπα αγροκτήματα διαθέτουν άλογα, υδατοκαλλιέργειες ή είναι αγροκτήματα χόμπι/παιχνιδιών (Ollenburg, 2006). Από λειτουργική άποψη τα αγροκτήματα αγροτικού τουρισμού διακρίνονται σε τέσσερις ομάδες: αγροκτήματα πλήρους απασχόλησης, μερικής απασχόλησης, συνταξιοδότησης και τρόπου ζωής (lifestyle farms), με τη σπουδαιότητα της γεωργίας σαν οικονομική δραστηριότητα να μειώνεται

---

<sup>4</sup> Προβατοκάμηλος:θηλαστικό που ανήκει στην οικογένεια των Καμηλιδών



από τον 1<sup>ο</sup> στον 4<sup>ο</sup> τύπο και αντίστοιχα τη σημασία του τουρισμού να αυξάνεται (Πίνακας 3.5).

Ως προς τις παροχές τους, το 93% των αγροκτημάτων παρέχει τουριστικά καταλύματα και κάποιο είδος γεωργικών δραστηριοτήτων, ενώ το 88% των αγροκτημάτων προσφέρουν δραστηριότητες με βάση τη φύση. Οι συνηθέστερες μορφές καταλυμάτων που απαντώνται είναι: αυτοτελή εξοχικά σπίτια (68%), διαμονή στην οικία των αγροτών (48%), ξύλινα αγροτόσπιτα (18%) και εγκαταστάσεις κάμπινγκ (17%) (Ollenburg, 2006). Η πλειοψηφία των πελατών των αγροκτημάτων (93%) είναι ζευγάρια και οικογένειες. Επιπλέον, περίπου το 25% των πελατών του αγροτικού τουρισμού είναι ομάδες και τουρίστες που ταξιδεύουν με κάποιο πακέτο διακοπών και το 10% είναι backpackers. Οι τουρίστες του αγροτικού τουρισμού εμφανίζουν επίσης μεγαλύτερη μέση διάρκεια παραμονής (39 ημέρες) σε σχέση με τους άλλους τουρίστες (23 ημέρες) (O'Halloran, Cook, Sbragi, Buchanan, 2000).

Υποθέτοντας ότι η συνολική δυναμικότητα των επιχειρήσεων αγροτικού τουρισμού της Αυστραλίας είναι περίπου 16.000 άτομα και οι τιμές σταθμίζονται ανάλογα με την ικανότητα με μια μέση τιμή ανά ζευγάρι ανά νύχτα περίπου AU \$ 129, ο συνολικός ετήσιος κύκλος εργασιών του κλάδου, με μέσο ποσοστό πληρότητας 35% θα είναι περίπου AU \$ 130 εκατ. Αν και τα έσοδα δείχνουν σημαντικά, για το ήμισυ των αγροκτημάτων αγροτικού τουρισμού, ο τουρισμός σαν οικονομική δραστηριότητα συνεισφέρει μόνο το 25% των συνολικών εσόδων τους. Το 81% των επιχειρηματιών του αγροτικού τουρισμού εξακολουθεί να αναγνωρίζει ως πρωταρχική δραστηριότητα την αγροτική παραγωγή, παρά το γεγονός ότι περίπου το ένα τρίτο των επιχειρήσεων κερδίζουν λιγότερο από το 20% του συνολικού τους εισοδήματος από τη γεωργία (Ollenburg, 2006).

Τέλος, αξίζει να σημειώσουμε ότι η παρατηρούμενη αύξηση του αγροτικού τουρισμού στην Αυστραλία σχετίζεται περισσότερο με τον αριθμό των γεωργικών εκμεταλλεύσεων που εισέρχονται στην αγορά του τουρισμού παρά με την πραγματική ζήτηση από τους τουρίστες (Knowd, 2001).

**Πίνακας 3.5**  
**Ομάδες αγροκτημάτων από λειτουργική άποψη**

**Αγροκτήματα πλήρους απασχόλησης (full-time farms):** έχουν ως βασική οικονομική δραστηριότητα τη γεωργία, αποτελούν ιδιοκτησία δεύτερης γενιάς αγροτών και συνήθως έχουν τη μορφή των πιο κοινών-εμπορικών τύπων αγροκτημάτων

**Αγροκτήματα μερικής απασχόλησης (part-time farms):** αγροκτήματα κοινού/εμπορικού τύπου, που συμπληρώνουν το εισόδημά που προέρχεται από τη γεωργία κατά 50% τουλάχιστον από έσοδα από άλλες δραστηριότητες εκτός της γεωργικής εκμετάλλευσης.

**Αγροκτήματα συνταξιοδότησης (retirement farms):** παραδοσιακές αγροτικές επιχειρήσεις σε λειτουργία «εκκαθάρισης», με τους επιχειρηματίες να συνεχίζουν να καλλιεργούν σε μικρή κλίμακα, εφόσον το επιτρέπει η υγεία τους. Ο κυρίαρχος τύπος αγροκτήματος είναι η εκτροφή βοοειδών, λόγω των περιορισμένων απαιτήσεων για εργατικά χέρια.

**Αγροκτήματα Lifestyle (lifestyle farms):** αγροκτήματα δημιουργημένα για λόγους προσωπικού συμφέροντος, ή φορολογικών πλεονεκτημάτων (για τους πρωτογενείς παραγωγούς). Προσφέρουν γεωργικές δραστηριότητες στους επισκέπτες σε στάδια και σε διαφορετική κλίμακα σε σχέση με τις άλλες ομάδες. Εμφανίζουν το υψηλότερο ποσοστό πληρότητας και επαναλαμβανόμενων επισκεπτών.

Πηγή: Ollenburg 2006: Farm Tourism In Australia: A Family Business and Rural Studies Perspective

### **3.2.4 Νότιος Αφρική**

Η εικόνα που παρουσιάζει ο τουρισμός στη Νότιο Αφρική το 2006, έχει διαμορφωθεί μέσα σε μια περίοδο 40 ετών (Rogerson, Visser 2004). Η τουριστική ανάπτυξη ξεκίνησε κυρίως εσωτερικά (εγχώριος τουρισμός), αν και από το 1961 31.000 ξένοι επισκέπτες επισκέπτονταν τη χώρα κάθε χρόνο. Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980, η Νότιος Αφρική υποδεχόταν περίπου 50.000 διεθνείς τουρίστες ετησίως. Η παγκόσμια απομόνωση της πριν από το 1992 συνέβαλε στο να διαμορφωθεί κυρίως εσωτερικός τουρισμός, κατάσταση η οποία μεταβλήθηκε μετά την είσοδο της χώρας στο παγκόσμιο τουριστικό σκηνικό με τη δημοκρατική μεταρρύθμιση του 1994. Μετά τις εκλογές του 1994, η Νότια Αφρικανική κυβέρνηση ενέκρινε τις κοινοτικές πρωτοβουλίες, ως μέρος του μετά-Απαρτχάιντ σχεδιασμού του τουρισμού. Σύμφωνα με τους Rogerson και Visser (2004), διάφορα νέα πλαίσια τουριστικής πολιτικής αναπτύχθηκαν για να υποστηρίξουν το νέο ρόλο του τουρισμού. Αναμφίβολα τα πιο σημαντικά πολιτικά έγγραφα ήταν η Λευκή Βίβλος για την Ανάπτυξη και Προώθηση του Τουρισμού στη Νότια Αφρική (DEAT 1996) και η στρατηγική τουρισμού για τη μεγέθυνση, απασχόληση και την αναδιανομή το 1998 (DEAT 1998). Η κυβέρνηση συγκεκριμένα δεσμεύτηκε να υποστηρίξει τους επενδυτές στις αγροτικές κοινότητες και σε λιγότερο ανεπτυγμένες γεωγραφικές περιοχές (Viljoen, Tlabela, 2007).

Ως αποτέλεσμα, εθνικές, επαρχιακές και τοπικές αρχές σε όλη τη Νότια Αφρική υποστήριξαν μια σειρά από πρωτοβουλίες τουριστικής ανάπτυξης που εστιάζουν στον τουρισμό, ο οποίος θα στηρίζεται στην κοινότητα σε αγροτικές περιοχές (Ndlovu & Rogerson 2004). Μέσω του ταμείου Ανακούφισης της φτώχειας, το Εθνικό Τμήμα Περιβαλλοντικών Υποθέσεων παρείχε μεταξύ άλλων υποστήριξη στην υλοποίηση του έργου «Khoi-San Village» στο ανατολικό Cape, του Lilani Hotsprings, του Isithumba (που αφορούσε τον τουρισμό περιπέτειας), του Siyabonga Craft Centre κα. Αυτά τα έργα, σχετίζονταν κυρίως με την υποδομή και στόχευαν στη δημιουργία θέσεων εργασίας. Άλλωστε ο αγροτικός τουρισμός αντιμετωπίστηκε γενικότερα ως ένα μέσο για την εξάλειψη της φτώχειας και τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης στις αγροτικές και κυρίως τις υπανάπτυκτες περιοχές. Επιπλέον, χάρη εν μέρει στον Nelson Mandela, οι ντόπιοι ήταν πλέον σε θέση να επωφεληθούν από τη λειτουργία και να λάβουν μέρος στη διαδικασία λήψης αποφάσεων της γεωργικής εκμετάλλευσης (Adams, 2008).

Τα αποτελέσματα αυτών των προσπαθειών, άρχισαν να γίνονται εμφανή με την πάροδο του χρόνου. Συγκεκριμένα, από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, ο διεθνής τουρισμός διευρύνθηκε σε όρια και αυξήθηκε όγκο, ενώ μέχρι το 2004 η Νότιος Αφρική είχε δεχτεί περίπου 5,9 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες. Η μαζική αύξηση της διεθνούς ζήτησης του τουρισμού διαμόρφωσε σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη εξειδικευμένων τύπων τουρισμού, γεγονός που είχε θετικές συνέπειες σε αγροτικούς προορισμούς (Viljoen, Tlabela, 2007).

Ένας εξειδικευμένος τύπος τουρισμού που αναδείχθηκε ήταν και ο αγροτουρισμός, ο οποίος αποτελεί μια νέα σχετικά έννοια στη Νότιο Αφρική. Ξεκίνησε σε αγροκτήματα στρουθοκαμήλου κοντά Oudtshoorn στο South Cape, και με την ίδρυση της διαδρομής κρασιού στο Western Cape το 1971 (αρχικά περιορίζονται στην περιοχή Stellenbosch, όπου υπήρχαν μόλις τρεις γνωστές αμπελουργικές εκμεταλλεύσεις). Αυτή η διαδρομή κρασιού έχει εξελιχθεί σε ένα από τα μεγαλύτερα αξιοθέατα της Western Cape και είναι εξαιρετικά δημοφιλής μεταξύ τόσο των εγχώριων όσο και ξένων τουριστών. Σήμερα, η διαδρομή κρασιού Cape έχει αυξηθεί από τα τρία πρώτα αγροκτήματα με τον μικρό αριθμό επισκεπτών, σε περισσότερα από 300 αγροκτήματα που υποδέχονται έως και 500.000 επισκέπτες ετησίως. Μεταξύ των δραστηριοτήτων και εγκαταστάσεων που προσφέρονται στη διαδρομή του κρασιού είναι: εστιατόρια, γευσιγνωσία κρασιού, πικνίκ και εκδρομές σε κελάρια κρασιού και εγκαταστάσεις παραγωγής. Ένας αυξανόμενος αριθμός μονάδων (αγροκτήματα) επιλέγουν να εξειδικευτούν στη

διαμονή, προσφέροντας υπηρεσίες στέγασης, κατάλληλες για όσους επισκέπτες ενδιαφέρονται να γνωρίσουν την ειρήνη και την ηρεμία των αγροτικών περιοχών. Σε μια έρευνα μεταξύ των αγροτών της διαδρομής στο South Cape Garden, διαπιστώθηκε ότι το 52,5% των ερωτηθέντων αντιλαμβάνονται τον αγροτουρισμό ως υποκλάδο της γεωργικής βιομηχανίας (Die Burger, 4 Σεπτεμβρίου 2003). Η μελέτη έδειξε ότι οι ξενώνες, τα αυτόνομα καταλύματα και η ιππασία αποτέλεσαν τις πιο δημοφιλείς τουριστικές υπηρεσίες στα αγροκτήματα. Καταγράφηκε επίσης ότι το 60% των αγροκτημάτων παράγουν έως και το 30% του συνολικού τους εισοδήματος από τις τουριστικές δραστηριότητες (Viljoen, Tlabela, 2007).

Η τουριστική ανάπτυξη στις αγροτικές περιοχές της Νοτίου Αφρικής τα τελευταία 10 χρόνια, έχει οδηγήσει σε ένα διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν που προσελκύει όλο και περισσότερο εγχώριους όσο και διεθνείς τουρίστες. Το γεγονός αυτό επιθυμεί να εκμεταλλευτεί το κράτος, προωθώντας επενδυτικά σχέδια σύμπραξης δημόσιου-ιδιωτικού τομέα, προκειμένου να αποτελέσουν πρόδρομο για ιδιωτικές επενδύσεις μεγάλης κλίμακας (Kere, Ntsebeza, Pithers 2001). Αν και ο αγροτουρισμός θεωρείται ακόμη στα σπάργανα σε όλη τη Νότιο Αφρική, τα έσοδα από τη νέα αυτή τουριστική τάση αυξάνονται συνεχώς, επικαλύπτοντας ορισμένες φορές έσοδα από άλλες μορφές αειφόρου τουρισμού (Adams, 2008).

Σήμερα οι διεθνείς τουρίστες επισκέπτονται κατά κύριο λόγο τις πιο γνωστές και εμπορευματοποιημένες αγροτικές περιοχές, όπως η διαδρομή κρασιού στο Western Cape και το Εθνικό Πάρκο Kruger (Viljoen, Tlabela, 2007). Το Midlands Meander αποτελεί έναν ακόμα ιδανικό αγροτουριστικό προορισμό, καθώς έχει εξελιχθεί σε ένα εκλεκτικό και συναρπαστικό συνδυασμό τεχνών και χειροτεχνίας, διαθέτοντας παγκόσμιας κλάσης εστιατόρια και σπιτικές ανέσεις, με ένα ευρύ φάσμα από αθλητικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές δραστηριότητες. Στην περιοχή του Eston επίσης, σε δημοφιλή δραστηριότητα έχει αναδειχτεί το μάζεμα φράουλας, το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει βόλτες και πικνίκ για την οικογένεια (KwaZulu-Natal Tourism Authority, 2005). Τέλος, αγροκτήματα στο ανατολικό Griqualand χρησιμοποιούνται για δραστηριότητες όπως ψάρεμα πέστροφας, πεζοπορία, οδήγηση 4X4 και γεωργικές δραστηριότητες, με τις υπηρεσίες διαμονής να κυμαίνονται από άνετα καταλύματα έως κοιτώνες πολλών ατόμων (KwaZulu-Natal Tourism Authority, 2005).

Γενικότερα ο αγροτουρισμός στην Νότιο Αφρική, περιλαμβάνει καταλύματα με καλαμοσκεπές σε μικρά αγροκτήματα και συνήθως συνδέεται με τουριστικές

δραστηριότητες που σχετίζονται με καλλιέργειες, την εκτροφή βοοειδών, οινοποιεία, υδατοκαλλιέργειες, περιηγήσεις σε αγορές θεμιτού εμπορίου, φυτείες τσαγιού, εγκαταστάσεις εξαγωγής αλάς και βιολογικά αγροκτήματα μπανάνας (Adams, 2008). Αν και οι υπάρχουσες εγκαταστάσεις και προσφερόμενες υπηρεσίες που απαντώνται στην Νότιο Αφρική ταιριάζουν στον ορισμό του αγροτουρισμού, ωστόσο δεν απευθύνονται πάντα ξεκάθαρα σε αυτήν την αγορά καθώς επικεντρώνονται σε άλλες δραστηριότητες (πχ. ορειβασία, ψάρεμα, τέχνες και χειροτεχνίες κλπ) παραμελώντας συχνά σημαντικά συστατικά στοιχεία του αγροτουρισμού (διαμονή, εστίαση).

## Βιβλιογραφία

Αποστολόπουλος Κ., Γιάγκου Δ., 2005, Ήπιες μορφές τουρισμού, Πανεπιστημιακές σημειώσεις, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα

Αυγούστα Β., 2005, Αγροτουρισμός στο νησί της Αφροδίτης: μια σύγχρονη πρόκληση, Πτυχιακή Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Δαράκης Ι., 2009, Ο αγροτουρισμός και η περίπτωση του στο νησί της Κρήτης, Διπλωματική Εργασία, Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης

Έξαρχος Γ., Καραγιάννης Στ., 2004, Αγροτουρισμός ως μοχλός για την ανάπτυξη της υπαίθρου, Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, Θεσσαλονίκη.

Ιωακειμίδης Α., 2009, Αγροτουρισμός στο νομό Θεσσαλονίκης, Διπλωματική Εργασία, Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης

Καλδής Π., Θεοδωροπούλου Ε., Αλεξόπουλος Γ., Γιαννουζάκου Α., 2000, Αγροτουρισμός και Ανάπτυξη, Εκδοση Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Αθήνα

Λογοθέτης Μ., 1998, Αγροτικός τουρισμός: μια εναλλακτική λύση, Αθήνα.

Παρταλίδου Μ., 2005, Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού. Διδακτορική Διατριβή. Θεσσαλονίκη: Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής.

Συνοδινού Λ., 2008, Αγροτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης της υπαίθρου: η περίπτωση του νομού Ιωαννίνων, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Σφακιανάκης Μ.Κ., 2000, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, εκδ. Έλλην, Αθήνα

Τομαράς Π., Λάγος Δ., 2007, Ο Αγροτουρισμός ως Παράγοντας Τοπικής Ανάπτυξης: Η περίπτωση της Ελλάδας, Τόπος, Επιθεώρηση χωρικής ανάπτυξης, σχεδιασμού και περιβάλλοντος, 24-25/2005, σσ. 5-16 (30-05-2007) Διαθέσιμο:

<http://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/1954>

Adams B. B., 2008, The New Agritourism: Hosting Community and Tourists on Your Farm, National Lilac Publishing LLC

Aggelopoulos S., Kamenidou I., Pavloudi A., 2008, Women's business activities in Greece: The case of agro-tourism, Tourism Original Scientific Papers, Vol. 56 No 4/ 2008/ 371-384

Amaral N. K, Edgar L. D., 2010, Agricultural Communication Students' Perceptions, Knowledge and Identified Sources of Information about Agritourism University of Arkansas, Department of Agricultural Extension and Education 2010 Available at: <http://agnews.tamu.edu/saas/saasproceedings.html>

Anthopoulou Th., Iakovidou O., Koutsouris A., & Spilanis I., 1998, Spatial and Developmental Dimensions of Agrotourism in Greece, Proceedings of 5th Panhellenic Conference on Rural Economy (pp. 23-28). Athens.

Australia, 2003, Green Paper: A Medium to Long Term Tourism Strategy. Commonwealth of Australia, Canberra.

Barry, J.J., and D. Hellerstain.,2004, "Chapter 9: Farm Recreation." In: Outdoor Recreation for 21st Century America" pp.149-167. A Report to the Nation: The National Survey on Recreation and the Environment. H.K. Cordell, Principal Author. Venture Publishing, Inc. State College, PA. 293

Beeton S., 2004, Rural Tourism in Australia — Has the Gaze Altered? Tracking Rural Images through Film and Tourism Promotion, International Journal Of Tourism Research 6, 125–135 (2004)

Beus C. E, 2008, Agritourism: Cultivating Tourists on the Farm, Draft paper submitted as an Extension Bulletin in the Farming the Northwest Series.

Breusch, J., 2006, Incentives schemes to encourage green farmers. The Australian Financial Review, p. 3. (12/04/2006).

Caron S., 2001, Tourisme rural : Pas sérieux, s'abstenir, Jeunes Agriculteurs, N° 563, Juillet/août 2001, Available at: <http://ja.web-agri.fr/moteur/563/563P26.html>

Carpio C. E., Wohlgenant K. M., 2006, The Demand for Agritourism in the United States, Selected Paper prepared for presentation at the Southern Agricultural Economics Association Annual Meetings, Orlando, Florida, February 5-8,2006

Carpio E. C., Wohlgenant K. M., Boonsaeng T., 2008, The Demand for Agritourism in the United States, Journal of Agricultural and Resource Economics 33(2):254-269

China National Tourism Administration (CNTA), 2006, Combining agriculture and tourism is a big article in new rural area construction.

China National Tourism Administration (CNTA), 2007a, Public Report on China Tourism Statistics 2006.

DEAT (Department of Environmental Affairs and Tourism),1996, The development and promotion of tourism in South Africa. Available at: <http://www.info.gov.za/whitepapers/1996/tourism.htm>

DEAT (Department of Environmental Affairs and Tourism),1998 Tourism in GEAR Development Strategy 1999–2000. Pretoria: RSA.

DOT (Department of Tourism), 1993, Rural Tourism: Tourism Discussion Paper Number 1, Commonwealth Department of Tourism, Canberra

DOT (Department of Tourism), 1994, National Rural Tourism Strategy, Commonwealth Department of Tourism, Canberra.

Eckert J., 2008, Harvesting travel dollars through agritourism. Presentation at the Arkansas Governor's Conference on Tourism, Rogers, AR. March 2008.

Frater, J. M., 1983, Farm Tourism in England: planning, funding, promotion and some lessons from Europe, Tourism Management, Vol 4, pp. 167-179

Gajo P., 2010, Agritourism And Rural Tourism In Italy, Scientific Papers Series Management , Economic Engineering in Agriculture and Rural Development, Vol.10(3)/2010, pp. 157

Gao S., 1997, The experiences, problems and solutions of poverty alleviation through tourism, Tourism Tribune 12(4): 4.

Gao S, 2008, The current state and new development ideas of China's rural tourism. In Analysis and Forecast of China's Tourism Development 2008,

Gao S., Huang S., Huang Y., 2008, Rural Tourism Development in China, International Journal Of Tourism Research 11, 439–450 (2009)

Gopal R., Varma S, Gopinathan R., 2008, Rural Tourism Development: Constraints and Possibilities with a special reference to Agri Tourism, A Case Study on Agritourism Destination – Malegoan Village, Taluka Baramati, District Pune, Maharashtra, Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, 15-17 May 2008, Indian Institute of Management Kozhikode (IIMK)

Hall, C.M., 1997, Introduction to Tourism in Australia: Impacts Planning and Development (Second Edition), Longman, Australia.

Hall, D., Mitchell, M., & Roberts, L., 2003, Tourism and the countryside: Dynamic relationships. In D. Hall, L. Roberts, & M. Mitchell, (Eds.). New Directions in Rural Tourism (pp. 3-15). Ashgate Publishing Limited: Vermont.

Hegarty C., Przeborska L., 2005, Rural and Agri-Tourism as a Tool for Reorganising Rural Areas in Old and New Member States — a Comparison Study of Ireland and Poland, International Journal Of Tourism Research 7, 63–77 (2005)

Holmes, J., 2006, Impulses towards a multifunctional transition in rural Australia: Gaps in the research agenda. Journal of Rural Studies, 22(1), 142-160.

Idda L., Furesi R., Pulina P., 2005, Mid Term review e multifunzionalità, Rivista di Economia Agraria, n. 2.

ISTAT-National Institute of Statistics, 2008, Statistiche Agriturismo, published 15/11/2009

Jackson J. Murphy P., 2006, Clusters In Regional Tourism An Australian Case, Annals of Tourism Research, Vol. 33, No. 4, pp. 1018–1035, 2006

Jan W. te Kloeze, The Netherlands: A Rural and Agri Tourist Product, Wageningen International Centre of Excellence on Development of Sustainable Leisure Available at: [http://mdmst.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub\\_65348.ppt](http://mdmst.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_65348.ppt)

Ji H., 1985, Relying on landscape to live: a report on farmer tourism business owners in Emei Mountain of Sichuan. People's Daily (18 November 1985): 2.

Kepe T., Ntsebeza L., Pithers L., 2001, Agri-Tourism Spatial Development Initiatives In South Africa: Are They Enhancing Rural Livelihoods?, Department for International Developmen, Natural Resource Perspectives, Number 65, 03/2001



Knowd I., 2001, Rural Tourism: Panacea and Paradox Exploring the Phenomenon of Rural Tourism and Tourism's Interaction with Host Rural Communities, UWS Hawkesbury, Originally Produced as a "Briefing Paper on Rural Tourism", 1998

KwaZulu-Natal Tourism Authority, 2005, Agritourism in KwaZulu-Natal, Tourism KwaZulu-Natal Occasional Paper No. 35, August 2005, Available at: [http://www.kzn.org.za/index.php?view\\_page+57988](http://www.kzn.org.za/index.php?view_page+57988)

Li P., 2008, Study and analysis on alleviating poverty by tourism in poor regions. Social Sciences Review 23(5): 53–54.

Lund-Durlacher D., Zeppenfeld R., 2006, "Ecological Agrarian Tourism" – The Present Situation in Germany, GEOTOUR 2006, Košice 5 – 7 October 2006

Miller D. J., McCullough W. S., Rainey V. D., Das B., 2010, Kansas Agritourism Business Operators: Who They Are, How They Communicate, What They Want to Learn, and How They Want To Learn It (Research) Available at: <http://agnews.tamu.edu/saas/saasproceedings.html>

Ndlovu N., Rogerson C.M., 2004, The local economic impacts of rural community-based tourism in the Eastern Cape. Tourism and development issues in contemporary South Africa , 436-451. Pretoria: Africa Institute of South Africa.

OECD Organisation for Economic Co-operation and Development, 2001, Multifunctionality: towards an analytical framework, Paris

O'Halloran M., Cook S., Sbragi A., Buchanan I., 2000, BTR Occasional Paper Number 30, Rural Tourism in Australia: The visitor's perspective, Bureau of Tourism Research, Canberra

Ollenburg C., 2006, Farm Tourism In Australia: A Family Business and Rural Studies Perspective, Doctorate Thesis, Griffith University

Petrić, L., 2003, Constraints and possibilities of the rural tourism development with the special stress on the case of Croatia. Paper presented at the ERSA 2003 Congress, Finland. Available at: <http://www.ersa.org/ersaconfs/ersa03/cdrom/papers/105.pdf>

Petrișor-Mateuț O., 2008, Agro-Tourism In The European Union And Romania, Agora International Journal of Economical Sciences (Volume II, No. I)

Pittman M. H., 2006, Planting the Seeds for a New Industry in Arkansas: Agritourism, A National Agricultural Law Center Research Publication August 2006

Porcaro P., 2009, Agritourism in Italy, ISS Institute/Italy Fellowship (International Specialised Skills Institute)

Porta F., 1997, Sustainable Tourism and Economy; Territory and Heritage, Revue de Tourisme.

Privitera D., 2009, Factors Of Development Of Competitiveness: The Case Of Organic-Agritourism, Paper prepared for presentation at the 113<sup>th</sup> EAAE Seminar "The Role Of

Knowledge, Innovation And Human Capital In Multifunctional Agriculture And Territorial Rural Development”, Belgrade, Republic of Serbia December 9-11, 2009

Rilla E., 1998, Unique Niches: Agritourism in Britain and New England, University of California, Davis, p. 40, 1998. Available at:  
<http://sfp.ucdavis.edu/agritourism/printer.html>

Rogerson C.M., Visser G., 2004, Tourism and development in post-apartheid South Africa: A ten-year review. Tourism and development issues in contemporary South Africa, 2–25. Pretoria: Africa Institute of South Africa.

Santeramo F. G., Seccia A., Blasi G. De, Carlucci D., 2008, Agritourism flows to Italy: an analysis of determinants using the gravity model approach, Paper prepared for presentation at the 107th EAAE Seminar "Modeling of Agricultural and Rural Development Policies". Sevilla, Spain, January 29th -February 1st, 2008

Shao Q, 2007b, Develop rural tourism and facilitate new rural area construction. Qiushi 2007: 42–44.

Su B., 2011, Rural Tourism in China, Tourism Management 32 (2011) 1438-1441

Sun W.F., 2009, Farmer families operating Nongjale reached 1.3 millions. Available at  
<http://www.92696.com/Html/?912.html>

Turner, Martin and Michael Winter. 2003. Farm diversification activities: Benchmarking study 2002. Final report to the Department of Environment, Food and Rural Affairs by the Centre for Rural Research, University of Exeter; and the Rural and Tourism Research Group, University of Plymouth.

Tyler M., 1996, Living in the Environmental, Wadsworth Publishing, New York.

Valls J.F., Porta F., 1997, Sustainable Tourism and Economy; Territory and Heritage, Revue de Tourisme.

Viljoen J., Tlabela K., 2007, Rural tourism development in South Africa, Trends and challenges, Human Sciences Research Council, HSRC Press.

Williams P., Paridaen M., Dossa K., Dumais M., 2001, Agritourism Market and Product Development, Status Report, Centre for Tourism Policy and Research Simon Fraser University, Canada, April 30, 2001

Wilson J., Thilmany D., Sullins M., 2006, Agritourism: A Potential Economic Driver in the Rural West, Economic Development Report, Colorado State University, Department of Agricultural and Resource Economics, February 2006 EDR06-01

Yang J., 1993, Implications of the development of Luxi Alu Ancient Cave — the first cave in Yunnan. Yunnan Government Magazine 7: 42–45.

Ying, T., & Zhou Y., 2007, Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: a comparative study of two adjacent villages. Tourism Management, 28, 96 -107

Zhang G, Liu D (eds). Social Science and Literature Press: Beijing; 221–232.

Canoves G., Villarino M., Priestley G. K., Blanco A., 2004, Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. Geoforum, 35, 755-769

Zheng Q. M., Zhong L. S., 2004, A discussion of developing model of community-involved rural tourism. Tourism Tribune, 19 (4), 33-37

<http://aftagriculturaltourism.com.au>

AFT Agricultural Tourism (division of Australian Farm Tourism)

<http://www.agmrc.org/>

Ag Marketing Resource Center

<http://www.agriturist.it>

Associazione Nazionale per l'Agriturismo, l' Ambiente e il Territorio

<http://www.bienvenue-a-la-ferme.com>

Network - Ministry of Agriculture and Natural Resources of France

<http://www.defra.gov.uk/>

Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra)

<http://www.eat-web.de/>

Ecological Agrarian Tourism

<http://www.eceat.org>

European Centre for Ecological and Agricultural Tourism

<http://www.eurogites.org/>

EuroGites - European Federation of Farm and Village Tourism

<http://www.fb.org/>

American Farm Bureau Federation

<http://www.fs.fed.us/>

United States Forest Service USFS- National Survey on Recreation and the Environment

<http://www.hospitalitymagazine.com.au>

Hospitality Publishing, Reed Business Information.

<http://www.kypros.org>

Cyprus Tourism Organization

<http://www.ruraltourisminternational.org>

Rural Tourism International - Training Network (RTI-TN).

<http://www.urlaubambauernhof.at>

Farm Holidays - Austria

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

#### **4.1 Η εξέλιξη του αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα**

Ο αγροτικός τουρισμός στην Ελλάδα έχει σχετικά σύντομη ιστορία. Οι ρίζες του μπορούν να βρεθούν σε διάφορες μορφές τουρισμού στην ύπαιθρο, που είναι κοινές στην Ελλάδα και λαμβάνουν χώρα σε θρησκευτικές γιορτές (Χριστούγεννα, Πάσχα, τοπικές γιορτές Αγίων) αλλά και τα σαββατοκύριακα. Αυτή η μορφή τουρισμού της υπαίθρου μετονομάστηκε σε «αγροτουρισμό» μετά τη δεκαετία του 1980 και συνέπεσε με δύο σημαντικές εξελίξεις (Kizos, Iosifides, 2007). Η πρώτη ήταν η είσοδος της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα το 1981, την οποία ακολούθησε η προώθηση μιας σειράς προγραμμάτων για την τοπική και αγροτική ανάπτυξη. Η δεύτερη σημαντική εξέλιξη ήταν η έμφαση σε θέματα όπως η ισότητα των δύο φύλων και η αναβάθμιση του επιπέδου διαβίωσης σε αγροτικούς πληθυσμούς, κυρίως ορεινών και μειονεκτικών περιοχών (Tsartas & Thanopoulou 1994; Gidarakou, 1999; 2002, Overbeek et al. 1998).

Η εξέλιξη αυτή υποστηρίχτηκε τεχνικά και οικονομικά από πολλές δημόσιες και ιδιωτικές υπηρεσίες, όπως είναι η Γενική Γραμματεία Ισότητας, το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης, η Αγροτική Τράπεζα, η Πανελλήνια Ομοσπονδία Γεωργικών συνεργατικών σωματείων, ο ΕΟΤ, η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς, ο Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (Tsartas & Thanopoulou 1994). Οι αγρότες και ο αγροτουρισμός ήταν μια άλλη πρωτοβουλία με παρόμοιο σκοπό, η οποία προχώρησε στα μέσα της δεκαετίας του 1980, ως μία μορφή τουρισμού για τις ορεινές και μειονοτικές περιοχές. Το υπουργείο αγροτικής ανάπτυξης προώθησε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο αγροτουριστικής ανάπτυξης για την Ελλάδα, δίνοντας προτεραιότητα σε περιοχές με μικρή οικονομική ανάπτυξη, ή λίγο πληθυσμό, και ακόμη σε ακριτικές και περιφερειακές περιοχές με μικρό ή μη μαζικό τουρισμό (Kizos, Iosifides, 2007).

##### **4.1.1 Η δεκαετία του 60**

Η εμφάνιση του αγροτουρισμού έγινε αρκετά αργά στην Ελλάδα, ως εναλλακτική δυνατότητα στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Τα πρώτα σημάδια αγροτουριστικής δράσης εμφανίστηκαν στα νησιά και τις παράκτιες περιοχές κατά τη διάρκεια της

δεκαετίας του 1960, στο πλαίσιο μιας δυναμικής ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού, χωρίς τη λογική και τις κατευθυντήριες γραμμές μιας συγκεκριμένης τουριστικής πολιτικής. Ήταν, ως επί το πλείστον, διάσπαρτες προσωπικές πρωτοβουλίες προσφοράς φιλοξενίας και τοπικών προϊόντων που σταδιακά εξαφανίστηκαν κάτω από τις πιέσεις του μαζικού τουρισμού και της ιδεολογίας του (Kazakoroulos, Gidarakou, Theofilidou 2003).

#### **4.1.2 Η δεκαετία του 70**

Στην Ελλάδα μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1970 δεν υπήρχε οργανωμένη μορφή αγροτικού τουρισμού. Σε αυτό το πρώτο στάδιο ανάπτυξής του, ο αγροτικός τουρισμός ήταν ακόμη άγνωστος στους περισσότερους. Ως εκ τούτου δεν υπήρχε μια ικανοποιητική ζήτηση η οποία θα μπορούσε να δημιουργήσει παράλληλα και τις συνθήκες εκείνες για την ανάπτυξη και την στήριξη αγροτουριστικών δράσεων (Ιακωβίδου, 2006). Σημειώνεται εξάλλου, ότι μέχρι τότε δεν είχε εκφραστεί η ανάγκη από τους αστούς για «επιστροφή στη φύση» στο βαθμό που εκδηλώθηκε αργότερα, τη δεκαετία του 90'. Η σχετικά πρόσφατη αγροτική έξοδος στην Ελλάδα και η διατήρηση των σχέσεων των κατοίκων των πόλεων με τους τόπους καταγωγής τους, τους κάνει να επιστρέφουν τακτικά στα χωριά σε περιόδους διακοπών, χωρίς ουσιαστικά να έχουν χάσει την επαφή με τον αγροτικό κόσμο. Η κοινωνική συνοχή μέσω των συγγενικών και φιλικών σχέσεων διατηρείται ακόμη σε σημαντικό βαθμό, κατά τρόπο ώστε οι αστοί των μεγαλουπόλεων να μη νιώθουν ακόμη πιεστική την ανάγκη να «αναζητήσουν τις ρίζες τους» ή την αυθεντικότητα του αγροτικού κόσμου» συχνά ωραιοποιημένη μέσω του αγροτικού τουρισμού (Ανθοπούλου κ.ά., 2000).

Υπήρχαν όμως τουριστικές υποδομές στην ύπαιθρο, οι οποίες δεν απέχουν πολύ από αυτό που αποκαλούμε σήμερα αγροτικό τουρισμό. Πρόκειται, κυρίως, για ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα που αναπτύχθηκαν στις τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές της χώρας, χωρίς κρατική παρέμβαση και σχεδιασμό (Ιακωβίδου, 1988) με στόχο να συμπληρωθεί το υπάρχον ξενοδοχειακό δυναμικό και να επιτευχθεί συμπληρωματικό εισόδημα στους ιδιοκτήτες τους, οι οποίοι ήταν κάτοικοι της υπαίθρου. Ήταν ως εκ τούτου ένα δημιούργημα των μηχανισμών της αγοράς, συνδεδεμένο και εξαρτώμενο από το μαζικό τουρισμό, το οποίο την εποχή εκείνη μπορεί να έλυσε κάποια προβλήματα, συνέβαλε όμως στη διαμόρφωση μιας εικόνας για τον τουρισμό της χώρας, που δε θα χαρακτηρίζονταν ιδιαίτερα θετική (Ιακωβίδου, 2006). Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να δημιουργηθεί στον ελλαδικό χώρο μια πλειάδα «αγροτουριστικών» καταλυμάτων, συγκεντρωμένα στις παραθαλάσσιες ζώνες ή

διάσπαρτα στο χώρο, ασύνδετα συνήθως με τη γεωργική παραγωγή και το τοπικό αγροτικό στοιχείο γενικότερα και κυρίως αγνοώντας πλήρως την πλευρά της τουριστικής ζήτησης (Λυρουδία, 2010). Το γεγονός ότι ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε, αντιγράφοντας το σταθερότυπο του μαζικού τουρισμού, είχε ως αποτέλεσμα την αδυναμία διαμόρφωσης ενός συγκεκριμένου μοντέλου που θα προσδιόριζε το προφίλ και το είδος των παρεχόμενων υπηρεσιών των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σύμφωνα με τη φιλοσοφία του αγροτουρισμού (Ιωακειμίδης, 2009).

Την ίδια περίοδο ο ΕΟΤ αναλαμβάνει μια πρωτοβουλία για τη διάσωση και αξιοποίηση παραδοσιακών οικισμών, χάρη στην οποία η Βάθια Μάνης, η Βυζίτσα Πηλίου, τα Μεστά Χίου, η Οία Σαντορίνης, το Πάπιγκο Ηπείρου, το Φισκάρδο Κεφαλονιάς και αργότερα η Αρναία Χαλκιδικής, οι Κορυσχάδες Ευρυτανίας και άλλα χωριά γλίτωσαν από την καταστροφή. Μια πρωτοβουλία που συνέβαλε στην αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς με ιδιαίτερο σεβασμό στις τοπικές ιδιαιτερότητες, η οποία έδωσε τη δυνατότητα στους επισκέπτες των περιοχών αυτών να ζήσουν σε ένα αυθεντικό αγροτικό περιβάλλον, να γνωρίσουν και να θαυμάσουν την αρχιτεκτονική και τα έργα των μαστόρων της Ελλάδας (Ιακωβίδου, 2006).

Παράλληλα με τις πρωτοβουλίες του Ε.Ο.Τ. ξεκίνησαν και άλλες πρωτοβουλίες οι οποίες στηρίχτηκαν ως επί το πλείστον σε ιδιωτικές ενέργειες (Αποστολόπουλος και Γιάγκου 1998). Οι επιχειρηματίες όριζαν κάθε φορά τις δικές τους προδιαγραφές ίδρυσης και λειτουργίας αγροτουριστικών επιχειρήσεων, στηριζόμενοι στη βούλησή τους, στις μερικές γνώσεις, στις εμπειρίες, στην οικονομική τους κατάσταση και σε άλλους, υποκειμενικούς κυρίως, παράγοντες παρά σε ένα σύνολο καθορισμένων δεικτών ποιότητας. Αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας ήταν η δημιουργία επιχειρήσεων, οι οποίες δεν κατάφεραν να αξιοποιήσουν τις τοπικές ιδιαιτερότητες, να στηρίξουν και να στηριχθούν στην πολιτισμική κληρονομιά, στο φυσικό περιβάλλον, στους ανθρώπους του τόπου και κατά συνέπεια να καθιερώσουν τον αγροτουρισμό ως διακριτό πρότυπο (Ιωακειμίδης, 2009).

#### **4.1.3 Η δεκαετία του 80**

Μετά την πρώτη –καθαρά εμπειρική– φάση ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού, η οποία δεν είχε και ουσιαστικά αποτελέσματα, ακολούθησε, τη δεκαετία του 80', το δεύτερο στάδιο ανάπτυξής του. Τα πρώτα βήματα ως αγροτικός τουρισμός έγιναν λίγο μετά την ένταξη της χώρας στην Κοινή Αγορά το 1981. Την περίοδο αυτή η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού έγινε χωρίς συγκεκριμένο σχεδιασμό και χωρίς να

οριοθετηθούν συγκεκριμένοι αγροτουριστικοί προορισμοί και προδιαγραφές των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων (Παρταλίδου 2002).

Η πρώτη εφαρμογή της ενίσχυσης του αγροτουρισμού σημειώθηκε ουσιαστικά το 1981, με την προώθηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση των Μεσογειακών Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων (Μ.Ο.Π.) που είχαν στόχο την υποστήριξη της απασχόλησης και των εισοδημάτων (ΥΠΕΠΘ, 2003). Οι πρώτες επιδοτούμενες αγροτουριστικές επενδύσεις ιδιωτών, ήταν αυτές που ενίσχυσε μετά το 1983 το Υπουργείο Γεωργίας, το οποίο χρηματοδότησε γεωργούς μέσω των Μ.Ο.Π., προκειμένου να δημιουργήσουν αγροτουριστικά καταλύματα. Αργότερα, η ενίσχυση αυτή συνεχίστηκε από τον Κανονισμό 797/85 (Ιωακειμίδης, 2009).

Εκτός όμως από τους γεωργούς, αυτή την περίοδο διακρίνεται ακόμη μια κατηγορία αγροτουριστικών δράσεων η οποία αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο, κυρίως από μόνιμους κατοίκους της περιοχής, οι οποίοι δεν έχουν ως κύριο επάγγελμα τη γεωργία. Οι παραπάνω δράσεις αγροτικού τουρισμού ιδιωτικής πρωτοβουλίας (γεωργών και μη γεωργών) στηρίχτηκαν στα προαναφερθέντα χρηματοδοτικά προγράμματα ενίσχυσης και αναπτύχθηκαν διάσπαρτα σε όλες τις περιοχές της χώρας (ΓΕΩΤ.Ε.Ε. 2000).

Σε αυτή τη δεκαετία ξεκίνησε μια πιο οργανωμένη προσπάθεια εφαρμογής αγροτουριστικών προγραμμάτων (Μανώλογλου, 1993), η οποία εκφράστηκε από τη δημιουργία των Γυναικείων Αγροτουριστικών Συνεταιρισμών (Συμεωνίδου, 2009). Οι τέσσερις πρώτοι γυναικείοι συνεταιρισμοί που ιδρύθηκαν με πρωτοβουλία του συμβουλίου Ισότητας των Δύο Φύλων, ήταν στην Πέτρα Λέσβου, τα Αμπελάκια, την Αράχοβα και τα Μαστιχοχώρια Χίου (Λυρουδία, 2010). Οι γυναικείοι συνεταιρισμοί, παρά το γεγονός ότι δεν απέβλεπαν στην ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού, αλλά στην οικονομική ανεξαρτησία και χειραφέτηση των αγροτισσών, απέτελεσαν το πιο διαρθρωμένο για την εποχή αγροτουριστικό πρότυπο (Ιακονίδου 2002)

Στην πορεία, μέσα από τις Ευρωπαϊκές Πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη της ορεινής και μειονεκτικής υπαίθρου και μιας σειράς αναπτυξιακών νόμων, δημιουργήθηκε στον ελλαδικό χώρο μια πλειάδα «αγροτικών» τουριστικών καταλυμάτων, συγκεντρωμένα κυρίως στις παραθαλάσσιες ζώνες ή διάσπαρτα στο χώρο, ασύνδετα συνήθως με τη γεωργική παραγωγή και το τοπικό αγροτικό στοιχείο γενικότερα (Ιωακειμίδης, 2009).

Παράλληλα, δημιουργήθηκαν και αγροτουριστικές υποδομές από ιδιώτες που δεν ασχολούνται με τη γεωργία, από γεωργούς, μέσω των κανονισμών που απέβλεπαν στον εκσυγχρονισμό των γεωργικών εκμεταλλεύσεων (καν. 797/85), και από φορείς, κυρίως από Δήμους και Κοινότητες. Οι υποδομές αυτές, στις περισσότερες περιπτώσεις, δε συνάδουν με τη φιλοσοφία και τους στόχους του αγροτικού τουρισμού. Σύγχρονα κτίρια, ξένα από την αρχιτεκτονική κληρονομιά και τις τοπικές ιδιαιτερότητες, απρόσωπες υπηρεσίες και στις περισσότερες περιπτώσεις προσφορά αγαθών ξεκομμένα από την τοπική παράδοση. Το γεγονός αυτό περιόρισε τη βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και στάθηκε εμπόδιο στην καθιέρωση του αγροτικού τουρισμού ως διακριτή μορφή τουρισμού (Ιακωβίδου, 2006).

#### **4.1.4 Από τη δεκαετία του 90 μέχρι σήμερα**

Τη δεκαετία του 90 με την εφαρμογή της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας L.E.A.D.E.R, των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΠΕΠ) και άλλων προγραμμάτων άρχισε η δεύτερη και πιο σημαντική φάση ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Την περίοδο αυτή ο αγροτικός τουρισμός έγινε γνωστός ως ο τουρισμός των 3Φ (Φύση, Φιλία, Φιλοξενία) και πολλές περιοχές της χώρας, άγνωστες μέχρι πριν στην τουριστική αγορά, μπήκαν στο χάρτη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως αγροτουριστικοί προορισμοί και άρχισαν να έχουν ζήτηση από τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων (Ιακωβίδου 2003). Η σημασία που είχε ο αγροτικός τουρισμός την περίοδο αυτή καταδεικνύεται από το γεγονός ότι το 50,3% του συνολικού προϋπολογισμού της L.E.A.D.E.R I (1991-93), που υλοποιήθηκε στην Ελλάδα την περίοδο 1993-1996, διατέθηκε στο μέτρο του αγροτικού τουρισμού. Το αντίστοιχο ποσοστό της L.E.A.D.E.R II (1994-1999), η οποία επωφελήθηκε από πολύ μεγαλύτερες πιστώσεις σε σχέση με την L.E.A.D.E.R I, ανήλθε στο 38,7%. Τέλος, στα πλαίσια της πρωτοβουλίας L.E.A.D.E.R+, που εφαρμόστηκε την περίοδο 2000-2006, διατέθηκε το 34,47% του συνολικού προϋπολογισμού για τον αγροτικό τουρισμό.

Την ίδια περίοδο εφαρμόζονται και τα Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου, τα οποία αποτελούν ολοκληρωμένες παρεμβάσεις στις αγροτικές και μειονεκτικές περιοχές της χώρας, μέσω των οποίων ενισχύονται και δράσεις αγροτικού τουρισμού (Ιακωβίδου, 2006). Εκτός από τις Πρωτοβουλίες L.E.A.D.E.R I και II, κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 90' εφαρμόστηκαν και οι κανονισμοί καν.2328/91, καν.950/97, οι οποίοι ενίσχυσαν γεωργούς προκειμένου να διαφοροποιήσουν τις δραστηριότητές τους και να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό. Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε μια σειρά αγροτουριστικών πιλοτικών δράσεων που



ενισχύθηκαν από Κοινοτικές Πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων και την προώθηση της απασχόλησης, όπως NOW, HORIZON, INTEGRA, INTERREG, Τοπικά Σύμφωνα Απασχόλησης κ.α. (Νίνα-Παζαρζή, 1993).

Σύμφωνα με τον κατάλογο του Υπουργείου Γεωργίας που δημοσιεύτηκε το 1997 και αφορά στα καταλύματα που ενισχύθηκαν από τους Καν.797/85 και Καν.2328/91 διαπιστώνουμε ότι από τα 891 αγροτουριστικά καταλύματα που επιδοτήθηκαν, δημιουργήθηκαν 7.592 κλίνες, κυρίως Α κατηγορίας. Τα 2/3 αυτών βρίσκονται σε νησιά και το 9% σε παράκτιες περιοχές, οι οποίες ευνοούνται από το κυρίαρχο τουριστικό μοντέλο των 3 S (sea,sun,sand). Το 35,7% του συνόλου αυτών προσφέρουν απλά διαμονή, το 46,2% μαζί με τη διαμονή προσφέρουν και πρωινό, το 6,7% προσφέρουν διαμονή και εστίαση και ένα ποσοστό 11,4% νοικιάζουν δωμάτια με κουζίνα. Από τα δεδομένα που προαναφέρθηκαν διαπιστώνουμε ότι ο αγροτουρισμός, τουλάχιστον μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 90', περιορίστηκε κυρίως στην παροχή καταλύματος στις τουριστικά αναπτυσσόμενες περιοχές. Δεν κατάφερε να προσφέρει ένα διαρθρωμένο αγροτουριστικό προϊόν, το οποίο εκτός της παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας να περιλαμβάνει και δραστηριότητες αναψυχής, πολιτισμού, γαστρονομίας κ.α που συνδέονται με την ταυτότητα της περιοχής, είναι αυθεντικές, υψηλής ποιότητας και ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των επισκεπτών της περιοχής.

Σε ότι αφορά τις αγροτουριστικές μονάδες που χρηματοδοτήθηκαν από την Κοινοτική Πρωτοβουλία L.E.A.D.E.R υπολογίζεται ότι κατά την περίοδο 1993-1996 στο πλαίσιο του Μέτρου 3: αγροτικός τουρισμός της L.E.A.D.E.R I υλοποιήθηκαν 807 έργα, που αντιστοιχούν στο 46,6% των συνολικών έργων. Κατά την περίοδο 1994-1999 στο πλαίσιο του μέτρου που αφορά στον αγροτικό τουρισμό της L.E.A.D.E.R II υλοποιήθηκαν 1.150 έργα, που αντιστοιχούν στο 35,35% του συνόλου των έργων αγροτικού τουρισμού ( Εμμανουηλίδου, 2005).

Κατά τη διάρκεια εφαρμογής του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης την περίοδο 2000-2006, παράλληλα με τον Αναπτυξιακό Νόμο, το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα», η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+ και τα Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης και Ανασυγκρότησης του Αγροτικού Χώρου (ΟΠΑΑΧ) αποτέλεσαν τις κύριες πηγές χρηματοδότησης για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των υφισταμένων επιχειρήσεων στην Ελληνική ύπαιθρο. (Κοντοστόνος Σ.,2008)

Στα πλαίσια υλοποίησης του Γ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, και της αναδιάρθρωσης των διαρθρωτικών χρηματοδοτήσεων της ΕΕ κάτω από τον Κανονισμό 1260/99 και άλλους επιμέρους Κανονισμούς (1261, 1262, 1257), η ανάπτυξη του τομέα αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα υποστηρίχτηκε από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 «Αγροτική Ανάπτυξη και Ανασυγκρότηση της Υπαιθρου» (και συγκεκριμένα το Μέτρο 7.9) το οποίο εξασφάλισε χρηματοδότηση ύψους 81,35 εκατ. Ευρώ περίπου, με στόχο την ολοκλήρωση 180 επενδυτικών προγραμμάτων μέχρι το τέλος του έτους 2003 (Υπουργείο Γεωργίας, 2004).

Κατά την ίδια περίοδο, το Μέτρο 7.6 χρηματοδοτήθηκε με σκοπό την ενίσχυση της διαφοροποίησης των αγροτικών δραστηριοτήτων, τόσο των αγροτών πλήρους απασχόλησης όσο και των πολυαπασχολούμενων αγροτών, έτσι ώστε να είναι σε θέση να αναπτύξουν νέες πηγές εσόδων από εναλλακτικές δραστηριότητες οι οποίες θα χωροθετούνται στις εκμεταλλεύσεις τους. Το Μέτρο αυτό οδήγησε στη διάθεση του ποσού των 60,56 εκατ. Ευρώ για την υποστήριξη 330 επενδυτικών προγραμμάτων, τα οποία σχετίζονται με τον αγροτικό τουρισμό και την ανάπτυξη μικρών μονάδων χειροτεχνίας έως το τέλος του έτους 2003.

Επιπλέον χρηματοδοτήσεις κατευθύνονται προς την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού μέσα από τη Πρωτοβουλία LEADER + και τη συνέχιση των ΠΕΠ (Πέτρου, 2005). Πλέον, το Γ' Κ.Π.Σ. έχει δώσει τη θέση του στο Ε.Σ.Π.Α (Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς) το οποίο αποτελεί το έγγραφο αναφοράς για τον προγραμματισμό των Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε εθνικό επίπεδο για την περίοδο 2007-2013 (ΕΣΠΑ 2007 -2013).

Συνοψίζοντας, η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού μέχρι σήμερα, χαρακτηρίστηκε γενικότερα από μια πιο οργανωμένη προσπάθεια εφαρμογής αγροτουριστικών προγραμμάτων, χωρίς ωστόσο να έχει επιτευχθεί ουσιαστικό αποτέλεσμα (Ιακωβίδου, 2006). Η ανάπτυξη αυτή στηρίχθηκε για ακόμη μια φορά περισσότερο στην ιδιωτική πρωτοβουλία και στην ερμηνεία των προγραμμάτων αυτών και λιγότερο σε μια καλά στοιχειοθετημένη έννοια και σε έναν εθνικό σχεδιασμό και ένα νομικό πλαίσιο, τα οποία θα όριζαν το πρότυπο της ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα (Συμεωνίδου, 2009). Σε αυτό το γεγονός οφείλεται και το ότι όσον αφορά την παροχή αγροτουριστικών υπηρεσιών, μέχρι πρόσφατα η Ελλάδα δεν έχει ένα δομημένο αγροτουριστικό προϊόν που να συνδυάζει τις διακοπές στην ύπαιθρο, την κατανάλωση

τοπικών αγροτικών προϊόντων και την προώθηση της αγροτικής κληρονομιάς (Ιακωβίδου, 2002).

Σήμερα, ο αγροτικός τουρισμός εισέρχεται σε μία νέα κρίσιμη φάση, κατά την οποία καταβάλλονται ιδιαίτερες προσπάθειες να δημιουργηθούν βιώσιμες και ανταγωνιστικές αγροτουριστικές επιχειρήσεις. Παράγοντες όπως αξιοποίηση τοπικών ιδιαιτεροτήτων, ποιότητα και αυθεντικότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και αγαθών και δικτύωση των επιχειρήσεων αποτελούν το επίκεντρο του ενδιαφέροντος τόσο των φορέων διαχείρισης των προγραμμάτων, όσο και των ίδιων των επιχειρηματιών του αγροτικού τουρισμού (Ιακωβίδου, 2006).

#### **4.2 Εφαρμογή και είδη αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα**

Οι μορφές αγροτουρισμού που κυριαρχούν σε άλλες χώρες και έχουν ως βάση το μεγαλογεωργό ως κύριο επιχειρηματικό φορέα, δεν εφαρμόστηκαν στην Ελλάδα, είτε για λόγους γεωγραφικής και πολιτιστικής ιδιαιτερότητας είτε για λόγους λειτουργικούς, αφού η Ελλάδα ιστορικά δεν διαθέτει μεγάλες γεωργικές εκτάσεις (αγροκτήματα) που θα μπορούσε να τις εκμεταλλευτεί, ούτε συγκροτημένη αγροτική επιχειρηματική βάση που να δικαιολογεί την ανάπτυξη ολοκληρωμένων προγραμμάτων (Λάγος, 2006).

Εντελώς αντίθετα προς το κεντροευρωπαϊκό πρότυπο, ο ελληνικός αγροτικός χώρος αναπτύχθηκε με βάση το σαφή διαχωρισμό του τόπου κατοικίας, του αγροτικού δηλαδή οικισμού, από τον τόπο της γεωργικής ή κτηνοτροφικής παραγωγικής δραστηριότητας. Στην Ελλάδα σπανίζουν οι φάρμες που βρίσκουμε στην Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη ως αυτόνομα αγροτικά συγκροτήματα που συνδυάζουν κατοικία και παραγωγική δραστηριότητα. Αυτή είναι η εικόνα του ελληνικού αγροτικού χώρου στη μεγάλη πλειονότητα των περιπτώσεων, χωρίς βέβαια να αποκλείονται κάποιες λιγότερες εξαιρέσεις που συνιστούν τοπική ιδιομορφία.

Έτσι στην Ελλάδα ο αγροτουρισμός συνδέθηκε εκ των πραγμάτων με τη διαμονή σε κάποιο ξενώνα, που ως επί το πλείστον βρίσκεται εντός του αγροτικού οικισμού (ΙΤΑ, 2008). Η διαμονή αυτή συνδυάζεται όχι τόσο με τη συμμετοχή στην αγροτική παραγωγική δραστηριότητα όσο με τη ζωή στην κοινότητα, μέσω της συμμετοχής στις κοινωνικές δραστηριότητες του οικισμού και της προσπάθειας ενσωμάτωσης στον κοινωνικό ιστό του αγροτικού χώρου (Ριζοπούλου, 2010). Η ιδιοσυγκρασία της ελληνικής αγροτικής κοινωνίας, κατέστησε το κοινωνικό στοιχείο πρωταρχικό στον

«αγροτουρισμό» παραμερίζοντας το στοιχείο της «συμμετοχικής δραστηριότητας» (Μοίρα, 2003).

Λαμβάνοντας υπόψη τη μορφή του ελληνικού περιβάλλοντος, τη δομή των γεωργικών εκμεταλλεύσεων, το δημογραφικό πρόβλημα και τη διάρθρωση γενικά του τουρισμού, ο «αγροτουρισμός» για τα ελληνικά δεδομένα ορίζεται ως εξής (Κίτσιος, Καραγιάννης 2010): «Αγροτουρισμός είναι εκείνη η τουριστική δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό, από τους απασχολούμενους κυρίως στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα της παραγωγής και ειδικότερα σε οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής μικρές τουριστικές μονάδες παροχής αγαθών και υπηρεσιών. Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού η οποία στηρίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρώπινων τοπικών πόρων, ικανοποιεί εξειδικευμένες προσωπικές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου και αποβλέπει στη συγκράτηση ή και επιστροφή του τοπικού πληθυσμού, στην ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας και στην άνοδο του βιοτικού και πολιτιστικού τους επιπέδου» (Εξαρχος, 2005).

Επιπλέον, σύμφωνα με τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης (ΕΛ.Ο.Τ.), πρόκειται για μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας η οποία φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση και συμβάλει προκειμένου ο επισκέπτης να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, ασχολίες, και προϊόντα. Παράλληλα έχει ως στόχο να κινητοποιήσει τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου (ΕΛΟΤ, 2003).

Ωστόσο, οι αγροτουριστικές μονάδες στην Ελλάδα είναι στην πλειοψηφία τους μόνο κατ' όνομα τέτοιες, αφού στην πραγματικότητα δεν επιδιώκουν την σύζευξη του τουρισμού με την αγροτική παραγωγή, γεγονός που έχει σταθεί, μέχρι σήμερα, εμπόδιο στην ουσιαστική ανάπτυξή τους (ΙΤΑ, 2008). Εκτός από ελάχιστες περιπτώσεις στις οποίες εφαρμόζεται στην αυθεντική του μορφή, ο αγροτουρισμός έχει ταυτιστεί με τη κατασκευή και λειτουργία παραδοσιακού καταλύματος σε περιοχή της υπαίθρου.

Με βάση τα παραπάνω, δεν αποτελεί έκπληξη ότι τα πρώτα χρόνια ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις παρείχαν μόνο κάποιο είδος καταλύματος και στην καλύτερη περίπτωση εστίαση στους επισκέπτες τους. Με την πάροδο του χρόνου, όμως, ξεκίνησαν να διαμορφώνουν και να προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών και αγαθών που ενσωματώθηκαν ομοιόμορφα με την κοινωνία, τον

πολιτισμό, το περιβάλλον και το αγροτικό τοπίο της περιοχής (Ασκέλη, 2005). Σήμερα, ως αγροτουριστική επιχείρηση, ορίζεται ο παροχέας προϊόντων και υπηρεσιών αγροτουρισμού που δραστηριοποιείται σε περιοχές αγροτουριστικού προορισμού, οι εγκαταστάσεις και η λειτουργία του οποίου εναρμονίζονται με το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον της περιοχής (ΕΛ.Ο.Τ., 2003).

Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις ή όπως αλλιώς ονομάζονται Επιχειρήσεις Ήπιων Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Ύπαιθρο (Παρταλίδου, 2005) για να χαρακτηριστούν έτσι, θα πρέπει να παρέχουν μια τουλάχιστον από τις παρακάτω υπηρεσίες: διαμονή, εστίαση, περιήγηση στη φύση, ευαισθητοποίηση και περιβαλλοντική εκπαίδευση, γνωριμία με τα πολιτισμικά στοιχεία μιας περιοχής (επίσκεψη στα ιστορικά και λοιπά αξιοθέατα κλπ), τα παραδοσιακά επαγγέλματα, τις αγροτικές μεθόδους παραγωγής και καλλιέργειας καθώς και τις παραγωγικές διαδικασίες που έχουν εκλείψει, γνωριμία με τις ασχολίες και τις συνήθειες της καθημερινής ζωής των κατοίκων μιας περιοχής, διοργάνωση υπαίθριων δραστηριοτήτων αναψυχής και συχνότητα συμμετοχής των τουριστών σε αυτές, πώληση κυρίως τοπικών αγροτικών προϊόντων.

Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις, ανάλογα με το αγροτουριστικό προϊόν που προσφέρουν κατατάσσονται σε (ΕΛ.Ο.Τ., 2003):

- I. Αγροτουριστικά καταλύματα
- II. Πρατήρια/Εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων
- III. Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής,
- IV. Τουριστικά γραφεία-διοργανωτές ή παροχείς προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων αγροτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος
- V. Αγροκτήματα
- VI. Επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών ανάδειξης της τοπικής, πολιτιστικής κληρονομιάς.

Αναλυτικότερα, οι λειτουργικές μορφές των αγροτουριστικών επιχειρήσεων έχουν ως εξής:

**i. Αγροτουριστικά καταλύματα**

Είναι τα τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν σε περιοχές που αποτελούν αγροτουριστικούς προορισμούς. Διαθέτουν νόμιμη άδεια λειτουργίας, είναι μικρά σε μέγεθος και έχουν συνήθως οικογενειακή μορφή (Getz and Carlsen, 2000).

Χαρακτηριστικό τους είναι ότι προάγουν τα πολιτισμικά στοιχεία της περιοχής, παρέχοντας στους πελάτες ενημερωτικά φυλλάδια για τους τοπικούς τουριστικούς πόρους, την τοπική παραδοσιακή κουζίνα, τα τοπικά προϊόντα, τις παραδόσεις και τα έθιμα της περιοχής, τις αγροτικές τους ασχολίες κλπ.

Ειδικότερα, διακρίνουμε τις εξής μορφές αγροτουριστικών καταλυμάτων:

- 1) Καταλύματα σε αγρόκτημα. Ως αγρόκτημα χαρακτηρίζεται μια ενιαία μονάδα στον αγροτικό χώρο που περιλαμβάνει γεωργική, κτηνοτροφική ή μικτή εκμετάλλευση. Πρόκειται για καταλύματα σε κτίσματα ήπιας μορφής και διασπασμένα σε όγκο, τα οποία εναρμονίζονται αρχιτεκτονικά με τον περιβάλλοντα χώρο. Οι υπηρεσίες που παρέχονται από την επιχείρηση είναι στενά συνδεδεμένες με τις αγροτικές δραστηριότητες και τα προϊόντα που παράγονται στο αγρόκτημα.
- 2) Οι οικίες των αγροτών: πρόκειται για φιλοξενία σε καταλύματα που λειτουργούν στον ίδιο χώρο (οίκημα/οικόπεδο) με τη μόνιμη κατοικία του αγρότη ή/και της οικογένειάς του ή σε άλλο κατάλυμα (ενοικιαζόμενα δωμάτια/διαμερίσματα) που διαχειρίζεται ο αγρότης στον ίδιο οικισμό. Το κύριο χαρακτηριστικό τους είναι ότι ο διαχειριστής/ιδιοκτήτης του καταλύματος έχει εισοδήματα από την παραγωγή αγροτικών προϊόντων (γεωργικά/ κτηνοτροφικά). Τα καταλύματα αυτά βρίσκονται στον ίδιο γεωγραφικό χώρο (δήμος/κοινότητα) με τις γεωργικές/κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις, από τις οποίες αντλεί το αγροτικό του εισόδημα.
- 3) Αγροικίες: πρόκειται για μεμονωμένα οικήματα στον αγροτικό χώρο, τα οποία βρίσκονται εκτός ορίων οικισμού και έχουν φυσικό περιβάλλοντα χώρο με μικρής έκτασης αγροτικές καλλιέργειες ή /και βλάστηση.
- 4) Καταλύματα σε ανεξάρτητες αγροτικές οικίες εντός παραδοσιακού οικισμού: καταλύματα που λειτουργούν σε οίκημα στον αγροτικό χώρο, τα οποία βρίσκονται εντός ορίων χαρακτηρισμένου παραδοσιακού οικισμού (Αγροτουρισμός, 2006).
- 5) Αγροτουριστικά συγκροτήματα κατοικιών, τα οποία δε βρίσκονται μέσα σε αγρόκτημα, αλλά σε ένα ευρύτερο χώρο εγκατάστασης, παρέχοντας επιπλέον και άλλες αγροτουριστικές δραστηριότητες, εκτός απ' αυτές της διαμονής, όπως αμπελώνες, οινοποιητικές μονάδες, στάβλους, φάρμες ζώων και πτηνών, αθλητικές δραστηριότητες κ.α.
- 6) Καταλύματα σε παραδοσιακά και διατηρητέα κτίρια, όπως οι παραδοσιακοί ξενώνες (ενοικιαζόμενα δωμάτια και ξενοδοχεία), καθώς και παραδοσιακές κατοικίες (αυτόνομες κατοικίες σε χαρακτηρισμένα παραδοσιακά ή διατηρητέα κτίρια.) (ΕΛ.Ο.Τ., 2003).

## **ii. Πρατήρια/Εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων**

Είναι επιχειρήσεις που λειτουργούν ως χώροι πώλησης, έκθεσης, γευσιγνωσίας αγροτικών προϊόντων της ευρύτερης περιοχής τους. Ένα ποσοστό των προϊόντων που διατίθεται είναι πιστοποιημένα ως βιολογικά ή Προϊόντα Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) ή Προϊόντα Προστατευμένης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) και προέρχονται από τοπικές γεωργικές/κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις (Ιακωβίδου, 1992). Επίσης πωλούν χειροτεχνήματα και προϊόντα ελληνικής λαϊκής τέχνης, τα οποία παράγονται ή κατασκευάζονται σύμφωνα με την τοπική λαϊκή παράδοση και αντικατοπτρίζουν το λαϊκό πολιτισμό της περιοχής ή της χώρας μας. Κατ' εξαίρεση, τα πρατήρια/εκθετήρια μπορούν να λειτουργούν και εκτός περιοχών που αποτελούν αγροτουριστικούς προορισμούς.

## **iii. Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής**

Είναι επιχειρήσεις εστίασης (ταβέρνες, μεζεδοπωλεία, καφενεία κ.ά.) που λειτουργούν σε αγροτουριστικούς προορισμούς και στις οποίες προσφέρονται γεύματα παρασκευασμένα, σύμφωνα με ιδιαίτερες παραδοσιακές συνταγές και εδέσματα από την ελληνική κουζίνα, χρησιμοποιώντας αποκλειστικά εγχώρια προϊόντα και κατά προτίμηση τοπικά. Αποσκοπούν στη διάδοση της τοπικής ελληνικής παραδοσιακής κουζίνας, ως στοιχείου πολιτισμού του τόπου στον οποίο αναπτύσσονται.

## **iv. Τουριστικά γραφεία: διοργανωτές ή παροχείς προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος**

Είναι επιχειρήσεις που λειτουργούν σύμφωνα με τις διατάξεις που διέπουν τα τουριστικά γραφεία, σε περιοχές που αποτελούν αγροτουριστικούς προορισμούς και προσφέρουν κυρίως υπηρεσίες μεταφοράς ή διακίνησης ή/και εξασφάλισης διαμονής, διοργάνωσης προγραμμάτων, δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής (ενεργού τουρισμού), διοργάνωσης περιηγήσεων, επισκέψεων γνωριμίας με τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, διοργάνωσης αθλητικών δραστηριοτήτων, συμμετοχής σε υπαίθριες παραδοσιακές πολιτιστικές δραστηριότητες και γενικά δραστηριότητες αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου των επισκεπτών.

## **v. Αγροκτήματα**

Είναι επιχειρήσεις, που διαθέτουν γεωργικές εκτάσεις σε αγροτουριστικό προορισμό και δραστηριοποιούνται στη παραγωγή, μεταποίηση και πώληση αγροτικών προϊόντων. Συνήθως τα περισσότερα αγροκτήματα ασχολούνται κατά κύριο λόγο με

την παραγωγή, ωστόσο είναι δυνατό να διαθέτουν και μονάδα μεταποίησης των παραγόμενων στο αγρόκτημα προϊόντων ή/και προϊόντων που προμηθεύονται από τοπικούς παραγωγούς. Είναι δυνατόν επίσης να έχουν ως αντικείμενο εργασιών, εκτός από τις δραστηριότητες των λοιπών αγροτουριστικών επιχειρήσεων και την υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε θέματα περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, βιολογικής γεωργίας, εκτροφής ζώων, επίδειξης μεθόδων γεωργικής πρακτικής παλαιότερων χρόνων, σύγχρονων, αλλά και καινοτόμων γεωργικών εφαρμογών, φιλικών προς το περιβάλλον. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα περιλαμβάνουν συνήθως την ξενάγηση των επισκεπτών στους αντίστοιχους χώρους και την παροχή ενημερωτικού υλικού. Όσο αφορά τις εγκαταστάσεις της επιχείρησης, εναρμονίζονται πλήρως με το φυσικό περιβάλλον, ενώ το απασχολούμενο προσωπικό είναι εκπαιδευμένο ανάλογα με τα αντικείμενα δραστηριοποίησής του.

#### **vi. Επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών ανάδειξης της τοπικής, πολιτιστικής κληρονομιάς**

Είναι επιχειρήσεις που λειτουργούν σε αγροτουριστικό προορισμό ως εργαστήρια παραγωγής - πωλητήρια τοπικών προϊόντων που βασίζονται σε παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής με πρώτες ύλες που παράγονται τοπικά. Αποτελούν γενικά εργαστήρια παρασκευής παραδοσιακών τοπικών προϊόντων (υφαντικής, κεραμικής, ξυλογλυπτικής, παραδοσιακών τεχνών κλπ.) και τοπικών εδεσμάτων, στα οποία είναι δυνατόν να συμμετέχουν οι επισκέπτες και να διδάσκονται τις παραδοσιακές τεχνικές. Στην Ελλάδα κυριότεροι φορείς παραγωγής και διαχείρισης των τοπικών, παραδοσιακών και ιδιοπαραγόμενων προϊόντων έχουν αναδειχτεί οι γυναικείες αγροτουριστικές επιχειρήσεις και κυρίως οι Γυναικείοι Αγροτουριστικοί και Βιοτεχνικοί Συνεταιρισμοί. Στα καταστήματα των συνεταιρισμών προωθούνται τα τοπικά προϊόντα, τα οποία παρασκευάζουν και διαθέτουν προς πώληση οι ίδιες οι γυναίκες-μέλη των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών (Λουβερδή, 2006). Τέλος, σε αυτήν τη λειτουργική μορφή εντάσσονται επίσης επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην δημιουργία χώρων με εκθέματα από ιστορικά στοιχεία της περιοχής, έθιμα, τοπικές συνήθειες καθώς και από τη δημιουργική απασχόληση και εργασία των κατοίκων της περιοχής.

Οι επιχειρήσεις αγροτικού τουρισμού λόγω του ότι δημιουργήθηκαν σε γενικές γραμμές εξαιτίας της μείωσης της γεωργικής δραστηριότητας και της αναζήτησης για διαφοροποιημένες πηγές εισοδήματος, είναι μονάδες μικρότερες σε μέγεθος και ηλικία τόσο από άλλου τύπου επιχειρήσεις της υπαίθρου, (υπηρεσίες, βιομηχανία και άλλη



γεωργία), όσο και από τουριστικές επιχειρήσεις γενικά (Fleicher, 2000). Οι περισσότερες έχουν οικογενειακό χαρακτήρα, αφού οι θέσεις εργασίας καλύπτονται πρωτίστως από το οικογενειακό ή φιλικό περιβάλλον και δευτερευόντως από τον τοπικό πληθυσμό, ενώ συνήθως οι θέσεις αυτές αφορούν στην κάλυψη εποχιακών αναγκών (Συμεωνίδου, 2009). Η εποχικότητα αποτελεί άλλωστε χαρακτηριστικό γνώρισμα αυτού του είδους των επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα να δημιουργεί προβλήματα στη ρευστότητα και τη συνολική κερδοφορία των επιχειρήσεων, τα οποία μπορούν μελλοντικά να απειλήσουν ακόμα και τη βιωσιμότητά τους (Baum, 1987).

Ως προς την επιλογή του τόπου για τη δημιουργία της αγροτουριστικής επιχείρησης, αυτή δεν είναι τυχαία, αλλά οφείλεται τις περισσότερες φορές, στον τόπο καταγωγής του επιχειρηματία, ο οποίος μετά την ίδρυση της επιχείρησης μετατρέπεται συγχρόνως και στον τόπο μόνιμης κατοικίας του επιχειρηματία (Getz and Carlsen, 2000). Όπως όμως ισχυρίζονται οι Fleicher και Tchetchik (2005), η επιλογή του τόπου δεν είναι άσχετη με την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης, αφού φαίνεται ότι ένα ελκυστικό περιβάλλον με πολλές προσφερόμενες δραστηριότητες για τους τουρίστες συνδέεται άμεσα με υψηλότερες τιμές δωματίων και υψηλότερη επισκεψιμότητα.

### **4.3 Οι γυναικείοι αγροτικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα**

#### **4.3.1 Η εξέλιξη και η εικόνα τους σήμερα**

Η ιστορία των γυναικείων συνεταιρισμών στην Ελλάδα χρονολογείται από τη δεκαετία του 1950 και ξεκίνησε με πρωτοβουλία του Υπουργείου Γεωργίας (ο πρώτος γυναικείος συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 1957 στην περιοχή των Γρεβενών). Οι γυναικείοι συνεταιρισμοί είχαν ως στόχο την αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος και την αναβάθμιση της κοινωνικής θέσης των γυναικών. Παρόλα αυτά, δεν κατάφεραν να κάνουν αισθητή την παρουσία τους, επειδή οι προτεραιότητες της γεωργικής πολιτικής της εποχής, ήταν η αύξηση της παραγωγικότητας και ο εκσυγχρονισμός της παραδοσιακής γεωργίας (Koutsou, Iakovidou, Gotsinas 2003).

Από τη δεκαετία του 1950 μέχρι τη δεκαετία του 1980 ορισμένοι συνεταιρισμοί ανέστειλαν τη δράση τους ενώ νέοι δημιουργήθηκαν. Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980, είχαν απομείνει μόνο 10 συνεταιρισμοί (Gidarakou, 1999). Στα μέσα της δεκαετίας του 1980, χάρη στη μεταβολή της πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε θέματα ισότητας μεταξύ των δύο φύλων στις αγροτικές περιοχές, υπήρξε σημαντική κινητοποίηση των γυναικών της υπαίθρου. Ο κορεσμός του υφιστάμενου τουριστικού

μοντέλου, η αυξημένη ευαισθητοποίηση του πληθυσμού σε θέματα περιβάλλοντος και οι φυσικές ομορφίες της υπαίθρου δημιούργησαν ευνοϊκές προοπτικές για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων στα πλαίσια του αγροτικού τουρισμού.

Τρεις είναι οι κύριοι λόγοι που οδήγησαν στη δημιουργία των γυναικείων συνεταιρισμών: Ο πρώτος, όπως προαναφέραμε, ήταν η αύξηση της ευαισθητοποίησης των κυβερνήσεων και της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε θέματα ισότητας, η οποία εκδηλώθηκε μέσω της εφαρμογής προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης για τις γυναίκες (όπως πχ η πρωτοβουλία NOW2 η οποία στόχευε στη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων). Ο δεύτερος, ήταν η επιλογή της καταλληλότερης μορφής συμμετοχής των γυναικών στις παραγωγικές διαδικασίες. Ο τρίτος λόγος ήταν ότι οι γυναικείοι συνεταιρισμοί είναι κυρίως προσανατολισμένοι στον αγροτουρισμό. Αυτό βασίζεται σε δύο στοιχεία: α) σε όλη την ελληνική ύπαιθρο, υπάρχουν όμορφα μέρη τα οποία, σε συνδυασμό με την τοπική τους κληρονομιά, δείχνουν να εκπληρώνουν την αυξανόμενη ζήτηση για εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Iakovidou, 1995), β) το κεφάλαιο που απαιτείται για τη λειτουργία αυτών των επιχειρήσεων δεν είναι πολύ μεγάλο (Iakovidou, 2002). Επιπλέον, η επιλογή της συνεταιριστικής μορφής οφείλεται στο ότι οι γυναίκες προτιμούσαν να εργαστούν σε ομάδες και να γίνουν μέλη συνεταιρισμών, δεδομένου ότι αισθάνονται πιο ικανές για την αντιμετώπιση προβλημάτων, όταν εργάζονται από κοινού (Kekmokop Centre, 2005).

Ο πρώτος γυναικείος συνεταιρισμός της Ελλάδας δημιουργήθηκε χάρη σε μια πρωτοβουλία της Γενικής Γραμματείας Ισότητας του Υπουργείου Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης (Koutsou, Iakovidou, Gotsinas 2003). Η πρωτοβουλία ξεκίνησε το 1983 με την ίδρυση ενός συνεταιρισμού στην Πέτρα, (Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών Πέτρας), ένα αγροτικό οικισμό στο νησί της Λέσβου. Το 1984 δεν ιδρύθηκε κάποιος συνεταιρισμός, ενώ το 1985 υπήρξε μια "έκρηξη", δεδομένου ότι έξι γυναικείοι συνεταιρισμοί καθιερώθηκαν από το Συμβούλιο Ισότητας (προκάτοχος της Γενικής Γραμματείας Ισότητας) και το Υπουργείο Γεωργίας. Άλλοι δύο ιδρύθηκαν το 1986 και ένας τρίτος το 1987 (Koutsou, Iakovidou, Gotsinas 2003).

Στη συνέχεια ακολούθησαν 3 χρόνια αδράνειας, ενώ από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 και μετά, καθιερώθηκαν σταδιακά νέοι συνεταιρισμοί καθώς πολλοί παράγοντες (Υπουργείο Γεωργίας, Αναπτυξιακοί φορείς) εκμεταλλεύτηκαν τα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για να δώσουν μια ώθηση στις γυναίκες να σχηματίσουν αμιγώς

αγροτουριστικούς και αγροβιομηχανικούς συνεταιρισμούς. Η δημιουργία αμιγών γυναικείων συνεταιρισμών προωθήθηκε για τους εξής λόγους (Iakovidou, 1992): 1) Το χαμηλό ποσοστό συμμετοχής των αγροτισσών σε κοινωνικό-οικονομικούς θεσμούς (συνεταιρισμοί, ενώσεις κλπ), 2) Η περιορισμένη παρουσία και συμμετοχή των αγροτισσών σε συλλογικές μονάδες, λόγω κυρίως της αντίληψης των γυναικών για το ρόλο των δύο φύλων (Tsartas and Thanopoulou 1994), γεγονός που έκανε ευκολότερη για τις γυναίκες τη συμμετοχή τους σε γυναικείους παρά μεικτούς συνεταιρισμούς (Iakovidou, 1995), 3) Το γεγονός ότι παρά την ενεργό συμμετοχή τους στις αγροτικές δραστηριότητες, οι γυναίκες δεν είχαν προσωπικό εισόδημα και 4) Το ότι οι γυναίκες θα μπορούσαν να εισπράξουν τα χρήματα για την υπηρεσία που παρείχαν χωρίς τη μεσολάβηση των ανδρών (Tsartas and Thanopoulou 1994). Εκτός αυτού, οι γυναίκες ένιωθαν σε κάποιο βαθμό εξοικειωμένες με τα καθήκοντα για τα οποία θα ήταν υπεύθυνες, καθώς ήταν παρόμοια με τα απλά οικιακά τους καθήκοντα (Iakovidou, 2002).

Από την πλευρά των γυναικών, η αγροτική συνεταιριστική μορφή, επελέγη λόγω των φορολογικών κινήτρων που προσφέρονταν και της υποστήριξης που παρέχονταν από το Υπουργείο Γεωργίας, την Πανελλήνια Ομοσπονδία Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑΣΕΓΕΣ) και, από το 1999 από την Ένωση Γυναικείων Αγροτουριστικών - Αγροβιοτεχνικών Συνεταιρισμών. Αυτό ενισχύει την αντίληψη που θέλει τους παράγοντες που είναι αρμόδιοι στην Ελλάδα για την προώθηση του αγροτικού τουρισμού να προτρέπουν τις γυναίκες, κυρίως μέσω χρηματοδότησης, να σχηματίζουν νέους συνεταιρισμούς ή να συμμετέχουν σε ήδη υπάρχοντες και όχι να δημιουργούν προσωπικές μονάδες (Iakovidou 1992, Tsartas and Thanopoulou 1994, Gidaraku, 1999, Koutsou et al 2003). Η μορφή του αστικού συνεταιρισμού επιλέχθηκε, είτε λόγω της έλλειψης πληροφόρησης των γυναικών ή επειδή η διαδικασία δημιουργίας ενός αγροτικού συνεταιρισμού ήταν μεγαλύτερη (απαιτούσε τη συναίνεση της ΠΑΣΕΓΕΣ και του Υπουργείου Γεωργίας).

Καθοριστικό γεγονός στην ιστορία των γυναικείων συνεταιρισμών υπήρξε το 1999 η δημιουργία της Ένωσης Γυναικείων Αγροτουριστικών - Αγροβιοτεχνικών Συνεταιρισμών, με στόχο την οριζόντια σύνδεση των γυναικείων συνεταιρισμών (Kekmokop Centre, 2005). Αρχικά η ένωση αποτελείτο από 11 ιδρυτικά μέλη, ενώ σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία αριθμεί περίπου 120 μέλη σε όλη τη χώρα. (Παπαγεωργίου, 2005). Η δημιουργία της ένωσης ήρθε να καλύψει ένα οργανωτικό κενό, καθώς καμία αρμόδια αρχή δεν ήλεγχε ή συντόνιζε την καθιέρωση των γυναικείων

αγροτουριστικών συνεταιρισμών, ιδιαίτερα από το 1993 και μετά. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα, οι περισσότεροι από τους συνεταιρισμούς να συγκεντρωθούν σε ορισμένες Νομαρχίες, όπως ο Έβρος (επτά συνεταιρισμοί) και η Μαγνησία (έξι συνεταιρισμοί), εις βάρος ορισμένων περιοχών, όπως τα Ιόνια Νησιά και η Δυτική Ελλάδα, ενώ παράλληλα οδήγησε σε έλλειψη συνεργασίας μεταξύ τους (Iakovidou, 2002).

Η Ένωση Συνεταιρισμών Γυναικών είχε ως στόχο την ενίσχυση, διεύρυνση και συντονισμό ένας ευρέος φάσματος δράσεων συνεργασίας που αφορούν το εμπόριο, τη διαφήμιση και την προώθηση των συνεταιριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, την αναβάθμιση της εκπαίδευσης / κατάρτισης των μελών και τη συμμετοχή σε ανάλογες συγκεντρώσεις στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό. Επιπλέον, ανέλαβε αρμοδιότητες οι οποίες σχετίζονταν με τη διευκόλυνση της δανειοδότησης μέσω της συναλλαγής με τα πιστωτικά ιδρύματα, τη σωστή διαχείριση των πληροφοριών (π.χ. λειτουργία γραφείων τουριστικών καταλυμάτων) και τη διασύνδεση, ενδο-συνεργασία και δικτύωση με αναπτυξιακούς οργανισμούς και οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης (Kekmoko Centre, 2005).

Το 2000 και 2001 υπήρξε εκ νέου μια άνθηση των συνεταιρισμών καθώς δημιουργήθηκαν 28 νέοι. Αυτοί οι συνεταιρισμοί ιδρύθηκαν με τη βοήθεια φορέων, όπως η Νομαρχία, η Τοπική Αυτοδιοίκηση και διάφορες ομάδες τοπικής δράσης, οι οποίοι συλλογικά ήλπιζαν ότι οι γυναικείοι συνεταιρισμοί θα δώσουν μια λύση στο πιεστικό πρόβλημα της ανεργίας των γυναικών και θα συγκρατήσουν τις νέες κοπέλες στην ύπαιθρο. Η ιδεολογία των νέων συνεταιρισμών δεν διαφέρει σημαντικά από εκείνη των παλαιότερων. Αποτελείται από το γεγονός ότι αυτοί οι συνεταιρισμοί δεν θεωρούνται συνεταιριστικές επιχειρήσεις, σε μια χώρα με μεγάλη παράδοση στον μαζικό, οργανωμένο τουρισμό, αλλά περισσότερο ως εργαλείο για την αλλαγή της κοινωνικής θέσης των γυναικών και την προώθηση της συλλογικής τους δράσης (Tsartas and Thapourouli, 1994). Άλλωστε, ο στόχος τους, όπως αναφέρει η Λαίου-Αντωνίου (1985), ήταν «να διασφαλίσει την οικονομική αυτοδυναμία των ελληνίδων αγροτισσών ως ένα πρώτο βήμα προς την κοινωνική τους απελευθέρωση». Έμφαση δόθηκε ως εκ τούτου στην οικονομική αυτοδυναμία των γυναικών έναντι της δημιουργίας μιας δεύτερης πηγής εισοδήματος για τις αγροτικές οικογένειες, και της προώθηση των τοπικών χαρακτηριστικών, σημεία που αποτελούν τους κύριους στόχους του αγροτουρισμού.

Αρχικά, οι γυναικείοι συνεταιρισμοί στη χώρα μας αποτέλεσαν, τόσο στη θεωρία όσο και στην πράξη, μοντέρνα και ισχυρά στοιχεία για τη δημιουργία νέων δομών στις αγροτικές περιοχές. Στη συνέχεια, οι τοπικοί αναπτυξιακοί οργανισμοί διένυσαν μια περίοδο οικονομικής και κοινωνικής στασιμότητας, η οποία οφειλόταν ως επί το πλείστον, στην έλλειψη υποστήριξης από τις αρμόδιες αρχές και ειδικά από εκείνες που χρηματοδοτούσαν την έναρξη των αγροτουριστικών προγραμμάτων στη χώρα μας. Οι κρατικές αρχές αντιμετώπισαν τους γυναικείους συνεταιρισμούς περισσότερο ως μια ευκαιρία να λάβουν κονδύλια της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρά ως στοιχεία που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην τοπική ανάπτυξη.

Επιπλέον, ενώ αρχικά ορισμένοι φορείς υποστήριξαν πλήρως τους συνεταιρισμούς, στη συνέχεια απέσυραν την υποστήριξή τους απροσδόκητα και σε ακατάλληλη στιγμή, χωρίς οι δομές που απαιτούνταν για τη διασφάλιση της αυτοδυναμίας τους να έχουν ιδρυθεί (Giagou and Apostolopoulos, 1996). Οι συνεταιρισμοί που επιβίωσαν και αναπτύχθηκαν όφειλαν την επιτυχία τους σε έναν ή περισσότερους από τους παρακάτω παράγοντες:

- Διέθεταν έναν πυρήνα γυναικών, που ήταν ιδιαίτερα δραστήριος και είχε ηγετικές δεξιότητες (Άγιος Γερμανός, Πέτρα, Άγιος Αντώνιος, Πορόια)
- Υπήρξε κάποιος τοπικός παράγοντας ο οποίος ενθάρρυνε και υποστήριξε ενεργά τις προσπάθειές τους (Τυχρό, Νέας Ζίχνης)
- Χρησιμοποίησαν την προσέγγιση από τη βάση ως την κορυφή (bottom-up approach) για τη σύστασή τους.

Αν και οι περισσότεροι συνεταιρισμοί χρηματοδοτήθηκαν από εθνικά ή κοινοτικά προγράμματα, πολύ λίγοι από αυτούς κατάφεραν να ξεπεράσουν τα προβλήματά τους και να απεξαρτηθούν από τις κρατικές επιδοτήσεις με το χαρακτήρα "συνδρόμου" αναλαμβάνοντας δυναμικά την προώθηση των δραστηριοτήτων τους με τρόπο που θα τους επέτρεπε να τις χρηματοδοτήσουν (Tsartas and Thanopoulou, 1994). Σήμερα, οι γυναικείοι συνεταιρισμοί ξεπερνούν τους 120 και βρίσκονται σε πόλεις και χωριά της υπαίθρου που καλύπτουν τη συνολική επιφάνεια της ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Γενικής Γραμματείας Ισότητας, του Υπουργείου Γεωργίας και άλλων φορέων, οι τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται είναι: α) η παραγωγή και το εμπόριο παραδοσιακών τροφίμων (κονσέρβες, μαρμελάδες, ζυμαρικά, κλπ.), β) η κατασκευή και το εμπόριο χειροτεχνημάτων, γ) η παροχή υπηρεσιών διαμονής δ) η παροχή υπηρεσιών τροφοδοσίας (catering), ε) η κατασκευή παραδοσιακών ενδυμάτων και κατασκευή ταπήτων και στ) άλλοι τομείς δραστηριότητας

(αγγειοπλαστική, ανθοκομία κ.λπ.). Όσον αφορά τη γεωγραφική τους συγκέντρωση, η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Μαγνησίας και Λέσβου, έχει την υψηλότερη με 10 σε κάθε Νομό, ακολουθούμενη από τη Νομαρχία του Έβρου (8), το Ηράκλειο (7), την Εύβοια (6), τη Φλώρινα (5) και τα Χανιά(5). Αξίζει να σημειωθεί ότι σε 16 Νομούς της χώρας δεν υπάρχουν γυναικείοι συνεταιρισμοί (Koutsou, Iakovidou , Gotsinas 2003).

Συμπεραίνοντας, οι γυναικείοι συνεταιρισμοί στην Ελλάδα αποτελούν μια σημαντική μορφή οργανωτικής δομής για την προώθηση της ανάπτυξης μιας μικρής εξειδικευμένης αγοράς (niche market) για τον αγροτουρισμό, είτε προσφέροντας προϊόντα του αγροτικού τουρισμού με διάφορες μορφές (ενοικιαζόμενα δωμάτια, καταλύματα, κλπ.) είτε συνδυάζοντας το με τη σπιτική παραγωγή τροφίμων και χειροτεχνιών (Kazakoroulos, Gidaraku, Theofilidou 2003).

#### **4.3.2 Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν**

Η επιλογή των κρατικών φορέων για κινητοποίηση των γυναικών μέσω των συνεταιρισμών ήταν επιτυχής, διότι, σε ατομική βάση, η συμμετοχή μιας γυναίκας σε έναν συνεταιρισμό συνεπάγεται λιγότερες ευθύνες, μικρότερη επένδυση και κατά συνέπεια, χαμηλότερο οικονομικό και προσωπικό ρίσκο από την ίδρυση μιας προσωπικής επιχείρησης. Ως εκ τούτου, η κινητοποίηση των γυναικών ήταν πιο εύκολη. Παρ' όλα αυτά, αν εξετάσουμε την εξέλιξη των αγροτουριστικών και αγροτοβιομηχανικών γυναικείων συνεταιρισμών, παρατηρούμε ότι η στάση των παραγόντων απέναντί τους ήταν πολύ συχνά ασαφής και μεταβαλλόμενη. Πιο συγκεκριμένα, εξαιτίας των πολιτικών προτεραιοτήτων, τα αποτελέσματα των παρεμβάσεων των φορέων δεν έγιναν ευρέως αισθητά. Το ίδιο το Συμβούλιο Ισότητας άλλωστε, λόγω μεταβολών στη διοίκηση, άλλες φορές έδειξε έντονο ενδιαφέρον για τους γυναικείους συνεταιρισμούς και άλλες τους αγνόησε.

Παρά την αισιόδοξη εικόνα που παρουσιάζεται τα τελευταία χρόνια από τον αυξανόμενο αριθμό των καθιερωμένων γυναικείων συνεταιρισμών, καθώς και από τις μικρές ιδιωτικές επιχειρήσεις γύρω από τον αγροτουρισμό, οι μονάδες αυτές αντιμετωπίζουν πολλά επιχειρησιακά και οικονομικά προβλήματα (προβλήματα οργανωτική δομής, εδαφικών δεσμών, μάρκετινγκ κλπ) (Tsartas and Thanopoulou, 1994, Gidaraku et al, 2000, Iakovidou and Partalidou, 2001; Iakovidou, 2002, Koutsou et al 2003, Kekmokop Centre 2005).

Τα προβλήματα αυτά προέκυψαν κατά τη διάρκεια της λειτουργίας των συνεταιρισμών και με αποτέλεσμα να απαιτούνται μεγάλες προσπάθειες, προκειμένου οι γυναίκες να θεωρήσουν τους συνεταιρισμούς σαν επιχειρήσεις που μπορούν να λειτουργούν, να επιβιώνουν και να αναπτύσσονται σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Είναι γεγονός ότι σε ένα οικονομικό υπόβαθρο με ιδιαίτερα ανταγωνιστικούς όρους, οι συνεταιρισμοί πρέπει να λειτουργούν ως επιχειρήσεις. Αυτό συνεπάγεται ένα επιχειρηματικό πνεύμα, το οποίο στην πράξη, σημαίνει αναζήτηση για νέες δυνατότητες ανάπτυξης. Ωστόσο, σύμφωνα με τους Κούτσου, Ιακωβίδου και Γότσινια τα μέλη των συνεταιρισμών χαρακτηρίζονται από έλλειψη επιχειρηματικού πνεύματος, που οφείλεται είτε σε έλλειψη εμπειρίας και γνώσης ή στο γεγονός ότι, πολύ συχνά οι συνεταιρισμοί αποτελούν τη δεύτερη απασχόληση τους. Ως εκ τούτου, οι γυναίκες δεν ξοδεύουν αρκετό χρόνο και χρήμα σε αυτές (Koutsou, Iakovidou, Gotsinas 2003).

Οι συνεταιρισμοί προκειμένου να διασφαλίσουν μια κερδοφόρα λειτουργία οφείλουν αφενός να προσφέρουν προϊόντα ή υπηρεσίες που πληρούν τα υψηλά πρότυπα που ορίζονται από τους ιδιαίτερα απαιτητικούς καταναλωτές, και αφετέρου να ανταγωνίζονται σε μια πολύ ανταγωνιστική αγορά. Ωστόσο, οι περισσότερες γυναίκες ακόμα και σήμερα δεν δείχνουν να είναι έτοιμες να ανταποκριθούν σε αυτόν τον διπλό ρόλο. Ο λόγος για αυτό είναι ότι τα περισσότερα από τα πολλά σεμινάρια κατάρτισης που πραγματοποιήθηκαν από δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς πραγματοποιήθηκαν πριν την ίδρυση των συνεταιρισμών και περιορίστηκαν στην ενημέρωση των γυναικών, των τοπικών κοινωνιών και παραγόντων για τον αγροτουρισμό και το συνεταιριστικό κίνημα, ενώ δεν προέβλεπαν περαιτέρω υποστήριξη και προώθηση. Ως εκ τούτου, δεν παρέιχαν στις γυναίκες την απαραίτητη γνώση για τη διοίκηση των συνεταιρισμών και για τα τεχνικά θέματα που σχετίζονται με την παραγωγή και τη διανομή των προϊόντων τους. Επιπλέον, σε ελάχιστες περιπτώσεις, τα προγράμματα κατάρτισης πραγματοποιήθηκαν μετά την ίδρυση των συνεταιρισμών, με συνέπεια, οι γυναίκες να αντιμετωπίζουν σήμερα σοβαρά προβλήματα, καθώς αδυνατούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες της αγοράς (Koutsou, Iakovidou, Gotsinas 2003). Εκτός από τα οικονομικά προβλήματα και την έλλειψη τεχνογνωσίας, οι γυναικείοι συνεταιρισμοί αντιμετωπίζουν ένα ακόμη πρόβλημα, το οποίο σχετίζεται με τη διανομή των προϊόντων τους, όπως είναι πχ η εξασφάλιση σημείων πώλησης στην αγορά.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι για να λειτουργήσει μια αγροτουριστική μονάδα (συνεταιρισμός ή όχι), εκτός από τη γνώση των μεθόδων παραγωγής, χρειάζονται και άλλες γνώσεις και δεξιότητες σε τομείς όπως η διαχείριση, το μάρκετινγκ, κλπ. Αυτός ο

συνδυασμός δεξιοτήτων δημιούργησε στον αγροτικό χώρο ένα νέο επάγγελμα, το οποίο μέχρι σήμερα ήταν εντελώς άγνωστο στις γυναίκες. Η μετατροπή αυτής της απασχόλησης σε επάγγελμα δεν απαιτεί όμως μόνο εις βάθος γνώση των μεθόδων παραγωγής υψηλής ποιότητας προϊόντων, αλλά και κεφαλαία και δεξιότητες που οι περισσότερες γυναίκες στην ύπαιθρο δε διαθέτουν. Εκεί σύμφωνα με τους Κούτσου, Ιακωβίδου και Γότσινια έγκειται και η ανικανότητά των γυναικών να ξεπεράσουν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν ήδη κατά την έναρξη της λειτουργίας των συνεταιρισμών τους (Koutsou, Iakovidou , Gotsinas 2003).

#### **4.4 Αγροτουριστικοί προορισμοί στην Ελλάδα**

Ως Αγροτουριστικός προορισμός ορίζεται κατά τον ΕΛ.Ο.Τ. μία αγροτική περιοχή η οποία δεν περιλαμβάνει οικισμούς άνω των 5.000 κατοίκων<sup>5</sup> και συνιστά διακριτή γεωγραφική ή/και διοικητική ενότητα, τόσο από μορφολογική όσο και από ιστορική άποψη. Οι κάτοικοι της περιοχής αυτής απασχολούνται κυρίως με δραστηριότητες του πρωτογενή τομέα (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία) ενώ εντός της περιοχής δεν έχει αναπτυχθεί τουριστική προσφορά μαζικού τουρισμού (δηλ. οργανωμένου παραθεριστικού) ή προσφορά που απευθύνεται σε ζήτηση άλλων μη ήπιων μορφών τουρισμού (ΕΛ.Ο.Τ. 2003).

Σύμφωνα με την Ιακωβίδου ως αγροτουριστικοί προορισμοί ορίζονται εκείνες οι περιοχές στην ύπαιθρο στις οποίες ο αγροτουρισμός, αποτελεί ή τείνει να αποτελέσει διακριτή μορφή τουρισμού. Αυτό προϋποθέτει ότι οι περιοχές αυτές διαθέτουν αγροτουριστικούς πόρους, δηλαδή αξιόλογη γεωμορφολογία, ιδιαίτερο φυσικό και αγροτικό τοπίο, τοπική αρχιτεκτονική και πολιτισμική κληρονομιά, θρησκευτική παράδοση, χαρακτηριστικές επαγγελματικές δραστηριότητες, τοπικά παραδοσιακά προϊόντα, τοπική κουζίνα και έχουν ένα διακριτό δίκτυο υποδομών φιλοξενίας και δραστηριοτήτων αγροτουρισμού και μια διαμορφωμένη ζήτηση (Ιακωβίδου 1998).

Δεδομένου ότι κάθε αγροτουριστικός προορισμός έχει τον δικό του χαρακτήρα, είναι αναμενόμενο ότι προσφέρει μια διαφορετική εμπειρία στους επισκέπτες. Συνεπώς, ανάλογα με την περιοχή και τους διαθέσιμους πόρους της, διαμορφώνονται τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες των προορισμών. Για παράδειγμα, ένας αγροτουριστικός προορισμός μπορεί να παρουσιάζει έντονο πολιτιστικό χαρακτήρα

---

<sup>5</sup> Το κριτήριο υπολογίζεται ανά οικισμό και όχι στο σύνολο της περιοχής



λόγω των παραδοσιακών πέτρινων σπιτιών και της τοπικής αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Ένας άλλος προορισμός μπορεί να παρουσιάζει έντονο γεωργικό χαρακτήρα λόγω των καλλιεργειών που υπάρχουν στην περιοχή (πχ. ελαιώνες, αμπέλια κλπ), ενώ ένας τρίτος, λόγω της γεωμορφολογίας του (ύπαρξη ποταμών, λιμνών, φαραγγιών κλπ.), να προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης αθλητικών δραστηριοτήτων όπως κανό, καγιάκ, αναρρίχηση κ.α. (Ιωακείμης, 2009). Σε κάθε περίπτωση οι αγροτουριστικοί προορισμοί είναι περιοχές με αυθεντικό φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, το οποίο δεν έχει αλλοιωθεί από εξωγενείς παράγοντες (ΕΛ.Ο.Τ. 2003).

Μέχρι σήμερα, στην Ελλάδα καμία αρμόδια υπηρεσία ή φορέας δεν έχει πραγματοποιήσει επίσημη καταγραφή των αγροτουριστικών προορισμών της χώρας. Το 2005 η Παρταλίδου στα πλαίσια έρευνας έκανε μια πρώτη προσπάθεια καταγραφής των αγροτουριστικών προορισμών σε όλη την Ελλάδα. Συνολικά κατεγράφησαν 57 αγροτουριστικοί προορισμοί στη χώρα οι οποίοι διαμορφώνονται γύρω από έναν ή περισσότερους υφιστάμενους αγροτουριστικούς πόρους, συνήθως ένα φυσικό στοιχείο, όπως ένας ορεινός όγκος, μια λίμνη, ένα ποτάμι, μια λεκάνη απορροής ή συνδυασμός των παραπάνω καθώς και γύρω από αγροτικούς οικισμούς με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, ιστορία, πολιτισμό, αγροτικά προϊόντα κ.λ.π. Κατά περίπτωση, στους παραπάνω προορισμούς ο τουρίστας μπορεί να θαυμάσει το φυσικό τοπίο, να επισκεφτεί αρχαιολογικούς χώρους, εκκλησίες, μοναστήρια, μουσεία, παραδοσιακά χωριά, να γευτεί την τοπική κουζίνα, να γνωρίσει την τοπική γαστρονομία, να πάρει μέρος σε δραστηριότητες, να συμμετάσχει στη ζωή του τόπου μέσα από τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα έθιμα, να φιλοξενηθεί σε καταλύματα της περιοχής, να γνωρίσει την αγροτική κοινωνία, την ελληνική γη και τα αγαθά της κλπ (Παρταλίδου, 2005).

Από το σύνολο αυτό των αγροτουριστικών προορισμών ξεχώρισαν επτά, στους οποίους ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί διακριτή μορφή τουρισμού, εμφανίζει σημαντική δραστηριότητα και η ανάπτυξη του δεν ενσωματώνεται από το μαζικό τουρισμό. Επιπλέον, ως προορισμοί προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο αγροτουριστικό προϊόν με επαρκή υποδομή και όχι μια αποσπασματική αγροτουριστική δράση. Συγκεκριμένα πρόκειται για τους εξής προορισμούς: 1)Την περιοχή των οικισμών Λάκκας Αώου, Ζαγοροχωρίων και Εθνικού Δρυμού, Βίκου- Αώου, στο νομό Ιωαννίνων, 2)Την περιοχή του όρους Όρλιακα, Βλαχοχωρίων και Εθνικού Δρυμού Βάλια- Κάλντα, στο νομό Γρεβενών, 3)Την περιοχή των Τζουμέρκων-Αθαμανικών

ορέων, στους νομούς Ιωαννίνων και Άρτας, 4)Την περιοχή του Ασπροποτάμου, Κόζιακα και Περτουλιώτικων Λιβαδιών, στο νομό Τρικάλων, 5)Την περιοχή των Ευρυτανικών Αγράφων και της Λίμνης Πλαστήρα, στους νομούς Καρδίτσας και Ευρυτανίας, 6)Την περιοχή της Λίμνης Κρεμαστών, όρους Τυμφρηστού και Καρπενησιώτη ποταμού στο νομό Ευρυτανίας και 7)Την περιοχή της Ορεινής Ναυπακτίας - Βαρδουσίων ορέων, στο νομό Αιτωλίας και Ακαρνανίας (Παρταλίδου, 2005).

Το 2009 η Συμεωνίδου καταγράφοντας τους αγροτουριστικούς πόρους που διαθέτουν οι οικισμοί των νομών της Κεντρικής Μακεδονίας, προσδιόρισε 11 αγροτουριστικούς προορισμούς (Ορεινός όγκος Βερμίου, Ορεινός όγκος Ολύμπου, Ορεινός όγκος Περίων, Ορεινός όγκος Κερδυλίων-Βερτίσκου-Κρουσσών, Ορεινός όγκος Πάικου, Ορεινός όγκος Βόρα, Ορεινός όγκος Μπέλλες, Ορεινός όγκος Βροντούς, Ορεινός όγκος Χολομώντα, Σπήλαιο Αλιστράτης και Αρχαιολογικός χώρος Βεργίνας), οι οποίοι χαρακτηρίζονται ως δυναμικές ή δυνητικές ζώνες ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού (Συμεωνίδου, 2009).

Επιπλέον το 2007 ο νομός Φλώρινας βραβεύτηκε με τον τίτλο του «Καλύτερου Αναδυόμενου Ευρωπαϊκού Αγροτουριστικού Προορισμού Αριστείας». Η ανάδειξη αυτή έγινε στα πλαίσια διαγωνισμού που διενήργησε το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης και στα πλαίσια του Πιλοτικού Προγράμματος με τίτλο: «European Destinations Of Excellence» (ΑΝΦΛΩ). Την περίοδο 2004-2007 η περιοχή ανέλαβε πρωτοβουλίες που συνέβαλαν στην προώθηση του τοπικού τουρισμού και τη διατήρηση του αγροτικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα σήμερα η Φλώρινα χαρακτηρίζεται από παραδοσιακές εγκαταστάσεις, πλούσια φυσικά και πολιτιστικά γνωρίσματα, ευρεία γκάμα τοπικών προϊόντων, πλούσια λαϊκή τέχνη, πολλά τοπικά έθιμα, τοπική κουζίνα, πολλές εκδηλώσεις που οργανώνονται στο πνεύμα του αγροτουρισμού και πολλές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στην εξοχή. (EDEN – Ευρωπαϊκοί Προορισμοί Αριστείας).

Άξια λόγου είναι και η Κρήτη, η οποία σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων εμφανίζει τη μεγαλύτερη συγκέντρωση αγροτουριστικών καταλυμάτων της Ελλάδας (162 μονάδες), καθώς και τον υψηλότερο αριθμό καταγεγραμμένων κλινών (1582). Η ύπαρξη της βασικής υποδομής, το φυσικό περιβάλλον, τα ιδιαίτερα πολιτισμικά στοιχεία, ο αρχαιολογικός και ιστορικός πλούτος και τα παραδοσιακά χωριά αποτελούν τα κύρια συστατικά της επιτυχίας της Κρήτης

σαν τουριστικός προορισμός (Δαράκης, 2009). Επιπλέον, σύμφωνα με μελέτη της περιφέρειας Κρήτης έχουν διακριθεί ως περιοχές με σημαντικά περιθώρια αγροτουριστικής ανάπτυξης η Άβδος, το Αμάρι, το οροπέδιο Λασιθίου και το οροπέδιο Ασκούφου (Ξενία, 2004).

Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στον παραδοσιακό οικισμό Μηλιά και στο χωριό Βάμος στο Νομό Χανίων, που αποτελούν πρότυπα αγροτουριστικής ανάπτυξης. Η Μηλιά, στην Κίσαμο αποτέλεσε ουσιαστικά την πρώτη σοβαρή προσπάθεια οικο-αγροτουρισμού στην Κρήτη, στηρίζοντας την παράδοση, το φυσικό περιβάλλον και την κουλτούρα της περιοχής. Σήμερα αποτελεί καθιερωμένο προορισμό διεθνώς, συγκεντρώνοντας πλήθος διακρίσεων<sup>6</sup> (Milia Mountain Retreat). Ο Βάμος, πρωτεύουσα της επαρχίας Αποκόρωνα, είναι ένα γραφικό χωριό στην ευρύτερη περιοχή του οποίου αναπτύσσονται βαθμιαία επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες καθαρά αγροτουριστικού χαρακτήρα (Vamos Traditional Village). Στον Βάμο υπάρχει μια ομώνυμη ανώνυμη εταιρεία, η Βάμος ΑΕ που δραστηριοποιείται στον εναλλακτικό τουρισμό, συνδυάζοντας επιτυχώς τον πολιτισμό, το περιβάλλον, την παράδοση και τις διάφορες εμπορικές δραστηριότητες (Κονταξάκη, 2008). Συγκεκριμένα παράγει εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα (όπως μαρμελάδες, πετιμέζι, γλυκά του κουταλιού, ελαιόλαδο, λαδοτύρι, ζυμαρικά, ξίδι, τσικουδιά αλλά και σπιτικό σαπούνι) ενώ υπό την εποπτεία της λειτουργεί ομώνυμος παραδοσιακός ξενώνας και ταβέρνα (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού).

Τέλος, σύμφωνα πάντα με τα στοιχεία του Υπουργείου γεωργίας, τα νησιά του Βορείου Αιγαίου (Σάμος, Χίος, Λέσβος) και η Ήπειρος (νομός Ιωαννίνων, Θεσπρωτίας και Πρέβεζας), εμφανίζουν σημαντική αγροτουριστική δραστηριότητα, διαθέτοντας 111 και 108 μονάδες αντίστοιχα, στο σύνολο 724 εγγεγραμμένων αγροτουριστικών καταλυμάτων στην Ελλάδα (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Κατάλογος αγροτουριστικών καταλυμάτων). Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνουν και τα στατιστικά στοιχεία της Αγροτουριστική Α.Ε. τα οποία αφορούν το σύνολο των αγροτουριστικών επιχειρήσεων και δεν επικεντρώνονται στην κατηγορία των καταλυμάτων. Ειδικότερα, αντικείμενο της καταγραφής αποτέλεσαν τα καταλύματα, τα

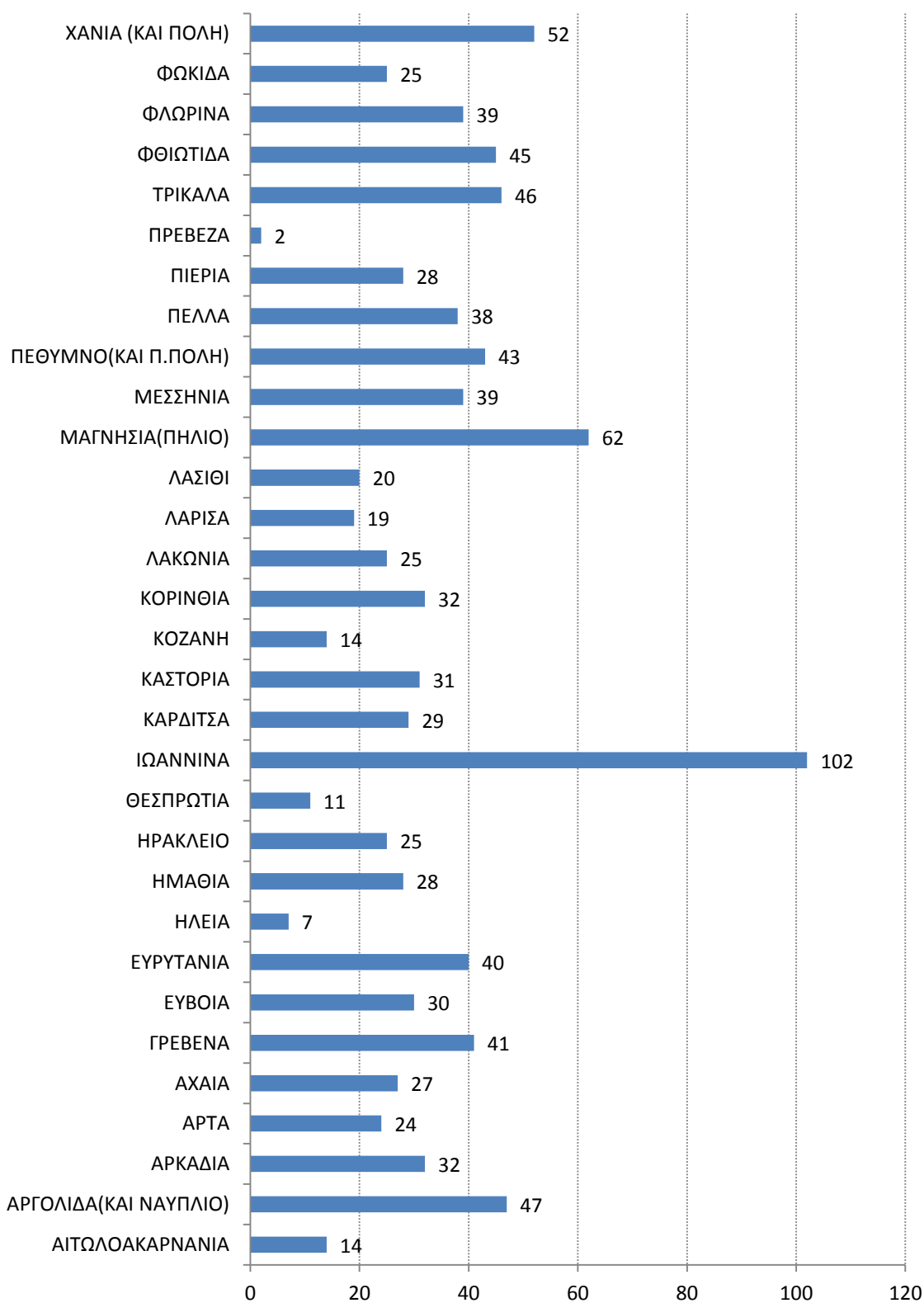
---

<sup>6</sup> 1) 2003 - Πρώτο Διεθνές βραβείο από τον Διεθνή οργανισμό Skal International  
2) 2009 - Επιλογή ανάμεσα στα 50 καλύτερα Resort οικολογικού χαρακτήρα στον κόσμο, National Geographic Adventure Magazine  
3) 2009 - Επιλογή από την Blue list του ταξιδιωτικού περιοδικού Islands για την προσφορά της στον περιβαλλοντικά υπεύθυνο τουρισμό

κέντρα εστίασης, τα αγροκτήματα οι επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων και τα κέντρα διοργάνωσης υπαίθριων δραστηριοτήτων, αθλητικές, φυσιολατρικές ή άλλες δραστηριότητες καθώς και τοπικές εκδηλώσεις. Το 2006 είχαν καταγραφεί περισσότερες από 900 επιχειρήσεις σε 31 νομούς της χώρας. Στο διάγραμμα 4.1 παρουσιάζονται στοιχεία από την καταγραφή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον χώρο του αγροτικού τουρισμού. (ΕΥΡΑΝΕΚ, 2006).

Με βάση τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι η Ελλάδα με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, την πολυνησιακή της συγκρότηση, την αποκεντρωμένη μνημειακή της τοπογραφία, το εναλλασσόμενο τοπίο, τις μορφολογικές της αντιθέσεις και τις διαφοροποιημένες κλιματολογικές της συνθήκες, την πλούσια ιστορική, αρχιτεκτονική και πολιτιστική της κληρονομιά συγκεντρώνει τις περισσότερες προϋποθέσεις για μιας ευρείας κλίμακας ανάπτυξης αγροτουρισμού. (Τομαράς, Λάγος 2007).

**Διάγραμμα 4.1**  
**Αριθμός καταγεγραμμένων επιχειρήσεων ανά νομό**



Πηγή: ΕΥΡΑΝΕΚ από Αγροτουριστική Α.Ε

#### 4.5 Το προφίλ των αγροτουριστών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον διευθυντή του τομέα επενδύσεων και αναπτυξιακών προγραμμάτων της Αγροτουριστικής Α.Ε. Νίκο Δαδίσιο, οι αγροτουρίστες στην Ελλάδα εμφανίζουν ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία τους διαφοροποιούν από τις άλλες κατηγορίες τουριστών (Χριστοφορίδου, 2008).

Πρόκειται για ταξιδιώτες που ξέρουν τι θέλουν και επιζητούν άμεση επαφή και οικειότητα με τους ανθρώπους του καταλύματος που θα επιλέξουν. Αναζητούν ησυχία, ηρεμία και ξεκούραση και αποφεύγουν τους πολυπληθείς προορισμούς. Ταξιδεύουν είτε σε ζευγάρια (συνήθως χωρίς παιδιά) είτε ως μέλη ομάδων με ειδικά ενδιαφέροντα, είναι γενικά φυσιολάτρεις και θέλουν να ανακαλύπτουν ανέγγιχτα τοπία και να κάνουν δραστηριότητες στη φύση. Θέλουν να γνωρίσουν τα σπουδαιότερα στοιχεία της περιοχής όπως: ιστορία, γαστρονομία, τοπικά ήθη, τέχνες και τον πολιτισμό της περιοχής και παρουσιάζουν έντονο ενδιαφέρον για τον αγροτικό τρόπο ζωής και θέλουν να έχουν εμπειρίες που να σχετίζονται με αυτόν: να ιππεύουν, να παρατηρούν αγροτικές εργασίες, να επισκέπτονται παραδοσιακούς οικισμούς, να μαγειρεύουν κτλ.

Παρόμοια εικόνα αποτυπώνεται και στα στοιχεία του δικτύου Guest Inn, του πρώτου ελληνικού δικτύου επιλεγμένων παραδοσιακών και αγροτουριστικών καταλυμάτων που πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια ποιότητας και μέλους της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Αγροτουρισμού EuroGites από το 2004 (Guest Inn, The Greek Network of Rural Accommodation). Το Guest Inn διεξάγοντας κάθε χρόνο έρευνα σε σχέση με τα χαρακτηριστικά των αγροτουριστών, είναι σε θέση μετά από 5 χρόνια παρουσίας στον ελληνικό χώρο, να δώσει συγκεκριμένα στοιχεία για το προφίλ της ξένης - ευρωπαϊκής πελατείας που επέλεξε τα αγροτουριστικά καταλύματα της Ελλάδας για να περάσει τις διακοπές της τα 3 τελευταία χρόνια (2005-2008).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερευνών οι επισκέπτες των αγροτουριστικών καταλυμάτων είναι μεμονωμένοι ταξιδιώτες που δεν απευθύνονται σε τουριστικά γραφεία και ακόμα λιγότερο σε Tour Operators, αλλά οργανώνουν μόνοι τις διακοπές τους. Συγκεκριμένα χρησιμοποιούν το Internet, εξειδικευμένους τουριστικούς οδηγούς, χάρτες και θεματικά δίκτυα καταλυμάτων ως μέσα για την επιλογή προορισμού και καταλύματος. Συνήθως επιλέγουν αεροπορικά εισιτήρια σε κανονικές πτήσεις ή πτήσεις low cost αλλά όχι σε τσάρτερ, ενώ κλείνουν και νωρίς τις διακοπές τους. Χαρακτηριστικό είναι ότι το 2010 το "Early Booking" αυξήθηκε σημαντικά σε σχέση με το 2009 και ένα μεγάλο ποσοστό έγινε τους 4 πρώτους μήνες του χρόνου πράγμα που επιβεβαιώνει

για μία ακόμη φορά ότι η συγκεκριμένη πελατεία δεν κάνει κρατήσεις «τελευταία στιγμή». Όσοι ταξιδεύουν αεροπορικώς νοικιάζουν απαραίτητα αυτοκίνητο και διαμένουν κατά μέσο όρο δύο ή τρεις εβδομάδες. Όσοι ταξιδεύουν ακτοπλοϊκώς (Ιταλία - Ελλάδα), μεταφέρουν το δικό τους αυτοκίνητο και διαμένουν τρεις ή τέσσερις εβδομάδες.

Οι αγροτουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα ταξιδεύουν προς το παρόν την κλασική θερινή περίοδο, από τον Απρίλιο μέχρι τον Οκτώβριο, καθώς η χώρα μας, και ειδικότερα οι αγροτικές περιοχές της υπαίθρου, δεν είναι ακόμη οργανωμένη για να πετύχει «12 μήνες τουρισμό». Επιπλέον επισκέπτονται τουλάχιστον δύο διαφορετικές περιοχές κατά τη διάρκεια της διαμονής τους και βρίσκονται διαρκώς σε κίνηση. Παρά το γεγονός ότι υπάρχουν σοβαρά προβλήματα όπως αυτό της πρόσβασης, υπάρχουν ήδη αισιόδοξα μηνύματα όσον αφορά την επισκεψιμότητα από τις ξένες αγορές κατά τους χειμερινούς μήνες.

Οι ηλικίες των ταξιδιωτών κυμαίνονται από 30 έως 70 ετών (με το μεγαλύτερο ποσοστό να εμφανίζεται στο διάστημα 35 με 55 ετών). Όσον αφορά την κοινωνικό-οικονομική τους κατάσταση, το μεγαλύτερο ποσοστό έχει ανώτερο και ανώτατο βιοτικό επίπεδο. Πρόκειται για στελέχη μεγάλων και πολυεθνικών εταιριών, ελεύθερους επαγγελματίες (αρχιτέκτονες, δικηγόροι κ.λ.π.), έμπορους ή ακόμα και υψηλά στελέχη δημοσίων οργανισμών και υπουργείων.

Το προφίλ της πελατείας, όπως αυτό προκύπτει από τις έρευνες του Guest Inn, είναι σε γενικές γραμμές το ίδιο με αυτό που έχουν καταγράψει τα υπόλοιπα ευρωπαϊκά αγροτουριστικά δίκτυα. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι το συγκεκριμένο κοινό αυξάνεται με γοργούς ρυθμούς κάθε χρόνο. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνουν και τα αποτελέσματα της τελευταίας έρευνας του δικτύου, σύμφωνα με τα οποία ο θεματικός τουρισμός κερδίζει συνέχεια έδαφος και στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, σε αντίθεση με τα αρνητικά αποτελέσματα του 2010 στον ευρύτερο τουριστικό τομέα στη χώρα μας, ο τουρισμός της υπαίθρου και ο αγροτουρισμός σημείωσαν σημαντική αύξηση σε σχέση με το 2009 (+13.5%) και το 2008 (+11%).

Στη συνέχεια ακολουθούν εν συντομία τα αποτελέσματα της εν λόγω έρευνας με σκοπό να διαμορφωθεί μια πιο σαφής εικόνα για τα χαρακτηριστικά της αγροτουριστικής ζήτησης στη χώρα μας (Guest Inn).

Όσον αφορά τις κρατήσεις ανά εθνικότητα, η Γαλλία αναδεικνύεται στην κύρια αγορά του ελληνικού αγροτουρισμού με 75,41% ποσοστό το οποίο παραμένει σταθερό τα τελευταία χρόνια (74,65% το 2009, 74,36% το 2008, 73,75% το 2007 και 76,19% το 2006 αντίστοιχα). Αρκετή κίνηση σημείωσαν και οι υπόλοιπες γαλλόφωνες χώρες (Βέλγιο 6,90% και η Ελβετία 3,45%), ενώ αύξηση σημείωσαν και άλλες χώρες όπως η Αμερική, η Ολλανδία, η Ιταλία, η Γερμανία και η Αγγλία. Για την ελληνική αγορά λόγω του ότι οι κρατήσεις γίνονται κυρίως τηλεφωνικά ή μέσω internet κατ' ευθείαν στους ξενώνες δεν υπάρχουν αντίστοιχα στατιστικά στοιχεία.

Η Ηπειρωτική Ελλάδα παραμένει σταθερά πρώτη στις προτιμήσεις του κοινού με 51,29% των κρατήσεων παρόλο που υπήρξε μείωση σε σύγκριση με το 2009 και το 2008 (58,70% και 55,48% αντίστοιχα). Στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Κρήτη η οποία παρουσιάζει θεαματική άνοδο, φτάνοντας το 32,11% των κρατήσεων (23,19% το 2009, 22,84% το 2008 και 12,50% το 2007). Όλα τα υπόλοιπα νησιά συνεχίζουν να σημειώνουν μείωση με 16,59% το 2010 (έναντι 18,12% το 2009 και 21,68% το 2008). Με βάση τις πληροφορίες του κέντρο κρατήσεων, εκτός από την Κρήτη η οποία σημείωσε αύξηση 9,11% σε σχέση με το 2009, δεν υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στους υπόλοιπους προορισμούς. Η περσινή εικόνα προτιμήσεων του κοινού (κρατήσεις) επιβεβαίωσε την ανάγκη εξωστρέφειας των μικρών καταλυμάτων της υπαίθρου (αγροτουριστικά, παραδοσιακά κ.α.) που βρίσκονται είτε σε περιοχές με πολύ μικρή προβολή στις διεθνείς αγορές είτε σε περιοχές γνωστές αποκλειστικά και μόνο για τον μαζικό τουρισμό που προσφέρουν.

Γενικότερα, σε σχέση με τα τρία προηγούμενα χρόνια το ποσοστό προτίμησης στα καταλύματα που βρίσκονται κοντά στη θάλασσα παρουσιάζει μικρή άνοδο. Ωστόσο η μικρή διαφορά (44,40% βουνό – 55,60% θάλασσα) δηλώνει ότι για τη συγκεκριμένη αγορά η διαμονή κοντά στη θάλασσα δεν αποτελεί βασικό κριτήριο επιλογής προορισμού. Αξίζει δε να αναφερθεί ότι η μέση διάρκεια διαμονής ανά κατάλυμα κατά το 2010 ήταν 4,7 διανυκτερεύσεις ανά κράτηση, η οποία θεωρείται ικανοποιητική.

Τέλος, οι κρατήσεις από οικογένειες αποτέλεσαν το 56,90%, σημειώνοντας αύξηση κατά 4,50% σε σχέση με το 2009 που ήταν η πρώτη και μοναδική χρονιά που υπήρξε μείωση: Οι οικογένειες εξακολουθούν να υπερέχουν από τα ζευγάρια στις κρατήσεις, γεγονός που σημαίνει ότι η ζήτηση για μεγαλύτερα «οικογενειακά» δωμάτια παραμένει μεγαλύτερη από τη ζήτηση για δίκλινα.



## Βιβλιογραφία

Αγροτουρισμός, 2004-2006, περιοδική έκδοση της εφ. Το Βήμα, τεύχη 1 έως 14, Αθήνα

Ανθοπούλου, Θ. Ιακωβίδου Ο., Κουτσούρης, Α. Σπιλάνης, Ι. (2000). Χωρικές και Αναπτυξιακές διαστάσεις του αγροτουρισμού στην Ελλάδα. Στο Αποστολόπουλος Κ. (Επιμ): Ανασυγκρότηση του αγροτικού χώρου. Εκδόσεις Σταμούλη.

Αποστολόπουλος, Κ. και Γιάγκου, Δ. (1998). Αγροτουρισμός και Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί: παράγοντες τοπικής ανάπτυξης του ελληνικού αγροτικού χώρου, στο Χ. Ζιωγάνας (Επιμ.), Ανταγωνιστικότητα και Ολοκληρωμένη Ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Οι νέες προκλήσεις για την Ελλάδα. Θεσσαλονίκη: Εταιρία Αγροτικής Οικονομίας, Εκδόσεις ΖΗΤΗ.

Ασκέλη Στ., 2005, Επιχειρήστε...αγροτουριστικά. Πώς να οργανώσετε τη δική σας αγροτουριστική επιχείρηση", Εναλλακτική τουριστική ανάπτυξη, Αγροτουριστική Α.Ε εκδ. Κέρκυρα, Αθήνα

ΓΕΩ.ΤΕ.Ε., 2000, Ορεινές και Μειονεκτικές Περιοχές της Ελλάδας, Αγρο(το)τουρισμός. Ιακωβίδου, Ο., Βόλτσου, Α., Βλάχου, Χ. και Παρταλίδου, Μ. (Επιμ.). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Γεωτεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδας.

Δαράκης Ι., 2009 , Ο αγροτουρισμός και η περίπτωση του στο νησί της Κρήτης, Διπλωματική Εργασία, Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης

Ελληνική Προδιαγραφή ΕΛΟΤ ΠΡΔ 1417, Αγροτουρισμός – Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους. παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού, ΕΛΟΤ, Αθήνα 2003

ΕΛΟΤ, 2003, Ελληνική Προδιαγραφή ΠΡΔ 1417, Αγροτουρισμός – Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους. παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού, Αθήνα

Εμμανουηλίδου Μ., 2005, Leader: Η Πρωτοβουλία για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού στην ελληνική ύπαιθρο, 5<sup>ο</sup> Μεσογειακό Συνέδριο για την Κοινωνιολογία του Τουρισμού, Θεσσαλονίκη 22-24 Σεπτεμβρίου 2005

Έξαρχος Γ. (2005), Ορεινές κτηνοτροφικές κοινότητες - Το τέλος του κοινοτισμού και η σύγχρονη ανάπτυξη των ορεινών ζωνών, Πρακτικά Διεθνούς Επιστημονικού Συμποσίου, 17-19 Ιουνίου 2005, Αργοστόλι Κεφαλονιάς, εκδ. Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, σ. 60-64, Βόλος.

Ευρωπαϊκή Αναπτυξιακή και Εκπαιδευτική Εταιρεία (ΕΥΡΑΝΕΚ), 2006, Εναλλακτικές Μορφές Απασχόλησης -Συνεχιζόμενη Κατάρτιση στις Αγροτικές Περιοχές, Μελέτη για τις εκπαιδευτικές ανάγκες στον Αγροτικό Τουρισμό και στη Βιολογική Γεωργία στην Ελλάδα

Ιακωβίδου Ο. ,1988, Επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού στην αγροτική κοινωνία της Χαλκιδικής, Διδακτορική Διατριβή, Παράρτημα 2 του κζ τόμου, Θεσσαλονίκη

Ιακωβίδου Ο., 1992, Ο ρόλος των γυναικείων συνεταιρισμών στην προώθηση του αγροτουρισμού στην Ελλάδα, περιοδικό Συνεταιριστική πορεία, τεύχος 27, Αθήνα.

Ιακωβίδου, Ο., 1998, Αγροτουρισμός και Τοπική Ανάπτυξη, στα Πρακτικά 1<sup>ου</sup> Συνεδρίου Αναπτυξιακής Προοπτικής Θάσου, 4-6 Σεπτεμβρίου (σελ.94100). Πρίνος: Εταιρία Μελέτης και Προβολής της Θάσου

Ιακωβίδου, Ο. και Παρταλίδου, Μ., 2002, Η ποιότητα ως Προϋπόθεση Ανάπτυξης του Αγροτικού Τουρισμού, Επιθεώρηση κοινωνικών ερευνών, τευχ.59 σελ. 108-109,325-345, Αθήνα

Ιακωβίδου Ο., 2006, Εμπειρίες από την ανάπτυξη του Αγροτικού Τουρισμού στην Ελλάδα, Εισήγηση στο 1ο συνέδριο τουριστικής ανάπτυξης, Αθήνα 23-24/3/2006

Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης, 2008, Οδηγός Τουρισμού της Υπαίθρου για τους Φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Κεντρική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων Ελλάδας, Αθήνα 2008

Ιωακειμίδης Α., 2009, Αγροτουρισμός στο νομό Θεσσαλονίκης, Διπλωματική Εργασία, Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης

Κίτσιος Φ., Καραγιάννης Σ., 2010, Η συμβολή της ανάπτυξης νέων υπηρεσιών στη στρατηγική των αγροτουριστικών επιχειρήσεων Μια προτεινόμενη έρευνα πεδίου, Κείμενα Περιφερειακής Επιστήμης, Τόμος 1(1), Δεκέμβριος 2010, σελ. 19-36

Κονταξάκη Α., 2008, Αναπτυξιακές πρωτοβουλίες στον αγροτουρισμό στο νομό Χανίων, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης 2008

Κοντοστόνος Σ., 2008, Αγροτουρισμός & άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, Ευκαιρίες χρηματοδότησης, 11/06/2008 <http://agrotourismos.wordpress.com/>

Λαγός Δ., 2006, Ο αγροτουρισμός ως παράγοντας ανάπτυξης του νομού Αρκαδίας, 1<sup>ο</sup> Παγκόσμιο Παναρκαδικό Διαδικτυακό Συνεδρίου, Αθήνα Ιούνιος 2006

Λουβερδή Α., 2006, Αγροτουρισμός & γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Λυρουδία Χ., 2010, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και η ανάπτυξη τους στην Ελλάδα, Διπλωματική Εργασία, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης

Μανώλογλου Ε. (1993) Εγχειρίδιο Αγροτουρισμού, Διακρατικό πρόγραμμα ALTUR-EOT, Αθήνα

Μοίρα, Π. (2003), Σημειώσεις Αγροτουρισμός και Πολιτιστικός Τουρισμός Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, Αγρίνιο.

Νίνα-Παζαρζή Ε., “Maison d’Europe” με θέμα “Ευρωπαϊκά Προγράμματα Επαγγελματικής Κατάρτισης”, Διεθνές Συνέδριο της Διεθνούς Ομοσπονδίας, 1993

Ξενία, 2004, Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας Κρήτης τ.222 Μάρτιος 2004, σελ. 43-54

Παπαγεωργίου Κ., 2005, Νομικές μορφές και χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων και ειδικότερη αναφορά στις συνεταιριστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, Πρακτικά 1η Δημερίδα Επιχειρηματικότητας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα 17/03/2005-18/03/2005:

Παρταλίδου, Μ., 2002 Προσανατολισμοί Ποιότητας. Η Περίπτωση του νομού Θεσσαλονίκης. Μεταπτυχιακή Διατριβή. Τμήμα Γεωπονίας Α.Π.Θ.

Παρταλίδου Μ., 2005, Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού. Διδακτορική Διατριβή, Θεσσαλονίκη: Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής.

Πέτρου Α., 2005, Οικονομικά θέματα ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού σε μειονεκτικές περιοχές, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Πατρών

Ριζοπούλου Β., 2010, Συστήματα Ποιότητας στον Αγροοικουρισμό: Η περίπτωση της περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδας, Διπλωματική Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Ρόκου Τ., 2010, Η πορεία του αγροτουρισμού στην εποχή της οικονομικής κρίσης, Travel Daily News, 30 Απρίλιος 2010  
<http://www.traveldailynews.gr/news/article/47277>

Συμεωνίδου Π., 2009, Ανταγωνιστικότητα και βιωσιμότητα αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, Διδακτορική Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Τομαράς Π., Λάγος Δ., 2007, Ο Αγροτουρισμός ως Παράγοντας Τοπικής Ανάπτυξης: Η περίπτωση της Ελλάδας, Σύγχρονα Θέματα, (30-05-2007)

Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων (ΥΠΕΠΘ), “Αγροτουρισμός και Ανάπτυξη”, Τομέας Γεωπονίας, Τροφίμων και Περιβάλλοντος, Ειδικότητα Περιβάλλοντος και Αγροτουρισμού, Τεχνικά Επαγγελματικά Εκπαιδευτήρια, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, Α΄ Έκδοση, Αθήνα, 2003

Χριστοφορίδου Σ., 2008, Βόρεια Ελλάδα- Ξυπνάει ο οικότουρισμός, Δημοσιογραφικό Συγκρότημα Μακεδονία, 07/12/2008  
<http://www.makthes.gr/news/economy/29740/>,

Anthopoulos T., Dimopoulou H., Gidaraku I, Kazakopoulos L., Skordili S., Stratigaki M., 2005, Women towards Ownership, in Business and Agriculture, Hellenic country report, Kekmokop Centre For Social Morphology And Social Policy, Panteion University, Athens, Hellas

Baum J. R. , Edwin A. L. , and Shelley A. K., 1998, A Longitudinal Study of the Relation of Vision and Vision Communication to Venture Growth in Entrepreneurial Firms, Journal of Applied Psychology, vol. 83, pp. 43-54

Fleischer A. and Felsenstein D., 2000, Support for Rural Tourism Does it Make a Difference?, Annals of Tourism Research, vol. 27, pp. 1007-1024

Fleischer, A., & Tchetchik, A. ,2005, Does rural tourism benefit from agriculture? Tourism Management, 26, 493–501.

Getz D. and Carlsen J., 2000, Characteristics and goals of family and owneroperated businesses in the rural tourism and hospitality sectors, Tourism Management, vol.21, pp. 547-560

Giagou, D. and Apostolopoulos, C. ,1996, Rural Women and the Development of the Agritouristic Cooperatives in Greece: the Case of Petra, Lesvos, *Journal of Rural Cooperation*, 24:143-155.

Gidakou, I., 1999, Young women's attitudes towards agriculture and women's new roles in the Greek countryside: a first approach, *Journal of Rural Studies*, vol. 15, no. 2, pp. 147–158.

Gidakou, I. ,1999, Indigenous Development in Countryside and Women Employment” in Kasimis, H. and Louloudis, L. (eds.). *Greek Rural Society in the End of the Twentieth Century*. Athens: NCSR, pp.189-216 (in Greek).

Gidakou, I. , Xenou, A. and Theofilou K., 2000, Farm Women's New Vocational Activities: Prospects and Problems of Women's Cooperatives and Small On Farm Businesses in Greece, *Journal of Rural Cooperation*, 28: 19-37.

Gidakou, I. ,2002, Πολυδραστηριότητα και Τοπική Ανάπτυξη (Pluriactivity and local development), paper presented at the ETAGRO Congress, Florina, Greece, May 2002

Iakovidou, O., 1992, The Role of the Women's Agrotourism Cooperatives for Promotion of Agrotourism in Greece, *Sineteristiki Poria*, 27:137-145 (in Greek).

Iakovidou, O., 1995, Rural Tourism, Paper presented at the Congress of Geotechnical Chamber. Athens: 10-12.12.95 (in Greek).

Iakovidou, O. and Partalidou, M. ,2001, Quality Directions in Rural Tourism in Greece, Paper presented to the International Conference New Directions in Managing Rural Tourism and Leisure, 5-6.9.01.

Iakovidou, O. ,2002, Women's Agrotourist Cooperatives in Greece: Key Elements for their Successful Operation, *Journal of Rural Cooperation*, 30:13-24.

Kazakopoulos L., Gidakou I., Theofilidou K., 2003 Women's Cooperatives in Greece and the Niche Market Challenge, *Journal of Rural Cooperation*, 31(1) 2003:25-45

Kizos, T., & Iosifides, T., 2007, The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12, 59–77

Koutsou S., Iakovidou O., Gotsinas N.,2003, Women's Cooperatives in Greece: An On-going Story of Battles, Successes and Problems, *Journal of Rural Cooperation*, 31(1) 2003:47-57

Laiou-Antoniou, H., 1985, New forms of women's cooperatives. Athens: General Secretariat of Equality (in Greek).

Overbeek, G., Efstratoglou, S.,Haugen, M. & Saraceno, E. (1998) 'Labour situation and strategies of farm women in diversified rural areas of Europe', CAP Study, CEC, Luxembourg.

Tsartas,P.&Thanopoulou,M., 1994, Women's Agrototourism Cooperatives in Greece), Mediterranean Women's Studies Institute,Athens.

Αγροτουριστική Α.Ε

[www.agrotour.gr](http://www.agrotour.gr)

ΑΝΦΛΩ-Αναπτυξιακή Φλώρινας (ΑΝΦΛΩ)

[http://www.anflo.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=319:c&catid=8&Itemid=75](http://www.anflo.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=319:c&catid=8&Itemid=75)

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς ΕΣΠΑ 2007 - 2013

<http://www.espa.gr/el/Pages/Default.aspx>

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

<http://www.visitgreece.gr>

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αγροτική Ανάπτυξη – Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000–2006, Άξονα 7. «Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου - ΟΠΑΑΧ»

<http://www.minagric.gr>

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα ΕΠΑΝ Ι 2000-2006

[http://www.3kps.antagonistikotita.gr/epan/site/Home/t\\_section](http://www.3kps.antagonistikotita.gr/epan/site/Home/t_section)

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα-Επιχειρηματικότητα ΕΠΑΝ ΙΙ 2007-2013,

<http://www.antagonistikotita.gr/greek/index.asp>

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+ 2000-2006

<http://www.leader-plus.gr>

Συγχρηματοδοτούμενα Αναπτυξιακά Προγράμματα Γ' ΚΠΣ 2000-2006

<http://www.hellaskps.gr/2000-2006.htm>

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

<http://www.minagric.gr/>

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Κατάλογος αγροτουριστικών καταλυμάτων, <http://www.minagric.gr/greek/3.1.4.html>

EDEN– Ευρωπαϊκοί Προορισμοί Αριστείας, Ευρωπαϊκή Επιτροπή

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/themes-destinations/countries/greece/florina/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/themes-destinations/countries/greece/florina/index_el.htm)

Milia Mountain Retreat

<http://www.milia.gr/page5/page5.html>

Vamos Traditional Village

<http://www.vamosa.gr/el/home>

Guest Inn, The Greek Network of Rural Accommodation

[http://www.guestinn.com/gr/home\\_gr.php](http://www.guestinn.com/gr/home_gr.php)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

#### **5.1 Αντικείμενο και σκοπός της έρευνας**

Το αντικείμενο της έρευνας είναι να μελετήσει την κατάσταση που εμφανίζει σήμερα ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα, με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που παρουσιάζουν οι εγχώριες αγροτουριστικές μονάδες.

Σκοπός της έρευνας είναι η διεξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων σχετικά με τη φύση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, εξετάζοντας τις μορφές που λαμβάνουν και το προϊόν που προσφέρουν. Επιπλέον, σκοπός της έρευνας είναι να εντοπίσει κατά πόσο οι αγροτουριστικές μονάδες εξυπηρετούν τους στόχους του αγροτουρισμού και να εξάγει συμπεράσματα σχετικά με το είδος της επαφής των φιλοξενουμένων με τον αγροτικό τρόπο ζωής.

Η έρευνα ολοκληρώνεται με την πραγματοποίηση συγκρίσεων του αγροτουριστικού φαινομένου στην Ελλάδα και σε δύο άλλες χώρες, την Ιταλία και την Γερμανία. Στόχος είναι περιγραφή των κοινών σημείων και διαφορών που παρουσιάζει ο αγροτουρισμός στις τρεις αυτές χώρες καθώς και ο εντοπισμός των παραγόντων για τους οποίους αυτά εμφανίζονται.

#### **5.2 Μεθοδολογία της έρευνας**

Για το εμπειρικό μέρος της διπλωματικής εργασίας πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα σε αγροτουριστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, την Ιταλία και τη Γερμανία με στόχο την καταγραφή των εμφανών χαρακτηριστικών που παρουσιάζουν οι επιχειρήσεις και των δραστηριοτήτων στις οποίες επιδίδονται. Στα πλαίσια της έρευνας διερευνήθηκε ο διπλός χαρακτήρας των επιχειρήσεων, μελετώντας χαρακτηριστικά που προέρχονται από την παραγωγή αγροτικών προϊόντων (δραστηριότητα πρωτογενούς τομέα) και την προσφορά τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (δραστηριότητα τριτογενούς τομέα). Επιπλέον γίνεται μια προσπάθεια διερεύνησης και αξιολόγησης του κατά πόσο οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον αγροτουρισμό εμφανίζουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, τα οποία αιτιολογούν τον χαρακτηρισμό τους ως αγροτουριστικές.

Η μέθοδος η οποία επιλέχθηκε για τη συλλογή των στοιχείων της έρευνας, ήταν η μέθοδος της παρατήρησης, αφενός μεν επειδή το ίδιο το αντικείμενο καθιστούσε δυνατή τη χρήση της εν λόγω μεθόδου, αφετέρου δε επειδή υπήρχαν λόγω της θεματολογίας αντικειμενικές δυσκολίες οι οποίες λειτούργησαν αποτρεπτικά στην επιλογή διαφορετικής μεθόδου. Ειδικότερα, το γεγονός ότι εξ'ορισμού οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις βρίσκονται στην επαρχία και εμφανίζουν μεγάλη γεωγραφική διασπορά, σε συνδυασμό με τον περιορισμένο διαθέσιμο χρόνο για την ολοκλήρωση της έρευνας και το υψηλό κόστος που θα απαιτούσε μια διαφορετική μέθοδος συλλογής στοιχείων (όπως πχ διεξαγωγή προσωπικών συνεντεύξεων, διανομή ερωτηματολογίων κλπ) οδήγησε στην επιλογή της παρατήρησης, ως της μοναδικής μεθόδου για την συλλογή των στοιχείων.

### **5.3 Επιλογή του δείγματος και πηγές στοιχείων**

Η συλλογή των δεδομένων έγινε μέσω του διαδικτύου και συγκριμένα μέσω της παρατήρησης ιστοσελίδων αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Η έρευνα αφορά ένα δείγμα 50 αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα και 30 αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ιταλία και τη Γερμανία (15 και 15 αντίστοιχα). Δεδομένου ότι δεν υπήρξε κάποιος περιορισμός ως προς την περιοχή της έρευνας, θεωρούμε ότι τα δείγματα αντιπροσωπεύουν γεωγραφικά τις χώρες στο σύνολό τους.

Για την καλύτερη οργάνωση των πληροφοριών σχεδιάστηκε μια φόρμα με τη μορφή ερωτηματολογίου (Παράρτημα Ι), την οποία συμπλήρωνε προσωπικά η ερευνήτρια για κάθε επιχείρηση, σύμφωνα με τα δημοσιεύματα στοιχεία στην εκάστοτε ιστοσελίδα. Ωστόσο, καθώς ορισμένες ιστοσελίδες δεν παρείχαν το σύνολο των ζητούμενων πληροφοριών, κρίθηκε αναγκαία για την πληρέστερη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, η συλλογή πληροφοριών και από άλλους αξιόπιστους δικτυακούς τόπους (τουριστικές πύλες, πύλες γενικού τουριστικού ενδιαφέροντος κλπ) πέραν της επίσημης ιστοσελίδας της επιχείρησης.

Ο εντοπισμός των επιχειρήσεων και η επιλογή του δείγματος έγινε με βάση τα αποτελέσματα αναζήτησης σε δημοφιλή ιστοσελίδα ([www.google.com](http://www.google.com)). Ειδικότερα, οι όροι με τους οποίους έγινε η αναζήτηση ήταν: «αγροτουριστική μονάδα», «αγροτουρισμός» και «αγροτουριστική επιχείρηση». Οι τρεις αυτές αναζητήσεις έγιναν τόσο με την επιλογή της απλής όσο και της σύνθετης αναζήτησης. Οι πλειοψηφία των

επιχειρήσεων (40) επιλέχθηκε από τις πρώτες 15 σελίδες των αποτελεσμάτων των αναζητήσεων με αυτούς τους όρους, ενώ οι υπόλοιπες επιλέχθηκαν τυχαία από το υπόλοιπο σύνολο σελίδων.

#### **5.4 Σχεδιασμός και χαρακτηριστικά του ερωτηματολογίου**

Στη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου συνέβαλλε καθοριστικά η επισκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, η οποία παρείχε συγκεκριμένη καθοδήγηση όσο αφορά τη δομή και σε ορισμένες περιπτώσεις τη διατύπωση των ερωτήσεων. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου ήταν τέτοιος ώστε να επιτρέπει την συμπλήρωση του και όχι μόνο για τις ελληνικές επιχειρήσεις αλλά και για τις επιχειρήσεις του εξωτερικού και συγκεκριμένα της Ιταλίας και της Γερμανίας, χωρίς να κρίνεται απαραίτητη κάποια προσαρμογή ή αναδιατύπωση των ερωτήσεων.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρεις θεματικές ενότητες και έχει στο σύνολο του 45 ερωτήσεις. Η πρώτη ενότητα (10 ερωτήσεις) αφορά τη μορφή και τη δομή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων και η δεύτερη (29 ερωτήσεις) το μείγμα μάρκετινγκ. Πιο συγκεκριμένα, η δεύτερη ενότητα, διακρίνεται σε τέσσερες υποενότητες, κατά αντιστοιχία των τεσσάρων στοιχείων του μείγματος μάρκετινγκ: προϊόν, τιμή, προώθηση και τοποθεσία. Οι ερωτήσεις που περιλαμβάνουν αναφέρονταν σε περιγραφικά στοιχεία των επιχειρήσεων, έτσι ώστε να υπάρξει μια πληρέστερη κατανόηση, όσον αφορά τη φύση και τις δραστηριότητες τους. Τέλος, η τρίτη ενότητα (6 ερωτήσεις) περιλαμβάνει μια σειρά υποκειμενικών ερωτήσεων με σκοπό την διατύπωση μιας αξιολόγησης από την πλευρά της ερευνήτριας, σχετικά με το είδος της επαφής των φιλοξενουμένων με την αγροτική ζωή και το βαθμό στον οποίο οι υπό εξέταση επιχειρήσεις επιτελούν τους σκοπούς για τους οποίους ανέπτυξαν αγροτουριστική δραστηριότητα.

Τέλος όσο αφορά τον τύπο των ερωτήσεων, το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει ερωτήσεις ανοικτού τύπου, διχοτομικές ερωτήσεις και ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, εκ των οποίων ορισμένες έχουν μόνο μία απάντηση, ενώ άλλες επιδέχονται περισσότερες από μια διαφορετικές απαντήσεις.



## 5.5 Μέθοδοι επεξεργασίας των στοιχείων

Η εργασία για την έρευνα αυτή διεξήχθη σε δύο φάσεις: η πρώτη φάση στηρίχθηκε στην συμπλήρωση ερωτηματολογίων, ενώ η δεύτερη περιελάμβανε τη στατιστική ανάλυση και το σχολιασμό των αποτελεσμάτων. Όσο αφορά το χρονικό διάστημα συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων, είχε διάρκεια περίπου μία εβδομάδα για κάθε χώρα, και πραγματοποιήθηκε το Νοέμβριο του 2011 για τις ελληνικές επιχειρήσεις και το Δεκέμβριο του 2011 για τις επιχειρήσεις της Ιταλίας και της Γερμανίας.

Η επεξεργασία των στοιχείων καθώς και η δημιουργία των διαγραμμάτων έγινε με βάση το πρόγραμμα Microsoft Office Excel 2007. Κατά το πρώτο στάδιο αριθμήθηκαν τα ερωτηματολόγια κατά αύξοντα αριθμό από 1 μέχρι 50 (για την Ιταλία και τη Γερμανία από 1 έως 15 αντίστοιχα). Στη συνέχεια, κωδικοποιήθηκαν οι απαντήσεις ώστε να είναι σαφής η διάκριση μεταξύ τους, επιτρέποντας ωστόσο τη στατιστική τους ανάλυση. Για κάθε ερώτηση βρέθηκαν ποσοστά και έγιναν τα ανάλογα διαγράμματα. Στην επεξεργασία των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν μεγέθη περιγραφικής στατιστικής όπως: ο μέσος όρος, το μέγιστο και το ελάχιστο, πίνακες συχνοτήτων, διαμόρφωση γραφικών παραστάσεων, ραβδογραμμάτων και κυκλικών διαγραμμάτων συχνοτήτων κλπ. Τα τελικά αποτελέσματα της μελέτης προέκυψαν από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

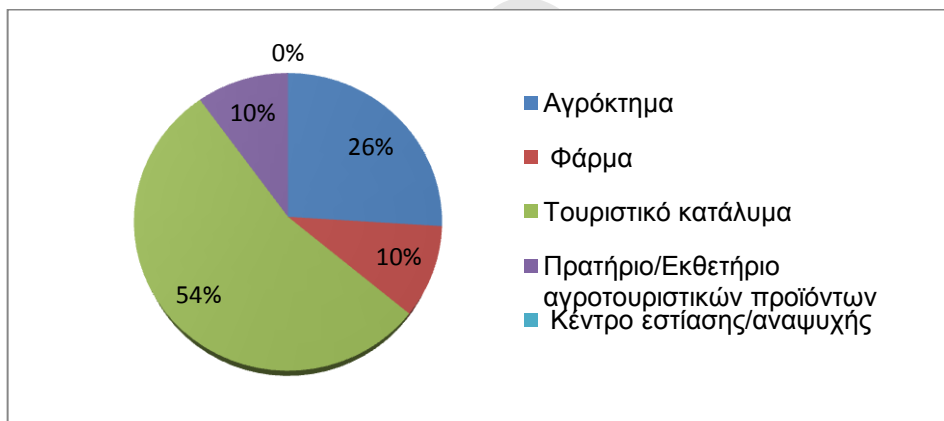
### ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

#### 6.1 Ελλάδα

##### 6.1.1 Γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων

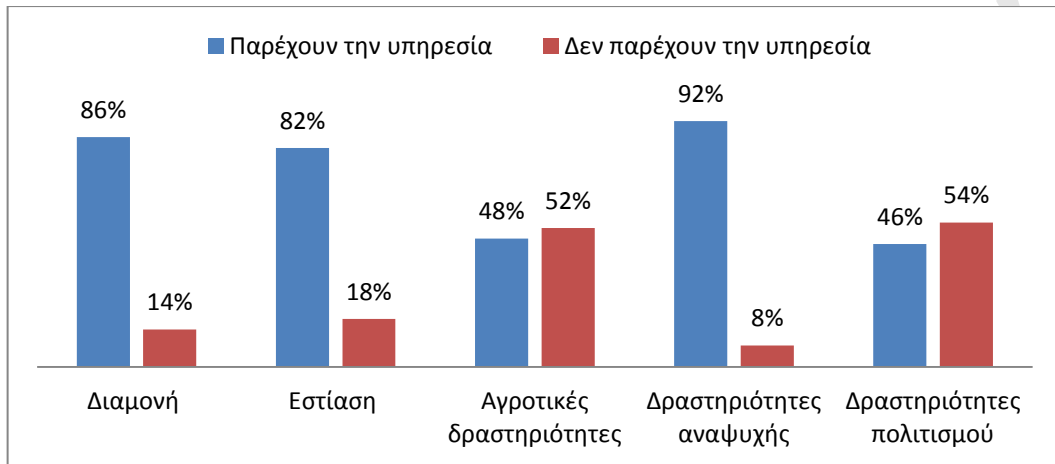
Σύμφωνα με τα δεδομένα της έρευνας, τα τουριστικά καταλύματα αποτελούν τη συνηθέστερη μορφή αγροτουριστικών επιχειρήσεων, με τα αγροκτήματα να καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση με ποσοστό 26%. Στη συνέχεια ακολουθούν οι φάρμες και τα πρατήρια/εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων, συγκεντρώνοντας η κάθε μορφή ένα 10%. Άξιο αναφοράς είναι το γεγονός ότι καμία από τις εξεταζόμενες επιχειρήσεις δεν είχε αποκλειστικά τη μορφή κέντρου εστίασης/αναψυχής.

Σχήμα 6.1 : Κατανομή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων με βάση το είδος τους

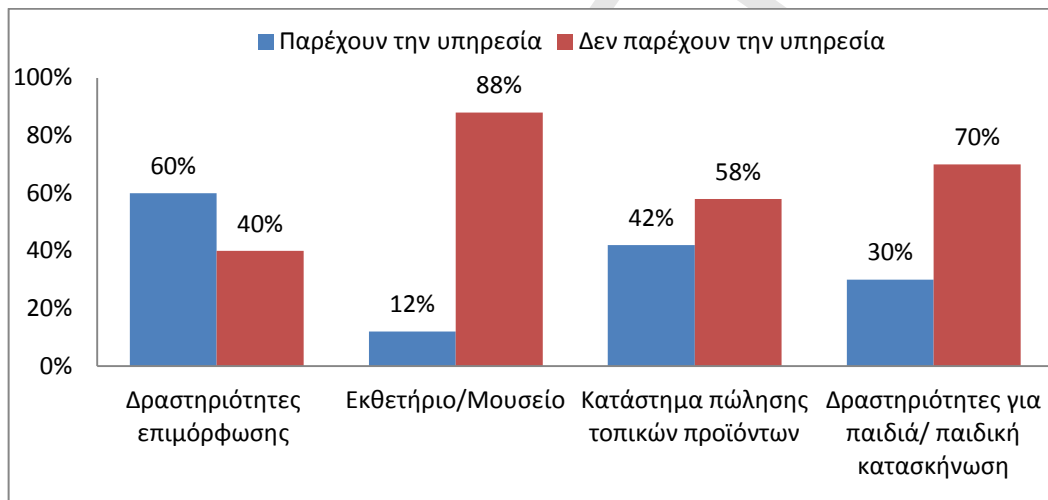


Ω προς το αγροτουριστικό προϊόν που προσφέρουν οι επιχειρήσεις, εκτός από τις υπηρεσίες διαμονής και εστίασης, που ήταν αναμενόμενο να εμφανίσουν υψηλές συχνότητες, εξίσου υψηλό ποσοστό παρουσιάζουν οι δραστηριότητες αναψυχής (92%) καθώς και οι δραστηριότητες επιμόρφωσης (60%). Αγροτικές δραστηριότητες προσφέρει το 48% των επιχειρήσεων, ενώ δραστηριότητες πολιτισμού το 46%. Οι υπόλοιπες δραστηριότητες (εκθετήριο/μουσείο, κατάστημα πώλησης τοπικών προϊόντων, δραστηριότητες για παιδιά) παρέχονται από πιο περιορισμένο αριθμό επιχειρήσεων (Σχήμα 6.2.1 και Σχήμα 6.2.2).

**Σχήμα 6.2.1 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων**



**Σχήμα 6.2.2 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων**



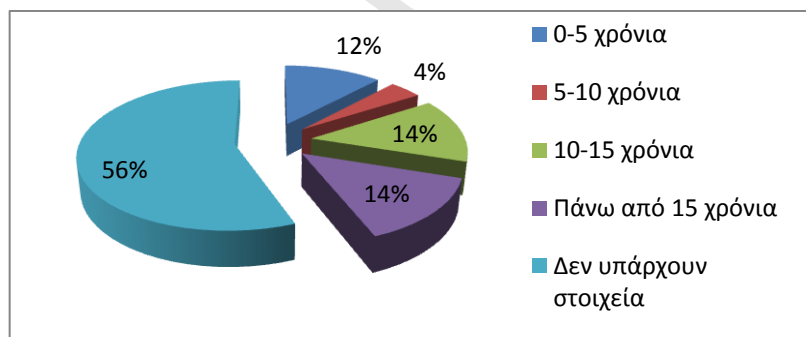
Η νομική μορφή των επιχειρήσεων ήταν ένα στοιχείο για το οποίο μπόρεσαν να συγκεντρωθούν δεδομένα μόνο για το 16% των επιχειρήσεων. Από αυτό το σύνολο αυτό οι περισσότερες επιχειρήσεις (5) είχαν τη μορφή ανώνυμης εταιρείας, ενώ οι υπόλοιπες (3) τη μορφή συνεταιρισμού. Το γεγονός ότι το μέγεθος του δείγματος που παρείχε κάποια πληροφόρηση είναι πολύ περιορισμένο (μόλις 8 επιχ.) δεν επιτρέπει να σχηματίσουμε μια σαφή εικόνα για το σύνολο του πληθυσμού.

Εξίσου περιορισμένες ήταν οι πληροφορίες που αναφέρονταν στο εργατικό δυναμικό των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα από τις 50 επιχειρήσεις, μόνο οι 10 περιελάμβαναν στοιχεία στην ιστοσελίδα τους, που να αφορούν τον αριθμό των εργαζομένων. Από τα δεδομένα αυτά προκύπτει ότι το 50% των επιχειρήσεων απασχολούν από 1-5 εργαζόμενους γεγονός που αποτελεί μια πρώτη ένδειξη της επικρατούσας κατάστασης

γενικότερα. Επειδή και σε αυτήν την περίπτωση ο αριθμός των επιχειρήσεων είναι μικρός, οποιοδήποτε συμπέρασμα για το σύνολο των επιχειρήσεων θα ήταν βεβιασμένο. Το συγκεκριμένο ερώτημα χρίζει περαιτέρω διερεύνησης ώστε να μπορέσουν να διεξαχθούν αξιόπιστα συμπεράσματα για τον πληθυσμό.

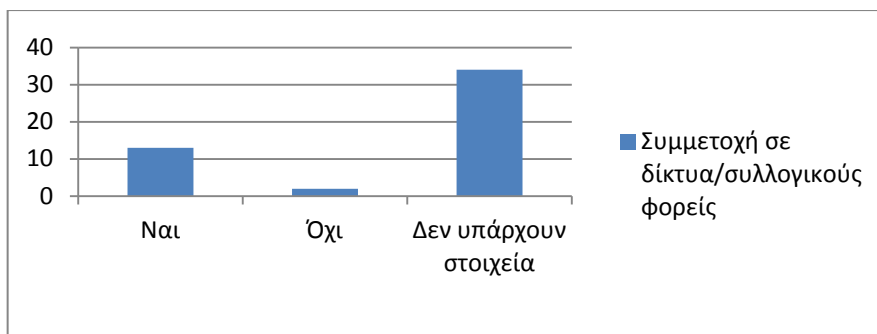
Όσο αφορά την ηλικία των επιχειρήσεων, είναι κατά κύριο λόγο μεγαλύτερη των 10 ετών, με αρκετές επιχειρήσεις του δείγματος να ξεπερνούν και τα 15 χρόνια λειτουργίας. Το γεγονός ότι η ίδρυση των περισσότερων επιχειρήσεων ανατρέχει πίσω στην δεκαετία του 90, δεν αποτελεί έκπληξη καθώς τη συγκεκριμένη δεκαετία εμφανίστηκαν και τα περισσότερα προγράμματα προώθησης και ενίσχυσης του αγροτικού τουρισμού και της υπαίθρου. Ενθαρρυντική ένδειξη αποτελεί επίσης το ότι εξίσου ικανοποιητικό ποσοστό (12%) εμφανίζουν οι επιχειρήσεις με 0-5 χρόνια λειτουργίας. Αυτό δηλώνει ότι οι αγρότες και οι επιχειρηματίες γενικότερα εξακολουθούν να επενδύουν στον αγροτουρισμό και να ιδρύουν ακόμα και σήμερα νέες επιχειρήσεις, παρά το γεγονός ότι τόσο τα επιδοτούμενα προγράμματα όσο και η συμβολή της πολιτείας έχει περιοριστεί αισθητά σε σχέση με τη «χρυσή δεκαετία του 90'».

**Σχήμα 6.3 : Η ηλικία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**



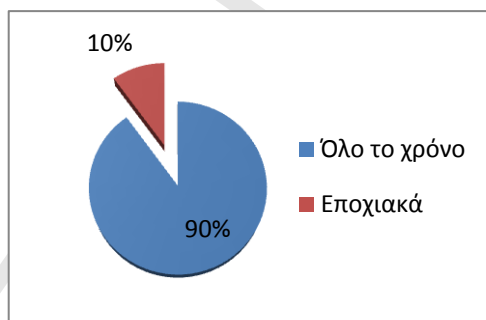
Όσο αφορά τη συμμετοχή των επιχειρήσεων σε δίκτυα ή συλλογικούς φορείς, το 26% δηλώνει μέλος κάποιο οργανισμού. Το πραγματικό ποσοστό ενδεχομένως να είναι πολύ μεγαλύτερο εάν λάβουμε υπόψη ότι τα δεδομένα αφορούν μόλις τις 15 από τις 50 επιχειρήσεις, καθώς για τις υπόλοιπες δεν βρέθηκαν στοιχεία που να επιβεβαιώνουν ή να απορρίπτουν την παρουσία τους σε κάποιο οργανισμό ή ένωση.

**Σχήμα 6.4 : Συμμετοχή σε δίκτυα /συλλογικούς φορείς**



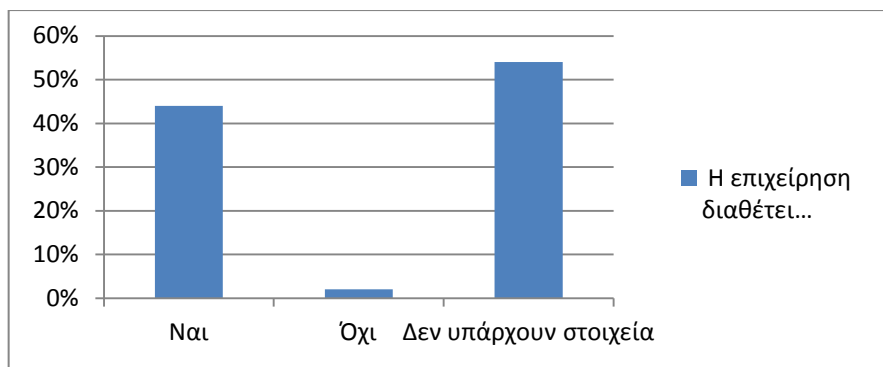
Σχετικά με τη λειτουργία της επιχείρησης στη διάρκεια ενός ημερολογιακού έτους, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων λειτουργεί όλο το χρόνο και μόλις ένα 10% παρουσιάζει εποχιακή δραστηριότητα. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφέρουμε ότι ενώ υπήρχαν επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους (επιδιδόμενες στην παραγωγή αγροτικών προϊόντων), καταχωρήθηκαν ως εποχιακές, καθώς εμφανίζουν αγροτουριστική δραστηριότητα μόνο συγκεκριμένες περιόδους του χρόνου (πχ άνοιξη, φθινόπωρο κλπ).

**Σχήμα 6.5: Περίοδος λειτουργίας των επιχειρήσεων**



Όσο αφορά την πιστοποίηση των επιχειρήσεων, 22 από τις 50 έχουν λάβει κάποιο πιστοποιητικό ποιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρουν. Η συχνότητα αυτή αποτελεί ένδειξη της πρόθεσης των επιχειρηματιών να προσφέρουν τυποποιημένα προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Ωστόσο η πληροφορία αυτή δεν μπορεί να γενικευτεί για το σύνολο των αγροτουριστικών μονάδων, καθώς και σε αυτήν την περίπτωση το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν παρείχαν ξεκάθαρη πληροφόρηση ήταν ιδιαίτερα υψηλό (54%).

**Σχήμα 6.6: Πιστοποίηση των επιχειρήσεων**



Η επόμενη ερώτηση σχετίζεται με την χρηματοδότηση των επιχειρήσεων από εθνικούς ή/και κοινοτικούς πόρους. Από το σύνολο των 50 επιχειρήσεων το 28% (22), έχει λάβει κάποιας μορφής επιδότησης για την ίδρυση ή και λειτουργία του. Σε αυτήν την περίπτωση τα αποτελέσματα θεωρούνται στατιστικά σημαντικά λόγω της ευαίσθητης φύσης του ερωτήματος. Τέλος σαν παρατήρηση αξίζει να αναφέρουμε ότι από την μελέτη των ιστοσελίδων προέκυψε ότι σε αρκετές περιπτώσεις η χρηματοδότηση αφορούσε την ενίσχυση των επιχειρήσεων για την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών, και γενικότερα τον ψηφιακό εκσυγχρονισμό τους.

Η τελευταία ερώτηση αυτής της ενότητας αφορά την έκταση των εγκαταστάσεων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, η οποία σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 6.1 κυμαίνεται από 5 έως και 260 στρέμματα. Τα στοιχεία αυτά αφορούν 27 επιχειρήσεις για τις οποίες ήταν δυνατόν να συγκεντρωθούν δεδομένα. Από την επεξεργασία των στοιχείων προέκυψε ότι η διάμεσος είναι 35 και ο μέσος όρος είναι 35,6 στρέμματα. Στον υπολογισμό της μέσης τιμής παραλείφθηκαν τρεις ακραίες τιμές (επιχειρήσεις με έκταση >από 200 στρέμματα), προκειμένου να μην αλλοιωθεί το αποτέλεσμα.

**Πίνακας 6.1 : Έκταση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

Στατιστικό μέγεθος	Τιμή
Ελάχιστο	5
Μέγιστο	260
Διάμεσος	35
Μέση έκταση των επιχ.	35,6
Επιχ. με έκταση <50 στρ.	17
Επιχ. με έκταση > 50στρ. και <100 στρ.	6
Επιχ. με έκταση >100 στρ.	4

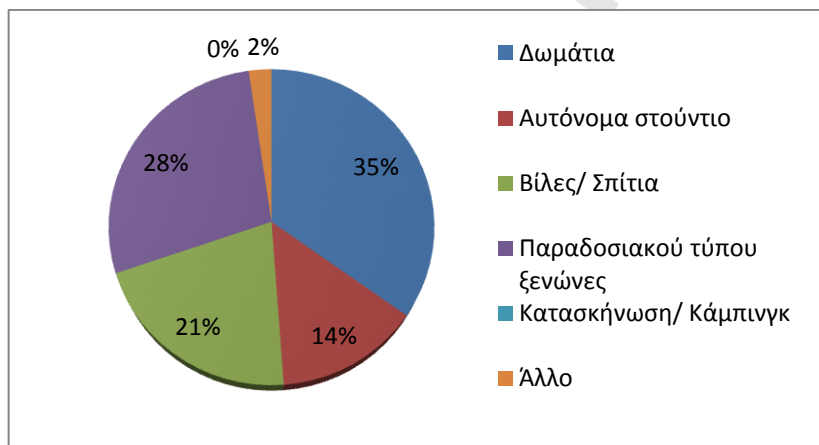
## 6.1.2 Μείγμα μάρκετινγκ της επιχείρησης

### 6.1.2.A Προϊόν

#### 6.1.2.Ai Διαμονή

Από τις 43 επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες διαμονής, οι 15 διαθέτουν δωμάτια, ενώ 12 έχουν διαμορφώσει για την παραμονή των επισκεπτών τους παραδοσιακού τύπου ξενώνες. Επιπλέον, 9 επιχειρήσεις παρέχουν μεμονωμένες βίλλες/ σπίτια, ενώ καμία επιχείρηση δεν έχει τη μορφή κατασκήνωσης, με τις υπηρεσίες κάμπινγκ να αποτελούν τη μοναδική διαθέσιμη μορφή καταλύματος για τη διαμονή των τουριστών. Αν και στο σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος υπάρχουν μονάδες που επιτρέπουν την κατασκήνωση στο χώρο τους, αυτό δεν αποτελεί παρά συμπληρωματική υπηρεσία διαμονής ως προς τις ήδη υπάρχουσες (πχ δωμάτια, διαμερίσματα κλπ).

Σχήμα 6.7 : Τύπος καταλύματος των αγροτουριστικών επιχειρήσεων



Αναφορικά με τη δυναμικότητα των επιχειρήσεων, από τα στοιχεία του πίνακα 6.2 προκύπτει ότι τα αγροτουριστικά καταλύματα δεν περιορίζονται στον ελάχιστο αριθμό επιτρεπόμενων δωματίων και στις αντιστοιχούμενες σε αυτά κλίνες, παρά επιλέγουν μεγαλύτερες διαθεσιμότητες της τάξεως των 30, 40 και πολλές φορές περισσότερες των 40 κλινών. Επιπλέον παρατηρήθηκε το φαινόμενο ότι πολλές επιχειρήσεις ενώ εμφανίζουν περιορισμένο αριθμό δωματίων, χαρακτηρίζονται από μεγάλες δυναμικότητες, καθώς σε αρκετές περιπτώσεις οι προσφερόμενοι χώροι (δωμάτια/στούντιο κλπ) είχαν τη δυνατότητα φιλοξενίας έως και έξι ατόμων.

**Πίνακας 6.2 : Δυναμικότητα των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

<b>Αριθμός κλινών</b>	<b>Αριθμός επιχειρήσεων</b>	<b>Ποσοστό</b>
10-20 κλίνες	9	20,93%
20-30 κλίνες	12	27,91%
30-40 κλίνες	11	25,58%
πάνω από 40 κλίνες	11	25,58%

### **6.1.2.Αii Εστίαση**

Από τις 41 επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες εστίασης, η πλειοψηφία (33) διαθέτει εστιατόριο ενώ αρκετές είναι εκείνες που έχουν διαμορφωμένο στο χώρο τους Café. Θα πρέπει επίσης να αναφέρουμε ότι σε 7 από τις 41 αυτές επιχειρήσεις οι υπηρεσίες εστίασης αφορούσαν αποκλειστικά την παρουσία κουζινών στα δωμάτια και την προσφορά πρωινού στους επισκέπτες, χωρίς να υπάρχει η δυνατότητα προετοιμασίας και παροχής γευμάτων σε κοινόχρηστους χώρους.

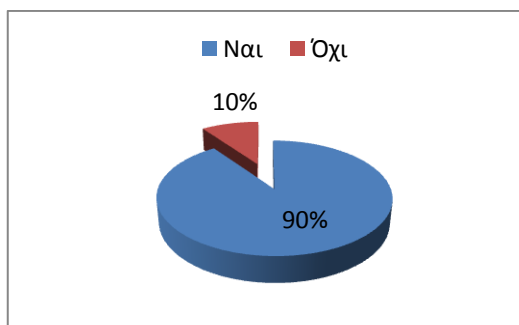
**Πίνακας 6.3 : Υπηρεσίες εστίασης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

<b>Υπηρεσίες εστίασης</b>	<b>Αριθμός επιχειρήσεων</b>
Εστιατόριο	33
Café	12
Catering	1
Φούρνο	5
Κουζίνα στα δωμάτια	9

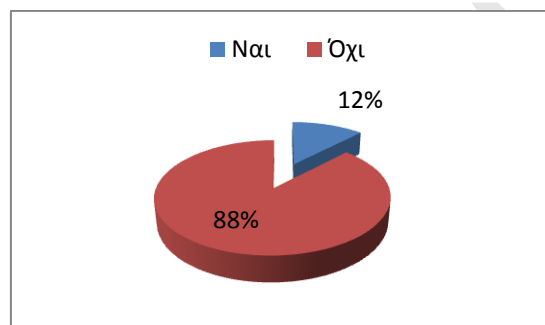
Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειώσουμε ότι το 90% των επιχειρήσεων που προσφέρουν υπηρεσίες εστίασης, χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης, αλλά μόνο το 12% αυτών, χρησιμοποιεί αποκλειστικά βιολογικά προϊόντα. Από τα παραπάνω στοιχεία συμπεραίνουμε για τις ελληνικές επιχειρήσεις η προώθηση και η προσφορά τοπικών προϊόντων αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του αγροτουρισμού, χωρίς ωστόσο να λαμβάνει την ίδια βαρύτητα η προσφορά βιολογικών προϊόντων. Η απόφαση των επιχειρηματιών να μην στηρίζουν τις υπηρεσίες σίτισης τους αποκλειστικά από βιολογικά προϊόντα, μπορεί να οφείλεται σε παράγοντας όπως: αδυναμία και υψηλό κόστος παραγωγής βιολογικών προϊόντων ή/και προμήθειάς τους από άλλους τοπικούς και μη παραγωγούς.



**Σχήμα 6.8 : Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



**Σχήμα 6.9 : Αποκλειστική χρήση βιολογικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

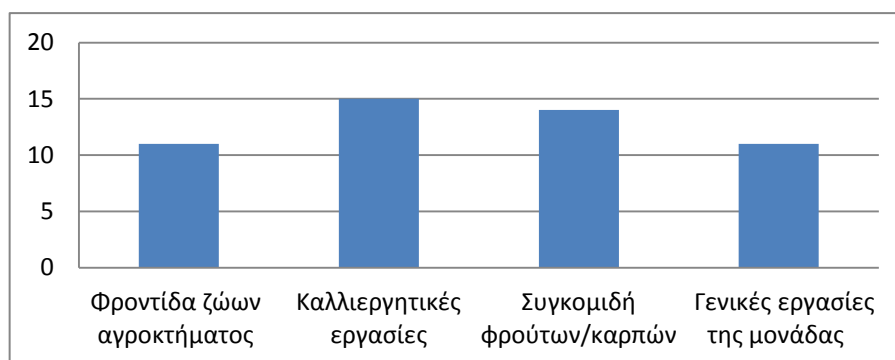


### **6.1.2.Aiii Δραστηριότητες**

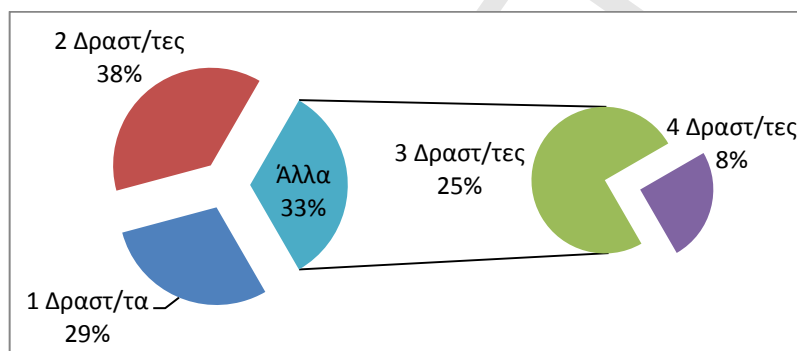
Η ενότητα αυτή των ερωτήσεων, αφορά το σύνολο των δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις (αγροτικές, αναψυχής, πολιτισμού, επιμορφωτικές και εμπορικές) και είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς παρουσιάζει κατά πόσο οι επιχειρήσεις αυτές ξεφεύγουν από το πρότυπο Bed and Breakfast και προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο και πολυδιάστατο αγροτουριστικό προϊόν όπως αυτό περιγράφεται από τη σχετική βιβλιογραφία.

Σχετικά με τις αγροτικές δραστηριότητες, όπως φαίνεται στο σχήμα 6.10, οι συνηθέστερες δραστηριότητες που προσφέρονται από τις επιχειρήσεις είναι οι καλλιεργητικές εργασίες (15 επιχ.) και η συγκομιδή φρούτων και καρπών (14 επιχ.). Ωστόσο, η διαφορά με τις άλλες δραστηριότητες (φροντίδα ζώων του αγροκτήματος, γενικές εργασίες της μονάδας) δεν είναι μεγάλη (11 επιχ.) με αποτέλεσμα να μην ξεχωρίζει κάποια δραστηριότητα ως η πλέον συνηθέστερη. Τέλος αξίζει να προσθέσουμε ότι το 29,17% των επιχειρήσεων προσφέρουν μόνο μια αγροτική δραστηριότητα, ενώ το 37,5% προσφέρουν τουλάχιστον 2 δραστηριότητες . Εξίσου υψηλό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων που προσφέρουν τρεις και περισσότερες δραστηριότητες (33%) (βλ. σχήμα 6.11).

**Σχήμα 6.10 : Το είδος των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

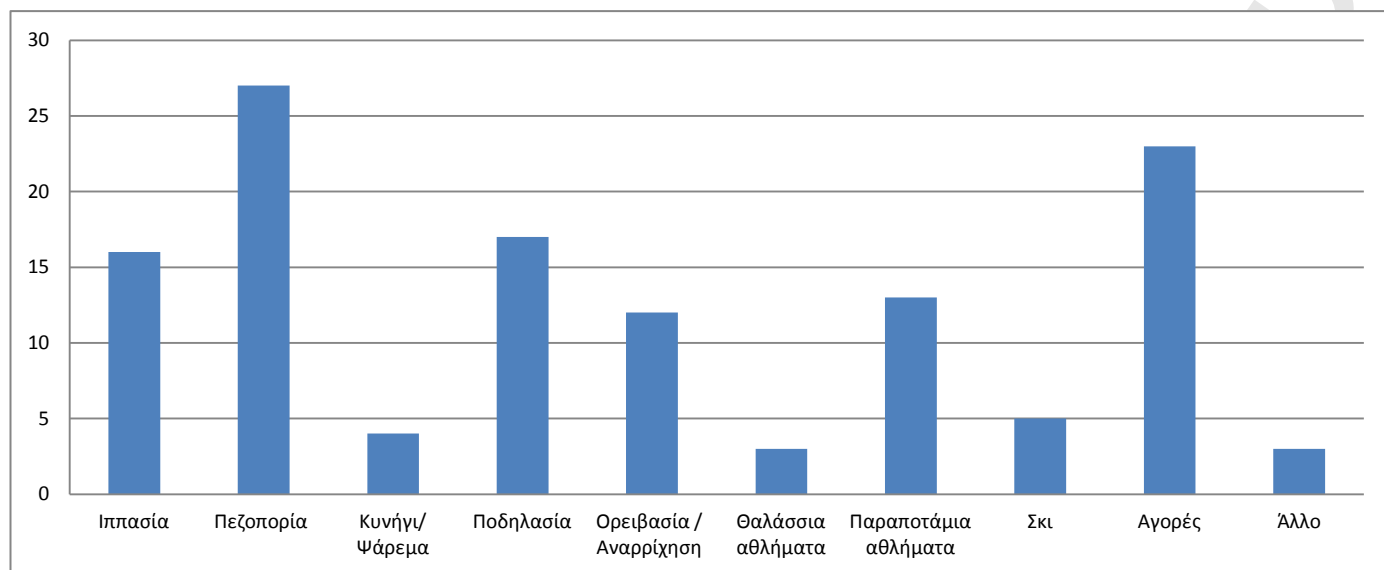


**Σχήμα 6.11 : Ο αριθμός των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

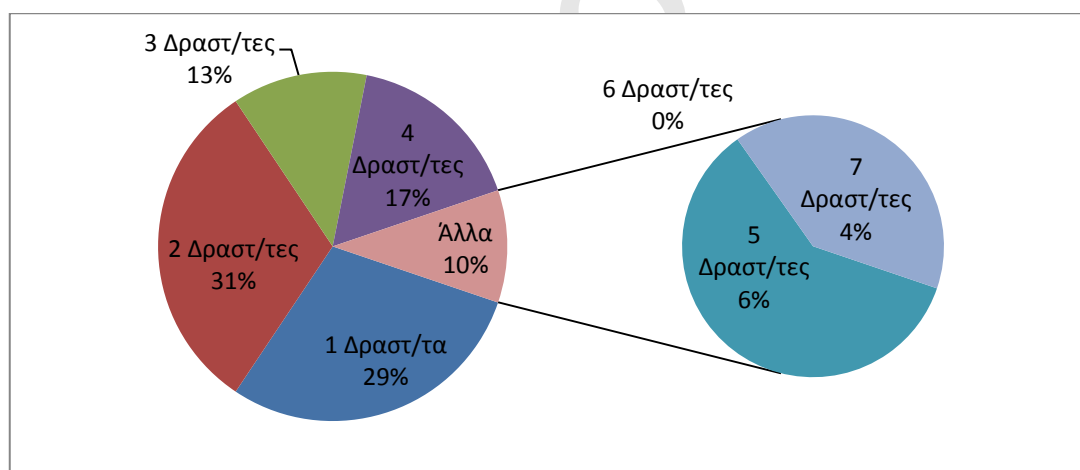


Όσο αφορά τις δραστηριότητες αναψυχής, αυτή που απαντάται περισσότερο είναι η πεζοπορία (27 επιχ.), ακολουθούν οι αγορές (23 επιχ.), η ποδηλασία (17 επιχ.) και η ιππασία (16 επιχ.). Αρκετά δημοφιλή είναι επίσης τα παραποτάμια/παραλίμνια αθλήματα (13 επιχ.), καθώς και η ορειβασία αναρρίχηση (12 επιχ.). Τέλος στην κατηγορία «Άλλο», εντάσσονται κυρίως ομαδικά ή ατομικά αθλήματα (ποδόσφαιρο, μπάσκετ, τένις, κλπ) στα οποία μπορεί να επιδοθεί ο φιλοξενούμενος, χάρη στις εγκαταστάσεις που διαθέτει η επιχείρηση. Όσο αφορά τον αριθμό των προσφερόμενων δραστηριοτήτων αναψυχής, 29% των επιχειρήσεων προσφέρει μία μόνο δραστηριότητα, 31% προσφέρει δύο, 13% προσφέρει τρεις και 27% προσφέρει τέσσερις και περισσότερες δραστηριότητες.

**Σχήμα 6.12 : Το είδος των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

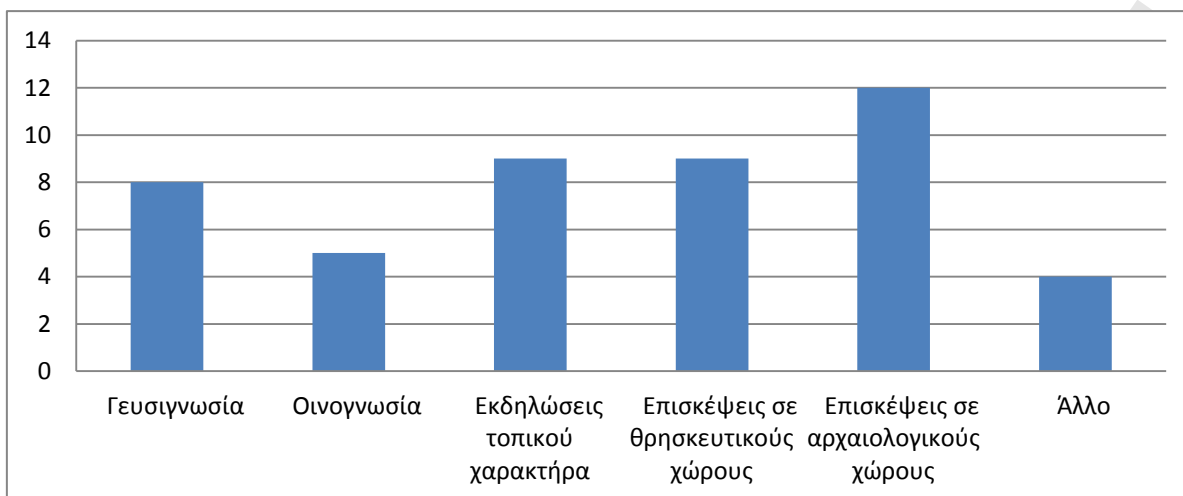


**Σχήμα 6.13 : Ο αριθμός των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



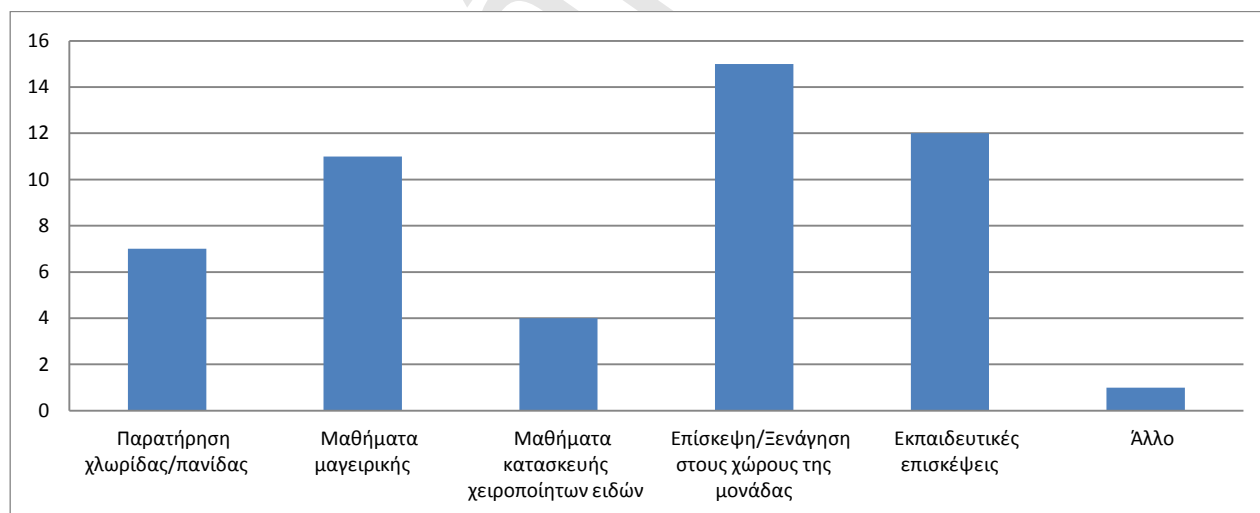
Στη συνέχεια εξετάσαμε τις δραστηριότητες πολιτισμού που προσφέρουν οι επιχειρήσεις. Από τα αποτελέσματα της έρευνας, προέκυψε ότι 12 στις 23 αγροτουριστικές μονάδες προσφέρουν επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, 9 δίνουν τη δυνατότητα επίσκεψης σε θρησκευτικούς χώρους και 9 τη δυνατότητα παρακολούθησης ή/και συμμετοχής σε εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα.

**Σχήμα 6.14 : Το είδος των δραστηριοτήτων πολιτισμού που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



Όσο αφορά τις δραστηριότητες επιμόρφωσης 15 στις 30 επιχειρήσεις δίνουν τη δυνατότητα επίσκεψης-ξενάγησης στους χώρους της μονάδας, 12 πραγματοποιούν εκπαιδευτικές επισκέψεις σε χώρους όπως μουσεία λαϊκής τέχνης, ελαιοτριβεία, τυροκομεία κλπ, ενώ σε 11 επιχειρήσεις οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθήσουν σε μαθήματα μαγειρικής.

**Σχήμα 6.15 : Το είδος των δραστηριοτήτων επιμόρφωσης που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



### 6.1.2.Αίν Εμπορική δραστηριότητα

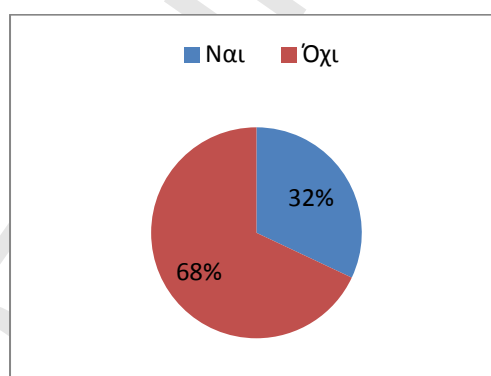
Όσο αφορά την εμπορική δραστηριότητα των επιχειρήσεων το 60% παράγει ή καλλιεργεί γεωργικά-κτηνοτροφικά προϊόντα για εμπορικούς σκοπούς. Τα κυριότερα

προϊόντα που παράγονται εντός αυτών των επιχειρήσεων είναι λάδι (20 επιχ.), κρασί/οινοπνευματώδη (18 επιχ.), και οπωροκηπευτικά προϊόντα (13 επιχ.)(βλ. πίνακα 6.4). Τέλος όσο αφορά την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, επιδίδονται σε αυτή περίπου το ένα τρίτο του συνόλου των επιχειρήσεων (βλ. σχήμα 6.16).

**Πίνακας 6.4 : Αγροτικά προϊόντα που παράγονται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

Αγροτικά- κτηνοτροφικά προϊόντα	Αριθμός επιχειρήσεων
Λάδι/Ελιές	20
Κρασί/ Οινοπνευματώδη	18
Μέλι	6
Φρούτα	10
Οπωροκηπευτικά προϊόντα	13
Γαλακτοκομικά προϊόντα	9
Κτηνοτροφικά προϊόντα	1
Άνθη/Βότανα/Μυρωδικά	5
Άλλο	2

**Σχήμα 6.16 : Παραγωγή βιολογικών προϊόντων από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



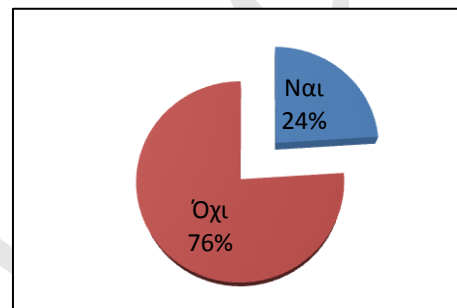
Στα πλαίσια της εμπορικής δραστηριότητας της επιχείρησης, διερευνήθηκε επίσης κατά πόσο οι επιχειρήσεις παράγουν ή κατασκευάζουν χειροτεχνήματα/χειροποίητα είδη για εμπορικούς σκοπούς. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας το 38% των επιχειρήσεων παρασκευάζουν κάποιας μορφής χειροποίητα προϊόντα, με τα είδη τροφίμων (ζυμαρικά, μαρμελάδες, γλυκά του κουταλιού κλπ) να αποτελούν την κυριότερη κατηγορία προϊόντων. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει επίσης να σημειώσουμε ότι το 24% των επιχειρήσεων διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, ποσοστό αρκετά ικανοποιητικό που δείχνει την απόφαση των επιχειρηματιών να υιοθετήσουν τις

σύγχρονες πρακτικές μάρκετινγκ δημιουργώντας μια ξεκάθαρη εικόνα για τα παραγόμενα προϊόντα και την ποιότητα αυτών.

**Πίνακας 6.5 : Χειροποίητα προϊόντα που παράγονται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

Χειροποίητα προϊόντα	Αριθμός επιχειρήσεων
Είδη τροφίμων	14
Υφαντά/ Κεντήματα	1
Κεριά	0
Κοσμήματα	2
Άλλο	0

**Σχήμα 6.17 : Επιχειρήσεις που διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας**



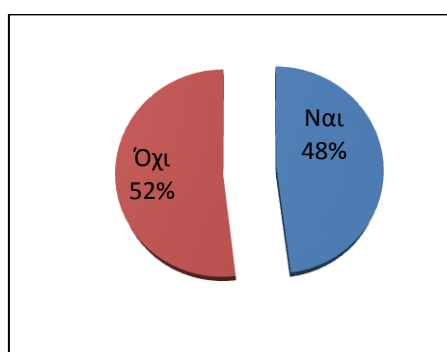
### 6.1.2.Αν Οικόσιτα ζώα

Όσο αφορά την ύπαρξη ζώων στις επιχειρήσεις, οι μισές περίπου αγροτουριστικές μονάδες (52%) διαθέτουν οικόσιτα ζώα, με τις κατηγορίες των πουλερικών και των αιγοπροβάτων να αποτελούν τις συνηθέστερες που απαντώνται στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις. Ακολουθούν τα άλογα, τα κουνέλια και οι χοίροι (βλ πίνακα 6.6).

**Πίνακας 6.6 : Η παρουσία οικόσιτων ζώων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

Οικόσιτα ζώα	Αριθμός επιχειρήσεων
Πουλερικά	15
Αιγοπρόβατα	14
Βοοειδή	7
Χοίρους/ Αγριογούρουνα	8
Άλογα/Πόνυ	11
Στρουθοκαμήλους	2
Λαγούς/Κουνέλια	10
Μέλισσες	4
Άλλο	3

**Σχήμα 6.18: Επιχειρήσεις που διαθέτουν οικόσιτα ζώα**

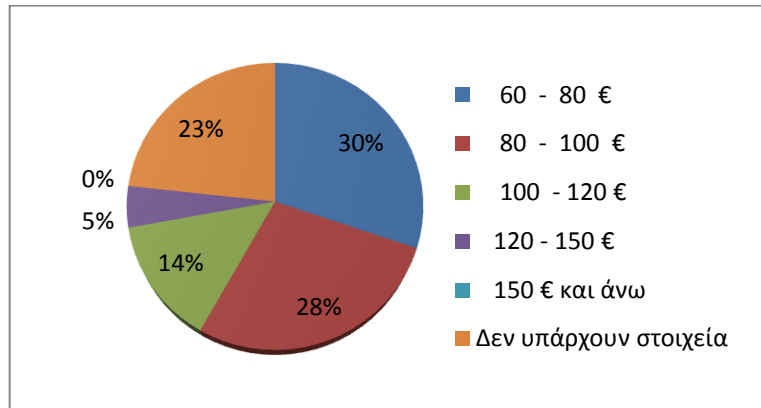


### 6.1.2.Β Τιμή

Η μέση τιμή δίκλινου δωματίου για τις επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες διαμονής, ήταν κατά κύριο λόγο μεταξύ του διαστήματος 60-100 ευρώ, στο οποίο και

συγκαταλέγεται σχεδόν το 60% των επιχειρήσεων. Αξίζει να αναφέρουμε ότι καμία αγροτουριστική μονάδα δεν έχει διαμορφωμένη χρέωση η οποία να ξεπερνάει τα 150 ευρώ (βλ. σχήμα 6.19).

**Σχήμα 6.19 : Μέση τιμή δίκλινου δωματίου των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**



Όσο αφορά τη συμμετοχή των φιλοξενουμένων στις αγροτικές δραστηριότητες των μονάδων, ελάχιστες επιχειρήσεις, μόλις δύο από τις είκοσι τέσσερις για την ακρίβεια, έχουν διαμορφώσει ξεχωριστή χρέωση. Το γεγονός αυτό υποδεικνύει ότι οι επιχειρήσεις που προσφέρουν αυτού του είδους τις δραστηριότητες, τις αναγνωρίζουν σαν αναπόσπαστο μέρος του προσφερόμενου προϊόντος, με αποτέλεσμα να τις συμπεριλαμβάνουν στην τιμή που χρεώνουν για τις άλλες βασικές τους υπηρεσίες (πχ. διαμονή, εστίαση κλπ).

**Σχήμα 6.20 : Ύπαρξη ξεχωριστής χρέωσης για συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες**



Σχετικά με τη δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών κρατήσεων, μόνο το ένα πέμπτο των επιχειρήσεων, έχει προχωρήσει στην διαμόρφωση της ιστοσελίδας του

κατά τέτοιο τρόπο που να επιτρέπει να γίνονται κρατήσεις άμεσα. Σε αυτό το σημείο πρέπει να τονίσουμε ότι οι επιχειρήσεις που διαθέτουν φόρμα συμπλήρωσης για την υποβολή ερώτησης σχετικά με τη διαθεσιμότητα δωματίων ή/και προϊόντων, αλλά δε περιλαμβάνουν π.χ. τη διαδικασία εισαγωγής στοιχείων πιστωτικής κάρτας προκειμένου να προβεί ο πελάτης σε απευθείας αγορά, δεν θεωρείται ότι δίνουν τη δυνατότητα ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών.

**Σχήμα 6.21 : Δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών**



Εξετάζοντας την τιμολογιακή πολιτική των επιχειρήσεων και συγκεκριμένα την ύπαρξη ειδικών τιμών και πακέτων προσφορών, διαπιστώθηκε ότι 20 επιχειρήσεις προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε χαμηλότερες τιμές σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους, ενώ ισάριθμες επιχειρήσεις (15) διαθέτουν ειδικές προσφορές για οικογένειες ή για φιλοξενούμενους που αποφασίζουν να παραμείνουν για μεγάλο χρονικό διάστημα. Άλλες κατηγορίες προσφορών απευθύνονται σε μέλη ενώσεων/οργανισμών και νέους, ενώ δεν βρέθηκαν στοιχεία που να αφορούν ειδικές τιμές για τακτικούς πελάτες.

**Πίνακας 6.7 : Ύπαρξη ειδικών τιμών/πακέτων προσφορών στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

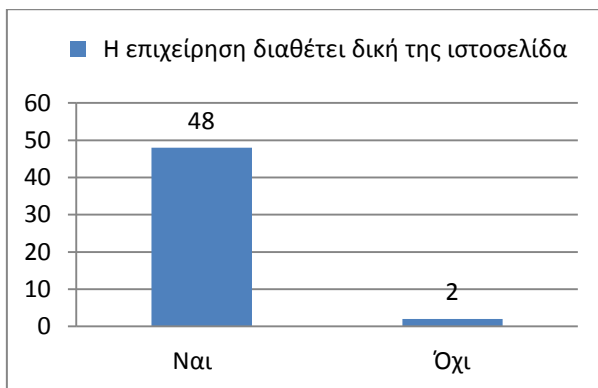
Κατηγορίες για τις οποίες έχουν διαμορφωθεί ειδικές τιμές και πακέτα προσφορών	Αριθμός επιχειρήσεων που τις διαθέτει
Οικογένειες	15
Νέοι	1
Πολυήμερη παραμονή	15
Συγκεκριμένες χρονικές περιόδους	20
Μέλη ενώσεων/οργανισμών	8
Τακτικοί πελάτες	0



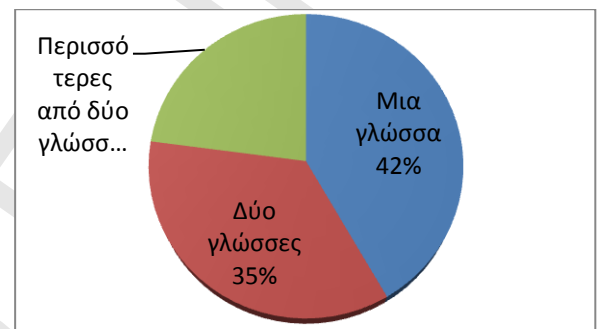
### 6.1.2.C Προώθηση

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων (48 στις 50) διαθέτει δική της ιστοσελίδα. Επιπλέον, από το σύνολο αυτό των ιστοσελίδων το 42% διατίθεται σε μια γλώσσα, το 35% σε δύο ενώ το 23% σε περισσότερες από 3 γλώσσες.

Σχήμα 6.22 : Η ύπαρξη ιστοσελίδων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις

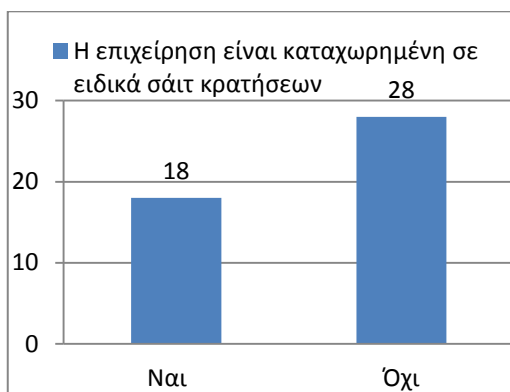


Σχήμα 6.23 : Το γλωσσικό περιβάλλον των ιστοσελίδων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων

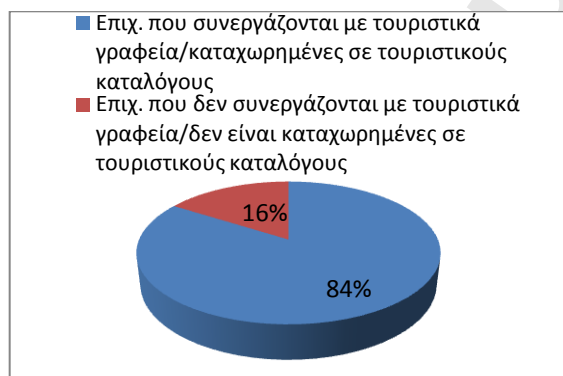


Όσο αφορά την παρουσία των επιχειρήσεων σε ειδικά σάιτ κρατήσεων, το 36 περίπου τοις εκατό έχει προχωρήσει στη δημιουργία σχετικών συνεργασιών, σύμφωνα με τις οποίες οι πελάτες που επισκέπτονται τους εν λόγω δικτυακούς τόπους έχουν τη δυνατότητα πραγματοποίησης απευθείας κρατήσεις μέσω του ίντερνετ. Τέλος, η υποενοότητα που αφορά την προώθηση των προϊόντων των επιχειρήσεων, ολοκληρώνεται με την ερώτηση που εξετάζει το βαθμό στον οποίο οι επιχειρήσεις συνεργάζονται με τουριστικά γραφεία και είναι καταχωρημένες σε τουριστικούς καταλόγους. Όπως φαίνεται και από το σχήμα 6.26 το 84% των επιχειρήσεων έχει προχωρήσει σε κάποια από τις παραπάνω δραστηριότητες. Τα αποτελέσματα αυτά φανερώνουν ότι οι επιχειρηματίες που έχουν αναπτύξει αγροτουριστική δράση είναι πιο εξοικειωμένοι με τις παραδοσιακές μεθόδους προώθησης και διαφήμισης με αποτέλεσμα να έχουν αμελήσει έως ενός σημείου την ηλεκτρονική προβολή των επιχειρήσεών τους.

**Σχήμα 6.24 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων**



**Σχήμα 6.25 : Ανάπτυξη συνεργασιών με τουριστικά γραφεία και παρουσία των επιχ. σε τουριστικούς καταλόγους**



#### 6.1.2.D Τοποθεσία

Εξετάζοντας την τοποθεσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, προέκυψε ότι το 78% των μονάδων βρίσκεται σε ορεινή περιοχή και μόλις το 22% σε παραθαλάσσια. Επιπλέον περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις βρίσκονται κοντά σε αρχαιολογικούς χώρους και περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους. Όπως προκύπτει και από τα στοιχεία του πίνακα 6.8, η ύπαρξη στην ευρύτερη περιοχή θρησκευτικών χώρων και ιαματικών λουτρών, αποτελεί επίσης παράγοντα που μπορεί να λειτούργησε θετικά στην απόφαση δημιουργίας αγροτουριστικής μονάδας στη συγκεκριμένη τοποθεσία.

**Πίνακας 6.8: Χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής εγκατάστασης των επιχειρήσεων**

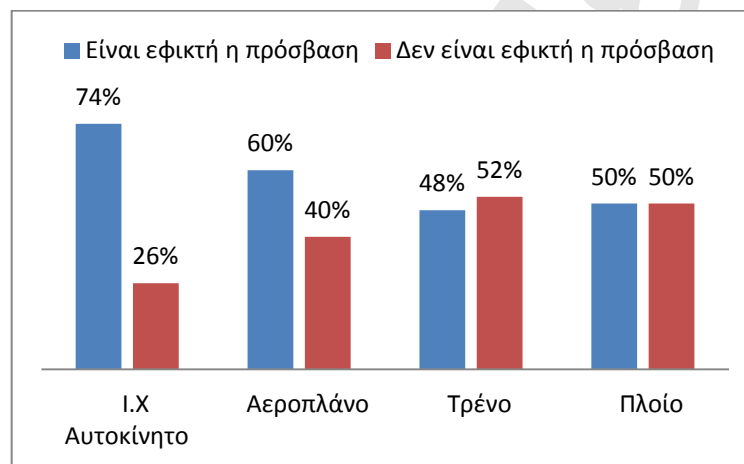
Στοιχεία που εντοπίζονται στην περιοχή εγκατάστασης των επιχειρήσεων:	Αριθμός επιχειρήσεων
Προστατευόμενες περιοχές	5
Περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους	26
Αρχαιολογικοί χώροι	27
Θρησκευτικοί χώροι	19
Υδρόβια πάρκα	3
Ιαματικά λουτρά	9
Δασικοί δρυμοί	4

Όσο αφορά την απόσταση των επιχειρήσεων από το πλησιέστερο αστικό κέντρο, το μεγαλύτερο μέρος αυτών (19) απέχει 20 με 40 χλμ, ενώ αρκετές επιχειρήσεις (16)

απέχουν κάτω από 20 χλμ. Αξίζει επίσης να αναφέρουμε ότι μόλις 5 αγροτουριστικές μονάδες βρίσκονταν σε απόσταση μεγαλύτερη από 60 χλμ από την πλησιέστερη πόλη.

Τέλος όσο αφορά την προσβασιμότητα των μονάδων, το 74% των επιχειρήσεων είναι προσβάσιμες μέσω του οδικού δικτύου και της χρήσης ΙΧ αυτοκινήτου, το 60% βρίσκεται σε περιοχή που εξυπηρετείται από αεροδρόμιο, για το 50% υπάρχει ακτοπλοϊκή σύνδεση με την περιοχή, ενώ το 48% βρίσκεται σε περιοχή εντός του σιδηροδρομικού άξονα της χώρας.

**Σχήμα 6.26 : Προσβασιμότητα της ευρύτερης περιοχής που βρίσκονται οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

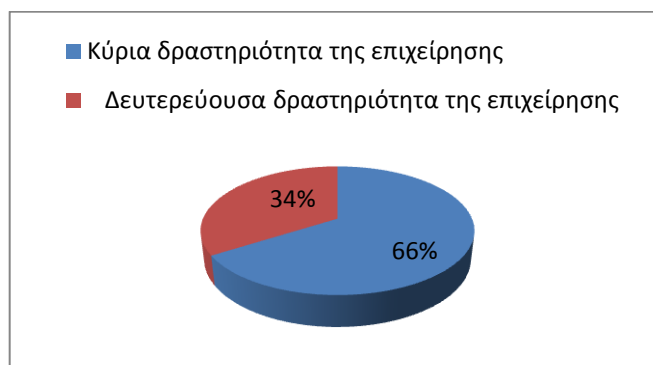


### 6.1.3 Υποκειμενική αξιολόγηση

Η έρευνα ολοκληρώνεται με έξι ερωτήσεις, οι οποίες αφορούν το ρόλο του αγροτουρισμού ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης και αλλά και ως προς την εμπειρία που προσφέρεται στους φιλοξενούμενους.

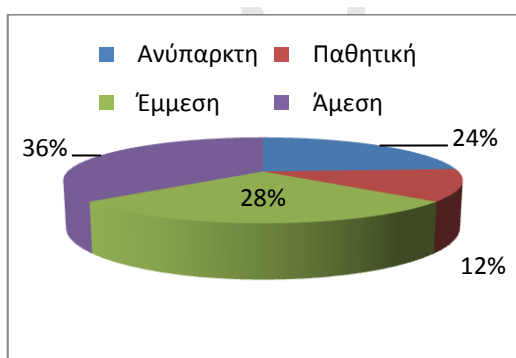
Από το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος, το 66% έχει ως κύρια δραστηριότητα τον αγροτουρισμό, ενώ για το 34% των επιχειρήσεων η προσφορά αγροτουριστικών υπηρεσιών έχει συμπληρωματικό χαρακτήρα, καθώς οι επιχειρήσεις ανέπτυξαν αγροτουριστική δράση στα πλαίσια ενίσχυσης της βασικής λειτουργίας της μονάδας, που είναι η γεωργική ή η κτηνοτροφική παραγωγή.

**Σχήμα 6.27 : Ο ρόλος του αγροτουρισμού ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης**

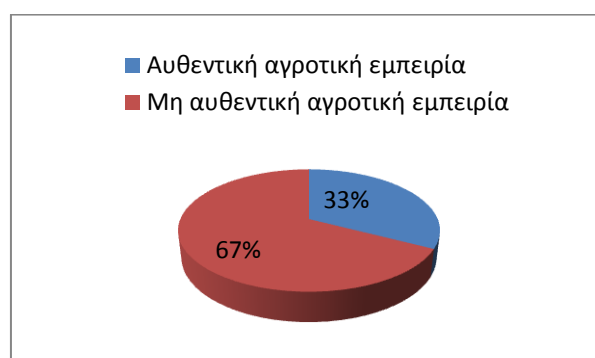


Όσο αφορά τη φύση της επαφής των φιλοξενούμενων με τις αγροτικές ασχολίες, στο 36% των επιχειρήσεων ήταν άμεση, με τους φιλοξενούμενους να έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν ενεργά στις αγροτικές εργασίες και στο 28% έμμεση, καθώς οι φιλοξενούμενοι έρχονταν σε επαφή μόνο με τα αγροτικά προϊόντα και όχι με τις αγροτικές εργασίες αυτές καθαυτές. Επιπλέον, στο 24% δεν υπήρξε καμία επαφή, ενώ στο 12% ήταν παθητική, με τους φιλοξενούμενους να παρίστανται απλά σε ένα χώρο με ορισμένα χαρακτηριστικά (πχ πρώην αγρόκτημα), χωρίς ωστόσο να έρχονται σε επαφή είτε με τα αγροτικά προϊόντα, είτε με τις αγροτικές εργασίες. Τέλος, αξίζει να σημειώσουμε ότι μόνο 16 από τις 50 επιχειρήσεις (32%) προσφέρουν μια αυθεντική αγροτική εμπειρία στους επισκέπτες τους, επιτρέποντας τους να βιώσουν την ζωή των αγροτών όπως είναι στην πραγματικότητα, και η οποία δεν επηρεάζεται ή μεταβάλλεται από την παρουσία φιλοξενούμενων στους χώρους της μονάδας.

**Σχήμα 6.28 : Η φύση της επαφής των φιλοξενούμενων**



**Σχήμα 6.29 : Η φύση της εμπειρίας που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

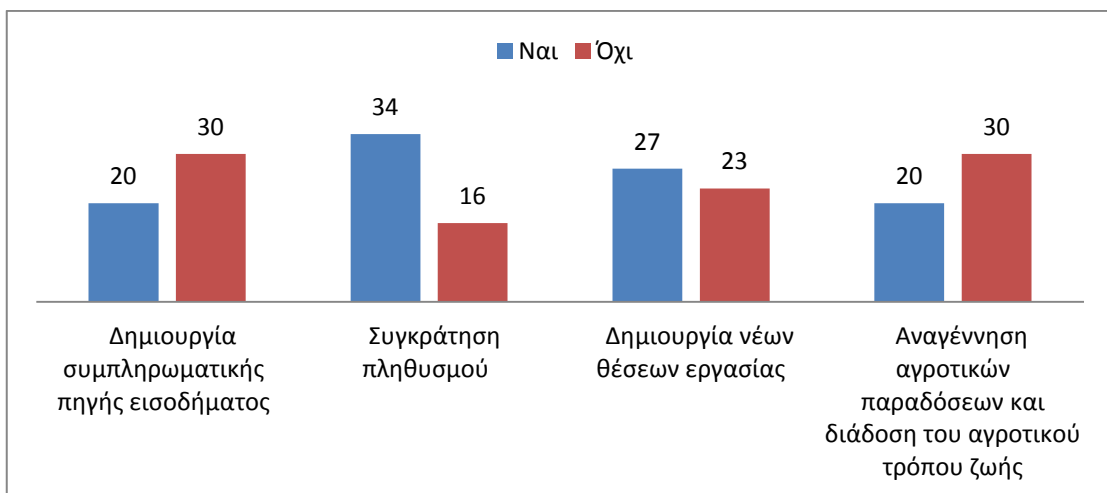


Η επόμενη ερώτηση σχετίζεται τους λόγους ανάπτυξης αγροτουριστικής δράσης, ενώ αποτελεί παράλληλα και μια προσπάθεια διερεύνησης του ρόλου των επιχειρήσεων,

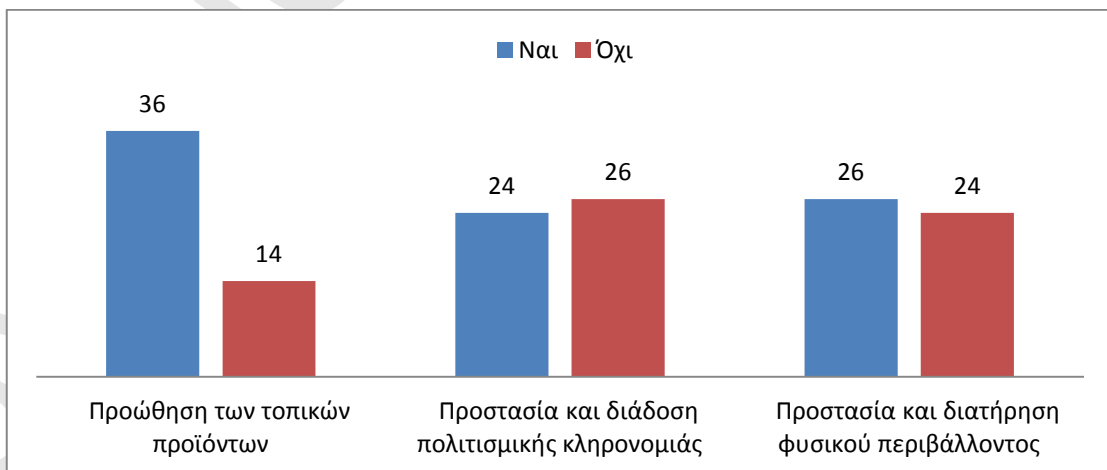
εάν και κατά πόσο είναι αγροτουριστικός, εξετάζοντας το βαθμό στον οποίο εκπληρώνονται ορισμένοι στόχοι του αγροτουρισμού όπως αυτοί έχουν καταγραφεί από τη διεθνή βιβλιογραφία.

Όπως φαίνεται αναλυτικά στα σχήματα που ακολουθούν (σχήμα 6.30.1 και σχήμα 6.30.2) η πλειοψηφία των επιχειρήσεων συμμετέχει ενεργά στην προώθηση των τοπικών προϊόντων (36 επιχ.), πάνω από τα τρία πέμπτα των επιχειρήσεων συμβάλλει στη συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο (34 επιχ.), ενώ πάνω από τις μισές επιχειρήσεις συνέβαλαν στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (27 επιχ.) και φροντίζουν για την προστασία και διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος (26 επιχ.) Επιπλέον, 35 από τις 50 επιχειρήσεις βρίσκονται σε αρμονία με το περιβάλλον και τα τοπικά χαρακτηριστικά της περιοχής (π.χ. αρχιτεκτονική ήθη, έθιμα κλπ) και αποτελούν σε πολλές περιπτώσεις άξιοι πρεσβευτές αυτών.

**Σχήμα 6.30.1 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις**

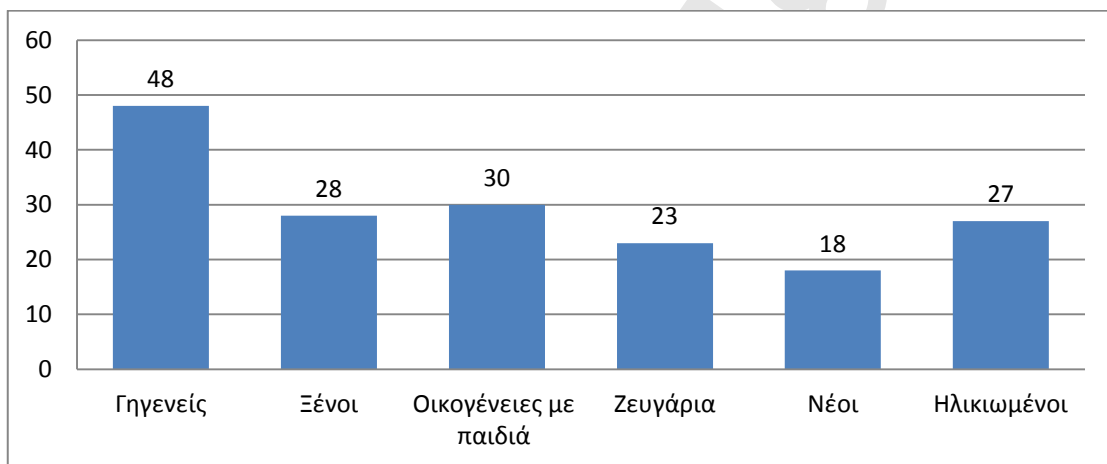


**Σχήμα 6.30.2 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις**



Η ενότητα αυτή ολοκληρώνεται με μια ερώτηση που αφορά το κομμάτι της αγοράς στο οποίο απευθύνονται οι επιχειρήσεις. Για την συμπλήρωση των απαντήσεων, η ερευνήτρια, έλαβε υπόψη παράγοντες όπως: οι προσφερόμενες υπηρεσίες, η τοποθεσία της επιχείρησης, τα μέσα προβολής και προώθησης των δραστηριοτήτων κλπ. Από την επεξεργασία των στοιχείων, προέκυψε ότι το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε Έλληνες (96%), ενώ σε αρκετά δημοφιλή τμήματα της αγοράς αναδεικνύονται οι οικογένειες με παιδιά (56%) και οι ηλικιωμένοι (54%).

**Σχήμα 6.31 : Τα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνονται οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

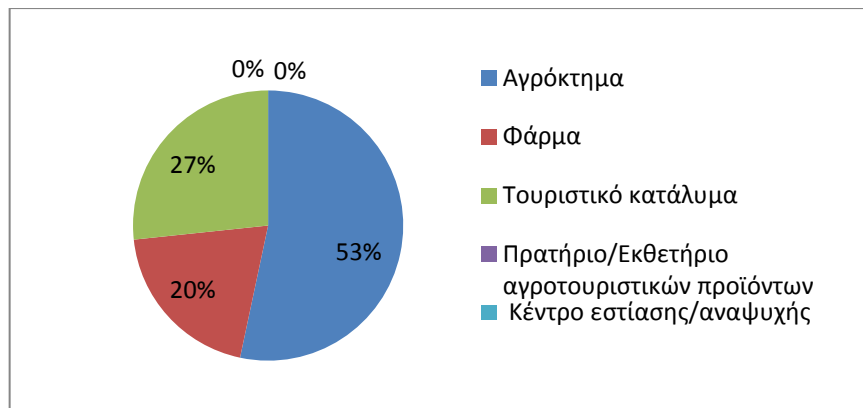


## 6.2 Ιταλία

### 6.2.1 Γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων

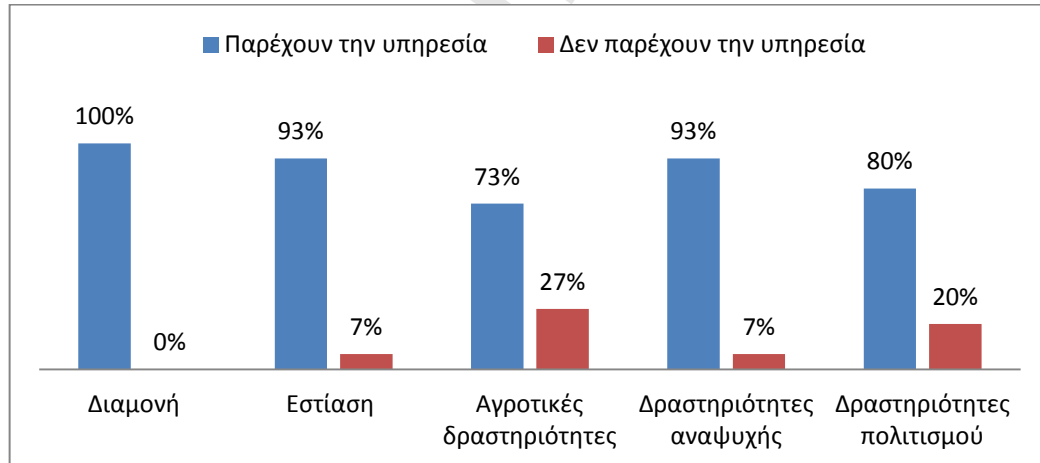
Στην Ιταλία τα αγροκτήματα αποτελούν τη συνηθέστερη μορφή αγροτουριστικών επιχειρήσεων με ποσοστό 53%, με τουριστικά καταλύματα να καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση με ποσοστό 27%. Στη συνέχεια ακολουθούν οι φάρμες (20%), ενώ αξίζει να αναφερθεί το γεγονός ότι καμία από τις εξεταζόμενες επιχειρήσεις δεν είχε τη μορφή πρατηρίου αγροτουριστικών προϊόντων ή κέντρου εστίασης/αναψυχής.

**Σχήμα 6.32 : Κατανομή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων με βάση το είδος τους**

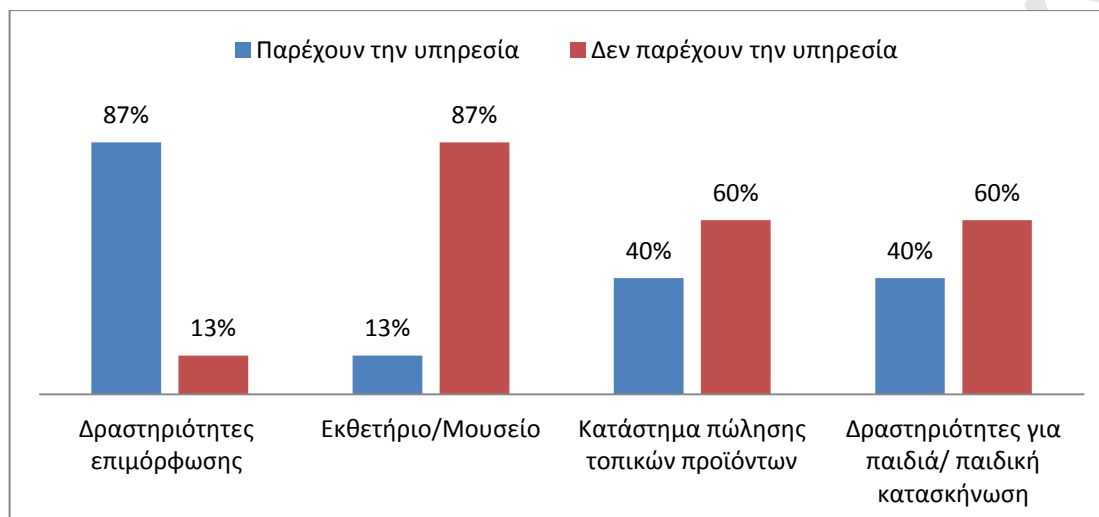


Ω προς το αγροτουριστικό προϊόν που προσφέρουν οι επιχειρήσεις, η απόλυτη πλειοψηφία των επιχειρήσεων παρέχει υπηρεσίες διαμονής, ενώ 14 στις 15 επιχειρήσεις (93%) προσφέρουν υπηρεσίες εστίασης και αναψυχής. Εξίσου υψηλό ποσοστό παρουσιάζουν οι δραστηριότητες επιμόρφωσης (87%) καθώς και οι δραστηριότητες πολιτισμού (80%). Αγροτικές δραστηριότητες προσφέρει το 73% των επιχειρήσεων, ενώ κατάστημα πώλησης τοπικών προϊόντων και δραστηριότητες για παιδιά παρέχονται από το 40% επιχειρήσεων (Σχήμα 6.33.1 και Σχήμα 6.33.2).

**Σχήμα 6.33.1 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων**

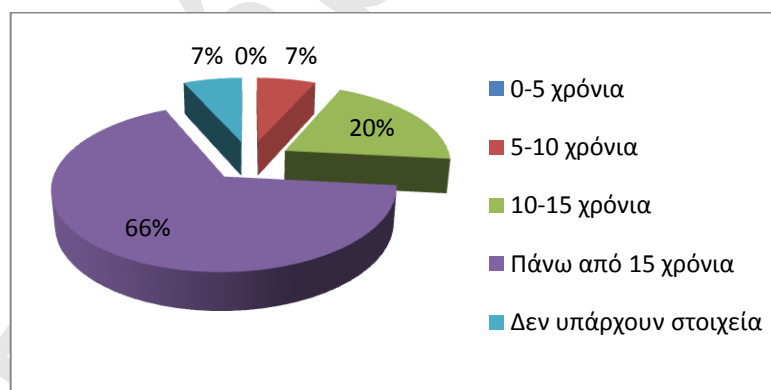


**Σχήμα 6.33.2 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων**



Όσο αφορά την ηλικία των επιχειρήσεων, οι περισσότερες λειτουργούν για πάνω από 15 χρόνια, επιβεβαιώνοντας αποτελέσματα παλαιότερων ερευνών που θέλουν την Ιταλία να έχει μεγάλη παράδοση στον αγροτουρισμό. Αξίζει δε να σημειώσουμε ότι καμία επιχείρηση δεν έχει ηλικία μικρότερη από 5 χρόνια, γεγονός που θα μπορούσε να ερμηνευτεί ότι πλέον δεν υπάρχουν ή δεν δίνονται κίνητρα για αγρότες ή νέους επιχειρηματίες να επενδύσουν στον αγροτουρισμό.

**Σχήμα 6.34 : Η ηλικία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**



Όσο αφορά τη δικτύωση των επιχειρήσεων σε οργανώσεις ή συλλογικούς φορείς, το 53% αποτελεί μέλος κάποιο οργανισμού. Τα αποτελέσματα αφορούν 9 από τις 15 με συνέπεια να υπάρχει πιθανότητα το πραγματικό ποσοστό να είναι μεγαλύτερο.

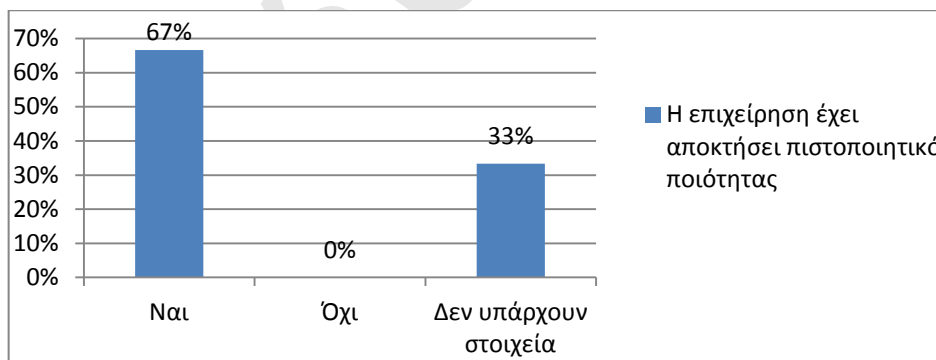


**Σχήμα 6.35 : Συμμετοχή σε δίκτυα /συλλογικούς φορείς**



Σχετικά με την πιστοποίηση των επιχειρήσεων, 10 από τις 15 έχουν λάβει κάποιο πιστοποιητικό ποιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρουν. Το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακό, καθώς αποδεικνύει ότι πλέον η πλειονότητα των επιχειρηματιών του αγροτουρισμού αναγνωρίζει τη σημασία της προσφοράς πιστοποιημένων προϊόντων. Επιπλέον, αν αναλογιστούμε ότι για τις υπόλοιπες 5 επιχειρήσεις δεν υπήρχαν στοιχεία, συμπεραίνουμε ότι είναι εφικτή ακόμη και η πιθανότητα το σύνολο των επιχειρήσεων (15) να είναι πιστοποιημένες.

**Σχήμα 6.36 : Πιστοποίηση των επιχειρήσεων**



Η έκταση των εγκαταστάσεων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ιταλία, όπως προκύπτει από τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από 11 επιχειρήσεις, κυμαίνεται από 59 έως και 3756 στρέμματα (βλ. πίνακα 6.9). Από την επεξεργασία των στοιχείων προέκυψε ότι η διάμεσος είναι 346 και ο μέσος όρος είναι 463 στρέμματα. Στον υπολογισμό της μέσης τιμής παραλείφθηκαν τέσσερις ακραίες τιμές (επιχειρήσεις με έκταση > από 1000 στρέμματα), προκειμένου να μην επηρεαστεί σημαντικά το αποτέλεσμα.

**Πίνακας 6.9 : Έκταση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

Στατιστικό μέγεθος	Τιμή
Ελάχιστο	59
Μέγιστο	3756
Διάμεσος	346
Μέση έκταση των επιχ.	463
Επιχ. με έκταση <250 στρ.	5
Επιχ. με έκταση > 250στρ. και <350 στρ.	1
Επιχ. με έκταση >350 στρ.	5

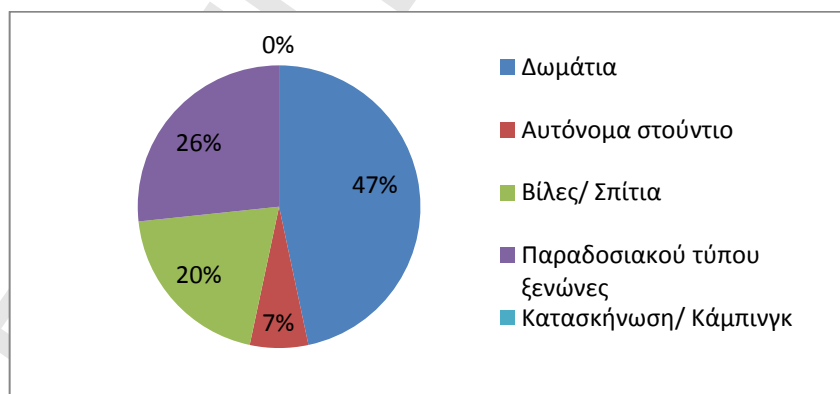
## 6.2.2 Μείγμα μάρκετινγκ της επιχείρησης

### 6.2.2.A Προϊόν

#### 6.2.2.Ai Διαμονή

Όπως αναφέραμε στην αρχή της έρευνας, το σύνολο των αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ιταλία προσφέρουν υπηρεσίες διαμονής, με 7 επιχειρήσεις να διαθέτουν δωμάτια, ενώ σε 4 οι υπηρεσίες να παρέχονται σε παραδοσιακού τύπου ξενώνες. Επιπλέον, 3 επιχειρήσεις παρέχουν μεμονωμένες βίλλες/ σπίτια, 1 επιχείρηση αυτόνομα στούντιο, ενώ καμία επιχείρηση δεν έχει τη μορφή κατασκήνωσης, με τις υπηρεσίες κάμπινγκ να αποτελούν τη μοναδική διαθέσιμη μορφή καταλύματος για τη διαμονή των τουριστών.

**Σχήμα 6.37 : Τύπος καταλύματος των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**



Ως προς τη δυναμικότητα των επιχειρήσεων, όπως φαίνεται και στον πίνακα 6.10 που ακολουθεί, το μεγαλύτερο μέρος των αγροτουριστικών καταλυμάτων (11) διαθέτουν περιορισμένο αριθμό κλινών και μόλις δύο επιλέγουν μεγάλες διαθεσιμότητες της τάξεως των 30, 40 και πολλές φορές περισσότερες των 40 κλινών. Αυτό οφείλεται εν μέρη στο γεγονός ότι σε αρκετές περιπτώσεις η διαμονή των τουριστών εξασφαλίζεται

στο χώρο διαμονής του ιδιοκτήτη και της οικογένειάς του, με αποτέλεσμα τα επιπλέον δωμάτια που προορίζονται για χρήση από αγροτουρίστες να διαθέτουν συγκεκριμένο και τις περισσότερες φορές περιορισμένο αριθμό κλινών.

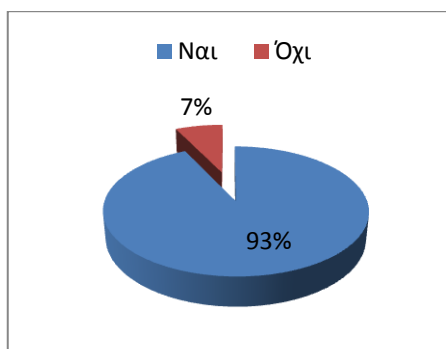
**Πίνακας 6.10 : Δυναμικότητα των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

Αριθμός κλινών	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
10-20 κλίνες	6	40,00%
20-30 κλίνες	5	33,33%
30-40 κλίνες	2	13,33%
πάνω από 40 κλίνες	2	13,33%

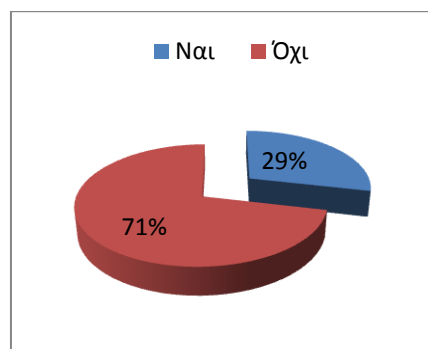
### 6.2.2.Aii Εστίαση

Όπως είδαμε στην αρχή της ενότητας το 93% των επιχειρήσεων (14 στις 15) προσφέρει υπηρεσίες εστίασης, από τις οποίες 13 χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα στη κουζίνα τους, ενώ 4 στηρίζουν τις υπηρεσίες σίτισης αποκλειστικά σε βιολογικά προϊόντα (βλ. σχήμα 6.39).

**Σχήμα 6.38 : Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



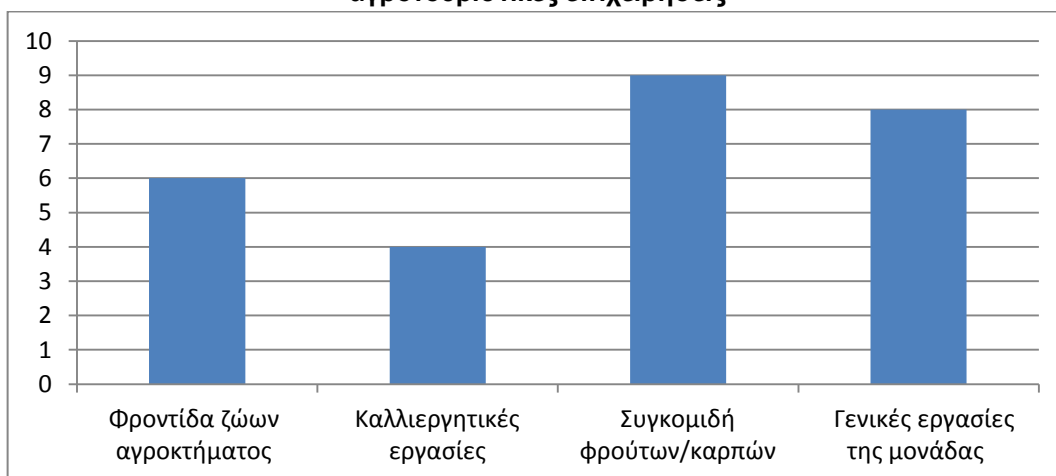
**Σχήμα 6.39 : Αποκλειστική χρήση βιολογικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



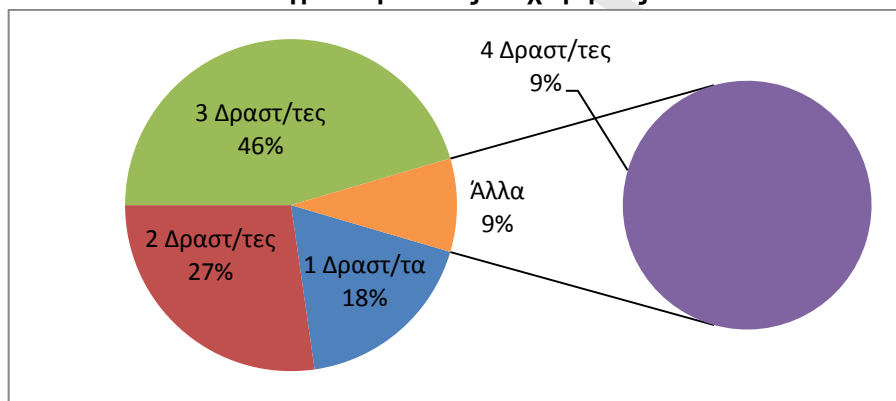
### 6.2.2.Aiii Δραστηριότητες

Οι αγροτικές δραστηριότητες που προσφέρονται συνήθως από τις επιχειρήσεις είναι η συγκομιδή φρούτων και καρπών (9 επιχ.) και η συμμετοχή σε γενικές εργασίες της μονάδας (8 επιχ.). Επίσης, σε 6 επιχειρήσεις οι φιλοξενούμενοι μπορούν να συνεισφέρουν στην φροντίδα των ζώων του αγροκτήματος και σε 4 στις καλλιεργητικές εργασίες. Τέλος αξίζει να προσθέσουμε ότι το 45% των επιχειρήσεων προσφέρουν τρία είδη αγροτικών δραστηριοτήτων, και το 27% προσφέρουν τουλάχιστον 2 δραστηριότητες (βλ. σχήμα 6.40).

**Σχήμα 6.40 : Το είδος των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

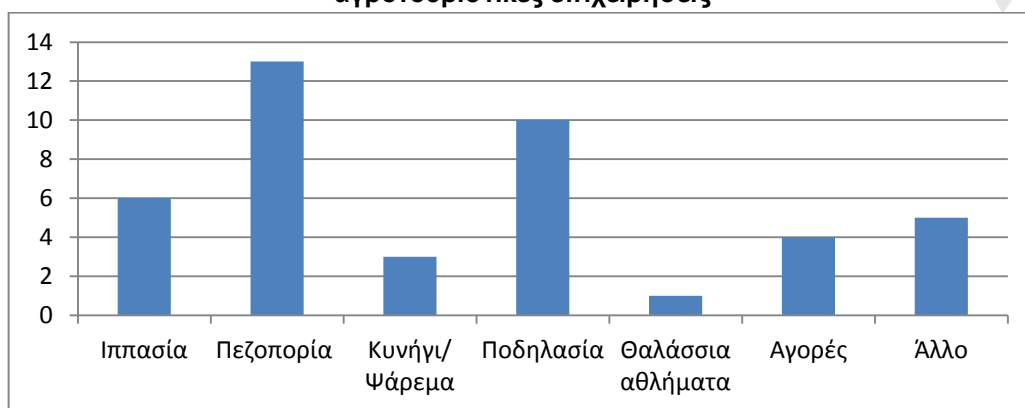


**Σχήμα 6.41 : Ο αριθμός των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

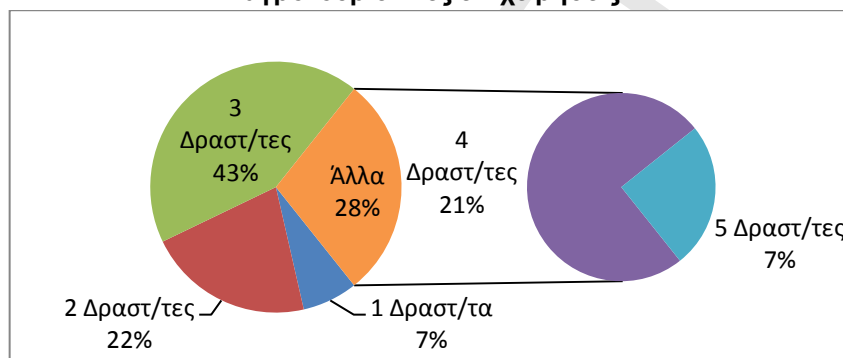


Όσο αφορά τις δραστηριότητες αναψυχής, η πιο συχνή είναι η πεζοπορία (13 επιχ.), ακολουθούν η ποδηλασία (10 επιχ.), η ιππασία (6 επιχ.) και οι αγορές (4 επιχ.), ενώ καμία από τις 15 επιχειρήσεις δεν δίνει τη δυνατότητα ενασχόλησης με δραστηριότητες όπως: ορειβασία/αναρρίχηση, παραποτάμια αθλήματα και σκι. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφέρουμε ότι το ένα τρίτο των επιχειρήσεων προσφέρει δραστηριότητες που εντάσσονται στην κατηγορία «Άλλο», καθώς δεν είχε υπάρξει αντίστοιχη πρόβλεψη από την ερευνήτρια. Οι υπηρεσίες αυτές αφορούν στην πλειονότητά τους υπηρεσίες ευεξίας και χαλάρωσης των φιλοξενουμένων όπως μασάζ, χαμάμ, σπα κλπ. Όσο αφορά τον αριθμό των προσφερόμενων δραστηριοτήτων αναψυχής, 7% των επιχειρήσεων προσφέρει μία μόνο δραστηριότητα, 22% προσφέρει δύο, 43% προσφέρει τρεις και 28% προσφέρει τέσσερις και περισσότερες δραστηριότητες.

**Σχήμα 6.42 : Το είδος των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

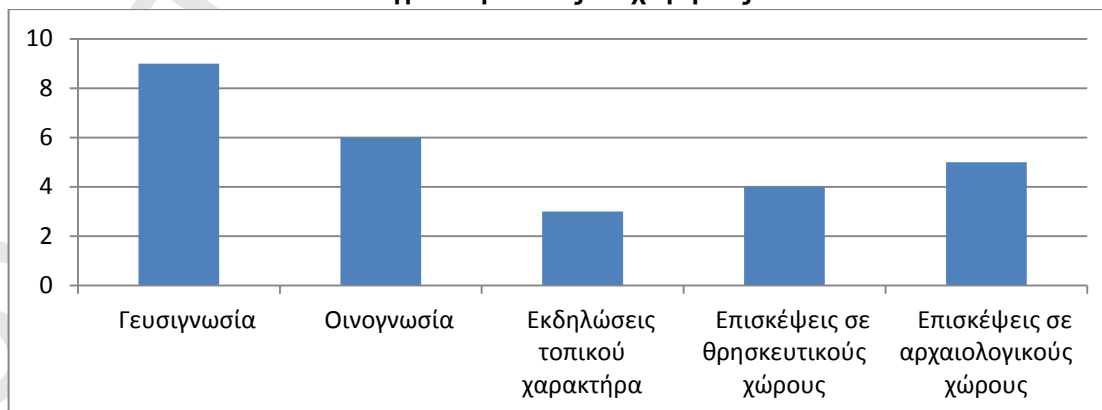


**Σχήμα 6.43 : Ο αριθμός των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



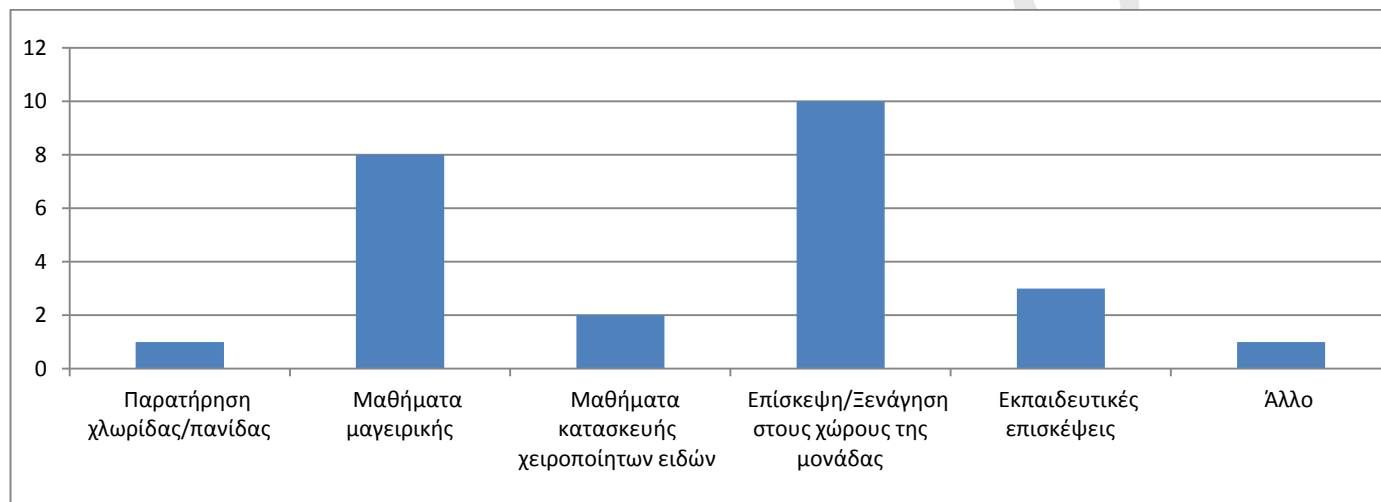
Ως προς τις δραστηριότητες πολιτισμού οι περισσότερες αγροτουριστικές μονάδες προσφέρουν σεμινάρια γευσιγνωσίας (9) και οινογνωσίας (6), ενώ αρκετές διοργανώνουν επισκέψεις σε αρχαιολογικούς (5) και θρησκευτικούς χώρους (4), ενώ μόλις 3 επιχειρήσεις δίνουν τη δυνατότητα παρακολούθησης ή/και συμμετοχής σε εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα.

**Σχήμα 6.44 : Το είδος των δραστηριοτήτων πολιτισμού που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



Όσο αφορά τις δραστηριότητες επιμόρφωσης 10 στις 13 επιχειρήσεις δίνουν τη δυνατότητα επίσκεψης-ξενάγησης στους χώρους της μονάδας ενώ 8 διοργανώνουν στο χώρο τους μαθήματα μαγειρικής. Λιγότερο δημοφιλείς είναι οι υπόλοιπες δραστηριότητες: εκπαιδευτικές επισκέψεις (3 επιχ), μαθήματα κατασκευής χειροποίητων ειδών (2 επιχ), παρατήρηση χλωρίδας/πανίδας (1 επιχ) κλπ.

**Σχήμα 6.45 : Το είδος των δραστηριοτήτων επιμόρφωσης που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



### 6.2.2.Αίν Εμπορική δραστηριότητα

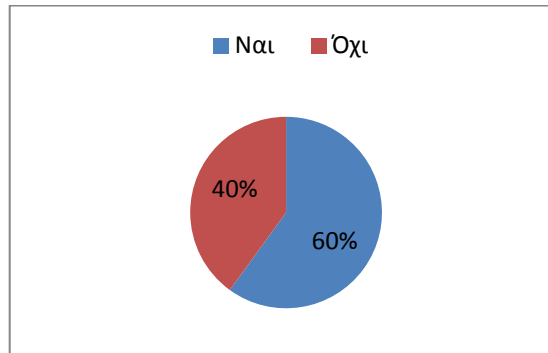
Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις που εξετάστηκαν εμφανίζουν έντονη εμπορική δραστηριότητα καθώς το 93% των μονάδων του δείγματος παράγει ή καλλιεργεί γεωργικά-κτηνοτροφικά προϊόντα για εμπορικούς σκοπούς. Τα κυριότερα προϊόντα που παράγονται εντός αυτών των επιχειρήσεων είναι κρασί/οινοπνευματώδη και κτηνοτροφικά προϊόντα (9 επιχ.), καθώς και φρούτα και σπυροκητευτικά προϊόντα (8 επιχ.) (βλ. πίνακα 6.11). Τέλος όσο αφορά την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, επιδίδονται σε αυτή πάνω από τις μισές επιχειρήσεις και συγκεκριμένα το 60% (βλ. σχήμα 6.46).

**Πίνακας 6.11 : Αγροτικά προϊόντα που παράγονται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

Αγροτικά- κτηνοτροφικά προϊόντα	Αριθμός επιχειρήσεων
Λάδι/Ελιές	6
Κρασί/ Οινοπνευματώδη	9
Μέλι	0
Φρούτα	8

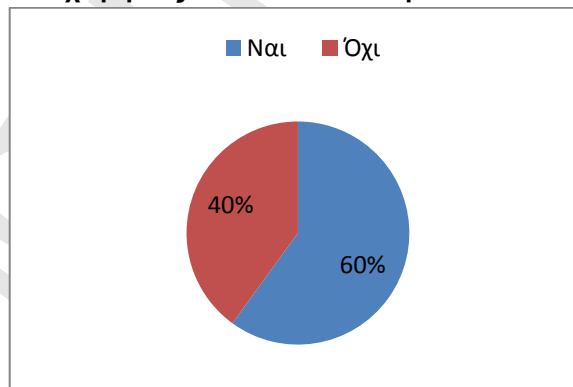
Οπωροκηπευτικά προϊόντα	8
Γαλακτοκομικά προϊόντα	7
Κτηνοτροφικά προϊόντα	9
Άνθη/Βότανα/Μυρωδικά	0
Άλλο	4

**Σχήμα 6.46 : Παραγωγή βιολογικών προϊόντων από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



Εξίσου υψηλό είναι και το ποσοστό των επιχειρήσεων που διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, καθώς 9 στις 15 επιχειρήσεις τροφοδοτούν στην αγορά προϊόντα με την επωνυμία τους. Το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακό εάν αναλογιστούμε τα εμπόδια και τις πολυάριθμες δυσκολίες που απαντώνται στην τυποποίηση προϊόντων, και ιδίως όταν αυτά ανήκουν στην κατηγορία των τροφίμων και ποτών.

**Σχήμα 6.47 : Επιχειρήσεις που διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας**



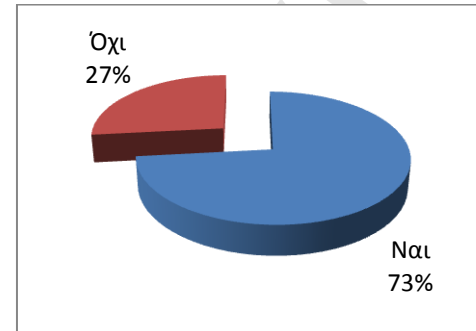
### 6.2.2.Αν Οικόσιτα ζώα

Όσο αφορά την ύπαρξη ζώων στις επιχειρήσεις, τα τρία τέταρτα περίπου των αγροτουριστικών μονάδων (73%) διαθέτουν οικόσιτα ζώα, με τα πουλερικά και τα αιγοπρόβατα να αποτελούν τις συνηθέστερες κατηγορίες ζώων που απαντώνται στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις. (βλ πίνακα 6.12).

**Πίνακας 6.12 : Η παρουσία οικόσιτων ζώων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

Οικόσιτα ζώα	Αριθμός επιχειρήσεων
Πουλερικά	8
Αιγοπρόβατα	8
Βοοειδή	5
Χοίρους/ Αγριογούρουνα	4
Άλογα/Πόνυ	6
Στρουθοκαμήλους	1
Λαγούς/Κουνέλια	2
Μέλισσες	0
Άλλο	1

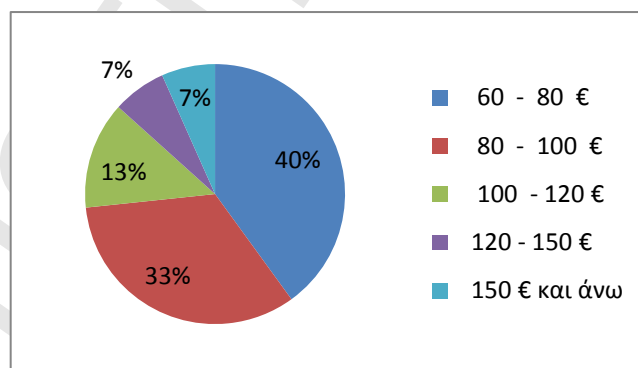
**Σχήμα 6.48: Επιχειρήσεις που διαθέτουν οικόσιτα ζώα**



### 6.2.2.B Τιμή

Η μέση τιμή δίκλινου δωματίου για τις επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες διαμονής, ήταν κατά κύριο λόγο μεταξύ του διαστήματος 60-80 ευρώ, στο οποίο και συγκαταλέγεται το 40% των επιχειρήσεων. Αξίζει να αναφέρουμε ότι μόλις δύο αγροτουριστικές μονάδες είχαν διαμορφώσει χρέωση άνω των 120 ευρώ, γεγονός που αποδεικνύει ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων έχει σχηματίσει προσιτές για την αγορά τιμές. (βλ. σχήμα 6.49).

**Σχήμα 6.49 : Μέση τιμή δίκλινου δωματίου των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**



Ως προς τη συμμετοχή των φιλοξενουμένων στις αγροτικές δραστηριότητες, μόνο μια από τις έντεκα επιχειρήσεις για τις οποίες υπήρχαν δεδομένα, έχει διαμορφώσει ξεχωριστή χρέωση. Οι επιχειρήσεις και σε αυτή την περίπτωση δείχνουν να αποδέχονται τις εν λόγω υπηρεσίες ως τμήμα του συνολικού προσφερόμενου



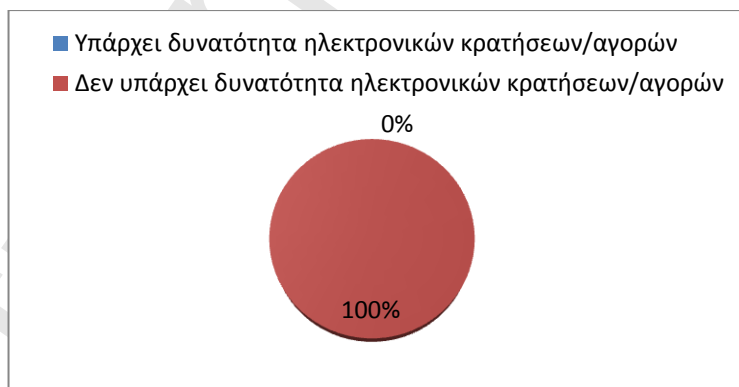
προϊόντος, με αποτέλεσμα να μην επιβαρύνουν τους αγροτουρίστες με επιπρόσθετη χρέωση από τις άλλες υπηρεσίες (πχ. διαμονή, εστίαση κλπ).

**Σχήμα 6.50 : Ύπαρξη ξεχωριστής χρέωσης για συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες**



Όσο αφορά τη δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών κρατήσεων, έκπληξη προκαλεί το γεγονός ότι καμία από τις επιχειρήσεις του δείγματος δεν επιτρέπει την απευθείας κράτηση μέσω της ιστοσελίδας της. Και εδώ υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν φόρμα συμπλήρωσης για την υποβολή ερώτησης σχετικά με τη διαθεσιμότητα δωματίων ή/και προϊόντων, αλλά δε επιτρέπουν την προβλεπόμενη διαδικασία κράτησης (καταχώρηση στοιχείων πιστωτικής κάρτας κλπ).

**Σχήμα 6.51 : Δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών**

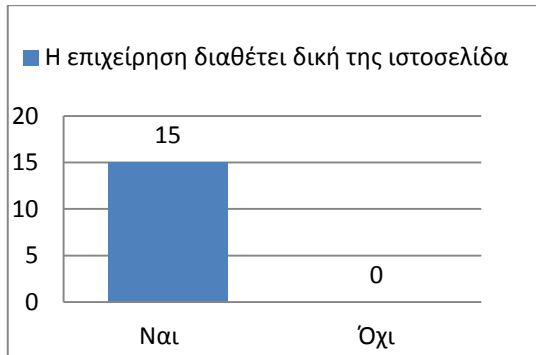


### 6.2.2.C Προώθηση

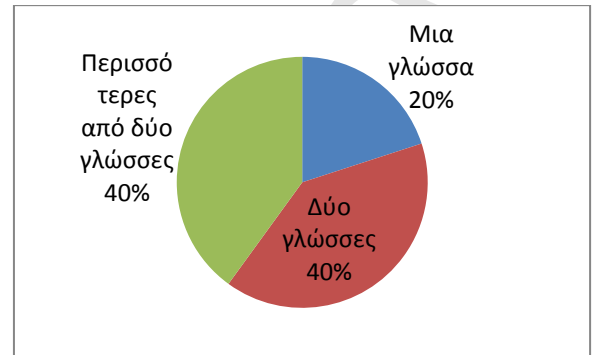
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η απόλυτη πλειοψηφία των επιχειρήσεων (15) διαθέτει δική της ιστοσελίδα. Επιπλέον, από το σύνολο αυτό των ιστοσελίδων το 20% διατίθεται σε μια γλώσσα, ενώ το υπόλοιπο 80% μοιράζεται ισόποσα σε εκείνες

που διατίθενται σε δύο και σε εκείνες που διατίθενται σε περισσότερες από δύο γλώσσες.

**Σχήμα 6.52 : Η ύπαρξη ιστοσελίδων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



**Σχήμα 6.53 : Το γλωσσικό περιβάλλον των ιστοσελίδων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

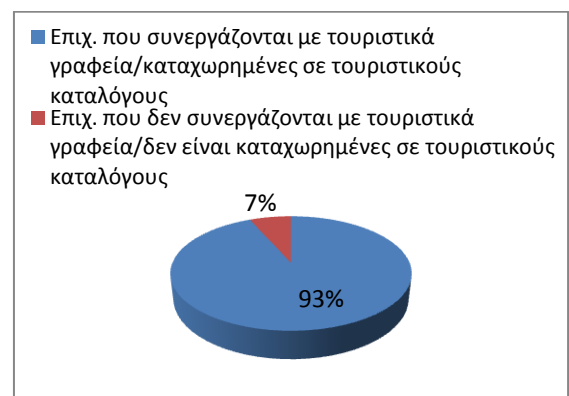


Όσο αφορά την παρουσία των επιχειρήσεων σε ειδικά σάιτ κρατήσεων, περίπου το 40% έχει προχωρήσει στη δημιουργία σχετικών συνεργασιών. Η εικόνα είναι πιο ενθαρρυντική όσο αφορά τις συνεργασίες με τουριστικά γραφεία και την παρουσία των επιχειρήσεων σε τουριστικούς καταλόγους. Σύμφωνα με το σχήμα 6.55 το 93% των επιχειρήσεων έχει προχωρήσει σε κάποια από αυτές τις ενέργειες. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις δεν στηρίζονται σημαντικά στην δικτυακή προώθηση των δραστηριοτήτων τους μέσω ειδικευμένων ιστότοπων, αλλά προτιμούν άλλους τρόπους για να προβάλουν τη λειτουργία τους και να έρθουν σε επαφή με την αγορά.

**Σχήμα 6.54 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων**



**Σχήμα 6.55 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων**



#### 6.2.2.D Τοποθεσία

Από την καταγραφή στοιχείων που σχετίζονται με την τοποθεσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, προέκυψε ότι το 93% των μονάδων βρίσκεται σε ορεινή περιοχή και μόλις το 7% σε παραθαλάσσια. Επιπλέον οι περισσότερες επιχειρήσεις βρίσκονται κοντά σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους και αρχαιολογικούς χώρους. Η ύπαρξη δε στην ευρύτερη περιοχή εγκατάστασης των μονάδων θρησκευτικών χώρων, ιαματικών λουτρών και υδρόβιων πάρκων δείχνει να είναι σπανιότερη.

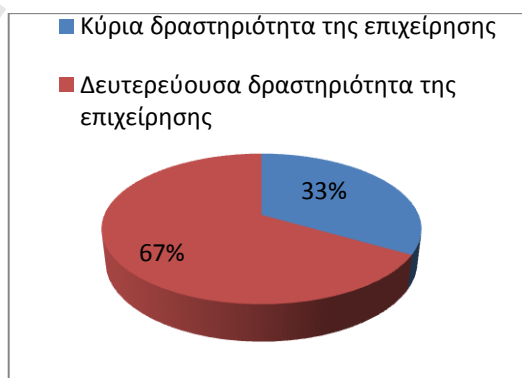
Πίνακας 6.13: Χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής εγκατάστασης των επιχειρήσεων

Στοιχεία που εντοπίζονται στην περιοχή εγκατάστασης των επιχειρήσεων:	Αριθμός επιχειρήσεων
Προστατευόμενες περιοχές	2
Περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους	12
Αρχαιολογικοί χώροι	10
Θρησκευτικοί χώροι	3
Υδρόβια πάρκα	1
Ιαματικά λουτρά	3
Δασικοί δρυμοί	6

#### 6.2.3 Υποκειμενική αξιολόγηση

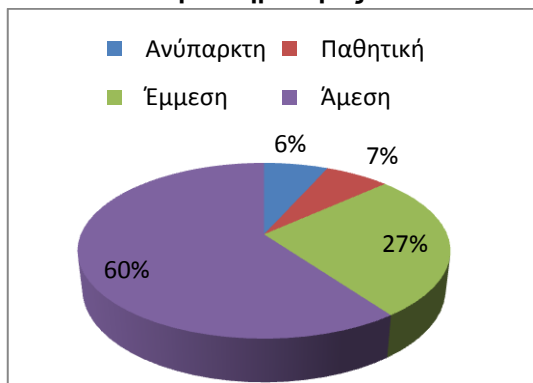
Από το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος, το 33% έχει ως κύρια δραστηριότητα τον αγροτουρισμό, ενώ για το 67% των επιχειρήσεων η προσφορά αγροτουριστικών υπηρεσιών έχει συμπληρωματικό χαρακτήρα. Το γεγονός αυτό δεν είναι απρόσμενο εάν λάβουμε υπόψη το μέγεθος και την έκταση των εγκαταστάσεων των επιχειρήσεων, καθώς και το γεγονός ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό αυτών καλλιεργεί γεωργικά-κτηνοτροφικά προϊόντα για εμπορικούς σκοπούς.

Σχήμα 6.56 : Ο ρόλος του αγροτουρισμού ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης

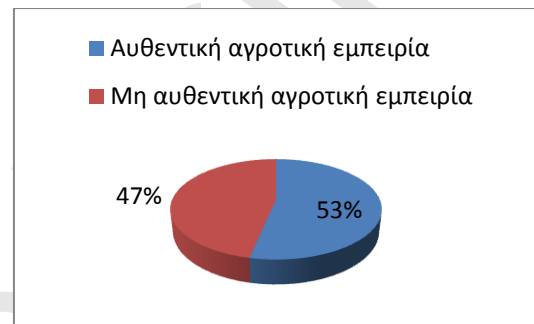


Όσο αφορά τη φύση της επαφής των φιλοξενουμένων με τις αγροτικές ασχολίες, στο 60% των επιχειρήσεων ήταν άμεση και στο 27% έμμεση. Επιπλέον, στο 7% καταγράφηκε παθητική επαφή και στο υπόλοιπο 6% η επαφή με τις αγροτικές ασχολίες ήταν ανύπαρκτη. Τέλος, αξίζει να σημειώσουμε ότι 8 από τις 15 επιχειρήσεις (53%) προσφέρουν μια αυθεντική αγροτική εμπειρία στους επισκέπτες τους, επιτρέποντας να γνωρίσουν την αγροτική ζωή από όλες τις πλευρές της.

**Σχήμα 6.57 : Η φύση της επαφής των φιλοξενούμενων με τις αγροτικές δραστηριότητες**

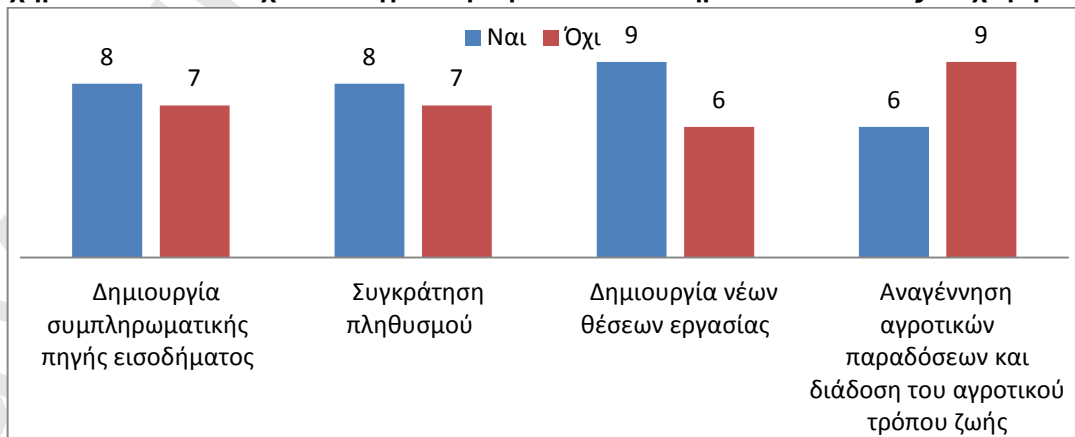


**Σχήμα 6.58 : Η φύση της εμπειρίας που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

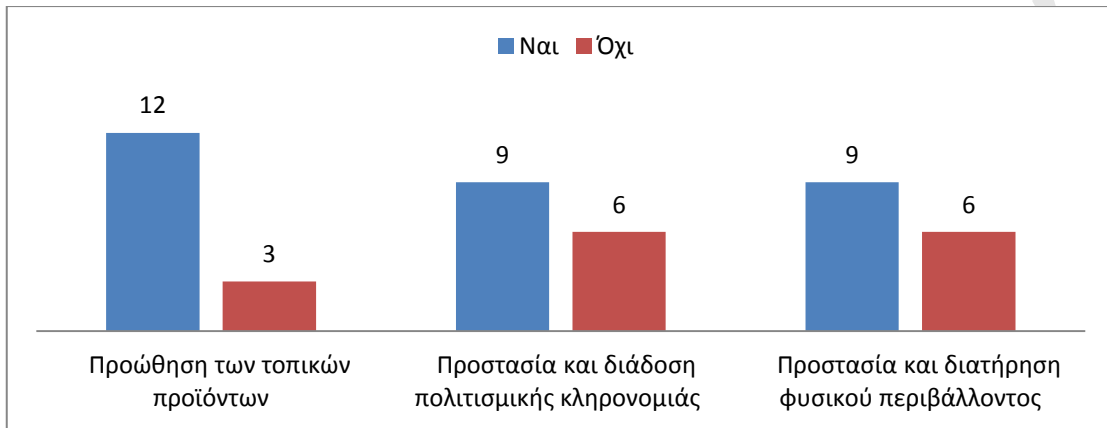


Σχετικά με τους λόγους ανάπτυξης αγροτουριστικής δράσης και τους στόχους του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται, από την έρευνα προέκυψε ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων συμβάλλει στην προώθηση των τοπικών προϊόντων (12 επιχ.). Επιπλέον, 9 στις 15 επιχειρήσεις δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας, συμβάλουν στην προστασία και διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς και φροντίζουν για την προστασία και διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος. Όσο αφορά την διατήρηση και προστασία των τοπικών χαρακτηριστικών της περιοχής το 87% των επιχειρήσεων είναι σε βρίσκειται σε πλήρη αρμονία με αυτά.

**Σχήμα 6.59.1 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις**

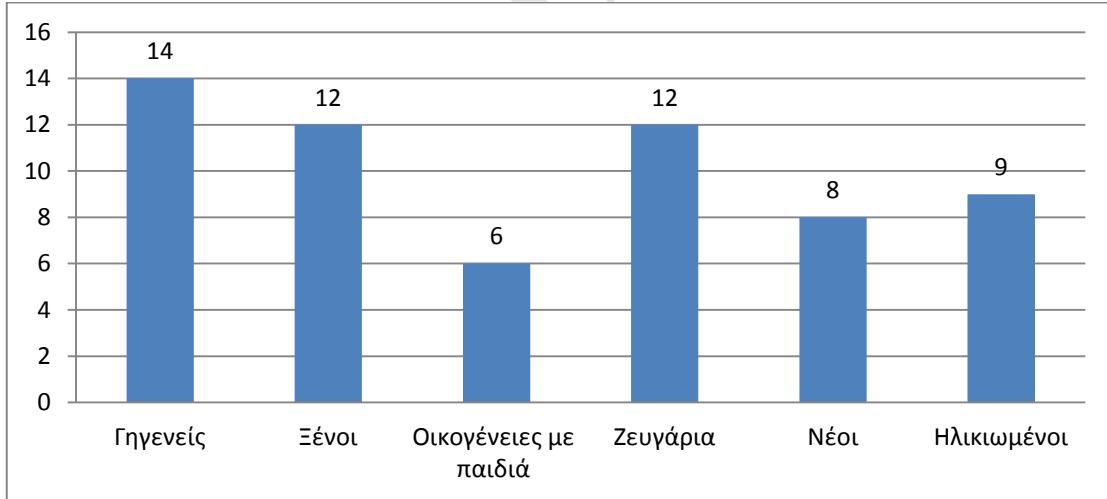


**Σχήμα 6.59.2 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις**



Ως προς τα τμήματα της αγοράς στα οποία εκτιμάται ότι απευθύνονται οι επιχειρήσεις, κυρίαρχη θέση έχουν οι γηγενείς αγροτουρίστες έναντι των ξένων, με τα ζευγάρια και τους ηλικιωμένους να αποτελούν τις πιο δημοφιλείς υποκατηγορίες. Οι μισές περίπου επιχειρήσεις απευθύνονται, όχι απαραίτητα αποκλειστικά, στους νέους, και μόλις 6 από τις 15 σε οικογένειες με παιδιά.

**Σχήμα 6.60 : Τα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνονται οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



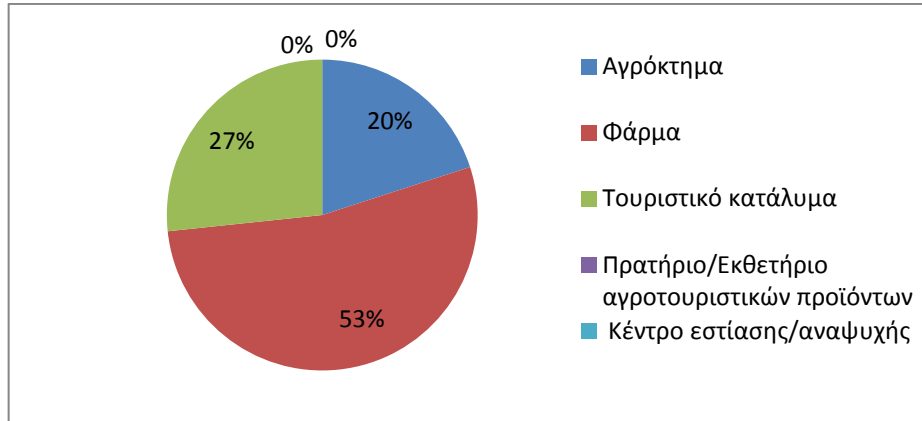
## 6.3 Γερμανία

### 6.3.1 Γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων

Στην Γερμανία οι φάρμες αποτελούν το 53% των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, με τα τουριστικά καταλύματα να βρίσκονται στη δεύτερη θέση με 27% και τα αγροκτήματα

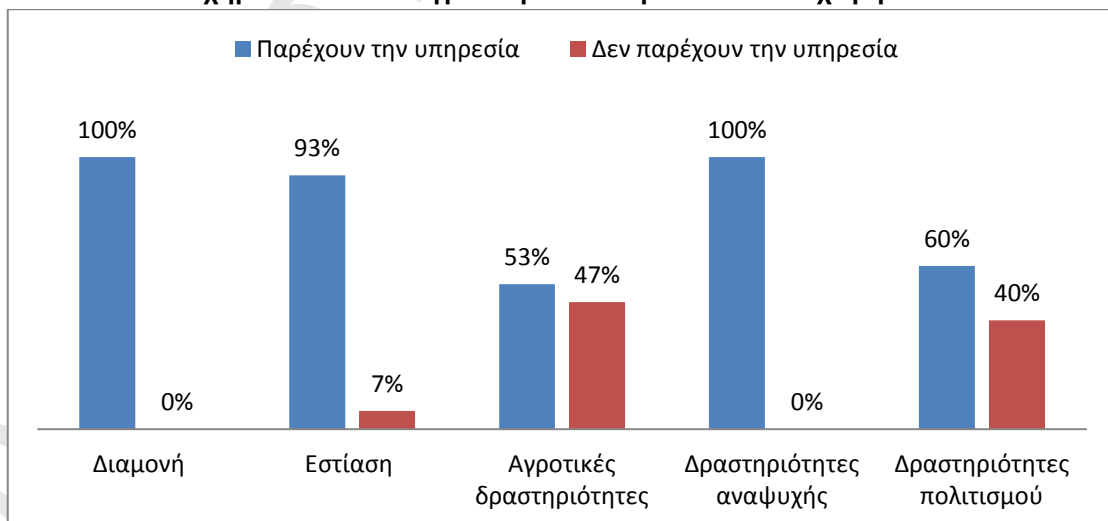
στην τρίτη με 20%. Επιπλέον, από τις επιχειρήσεις του δείγματος καμία δεν βρέθηκε να έχει τη μορφή πρατηρίου αγροτουριστικών προϊόντων ή κέντρου εστίασης/αναψυχής.

**Σχήμα 6.61 : Κατανομή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων με βάση το είδος τους**

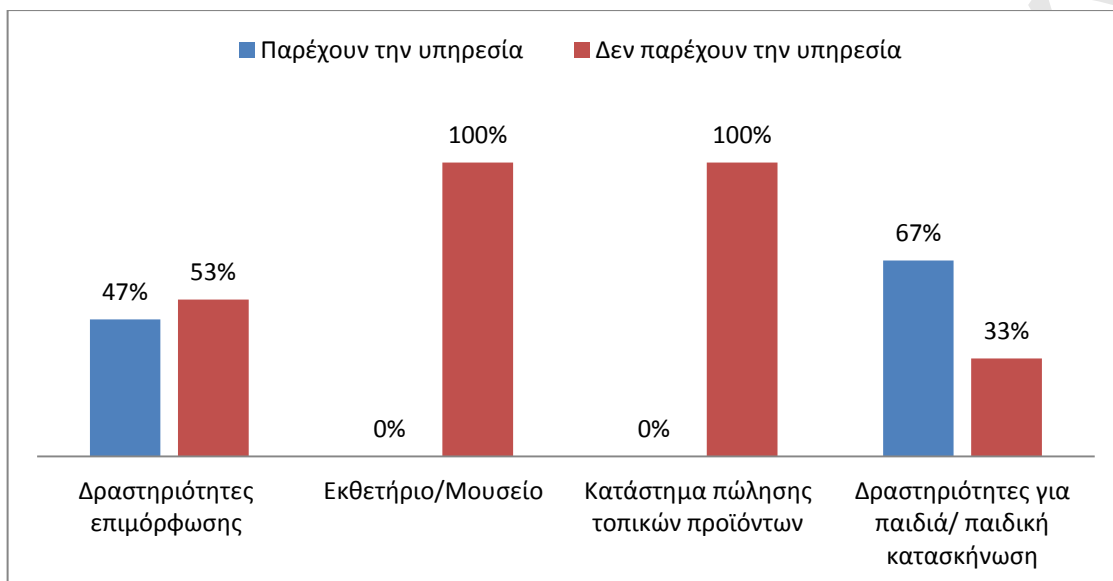


Ω προς το αγροτουριστικό προϊόν παρατηρήθηκαν τα εξής: όλες οι επιχειρήσεις παρέχουν υπηρεσίες διαμονής και αναψυχής, ενώ 14 στις 15 επιχειρήσεις (93%) προσφέρουν υπηρεσίες εστίασης. Επιπλέον, ένα μεγάλο ποσοστό των μονάδων (67%) διαθέτει δραστηριότητες για παιδιά, ή έχει παιδική κατασκήνωση. Δραστηριότητες πολιτισμού προσφέρει το 67%, αγροτικές δραστηριότητες το 53% και δραστηριότητες επιμόρφωσης το 47%. Τέλος, καμία επιχείρηση δεν διαθέτει εκθετήριο/μουσείο ή κατάστημα πώλησης τοπικών προϊόντων, γεγονός που αποτελεί μια ένδειξη ότι οι επιχειρήσεις δεν είναι εξοικειωμένες με αυτού του είδους την εμπορική δραστηριότητα. (Σχήμα 6.62.1 και Σχήμα 6.62.2).

**Σχήμα 6.62.1 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων**

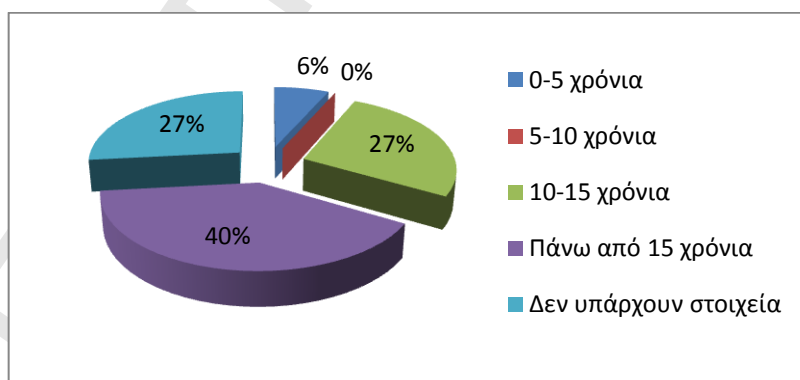


**Σχήμα 6.62.2 : Το αγροτουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων**



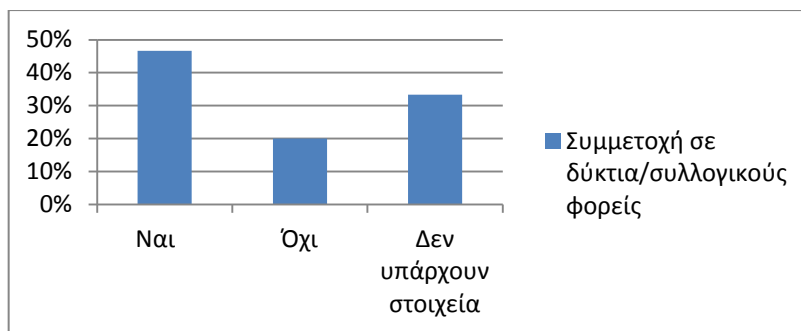
Όσο αφορά την ηλικία των επιχειρήσεων, παρόλο που δεν υπήρχαν στοιχεία για όλες παρά μόνο για 11 από τις 15, βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο μέρος αυτών (40%) δραστηριοποιείται στο χώρο για πάνω από 15 χρόνια. Επιπλέον, για το 27% η ηλικία κυμαίνεται ανάμεσα στα 10-15 χρόνια, ενώ μόλις μια επιχείρηση (6%) θεωρείται νέα, με ηλικία μικρότερη των 5 ετών. Τα αποτελέσματα αυτά συγκλίνουν με τα συμπεράσματα παλαιότερων ερευνών που θέλουν τη Γερμανία να συγκαταλέγεται ανάμεσα στις χώρες με την μεγαλύτερη παράδοση στον αγροτουρισμό στην Ευρώπη.

**Σχήμα 6.63 : Η ηλικία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**



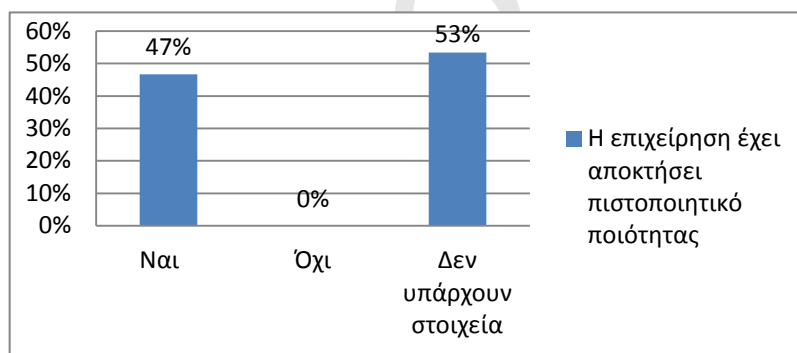
Όσο αφορά τη δικτύωση των επιχειρήσεων σε οργανώσεις ή συλλογικούς φορείς, το 47% αποτελεί μέλος κάποιο οργανισμού. Τα αποτελέσματα αφορούν 10 από τις 15 με συνέπεια η εικόνα αυτή να μην είναι πλήρως αντιπροσωπευτική του πληθυσμού.

**Σχήμα 6.64 : Συμμετοχή σε δίκτυα /συλλογικούς φορείς**



Σχετικά με την πιστοποίηση των επιχειρήσεων, λιγότερες από τις μισές επιχειρήσεις (7) έδιναν μέσω της ιστοσελίδας τους σχετική πληροφόρηση. Παρά το γεγονός ότι ο περιορισμένος αυτός αριθμός δε μας επιτρέπει να καταλήξουμε σε κάποιο συμπέρασμα για όλες τις μονάδες ωστόσο το γεγονός ότι 7 στις 7 επιχειρήσεις είναι πιστοποιημένες, δίνει μια σαφή ένδειξη, η οποία θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο εκτενέστερης έρευνας στο μέλλον.

**Σχήμα 6.65: Πιστοποίηση των επιχειρήσεων**



Η έκταση των εγκαταστάσεων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Γερμανία, όπως προκύπτει από τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από 9 επιχειρήσεις, κυμαίνεται από 12 έως και 544 στρέμματα (βλ. πίνακα 6.14). Από την επεξεργασία των στοιχείων προέκυψε ότι η διάμεσος είναι 148 και ο μέσος όρος είναι 197 στρέμματα. Συγκεκριμένα 6 επιχειρήσεις έχουν έκταση μικρότερη από 250 στρέμματα, 1 έχει μεγαλύτερη από 250 στρέμματα και μικρότερη από 350 στρέμματα, και 2 επιχειρήσεις εκτείνονται σε έκταση μεγαλύτερη των 350 στρεμμάτων.

**Πίνακας 6.14 : Έκταση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

Στατιστικό μέγεθος	Τιμή
Ελάχιστο	12
Μέγιστο	544



Διάμεσος	148
Μέση έκταση των επιχ.	197
Επιχ. με έκταση <250 στρ.	6
Επιχ. με έκταση > 250στρ. και <350 στρ.	1
Επιχ. με έκταση >350 στρ.	2

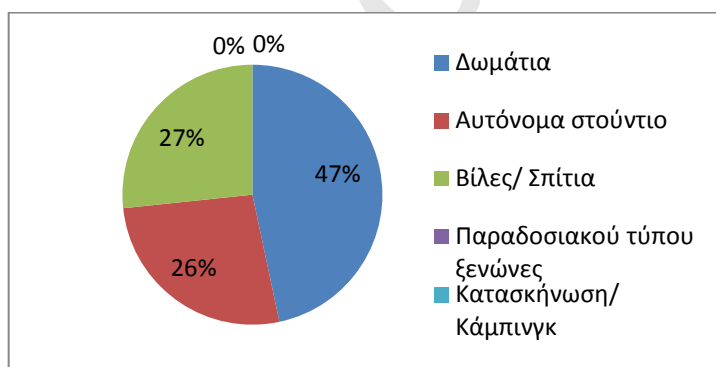
### 6.3.2 Μείγμα μάρκετινγκ της επιχείρησης

#### 6.3.2.Α Προϊόν

##### 6.3.2.Αι Διαμονή

Ως προς τις υπηρεσίες διαμονής, οι περισσότερες (7) διαθέτουν δωμάτια, ενώ οι υπόλοιπες φιλοξενούν τους αγροτουρίστες σε αυτόνομα στούντιο (4) ή βίλλες/σπίτια (4). Καμία επιχείρηση δεν έχει τη μορφή κατασκήνωσης, ενώ παρά το γεγονός ότι ορισμένα καταλύματα προάγουν τοπικά στοιχεία και ιδίως την αρχιτεκτονική, ωστόσο δεν μπορούν να ενταχθούν στην κατηγορία των παραδοσιακού τύπου ξενώνων.

**Σχήμα 6.66 : Τύπος καταλύματος των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**



Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 6.15 η δυναμικότητα των επιχειρήσεων, είναι περιορισμένη, καθώς 9 διαθέτουν 10 έως 20 κλίνες, 2 διαθέτουν 20 έως 30 κλίνες, 1 επιχείρηση διαθέτει 30 έως 40 κλίνες και οι υπόλοιπες 3 διαθέτουν πάνω από 40 κλίνες. Η περιορισμένη δυναμικότητα μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι, σε αρκετές περιπτώσεις οι κλίνες βρίσκονται σε δωμάτια που αποτελούν μέρος του σπιτιού στο οποίο κατοικεί ο ιδιοκτήτης της αγροτουριστικής μονάδας με την οικογένεια του. Αν και τα αγροτόσπιτα αυτά είναι εξορισμού μεγαλύτερα από μια αστική κατοικία, ωστόσο υπόκεινται σε ορισμένους περιορισμούς ως προς το μέγεθος, με αποτέλεσμα να είναι αναμενόμενη η στενότητα κλινών.

**Πίνακας 6.15 : Δυναμικότητα των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

Αριθμός κλινών	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
10-20 κλίνες	9	60%
20-30 κλίνες	2	13%
30-40 κλίνες	1	7%
πάνω από 40 κλίνες	3	20%

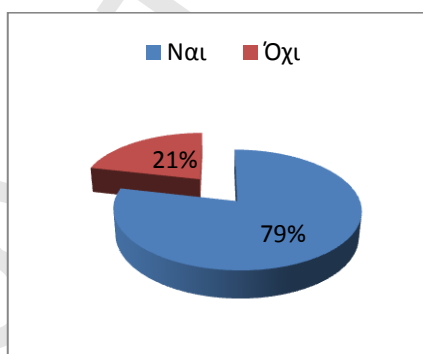
### 6.3.2.Αii Εστίαση

Στη Γερμανία, όπως προαναφέραμε 14 στις 15 επιχειρήσεις προσφέρουν υπηρεσίες εστίασης, εκ των οποίων στις 12 αφορούν την παρουσία κουζινών στα δωμάτια και την προσφορά πρωινού στους επισκέπτες. Επιπλέον από δύο επιχειρήσεις διαθέτουν εστιατόριο, ή/και café, ή/και φούρνο (βλ. πίνακα 6.16). Τέλος, 11 επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα στις υπηρεσίες εστίασης και μόλις 1 χρησιμοποιεί αποκλειστικά βιολογικά προϊόντα στα προσφερόμενα γεύματα.(βλ σχήμα 6.67, σχήμα 6.68).

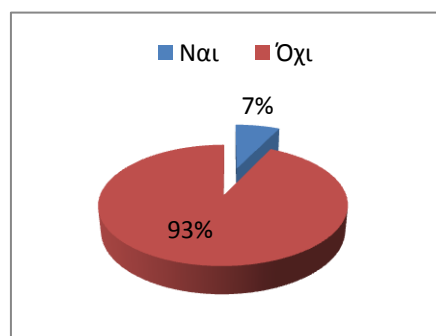
**Πίνακας 6.16 : Υπηρεσίες εστίασης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

Υπηρεσίες εστίασης	Αριθμός επιχειρήσεων
Εστιατόριο	2
Café	2
Catering	0
Φούρνο	2
Κουζίνα στα δωμάτια	12

**Σχήμα 6.67 : Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



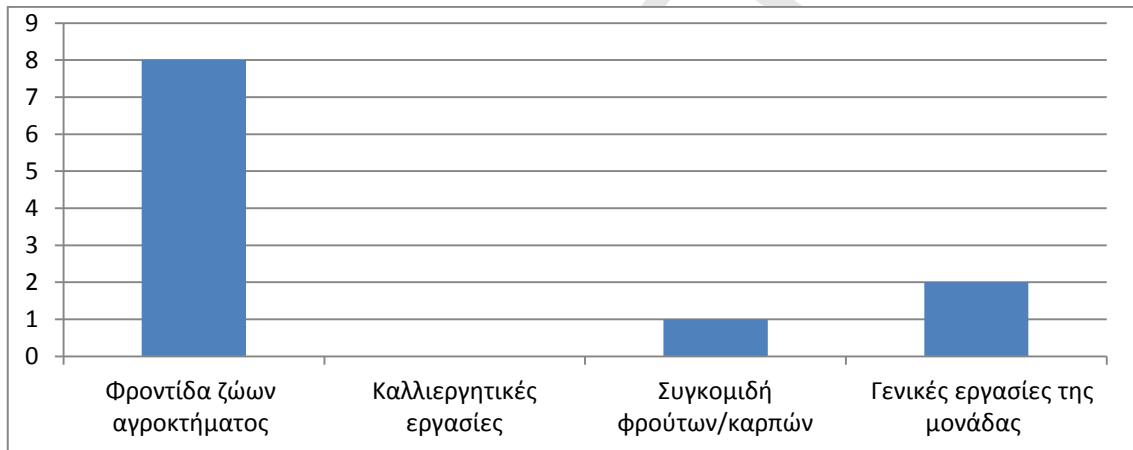
**Σχήμα 6.68 : Αποκλειστική χρήση βιολογικών προϊόντων στις υπηρεσίες σίτισης από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



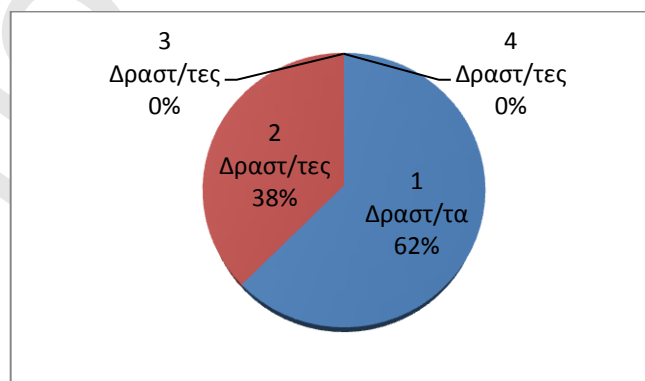
### 6.3.2.Aiii Δραστηριότητες

Δεδομένου ότι οι αγροτικές δραστηριότητες που προσφέρονται από τις επιχειρήσεις σχετίζονται άμεσα με το είδος της αγροτουριστικής μονάδας και όπως είδαμε στην αρχή της ενότητας στη Γερμανία οι περισσότερες μονάδες είναι φάρμες, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι οι 8 από τις 11 δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να ασχοληθούν με τη φροντίδα των ζώων. Αυτή αποτελεί πολλές φορές και τη μοναδική αγροτική δραστηριότητα που προσφέρεται από τις μονάδες, καθώς λίγες επιχειρήσεις (μόλις τρεις) προσφέρουν δύο δραστηριότητες (συγκομιδή φρούτων και καρπών ή συμμετοχή σε γενικές εργασίες της μονάδας).

Σχήμα 6.69 : Το είδος των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις



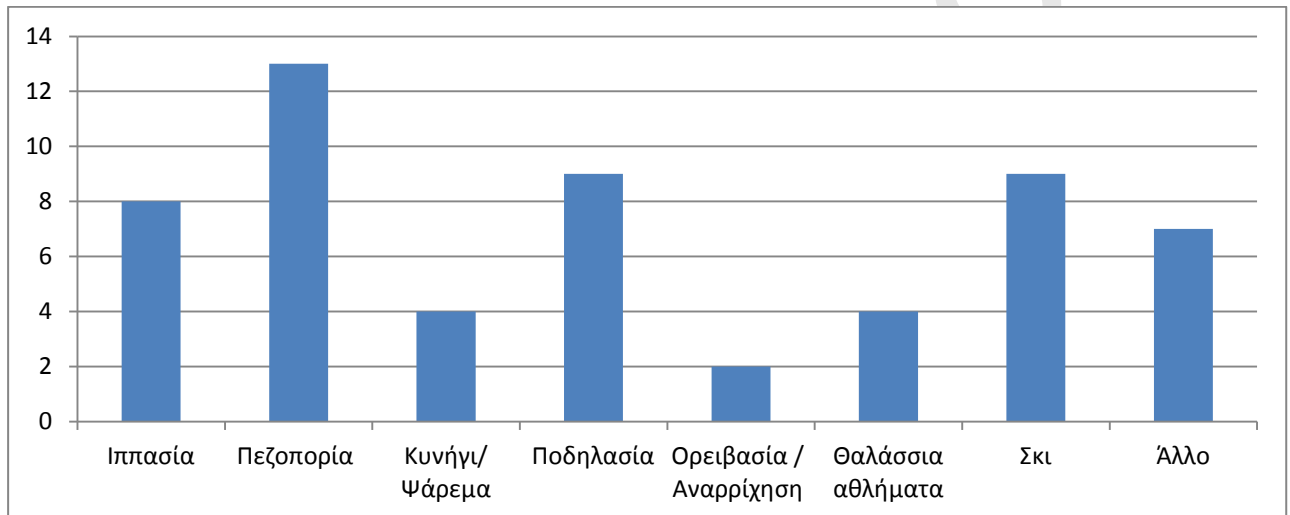
Σχήμα 6.70 : Ο αριθμός των αγροτικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις



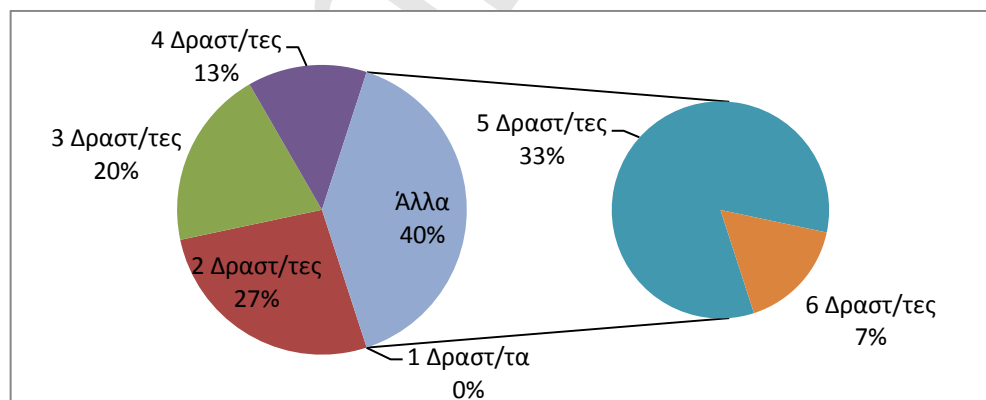
Όσο αφορά τις δραστηριότητες αναψυχής, οι συνηθέστερες είναι η πεζοπορία (13 επιχ.), η ποδηλασία και το σκι (από 9 επιχ. η κάθε μια) και ακολουθεί η ιππασία (8

επιχ.). οι υπόλοιπες δραστηριότητες που προσφέρονται είναι κυνήγι/ψάρεμα (4 επιχ.), θαλάσσια αθλήματα (4 επιχ.) και ορειβασία/αναρίχηση (2 επιχ.). Και στην περίπτωση της Γερμανίας υπήρξαν επιχειρήσεις (7) οι οποίες προσέφεραν δραστηριότητες αναψυχής οι οποίες δεν είχαν προβλεφθεί από την ερευνήτρια, και εντάθηκαν στην κατηγορία «Άλλο».

**Σχήμα 6.71 : Το είδος των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

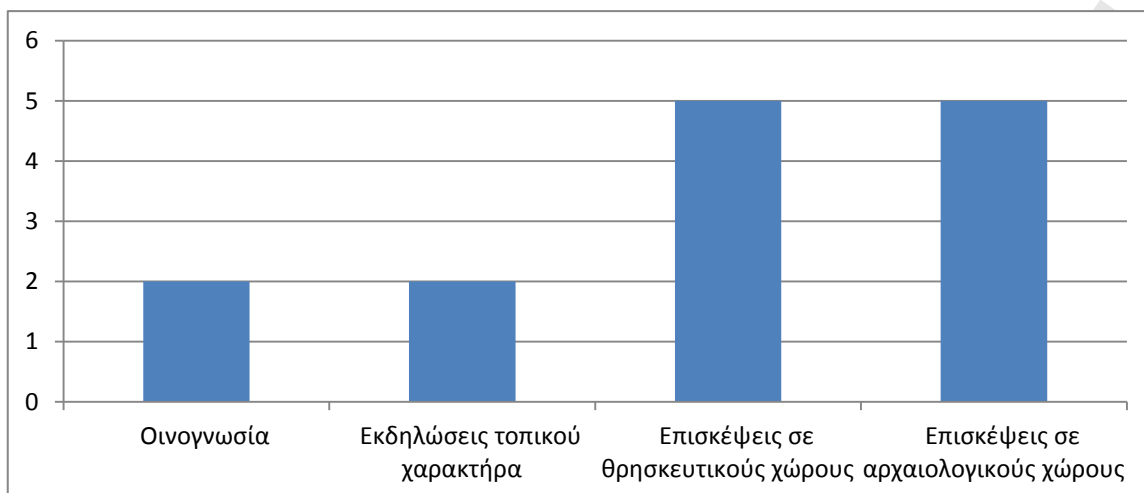


**Σχήμα 6.72 : Ο αριθμός των δραστηριοτήτων αναψυχής που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



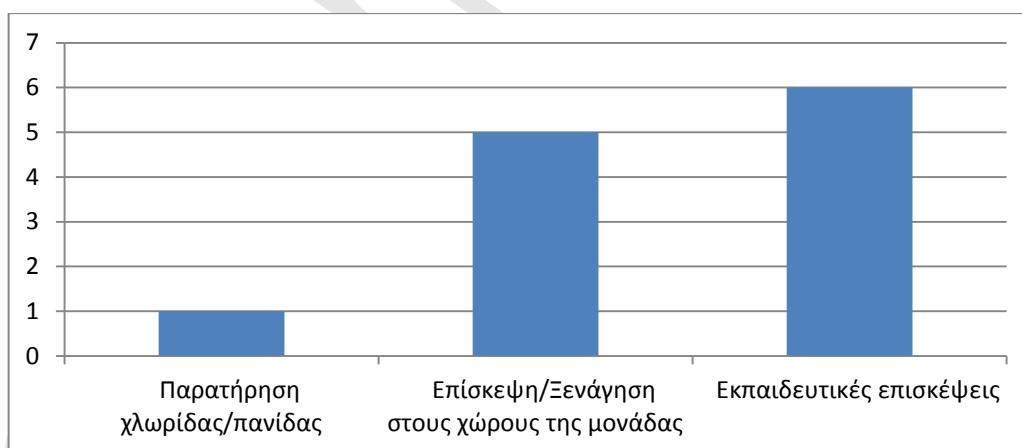
Ως προς τις δραστηριότητες πολιτισμού οι περισσότερες αγροτουριστικές μονάδες προσφέρουν επισκέψεις σε αρχαιολογικούς (5) και θρησκευτικούς χώρους (5), ενώ από 2 μονάδες προσφέρουν σεμινάρια οινογνωσίας και τη δυνατότητα παρακολούθησης ή/και συμμετοχής σε εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα.

**Σχήμα 6.73: Το είδος των δραστηριοτήτων πολιτισμού που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



Όσο αφορά τις δραστηριότητες επιμόρφωσης 6 από τις 7 επιχειρήσεις δίνουν τη δυνατότητα εκπαιδευτικών επισκέψεων σε παρακείμενες αγροτικές επιχειρήσεις (τυροκομεία, αποστακτήρα κλπ) ενώ 5 διοργανώνουν επισκέψεις-ξεναγήσεις στους χώρους της μονάδας. Άξιο αναφοράς είναι το γεγονός ότι καμία επιχείρηση δεν προσφέρει μαθήματα μαγειρικής, που αποτελούν μια από τις δημοφιλέστερες αγροτουριστικές δραστηριότητες επιμόρφωσης γενικότερα.

**Σχήμα 6.74 : Το είδος των δραστηριοτήτων επιμόρφωσης που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



### 6.3.2.Αίν Εμπορική δραστηριότητα

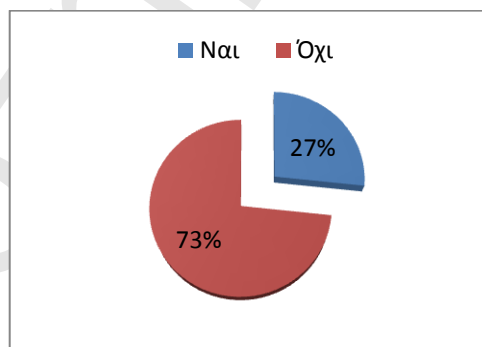
Από τις 15 επιχειρήσεις οι 11 παράγουν ή καλλιεργούν αγροτικά προϊόντα για εμπορικούς σκοπούς και συγκεκριμένα γαλακτοκομικά ή κτηνοτροφικά προϊόντα. Άλλη σημαντική κατηγορία είναι το κρασί και τα οινοπνευματώδη με 5 από τις 11

επιχειρήσεις να διαθέτουν μονάδες παραγωγής, οινοπνευματοποιεία, εντός των εγκαταστάσεων τους (βλ. πίνακα 6.17). Αντίθετα καμία επιχείρηση δεν ασχολείται με την παραγωγή προϊόντων όπως: λάδι/ελιές, φρούτα, οπωροκηπευτικά προϊόντα, άνθη/βότανα κλπ. Το γεγονός αυτό δεν προκαλεί έκπληξη, δεδομένων των κλιματολογικών συνθηκών της χώρας, οι οποίες δεν επιτρέπουν την ανάπτυξη και ευδοκιμία των εν λόγω προϊόντων. Τέλος όσο αφορά την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, επιδίδονται σε αυτή μόνο 4 επιχειρήσεις που αντιστοιχούν στο 27% του δείγματος (βλ. σχήμα 6.75).

**Πίνακας 6.17 : Αγροτικά προϊόντα που παράγονται από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

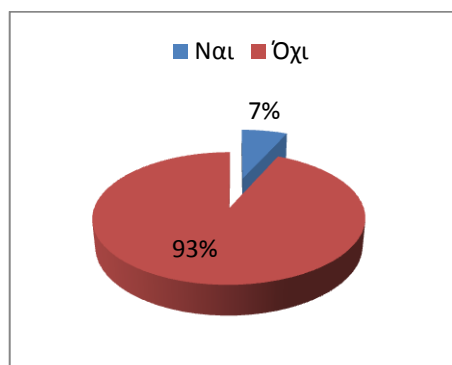
Αγροτικά- κτηνοτροφικά προϊόντα	Αριθμός επιχειρήσεων
Λάδι/Ελιές	0
Κρασί/ Οινοπνευματώδη	5
Μέλι	1
Φρούτα	0
Οπωροκηπευτικά προϊόντα	0
Γαλακτοκομικά προϊόντα	11
Κτηνοτροφικά προϊόντα	11
Άνθη/Βότανα/Μυρωδικά	0
Άλλο	0

**Σχήμα 6.75 : Παραγωγή βιολογικών προϊόντων από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



Παρά το γεγονός ότι πολλές επιχειρήσεις παράγουν αγροτικά προϊόντα, ωστόσο μόλις μια από αυτές διαθέτει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Από αυτό συμπεραίνεται ότι οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων τροφοδοτούν με την παραγωγή τους τις αντίστοιχες βιομηχανίες της χώρας, χωρίς να εκδηλώνουν ενδιαφέρον για την τυποποίηση των προϊόντων τους και τη διαμόρφωση ξεχωριστής εικόνας για αυτά.

Σχήμα 6.76 : Επιχειρήσεις που διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας



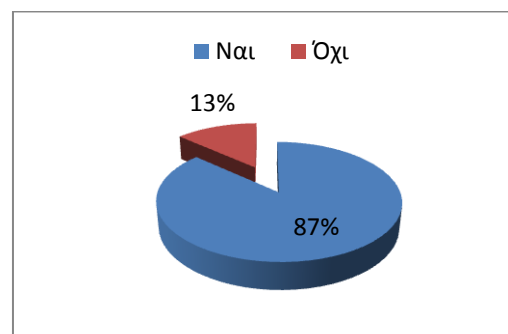
### 6.3.2.Αν Οικόσιτα ζώα

Όσο αφορά την ύπαρξη ζώων στις επιχειρήσεις, το 87% των αγροτουριστικών μονάδων διαθέτουν οικόσιτα ζώα, με τα πουλερικά, τα αιγοπρόβατα και τα κουνέλια να αποτελούν τις συνηθέστερες κατηγορίες ζώων που απαντώνται στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις. (βλ πίνακα 6.18).

Πίνακας 6.18 : Η παρουσία οικόσιτων ζώων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Οικόσιτα ζώα	Αριθμός επιχειρήσεων
Πουλερικά	10
Αιγοπρόβατα	9
Βοοειδή	7
Χοίρους/ Αγριογούρυνα	6
Άλογα/Πόνυ	7
Στρουθοκαμήλους	0
Λαγούς/Κουνέλια	8
Μέλισσες	1
Άλλο	2

Σχήμα 6.77: Επιχειρήσεις που διαθέτουν οικόσιτα ζώα

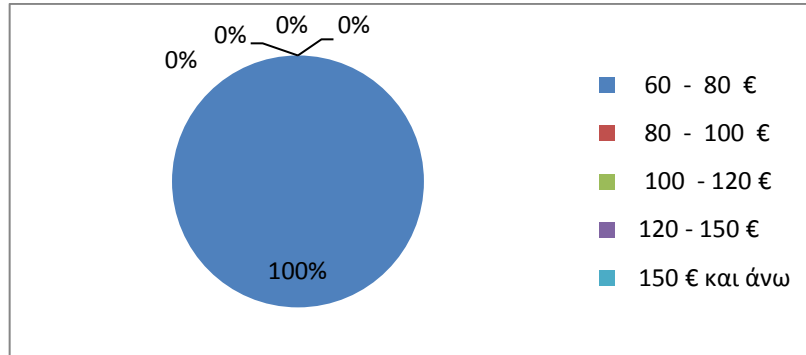


### 6.3.2.Β Τιμή

Όσο αφορά την τιμολογιακή πολιτική των μονάδων που προσφέρουν υπηρεσίες διαμονής, εντύπωση προκαλεί ότι η απόλυτη πλειοψηφία τους (15 στις 15) έχουν διαμορφώσει μέση τιμή δίκλινου η οποία κυμαίνεται μεταξύ 60 και 80 ευρώ (βλ. σχήμα 6.78). Ενδεχομένως ένα λόγος για τις χαμηλές επικρατούσες τιμές να είναι και η μεγάλη

προσφορά καταλυμάτων σε ανάλογες μονάδες σε όλη τη χώρα και του έντονου ανταγωνισμού που αυτή συνεπάγεται.

**Σχήμα 6.78 : Μέση τιμή δίκλινου δωματίου των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**



Ός προς τη συμμετοχή των φιλοξενουμένων στις αγροτικές δραστηριότητες, καμία δεν έχει διαμορφώσει ξεχωριστή χρέωση. Οι επιχειρηματίες του αγροτουρισμού και σε αυτήν την περίπτωση συγκαταλέγουν τις εν λόγω δραστηριότητες στο συνολικό προσφερόμενο προϊόν και επιλέγουν να μην επιβαρύνουν τους φιλοξενούμενους με επιπρόσθετη χρέωση.

**Σχήμα 6.79 : Ύπαρξη ξεχωριστής χρέωσης για συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες**



Όσο αφορά τις κρατήσεις μέσω ίντερνετ, ελάχιστες επιχειρήσεις επιτρέπουν την πραγματοποίηση απευθείας κράτησης μέσω της ιστοσελίδας τους. Πιο σύνηθες είναι η δυνατότητα επικοινωνίας με τους υπεύθυνους της μονάδας για την αποστολή ερωτήματος, σχετικά με τις τιμές και τη διαθεσιμότητα.



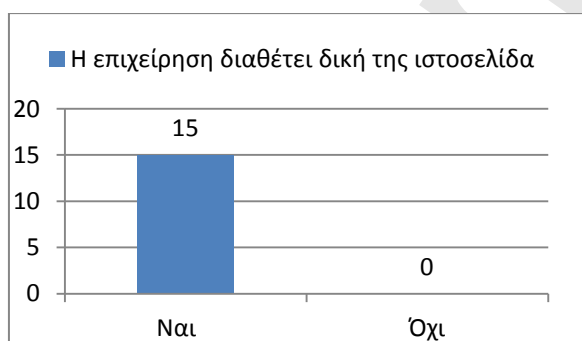
**Σχήμα 6.80 : Δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών**



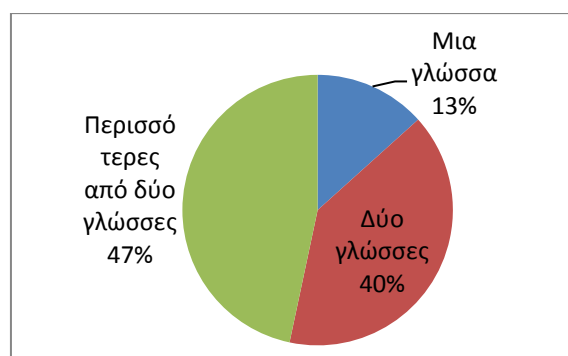
### 6.3.2.C Προώθηση

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η απόλυτη πλειοψηφία των επιχειρήσεων (15) διαθέτει δική της ιστοσελίδα. Επιπλέον, από το σύνολο αυτό των ιστοσελίδων το 13% διατίθεται σε μια γλώσσα, το 40% σε δύο και το 47% σε περισσότερες από δύο γλώσσες. Σε αυτό το σημείο γίνεται κατανοητό ότι οι επιχειρήσεις που έχουν διαμορφώσει πολύγλωσση ιστοσελίδα, απευθύνονται άμεσα σε περισσότερες αγορές, ενώ οι χώρες που επιλέγουν αποτελούν σαφή ένδειξη ως προς τις αγορές που στοχεύουν.

**Σχήμα 6.81 : Η ύπαρξη ιστοσελίδων στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις**

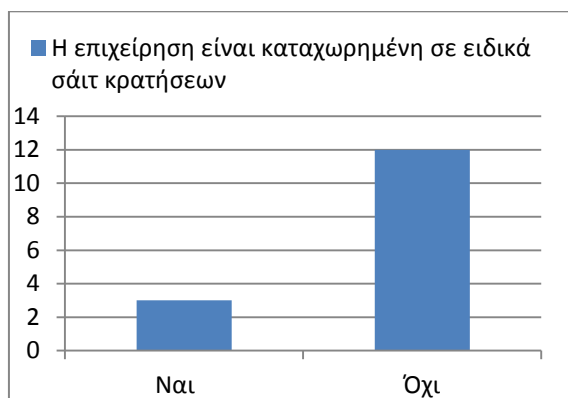


**Σχήμα 6.82 : Το γλωσσικό περιβάλλον των ιστοσελίδων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

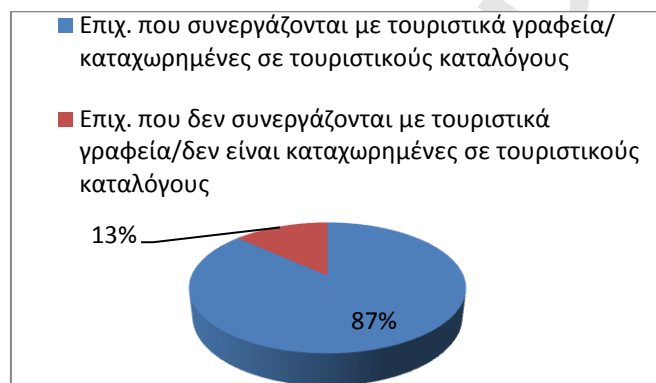


Από τις 15 επιχειρήσεις μόνο 3 έχουν επιλέξει να αξιοποιήσουν ειδικά σαιτ κρατήσεων και τις δυνατότητες που τους παρέχουν προκειμένου να εξασφαλίζουν άμεσα πελάτες. Αντίθετα 13 στις 15 επιχειρήσεις έχουν επιλέξει ως κανάλια διανομής των υπηρεσιών τους, τουριστικά γραφεία και ως μέσα προβολής τους γενικότερα, τουριστικούς καταλόγους (βλ σχήμα 6.80).

**Σχήμα 6.83 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων**



**Σχήμα 6.84 : Η παρουσία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε ιστότοπους κρατήσεων**



### 6.3.2.D Τοποθεσία

Όπως ήταν αναμενόμενο το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος βρίσκεται σε ορεινή περιοχή, και συγκεκριμένα σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους. Επιπλέον αρκετές μονάδες βρίσκονται κοντά σε προστατευόμενες περιοχές και δασικούς δρυμούς ενώ λιγότερες σε θρησκευτικούς και αρχαιολογικούς χώρους και ιαματικά λουτρά.

**Πίνακας 6.19: Χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής εγκατάστασης των επιχειρήσεων**

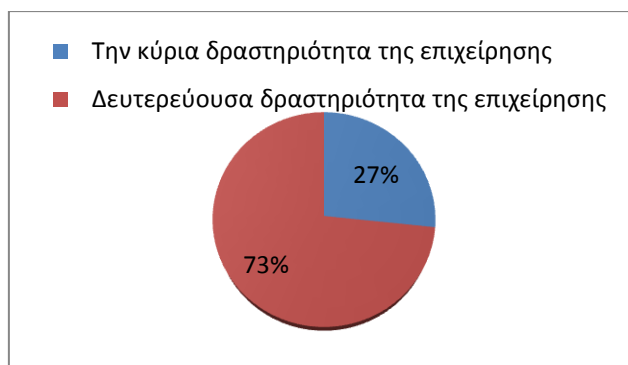
Στοιχεία που εντοπίζονται στην περιοχή εγκατάστασης των επιχειρήσεων:	Αριθμός επιχειρήσεων
Προστατευόμενες περιοχές	9
Περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους	15
Αρχαιολογικοί χώροι	3
Θρησκευτικοί χώροι	2
Υδρόβια πάρκα	0
Ιαματικά λουτρά	1
Δασικοί δρυμοί	4

### 6.3.3 Υποκειμενική αξιολόγηση

Από το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος, το 27% έχει ως κύρια δραστηριότητα τον αγροτουρισμό, ενώ για το 73% των επιχειρήσεων η προσφορά αγροτουριστικών υπηρεσιών έχει συμπληρωματικό χαρακτήρα. Αυτή η δεύτερη κατηγορία επιχειρήσεων αφορά μονάδες που κατά κύριο λόγο ασχολούνται με την

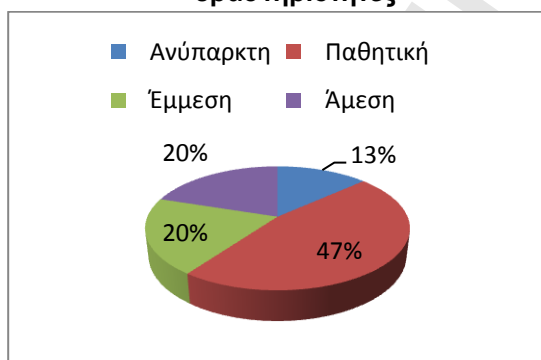
παραγωγή γαλακτοκομικών και κτηνοτροφικών προϊόντων, και έχουν εντάξει τον αγροτουρισμό στα πλαίσια της διαφοροποίησης των δραστηριοτήτων τους.

**Σχήμα 6.85 : Ο ρόλος του αγροτουρισμού ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης**



Ως προς τη φύση της επαφής των φιλοξενουμένων με τις αγροτικές ασχολίες, στο μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων (7 επιχ) είναι παθητική, ενώ στις υπόλοιπες οι αγροτουρίστες έχουν έμμεση (3 επιχ), άμεση (3 επιχ) ή ανύπαρκτη επαφή (2 επιχ). Ως προς την παθητική επαφή, αναφερόμαστε στην παραμονή του αγροτουρίστα σε έναν αγροτικό χώρο/κατάλυμα, χωρίς ωστόσο να του δίνεται η δυνατότητα να γνωρίσει και να ζήσει πτυχές της αγροτικής ζωής, ή να εξοικειωθεί με τα αγροτικά προϊόντα.

**Σχήμα 6. 86 : Η φύση της επαφής των φιλοξενούμενων με τις αγροτικές δραστηριότητες**



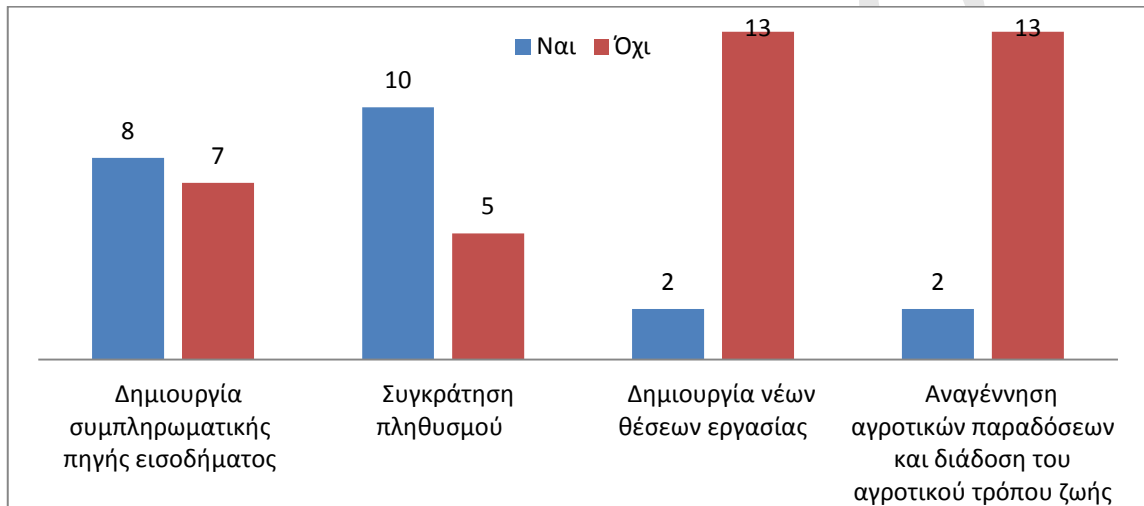
**Σχήμα 6.87 : Η φύση της εμπειρίας που προσφέρουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



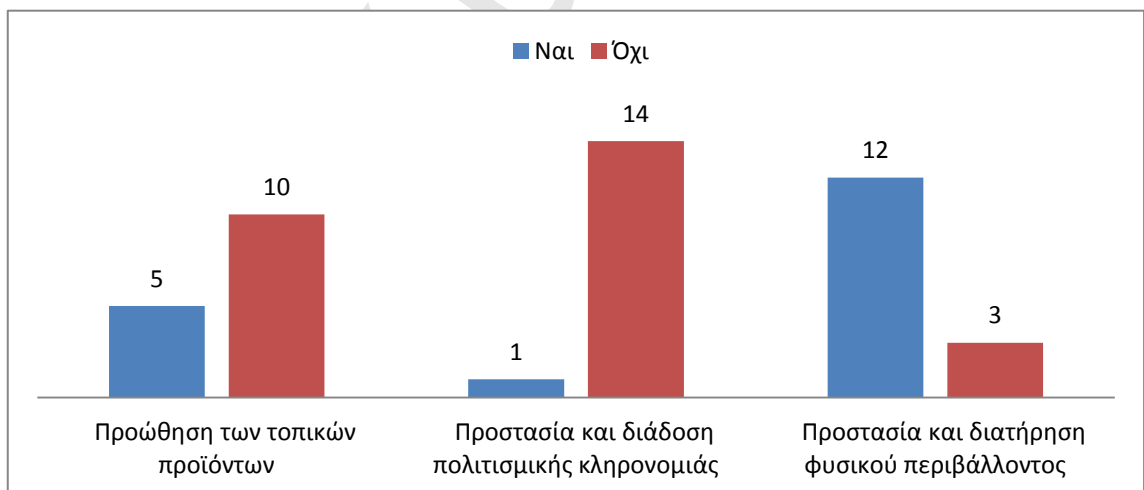
Σχετικά με τους λόγους ανάπτυξης αγροτουριστικής δράσης και τους στόχους του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται, από την έρευνα προέκυψε ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων συμβάλλει στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος (80%) καθώς και στη συγκράτηση πληθυσμού στην επαρχία και δημιουργεί μέσω του αγροτουρισμού συμπληρωματικές πηγές εισοδήματος. Επιπλέον το ένα τρίτο των επιχειρήσεων

προωθεί τα τοπικά προϊόντα, ενώ λιγότερες αριθμητικά επιχειρήσεις δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και συμβάλουν στην αναγέννηση των αγροτικών παραδόσεων και του αγροτικού τρόπου ζωής. Τέλος, μόνο μια επιχείρηση έχει ως στόχο την προστασία και τη διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Όσο αφορά την διατήρηση και προστασία των τοπικών χαρακτηριστικών της περιοχής το 60% των επιχειρήσεων είναι σε βρίσκειται σε πλήρη αρμονία με αυτά.

**Σχήμα 6.88.1 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις**



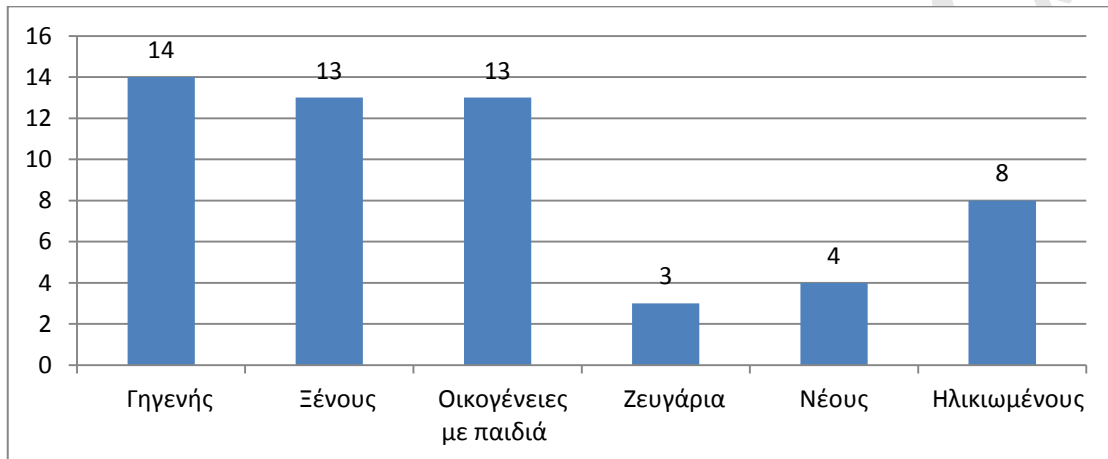
**Σχήμα 6.88.2 : Οι στόχοι του αγροτουρισμού που εκπληρώνονται από τις επιχειρήσεις**



Ως προς τα τμήματα της αγοράς που απευθύνονται οι επιχειρήσεις, η εικόνα που σχηματίζεται είναι αρκετά ξεκάθαρη, με τις επιχειρήσεις να απευθύνονται εξίσου σε γηγενείς και ξένους αγροτουρίστες, δίνοντας ωστόσο έμφαση στις οικογένειες με παιδιά (87%) και τους ηλικιωμένους (53%). Τα ζευγάρια και οι νέοι είναι επίσης τμήματα της

αγοράς στα οποία στοχεύουν οι αγροτουριστικές μονάδες, χωρίς ωστόσο να αποτελούν την πιο επιθυμητή πελατεία για το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος.

**Σχήμα 6.89 : Τα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνονται οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις**



## Βιβλιογραφία

ΒΑΤΕΡΗ

<http://www.vateri.gr>

ΠΛΑΤΑΝΟΡΕΜΑ

<http://www.platanorema.com>

MUSES ROOMS

<http://www.musesrooms.gr/>

ΘΕΑΣΙΣ

<http://www.tzoumerka-theasis.gr/>

HOTEL NEMESIS

<http://www.hotelnemesis.gr>

L'ALBERO

<http://www.villagehotel.gr>

ΜΑΡΑΘΗΤΗΣ

<http://www.marathitis.gr/>

ΛΕΥΚΟΡΙΤΗΣ

<http://www.lefkoritis.com>

ΔΑΛΑΜΠΕΛΟΣ

<http://www.dalabelos.gr/gr.aspx>

ΠΑΝΑΚΡΟΝ

<http://www.panakron.gr/>

ΑΓΝΑΝΤΙ

<http://www.aloga.gr>

HOTEL ΑΙΓΩΝ

<http://www.hotel-aigon.gr/>

ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙΔΟ

<http://www.papingo.gr/>

ΚΑΤΑΛΑΓΑΡΙ

<http://www.katalagarisuites.com/>

ΑΡΑΧΩΒΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙΑ

<http://www.arachovitika-kalyvia.gr>

ΕΛΙΣΣΩΝ

<http://xenon.elisson.gr>

ΜΗΛΙΑ

[www.milia.gr](http://www.milia.gr)

ΒΑΜΟΣ

[www.vamossa.gr](http://www.vamossa.gr)

ΖΙΟΓΑΣ WESTERN CITY

[www.horses.gr](http://www.horses.gr)

ΚΑΣΤΡΑΚΙ VILLAGE

[www.kastrakivillage.gr](http://www.kastrakivillage.gr)

ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΦΥΛΛΙΔΟΣ

<http://archive.in.gr/Reviews/placeholder.asp?lngReviewID=1671&lngChapterID=25166&lngItemID=25174>

ΚΤΗΜΑ ΑΛΛΩΝΑΚΙ

<http://www.ktimaalonaki.gr/>

ΑΧΑΪΚΟ ΧΩΡΙΟ

<http://www.achaikochorio.gr/>

ΑΡΟΛΙΘΟΣ

<http://www.arolithosvillage.gr/>

ΛΑΣΙΝΘΟΣ

<http://www.lasinthos.gr>

ΕΝΑΓΡΟΝ

<http://www.enagron.gr/gr.aspx>

AGRECO

[http://www.grecotel.com/crete/agreco/welcome\\_1598.htm](http://www.grecotel.com/crete/agreco/welcome_1598.htm)

PAPADES VILLAGE

<http://www.papades-village.com>

Η ΦΑΡΜΑ

<http://www.farmlife.gr/index2.html>

ΜΕΡΚΟΥΡΗ

<http://www.mercouri.gr>

ΠΟΡΦΥΡΟΥΣΑ

<http://porfyrousa.gr/>

ΕΠΟΧΕΣ

<http://www.epohes.gr/>

ΓΑΙΑ - ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΤΡΙΓΩΝΟΥ Ν. ΕΒΡΟΥ

<http://www.gaia-evros.gr>

ΚΤΗΜΑ ΝΙΚΟΛΑ

<http://www.ktimanikola.gr>

ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ

<http://ippokosmos.com/portal>

7 ΟΥΡΑΝΟΙ

<http://www.7ouranoi.gr>

VILLA ELIZA

<http://www.villaeliza.gr/villaeliza.html>

ΕΥΜΕΛΕΙΑ

<http://www.eumelia.com/newgr/ourfarm01.php>

ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ

<http://www.lesvoseleon.gr>

Ikarian Wine Club

<http://www.ikarianwine.gr/home.htm>

ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ

<http://www.farmasarli.gr/aboutus.php>

LITHIES HOUSES

[http://www.lithieshouses.gr/gr\\_activities.htm](http://www.lithieshouses.gr/gr_activities.htm)

ΠΙΝΑΚΑΔΕΣ

<http://www.pinakades.gr>

ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ

<https://www.sintagigias.gr>

ΑΜΦΙΚΑΙΑ

<http://www.amfikaia.gr/activities/>

ΠΕΡΛΕΑΣ

<http://www.perleas.gr>

ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ

<http://www.vineleaves.gr>

ΠΑΓΑΛΗ HOTEL

<http://www.pagalihotel-amorgos.com>

ΜΟΡΦΗ HOTEL

<http://www.morfihotel.gr/>

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ

<http://www.parakilawomencoop.com/>

FATTORIA IL LAGO

<http://www.fattoriaillago.com/facilities.php>

ΡΙΟΜΒΑΙΑ

<http://www.piombaia.com/Programma/generale.asp-Lingua=eng&Pagina=20.htm>

CASA DEL VENTO

<http://www.casadelvento.it>



VILLA PIETRALUNGA

<http://www.villapietralunga.it>

ACQUA BUONA

<http://www.agriturismoacquabona.it/>

IL FAETINO

<http://www.ilfaetino.it/>

ARMIRÓ

<http://www.agriturismoarmiro.it>

LA CASA DI CAMPAGNA

<http://www.lacasadicampagna.it>

VALLI UNITE

<http://www.valliunite.com>

FRUTTO PERMESSO

<http://www.fruttopermesso.it>

LA PRUGNOLA

<http://www.laprunola.it>

CERGALLINA

<http://www.cergallina.com>

IL BAGNOLO

<http://www.ilbagnolo.it/>

FATTORIA LA VACCHIO

<http://www.fattorialavacchio.com>

CASA LAPPI

<http://www.casalappi.it>

VETTERHOF

<http://www.vettererhof.de/english/leisure.php>

GASTHOF ENGEL

<http://www.gasthof-engel.de/>

HOLZWURMWIRT

<http://www.holzwurmwirt.de/en.html>

FERIENHOF SCHECK

<http://www.ferienhof-scheck.de/vacation-rentals/holiday-farm-rhineland-Palatinate.htm>

KERNRNHOF-EWALD AND ELKE BÄHR

<http://www.kernenhof.de/e/>

MARKHART

<http://www.ferienhof-markhart.de/>

KALTENBACH

[http://www.kaltenbach-schwarzwald.de/index\\_Eng.htm](http://www.kaltenbach-schwarzwald.de/index_Eng.htm)

BRUCKHOF

<http://www.bruckhof.de/html/english.html>

BEIMWAICHER

<http://www.beimwaicher.de/>

HOFERTONIHOF

<http://www.hofertonihof.de/english/index.htm>

ERDRICHHOF

<http://erdrichhof.de/pages/english/home.php>

MUELLER BAUERNHOF

<http://www.muellerbauernhof.de/index.php?lang=en>

GASTHOF STEINWALD

<http://www.gasthof-steinwald.de/english/index.html>

HANSELISHOF

<http://www.hanselishof.de/hanseles-englisch/>

FAMILIE HEISTRACHER

<http://www.familie-heistracher.de/>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

#### 7.1 Συμπεράσματα

Σύμφωνα με την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας, όπως παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, προκύπτουν ορισμένα γενικά συμπεράσματα, σχετικά με την εικόνα που εμφανίζει ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα, την Ιταλία και την Γερμανία.

Αρχικά παρατηρούμε ότι και στις τρεις χώρες οι κυρίαρχες μορφές αγροτουριστικών επιχειρήσεων είναι τα αγροκτήματα, τα τουριστικά καταλύματα και οι φάρμες. Ωστόσο σε κάθε χώρα η επικρατέστερη μορφή είναι διαφορετική και συγκεκριμένα στην Ελλάδα είναι τα τουριστικά καταλύματα, στην Ιταλία τα αγροκτήματα και στη Γερμανία οι φάρμες αντίστοιχα. Επιπλέον στην Ελλάδα καταγράφηκαν πρατήρια-εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων, τα οποία ως μορφές επιχειρήσεων απουσίαζαν από τις άλλες δύο χώρες. Αυτό αποτελεί μια ένδειξη της αντίληψης που έχουν διαμορφώσει ορισμένοι επιχειρηματίες του αγροτουρισμού, σύμφωνα με τους οποίους και μόνο η επίδειξη και η προσφορά αγροτουριστικών προϊόντων μπορεί να αποτελέσει τη βάση για την ανάπτυξη μιας ανεξάρτητης δραστηριότητας, η οποία ξεφεύγει από τα πρότυπα του Bed and Breakfast.

Παρατηρώντας γενικότερα τις πτυχές του αγροτουριστικού προϊόντος που προσφέρουν οι επιχειρήσεις από τις τρεις χώρες, βλέπουμε ότι στην Ιταλία έχουν διαμορφώσει ένα πιο ολοκληρωμένο και πολυδιάστατο προϊόν, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων είναι σε θέση να προσφέρει πληθώρα υπηρεσιών, είτε αυτές αφορούν τις παραδοσιακά τουριστικές υπηρεσίες (διαμονή, εστίαση, αναψυχή) είτε τις υπηρεσίες με έντονα αγροτουριστικά στοιχεία, όπως η συμμετοχή σε αγροτικές εργασίες και σε δραστηριότητες πολιτισμού και επιμόρφωσης. Επιπλέον, Ελλάδα και Γερμανία παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές μεταξύ τους, με αντιπροσωπευτικότερες όλων να είναι η έμφαση που δίνεται στις γερμανικές επιχειρήσεις στις δραστηριότητες για παιδιά και ταυτόχρονα η παραμέληση από τις ίδιες του τομέα που αφορά την πώληση τοπικών προϊόντων και την ύπαρξη εκθετηρίου μουσείου στο χώρο τους. Οι ελληνικές επιχειρήσεις αντίθετα εμφανίζουν μια υστέρηση στις δραστηριότητες πολιτισμού, υπερτερώντας ωστόσο στις δραστηριότητες επιμόρφωσης.

Τα στοιχεία της έρευνας αναδεικνύουν για ακόμη μια φορά τη μακρά παράδοση που έχουν η Γερμανία και η Ιταλία στον αγροτουρισμό, με τις περισσότερες επιχειρήσεις τους να μαρτυρούν περισσότερα από 15 χρόνια λειτουργίας. Τα στοιχεία είναι ενθαρρυντικά και για την Ελλάδα, καθώς ο αγροτουρισμός δεν δείχνει να αποτελεί μια άγνωστη μορφή τουρισμού, καθώς αρκετές επιχειρήσεις επιβεβαιώνουν μια περίοδο λειτουργίας άνω των δέκα ετών. Επίσης, αξίζει να σημειώσουμε ότι ενώ παρατηρήθηκε μια καμπή στις αρχές τις δεκαετίας του 00', τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότεροι αγρότες (και μη) αποφασίζουν να επενδύσουν στον αγροτουρισμό είτε δημιουργώντας μια νέα επιχείρηση, είτε διαφοροποιώντας και εμπλουτίζοντας τη λειτουργία της ήδη υπάρχουσας. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει η ύπαρξη μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων με λίγα χρόνια ζωής, φαινόμενο το οποίο απουσιάζει πλήρως από τις δύο άλλες χώρες.

Όσο αφορά την ποιότητα των αγροτουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και συγκεκριμένα την πιστοποίηση τους, δύο σημεία είναι άξια αναφοράς: το ότι πρωτοπόρος είναι η Ιταλία και όχι η Γερμανία, και ότι οι μισές περίπου ελληνικές επιχειρήσεις έχουν επιλέξει να πιστοποιήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Γίνεται πλέον σαφές ότι τα άτομα που αποφασίζουν να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό, αναγνωρίζουν τη σημασία της συνεχούς και σταθερής προσφοράς προϊόντων ποιότητας. Το γεγονός αυτό αποτελεί μια ένδειξη ότι το προφίλ των αγροτών αρχίζει να μεταβάλλεται, με τους ίδιους να εμφανίζουν πλέον έντονα τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία.

Η έκταση των εγκαταστάσεων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων αποτελεί άλλο ένα στοιχείο που διαφοροποιεί σημαντικά τις τρεις χώρες. Στην Ελλάδα με ελάχιστες εξαιρέσεις κυριαρχούν οι μικρές ιδιοκτησίες ενώ αντίθετα σε Ιταλία και Γερμανία, οι ιδιόκτητες αγροτικές εκτάσεις είναι μεγαλύτερες. Το γεγονός αυτό δε δείχνει να επιδρά στη δυναμικότητα των επιχειρήσεων, καθώς εάν εκτιμήσουμε το μέγεθος των επιχειρήσεων αποκλειστικά με βάση τον αριθμό των προσφερόμενων κλινών ανά μονάδα, η Ελλάδα βρίσκεται στην πρώτη θέση, η Γερμανία στη δεύτερη και η Ιταλία στην τρίτη.

Άλλη διαφοροποίηση που εμφανίζουν οι τρεις χώρες σχετίζεται με το κομμάτι της εμπορικής δραστηριότητας που αφορά την κατασκευή και πώληση χειροποίητων ειδών. Ιταλικές και ελληνικές αγροτουριστικές μονάδες εμφανίζουν τέτοιου είδους δράση, ενώ οι γερμανικές απέχουν πλήρως από αυτού του είδους τη δραστηριότητα.

Επιπλέον, αν και η Ιταλία κατέχει την πρώτη θέση, τα προϊόντα των επιχειρήσεων της αφορούν αποκλειστικά είδη διατροφής, ενώ στην Ελλάδα, τα χειροποίητα είδη αφορούν όλες σχεδόν τις επιμέρους κατηγορίες (κεντήματα, κοσμήματα κλπ).

Η διάθεση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας αποτελεί ένα ακόμα σημείο διάκρισης της Ιταλίας έναντι των άλλων δύο χωρών. Οι Ιταλοί επιχειρηματίες του αγροτουρισμού έχοντας πίστη στα πολλαπλά οφέλη που μπορεί να τους αποφέρει η τυποποίηση των προϊόντων τους, έχουν επιδοθεί στην εμπορική τους διάθεση υπό τη διακριτή τους επωνυμία. Τα βήματά τους ακολουθούν και οι ελληνικές επιχειρήσεις, χωρίς ωστόσο να μπορούν να προσεγγίσουν ικανοποιητικά τα αντίστοιχα υψηλά ποσοστά των Ιταλών ομόλογών τους. Τέλος, από τα στοιχεία προκύπτει ότι οι γερμανικές επιχειρήσεις ως προς τη συγκεκριμένη δραστηριότητα μένουν αδιάφορες.

Μελετώντας την τιμολογιακή πολιτική των επιχειρήσεων και συγκεκριμένα ότι αφορά τις χρεώσεις διανυκτερεύσεων στις αγροτουριστικές μονάδες των χωρών, παρατηρούμε ότι κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα, παρουσιάζοντας ασφαλώς τις αναμενόμενες διακυμάνσεις που δικαιολογεί η προσφορά διαφοροποιημένου προϊόντος. Το φαινόμενο αυτό των διαφορετικών επιπέδων τιμών, δεν παρατηρείται ωστόσο στη Γερμανία που αποτελεί τη μοναδική χώρα της οποίας όλες οι αγροτουριστικές μονάδες έχουν διαμορφώσει τιμές διανυκτέρευσης που συμπεριλαμβάνονται στη χαμηλότερο διάστημα τιμών. Επιπλέον και στις τρεις χώρες, κατά προσέγγιση στο σύνολο των επιχειρήσεων, δεν επιβάλλεται επιπρόσθετη χρέωση για τη συμμετοχή των αγροτουριστών στις αγροτικές δραστηριότητες. Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα πως αποτελεί κοινή παραδοχή όλων των επιχειρηματιών του αγροτουρισμού, ότι η δυνατότητα συμμετοχής στις αγροτικές εργασίες, αποτελεί υπηρεσία και μάλιστα σημαντική, και συνιστά αναπόσπαστο κομμάτι του συνολικά προσφερόμενου προϊόντος.

Ως προς την προβολή των επιχειρήσεων, με ελάχιστες εξαιρέσεις στην Ελλάδα, όλες οι αγροτουριστικές μονάδες έχουν διαμορφώσει δική τους ιστοσελίδα. Παρόλο που αυτό δείχνει μια εξοικείωση των επιχειρήσεων με τις νέες τεχνολογίες και τις δυνατότητες που προσφέρουν, ωστόσο και στις τρεις χώρες, λιγότερες από τις μισές επιχειρήσεις επιλέγουν δημοφιλής δικτυακούς ιστότοπους για τη διανομή των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Ειδικότερα στην Ελλάδα και την Ιταλία φαίνεται να έχουν γίνει κάποιες ενέργειες από ορισμένες μονάδες, ωστόσο στη Γερμανία η αντίστοιχη κατάσταση είναι αποθαρρυντική. Την αντίθετη ακριβώς εικόνα εμφανίζουν πιο παραδοσιακά κανάλια

προβολής και διανομής, όπως τα τουριστικά γραφεία και οι τουριστικοί κατάλογοι, με τα οποία η πλειοψηφία των αγροτουριστικών μονάδων σε Ελλάδα, Ιταλία και Γερμανία έχει έλθει σε επαφή και έχει επιλέξει να αναπτύξει συνεργασίες.

Σε ότι αφορά τον τόπο εγκατάστασης και ανάπτυξης δραστηριότητας των επιχειρήσεων, οι ορεινές περιοχές κυριαρχούν και στις τρεις χώρες, ακόμα και στις μεσογειακές Ελλάδα και Ιταλία. Το γεγονός αυτό δεν είναι παράδοξο, εάν αναλογιστούμε ότι αυτός ο εναλλακτικός τύπος τουρισμού προσφέρει ένα τελείως διαφορετικό προϊόν από το καθιερωμένο «sea, sun, sand» και για την ανάπτυξη του, όχι απλά δεν προαπαιτείται, αλλά ενδεχομένως αποτελεί και εμπόδιο η παρουσία θάλασσας (αλμυρό έδαφος ακατάλληλο για καλλιέργειες, ανύπαρκτα βοσκοτόπια κλπ).

Η έρευνα ολοκληρώνεται με τη μελέτη παραγόντων που επιχειρούν να αξιολογήσουν την εμπειρία που προσφέρεται εν τελεί στους αγροτουρίστες που θα επιλέξουν τις τρεις αυτές χώρες. Σε αυτήν την προσπάθεια κομβικό σημείο αποτελεί η διερεύνηση της επαφής των αγροτουριστών με τον αγροτικό τρόπο ζωής και τις εργασίες που τον συνοδεύουν. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν δεν είναι ακριβώς τα αναμενόμενα, καθώς σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας στις μονάδες της Γερμανίας, χώρα με μεγάλη ιστορική παράδοση στον αγροτουρισμό, η φύση της επαφής των αγροτουριστών με τον αγροτικό τρόπο ζωής είναι παθητική. Κοινώς, η επαφή τους περιορίζεται απλά στη διαβίωση τους σε ένα χώρο, όπου λαμβάνουν χώρα αγροτικές δραστηριότητες, στις οποίες ωστόσο οι ίδιοι δεν έχουν τη δυνατότητα παρακολούθησης και συμμετοχής.

Αντίθετα σε Ελλάδα και Ιταλία η επαφή είναι επί το πλείστον άμεση, με τους αγροτουρίστες να έχουν τη δυνατότητα κατόπιν επιλογής τους να συνεισφέρουν ενεργά και να συμμετέχουν επί ίσοις όροις στην καθημερινή ζωή των αγροτών. Ειδικότερα ως προς τις δύο χώρες, στην Ιταλία για περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις το είδος της επαφής που προσφέρουν είναι άμεση. Αντίθετα στην Ελλάδα η άμεση επαφή κυριαρχεί αλλά όχι αισθητά, καθώς σε αρκετές μονάδες το είδος της επαφής επιμερίζεται μεταξύ των άλλων ειδών (παθητική, έμμεση κλπ), ενώ επίσης διακρίνεται και ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό μονάδων στις οποίες οι αγροτουρίστες δεν έχουν καμία επαφή με τον αγροτικό τρόπο ζωής (ανύπαρκτη επαφή). Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι στην Ιταλία υπάρχουν περισσότερες αριθμητικά μονάδες από ότι στην Ελλάδα που δίνουν τη δυνατότητα άμεσης επαφής, και οι δύο χώρες μοιράζονται τα ίδια ποσοστά ως προς τον αριθμό των επιχειρήσεων που προσφέρουν μια αυθεντική

αγροτική εμπειρία, δηλαδή μια εμπειρία που να μην είναι αποτέλεσμα σχεδιασμού. Σε αυτό το σημείο της έρευνας η Ελλάδα δείχνει να επανακτά το χαμένο έδαφος, καθώς οι επιχειρήσεις της χώρας που προσφέρουν άμεση επαφή είναι μεν λιγότερες, ωστόσο η πλειοψηφία αυτών προσφέρει μια αυθεντική και όχι προσχεδιασμένη τουριστικά εμπειρία.

Συνοψίζοντας, από τα παραπάνω προκύπτει ότι η Ελλάδα παρουσιάζει περισσότερες ομοιότητες ως προς το προσφερόμενο αγροτουριστικό προϊόν με την Ιταλία παρά με την Γερμανία. Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται παράγοντες όπως οι γεωγραφικές και κλιματολογικές συνθήκες (οι οποίες ευνοούν την ανάπτυξη συγκεκριμένης αγροτικής δραστηριότητας με αποτέλεσμα συχνά να επηρεάζουν τη μορφή της υπό ανάπτυξη αγροτουριστικής μονάδας), αλλά και η ύπαρξη ορισμένων κοινωνικό-πολιτισμικών στοιχείων (όπως η κοινή-μεσογειακή κουλτούρα και νοοτροπία που παρατηρείται μεταξύ των δύο χωρών).

Επιπλέον, σκιαγραφώντας το προφίλ των ελληνικών αγροτουριστικών μονάδων, βλέπουμε ότι απομακρύνονται σταδιακά από το μύθο που τις θέλει ως ευκαιρικά δημιουργημένες επιχειρήσεις, με μόνο στόχο την εκμετάλλευση κρατικών ή άλλων κονδυλίων. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, πρόκειται για επιχειρήσεις, που έχουν αναπτύξει συνειδητά και υπεύθυνα αυτού του είδους τη δραστηριότητα, και προσφέρουν σήμερα ένα σύνθετο και πολυδιάστατο προϊόν, υλοποιώντας και προάγοντας όλα όσα συνεπάγεται ο αγροτουρισμός: αναγέννηση των αγροτικών παραδόσεων και διάδοση του αγροτικού τρόπου ζωής, προώθηση των τοπικών προϊόντων, προστασία του περιβάλλοντος, προστασία και διάδοση της πολιτισμικής κληρονομιάς κλπ.

## **7.2 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα**

Με την παρούσα έρευνα μελετήθηκαν τα κυριότερα χαρακτηριστικά αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε Ελλάδα Ιταλία και Γερμανία. Με βάση τα δεδομένα που συλλέχθηκαν σχηματίστηκε η εικόνα που εμφανίζουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις σε αυτές τις χώρες και πραγματοποιήθηκε μια σύγκριση μεταξύ των χωρών, για τον εντοπισμό κοινών σημείων και διαφορών.

Παρ' όλα αυτά, το όλο εγχείρημα στηρίχτηκε αποκλειστικά σε στοιχεία που προέρχονταν από το διαδίκτυο και συγκεκριμένα από τις ιστοσελίδες των υπό εξέταση

επιχειρήσεων. Τόσο το ίδιο το μέσο, όσο και η χρήση μιας μοναδικής μηχανής αναζήτησης για την επιλογή των μελών του δείγματος, ενδέχεται να έχουν επιδράσει περιοριστικά ως προς την αντιπροσωπευτικότητά του δείγματος και τη δυνατότητα γενίκευσης των συμπερασμάτων που το αφορούν στο σύνολο του πληθυσμού (το σύνολο των αγροτουριστικών επιχειρήσεων της κάθε χώρας).

Ως εκ τούτου, θα ήταν χρήσιμο μελλοντικές έρευνες να διευρύνουν τον τρόπο επιλογής δείγματος και συλλογής των στοιχείων, αυξάνοντας ταυτόχρονα τον αριθμό των εξεταζόμενων επιχειρήσεων για επίτευξη μεγαλύτερης αξιοπιστίας. Τέλος, χρήσιμες πληροφορίες θα μπορούσε να δώσει και μια συγκριτική ανάλυση των χαρακτηριστικών αγροτουριστικών μονάδων μεταξύ άλλων ευρωπαϊκών χωρών, μεσογειακών και μη, με σκοπό να αποτυπωθεί η υφιστάμενη κατάσταση και να διεξαχθούν συμπεράσματα σε ευρωπαϊκό πλέον επίπεδο.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική

Άγνωστος Συντάκτης, 2004 , Ποιοτικός εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων, Η Καθημερινή, Αθήνα (19-6-2004)

Αγροτουρισμός, 2004-2006, περιοδική έκδοση της εφ. Το Βήμα, τεύχη 1 έως 14, Αθήνα

Ανθοπούλου, Θ., Ιακωβίδου, Ο., Κουτσούρης, Α., Σπιλάνης, Ι., 2000, Χωρικές και Αναπτυξιακές Διαστάσεις του Αγροτουρισμού στην Ελλάδα, Πρακτικά 5ου Πανελληνίου Συνεδρίου Αγροτικής Οικονομίας, Αθήνα.

Αποστολόπουλος, Κ. και Γιάγκου, Δ. (1998). Αγροτουρισμός και Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί: παράγοντες τοπικής ανάπτυξης του ελληνικού αγροτικού χώρου, στο Χ. Ζιωγάνας (Επιμ.), Ανταγωνιστικότητα και Ολοκληρωμένη Ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Οι νέες προκλήσεις για την Ελλάδα. Θεσσαλονίκη: Εταιρία Αγροτικής Οικονομίας, Εκδόσεις ΖΗΤΗ.

Αποστολόπουλος Κ., Θεοδωροπούλου Ε., Τσακατούρα Α., 2000, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού υπαίθρου, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Αθήνα.

Αποστολόπουλος, Κ. και Γιάγκου, Δ., 2005, Ήπιες μορφές τουρισμού, Πανεπιστημιακές σημειώσεις, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα

Αποστολόπουλος, Κ. και Σδράλη Δ., 2007, Ήπιες μορφές τουρισμού, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα.

Αποστολόπουλος Κ., Σδράλη Δ., 2009, Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου, Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές, εκδ. Ελληνοεκδοτική, Αθήνα

Ασκέλη Στ., 2005, Επιχειρήστε...αγροτουριστικά. Πώς να οργανώσετε τη δική σας αγροτουριστική επιχείρηση”, Εναλλακτική τουριστική ανάπτυξη, Αγροτουριστική Α.Ε εκδ. Κέρκυρα, Αθήνα

Ασκέλη Σ., 2007, Επιχειρήστε αγροτουριστικά» εκδ. Κέρκυρα (2η έκδοση) Αθήνα

Αυγούστα Β., 2005, Αγροτουρισμός στο νησί της Αφροδίτης: μια σύγχρονη πρόκληση, Πτυχιακή Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Βαρβαρέσος Σ., 2000, Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές – Η ελληνική πραγματικότητα (Β' Έκδοση), εκδ. Προπομπός Αθήνα

ΓΕΩ.ΤΕ.Ε., 2000, Ορεινές και Μειονεκτικές Περιοχές της Ελλάδας, Αγρο(το)τουρισμός. Ιακωβίδου, Ο., Βόλτσου, Α., Βλάχου, Χ. και Παρταλίδου, Μ. (Επιμ.). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Γεωτεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδας.

Γιδαράκου Ι., 2005, Γυναικεία συνεταιριστική επιχειρηματικότητα: θεωρία και πρακτική. Εισήγηση στην Ημερίδα του ΙΣΕΜ (Ινστιτούτου Συνεταιριστικών Ερευνών και Μελετών)

με τίτλο: Γυναικεία Συνεταιριστική Επιχειρηματικότητα του Ελληνικού Αγροτικού Χώρου. Αθήνα, 2/11/2005.

Δαράκης Ι., 2009 , Ο αγροτουρισμός και η περίπτωση του στο νησί της Κρήτης, Διπλωματική Εργασία, Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης

Εθνικό Κέντρο Πιστοποίησης Δομών Δια Βίου Μάθησης, Επαγγελματικό περίγραμμα του αγρότη-υπευθύνου αγροτουριστικής μονάδας <http://www.ekepis.gr>

Ελληνική Προδιαγραφή ΕΛΟΤ ΠΡΔ 1417, Αγροτουρισμός – Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους. παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού, ΕΛΟΤ, Αθήνα 2003

ΕΛΟΤ, 2003, Ελληνική Προδιαγραφή ΠΡΔ 1417, Αγροτουρισμός – Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους. παροχείς υπηρεσιών αγροτουρισμού, Αθήνα

Εμμανουηλίδου Μ., 2005, Leader: Η Πρωτοβουλία για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού στην ελληνική ύπαιθρο, 5<sup>ο</sup> Μεσογειακό Συνέδριο για την Κοινωνιολογία του Τουρισμού, Θεσσαλονίκη 22-24 Σεπτεμβρίου 2005

Έξαρχος Γ., Καραγιάννης Στ., 2004, Αγροτουρισμός ως μοχλός για την ανάπτυξη της υπαίθρου, Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, Θεσσαλονίκη.

Ευρωπαϊκή Αναπτυξιακή και Εκπαιδευτική Εταιρεία (ΕΥΡΑΝΕΚ), 2006, Εναλλακτικές Μορφές Απασχόλησης -Συνεχιζόμενη Κατάρτιση στις Αγροτικές Περιοχές, Μελέτη για τις εκπαιδευτικές ανάγκες στον Αγροτικό Τουρισμό και στη Βιολογική Γεωργία στην Ελλάδα

Ιακωβίδου Ο. ,1988, Επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού στην αγροτική κοινωνία της Χαλκιδικής, Διδακτορική Διατριβή, Παράρτημα 2 του κζ τόμου, Θεσσαλονίκη

Ιακωβίδου Ο., 1992, Ο ρόλος των γυναικείων συνεταιρισμών στην προώθηση του αγροτουρισμού στην Ελλάδα, περιοδικό Συνεταιριστική πορεία, τεύχος 27, Αθήνα.

Ιακωβίδου, Ο., 1998, Αγροτουρισμός και Τοπική Ανάπτυξη, στα Πρακτικά 1<sup>ου</sup> Συνεδρίου Αναπτυξιακής Προοπτικής Θάσου, 4-6 Σεπτεμβρίου (σελ.94100). Πρίνος: Εταιρία Μελέτης και Προβολής της Θάσου

Ιακωβίδου, Ο. και Παρταλίδου, Μ., 2002, Η ποιότητα ως Προϋπόθεση Ανάπτυξης του Αγροτικού Τουρισμού, Επιθεώρηση κοινωνικών ερευνών, τευχ.59 σελ. 108-109,325-345, Αθήνα

Ιακωβίδου Ο., 2006, Εμπειρίες από την ανάπτυξη του Αγροτικού Τουρισμού στην Ελλάδα, Εισήγηση στο 1ο συνέδριο τουριστικής ανάπτυξης, Αθήνα 23-24/3/2006

Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης, 2008, Οδηγός Τουρισμού της Υπαιθρου για τους Φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Κεντρική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων Ελλάδας, Αθήνα 2008

Ιωακειμίδης Α., 2009, Αγροτουρισμός στο νομό Θεσσαλονίκης, Διπλωματική Εργασία, Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης

Καλδής Π., Θεοδωροπούλου Ε., Αλεξόπουλος Γ., Γιαννουζάκου Α., 2000, Αγροτουρισμός και Ανάπτυξη, Εκδοση Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Αθήνα

Καλοκάρδου Ρ., Κραντονέλλης Κ, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κρίσιμες χωρητικότητες σε τουριστικές περιοχές της δυτικής Ελλάδας”, HELENCO '05, Αθήνα, 3-6 Φεβρουαρίου 2005

Καραγιάννης Στ., 1999, Ύπαιθρος χώρα, Πλέθρον, Αθήνα.

Κιμουρτζάκης Γ., 2004, Οι επιχειρήσεις φιλοξενίας αγροτικού τουρισμού στο Νομό Πέλλας, Μεταπτυχιακή Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Κίτσιος Φ., Καραγιάννης Σ., 2010, Η συμβολή της ανάπτυξης νέων υπηρεσιών στη στρατηγική των αγροτουριστικών επιχειρήσεων Μια προτεινόμενη έρευνα πεδίου, Κείμενα Περιφερειακής Επιστήμης, Τόμος 1(1), Δεκέμβριος 2010, σελ. 19-36

Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., 2003, Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον, Κριτική, Αθήνα.

Κονταξάκη Α., 2008, Αναπτυξιακές πρωτοβουλίες στον αγροτουρισμό στο νομό Χανίων, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης 2008

Κοντοστόνος Σ., 2008, Αγροτουρισμός & άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, Ευκαιρίες χρηματοδότησης, 11/06/2008 <http://agrotourismos.wordpress.com/>

Κοτόφωλος Γ., 2004, Λύση για την Ελλάδα ο υψηλός τουρισμός, εφ. Η Καθημερινή, Αθήνα. (4-7-2004)

Κουσουνής Στ., 2003, Επενδύσεις αγροτουριστικής ανάπτυξης, εφ. Η Καθημερινή, Αθήνα (28-10-2003)

Κουσουνής Στ., 2004, Στρατηγική αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης, εφ. Η Καθημερινή, Αθήνα. (29-8-2004)

Λαγός Δ., 2006, Ο αγροτουρισμός ως παράγοντας ανάπτυξης του νομού Αρκαδίας, 1<sup>ο</sup> Παγκόσμιο Παναρκαδικό Διαδικτυακό Συνεδρίου, Αθήνα Ιούνιος 2006

Λαζαρίδης Ι., 2011, Αγροτουριστικό Μάρκετινγκ, Επιχειρηματικότητα και διαχείριση δραστηριοτήτων Μάρκετινγκ στην περίπτωση ελληνικών αγροτουριστικών επιχειρήσεων” Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Λογοθέτης Μ., 1998, Αγροτικός τουρισμός: μια εναλλακτική λύση, Αθήνα.

Λουβερδής Α., 2006, Αγροτουρισμός & γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Λυρουδία Χ., 2010, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και η ανάπτυξη τους στην Ελλάδα, Διπλωματική Εργασία, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης

Μαντζουράνη Κ, Τζιφάκη Χ 2006, Επιπτώσεις-προοπτικές εξέλιξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα, Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης

Μανώλογλου Ε. (1993) Εγχειρίδιο Αγροτουρισμού, Διακρατικό πρόγραμμα ALTUR-EOT, Αθήνα

Μοίρα, Π. (2003), Σημειώσεις Αγροτουρισμός και Πολιτιστικός Τουρισμός Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, Αγρίνιο.

Μπαλιάμη Ε., 2007, Η τόνωση της ελληνικής ορεινής οικονομίας μέσω των νέων μορφών τουρισμού και η συμβολή του εκτελεστικού προσωπικού των εταιρειών εναλλακτικού τουρισμού, Διπλωματική Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Μπάντουβα Ε., 2008, Ανάπτυξη αγροτουρισμού στο νομό Ηρακλείου. Μελέτη περίπτωσης αγροτουριστικού καταλύματος « Αρόλιθος», Πτυχιακή Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα

Μπράτσα Α., 2009, Αγροτουρισμός: μια εμπειρική ανάλυση των περιεχομένων ιστοσελίδων, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Νίνα-Παζαρζή Ε., “Maison d’Europe” με θέμα “Ευρωπαϊκά Προγράμματα Επαγγελματικής Κατάρτισης”, Διεθνές Συνέδριο της Διεθνούς Ομοσπονδίας, 1993

Ξενία, 2004, Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας Κρήτης τ.222 Μάρτιος 2004, σελ. 43-54

Παπαγεωργίου Κ., 2005, Νομικές μορφές και χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων και ειδικότερη αναφορά στις συνεταιριστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, Πρακτικά 1η Δημερίδα Επιχειρηματικότητας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα 17/03/2005-18/03/2005:

Παπαγεωργίου Χ., Αλεμπάκη Μ., 2008, Η Ανάπτυξη του Αγροτικού Τουρισμού στο Νομό Φλώρινας. Πολυτομεακή ανάπτυξη και εναλλακτικός τουρισμός. Ανταγωνιστικότητα – Περιβάλλον –Ποιότητα Ζωής και Αγροτική Ανάπτυξη, 10ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας ΕΤ.ΑΓΡ.Ο., 27–29 Νοεμβρίου

Παπασταύρου Μπ., 2007, Στρατηγική ανάπτυξη της άλλης Ελλάδας, περιοδικό Tourism & Property, vol.2, Αθήνα.

Παρταλίδου, Μ., 2002 Προσανατολισμοί Ποιότητας. Η Περίπτωση του νομού Θεσσαλονίκης. Μεταπτυχιακή Διατριβή. Τμήμα Γεωπονίας Α.Π.Θ.

Παρταλίδου Μ., 2005, Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού. Διδακτορική Διατριβή, Θεσσαλονίκη: Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής.

Πέτρου Α., 2005, Οικονομικά θέματα ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού σε μειονεκτικές περιοχές, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Πατρών

Ριζοπούλου Β., 2010, Συστήματα Ποιότητας στον Αγροοικοτουρισμό: Η περίπτωση της περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδας, Διπλωματική Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Ρόκου Τ., 2010, Η πορεία του αγροτουρισμού στην εποχή της οικονομικής κρίσης, Travel Daily News, 30 Απρίλιος 2010  
<http://www.traveldailynews.gr/news/article/47277>

Σδράλη Δ., 2005, Σχεδιάζοντας μια αγροτουριστική επιχείρηση: Βήματα υλοποίησης και ανάπτυξης, Διδάκτωρ Χαροκοπέιου Πανεπιστημίου, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, Επιχειρείν- Καινοτομείν (17/03/2005)

Συμεωνίδου Π., 2009, Ανταγωνιστικότητα και βιωσιμότητα αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, Διδακτορική Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Συνοδινού Λ., 2008, Αγροτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης της υπαίθρου: η περίπτωση του νομού Ιωαννίνων, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Σφακιανάκης Μ.Κ., 2000, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, εκδ. Έλλην, Αθήνα

Τομαράς Π., Λάγος Δ., 2007, Ο Αγροτουρισμός ως Παράγοντας Τοπικής Ανάπτυξης: Η περίπτωση της Ελλάδας, Τόπος, Επιθεώρηση χωρικής ανάπτυξης, σχεδιασμού και περιβάλλοντος, 24-25/2005, σσ. 5-16 (30-05-2007) Διαθέσιμο:  
<http://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/1954>

Τσάρτας, Π., Θανοπούλου, Μ., 1994, Γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα, Μελέτη αποτίμησης της λειτουργίας τους, Κέντρο ερευνών για τις γυναίκες της Μεσογείου, Αθήνα.

Τσάρτας, Π., 1996, Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό, εκδ. Εξάντας. Αθήνα.

Τσάρτας, Π., 1996, Αειφορική Ανάπτυξη και Τουρισμός: προβληματισμοί και προτάσεις για ένα διαφορετικό τύπο τουριστικής ανάπτυξης, στο Λάσκαρις Κ. (επιμ.) Sustainable development: Θεωρητικές προσεγγίσεις μιας κρίσιμης έννοιας, εκδ. Παπασωτηρίου Α, Αθήνα.

Τσίτουρας Αν., 1998, Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και οι ανταγωνίστριες χώρες, ΙΤΕΠ, Αθήνα.

Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων (ΥΠΕΠΘ), "Αγροτουρισμός και Ανάπτυξη", Τομέας Γεωπονίας, Τροφίμων και Περιβάλλοντος, Ειδικότητα Περιβάλλοντος και Αγροτουρισμού, Τεχνικά Επαγγελματικά Εκπαιδευτήρια, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, Α' Έκδοση, Αθήνα, 2003

Χριστοφορίδου Σ., 2008, Βόρεια Ελλάδα- Ξυπνάει ο οικότουρισμός, Δημοσιογραφικό Συγκρότημα Μακεδονία, 07/12/2008  
<http://www.makthes.gr/news/economy/29740/>,

## Ξένη

Adams B. B., 2008, *The New Agritourism: Hosting Community and Tourists on Your Farm*, National Lilac Publishing LLC

Aggelopoulos S., Kamenidou I., Pavloudi A., 2008, Women's business activities in Greece: The case of agro-tourism, *Tourism Original Scientific Papers*, Vol. 56 No 4/ 2008/ 371-384

Alston, M. and Wilkinson, J., 1998, Australian farm women – shut out or fenced in? The lack of women in agricultural leadership. *Sociologia Ruralis*, 38 (3): 391–408.

Amaral N. K, Edgar L. D., 2010, *Agricultural Communication Students' Perceptions, Knowledge and Identified Sources of Information about Agritourism* University of Arkansas, Department of Agricultural Extension and Education 2010  
Available at: <http://agnews.tamu.edu/saas/saasproceedings.html>

Ainley S., Smale B., 2010, A Profile of Canadian Agritourists and the Benefits They Seek, *Journal of Rural and Community Development* 5, 1/2 (2010) 58–75

Anthopoulos Th., Iakovidou O., Koutsouris A., & Spilanis I., 1998, Spatial and Developmental Dimensions of Agrotourism in Greece, *Proceedings of 5th Panhellenic Conference on Rural Economy* (pp. 23-28). Athens.

Anthopoulos T., Dimopoulou H., Gidarakou I, Kazakopoulos L., Skordili S., Stratigaki M., 2005, Women towards Ownership, in *Business and Agriculture, Hellenic country report*, Kekmokop Centre For Social Morphology And Social Policy, Panteion University, Athens, Hellas

Australia, 2003, *Green Paper: A Medium to Long Term Tourism Strategy*. Commonwealth of Australia, Canberra.

Barbieri, C., 2006, *Farm and ranch diversification: A strategy for confronting the changing agricultural context in Texas*. Unpublished doctoral dissertation, Michigan State University.

Barbieri, C., Mahoney, E., & Butler, L., 2008, Understanding the nature and extent of farm and ranch diversification in North America. *Rural Sociology*, 73(2), 205–229.

Barbieri, C. and Mshenga, P. M., 2008, The Role of the Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agritourism Farms, *Sociologia Ruralis*, 48 (2), pp. 166-183.

Barbieri C, 2010, An Importance-Performance Analysis Of the Motivations Behind Agritourism and Other Farm Enterprise Developments in Canada, *Journal of Rural and Community Development* 5, 1/2 (2010) 1–20

Barry, J.J., and D. Hellerstain.,2004, "Chapter 9: Farm Recreation." In: *Outdoor Recreation for 21st Century America* pp.149-167. A Report to the Nation: The National Survey on Recreation and the Environment. H.K. Cordell, Principal Author. Venture Publishing, Inc. State College, PA. 293

Baum J. R. , Edwin A. L. , and Shelley A. K., 1998, A Longitudinal Study of the Relation of Vision and Vision Communication to Venture Growth in Entrepreneurial Firms, *Journal of Applied Psychology*, vol. 83, pp. 43-54

Beeton S., 2004, Rural Tourism in Australia — Has the Gaze Altered? Tracking Rural Images through Film and Tourism Promotion, *International Journal Of Tourism Research* 6, 125–135 (2004)

Beurle D., 2011, Agri-Tourism Development Workshop, Oregon Tourism Studio

Beus C. E, 2008, Agritourism: Cultivating Tourists on the Farm, Draft paper submitted as an Extension Bulletin in the Farming the Northwest Series.

Bock, Ir. B.B., 1994, Female Farming in Umbrian Agriculture in L. van der Plas and M. Fonte (eds.) *Rural Gender Studies in Europe*. Assen/Maastricht: Van Gorcum, pp. 91-107.

Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., Ilbery, B., & Shaw, A., 1996, The development of alternative farm enterprises: a study of family labour farms in the Northern Pennines of England. *Journal of Rural Studies*, 12, 285–295.

Brandth, B., 2002, Gender identity in European family farming: A literature review. *Sociologia Ruralis*, 42 (3): 181–200.

Breusch, J., 2006, Incentives schemes to encourage green farmers. *The Australian Financial Review*, p. 3. (12/04/2006).

Bubendorf, T.S., 1993, Agri-Tourism in Slovakia. MSc thesis, Swiss Federal Institute of Technology, Faculty of Agriculture, Zurich, Sweden & Agricultural University, Faculty of Economics, Dept. of Regional Development, Nitra, Slovakia.

Busby, G. and Rendle, S., 2000, The Transition from Tourism on Farms to Farm Tourism, *Tourism Management*, 21 (6), pp. 635-642.

Butts, S., McGeorge, A., & Briedenhann, J., 2005, The great cornish maize maze: low risk, low cost, high yield. *Culture and Agriculture*, 27, 61–68.

Canadian Tourism Commission, 2004, *Discovering heritage tourism: Practical ideas for the tourism industry*. Ottawa, ON, Canada.

Carlsen J., Getz D. and Morrison A., 2004, *The Family Business in Tourism and Hospitality*, CABI Publishing, USA

Caron S., 2001, Tourisme rural : Pas sérieux, s'abstenir, *Jeunes Agriculteurs*, N° 563, Juillet/août 2001, Available at: <http://ja.web-agri.fr/moteur/563/563P26.html>

Carpio C. E., Wohlgenant K. M., 2006, The Demand for Agritourism in the United States, Selected Paper prepared for presentation at the Southern Agricultural Economics Association Annual Meetings, Orlando, Florida, February 5-8,2006

Carpio E. C., Wohlgenant K. M., Boonsaeng T., 2008, The Demand for Agritourism in the United States, *Journal of Agricultural and Resource Economics* 33(2):254-269



Cavaco C., 1995, Rural Tourism: The creation of new tourist spaces, A. Montonari, & A.M. Williams (eds) European Tourism, pp 125-149

Che, D., Veeck, A., & Veeck, G., 2005, Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations. Agriculture and Human Values, 22, 225–234.

Che D., Veeck A., Veeck G., 2006, Demographic characteristics and motivations of michigan agritourists , Western Michigan University Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium (GTR-NRS-P-14)

China National Tourism Administration (CNTA), 2006, Combining agriculture and tourism is a big article in new rural area construction.

China National Tourism Administration (CNTA), 2007a, Public Report on China Tourism Statistics 2006.

Clarke, J., 1999, Marketing structures for farm tourism: beyond the individual provider of rural tourism. Journal of Sustainable Tourism, 7, 26–47.

Cloke, P. and Little, J. (eds), 1997, Contested countryside cultures: otherness, marginalisation and rurality. London: Routledge.

Cooper A.C., Gimeno-Gascon F.J. and Woo C.Y., 1994, Initial human and financial capital as predictors of new venture performance, Journal of Business Venturing, vol. 9, pp. 331– 395

DEAT (Department of Environmental Affairs and Tourism),1996, The development and promotion of tourism in South Africa . Available at: <http://www.info.gov.za/whitepapers/1996/tourism.htm>

DEAT (Department of Environmental Affairs and Tourism),1998 Tourism in GEAR Development Strategy 1999–2000. Pretoria: RSA.

De Micheli, A., 2003, Agriturismo in Italia. In Proceedings of congress in AGROTICA, Thessaloniki from the World Wide Web: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

Di Domenico, M., & Millar, G., 2007, Are plastic cows the future for farming? Implications of an alternative diversification model. In J. Tribe, & D. Airey (Eds.), Developments in tourism research (pp. 21–32). Oxford: Elsevier.

Dora Ann Hatch, 2008, Agritourism, a new agricultural business enterprise Community Rural Development, Pub. AC-5 7M 08/08

Dosa T., 2006, Agritourismul, Consiliul european Revistă de informare si analiză pe teme de integrare europeană dezvoltată de Corpul Consilierilor de Integrare, nr. 4

DOT (Department of Tourism), 1993, Rural Tourism: Tourism Discussion Paper Number 1, Commonwealth Department of Tourism, Canberra

DOT (Department of Tourism), 1994, National Rural Tourism Strategy, Commonwealth Department of Tourism, Canberra.



Doyon M., Bourdeau L., Charron I., 2006, The Relationship between Farmers' Values and the Decision to Practise Agrotourism: An Exploratory Study, *Current Agriculture, Food & Resource Issues*, Number 7 / 2006 / p. 75 - 84

Echtner C., 1995, Entrepreneurial Training in Developing Countries, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, pp. 119-134

Eckert J., 2008, Harvesting travel dollars through agritourism. Presentation at the Arkansas Governor's Conference on Tourism, Rogers, AR. March 2008.

Evans, N. J., & Ilbery, B. W., 1989, A conceptual framework for investigating farmbased accommodation and tourism in Britain. *Journal of Rural Studies*, 5, 257–266.

Evans, N., Morris, C. and Winter, M., 2002, Conceptualizing Agriculture: A Critique of Post- Productivism as the New Orthodoxy, *Progress in Human Geography*, 26 (3), pp. 313-332

Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism: An introduction* (2nd ed.). Routledge, New York.

Fleischer A. and Felsenstein D., 2000, Support for Rural Tourism Does it Make a Difference?, *Annals of Tourism Research*, vol. 27, pp. 1007-1024

Fleischer, A., & Tchetchik, A., 2005, Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism Management*, 26, 493–501.

Frater, J. M., 1983, Farm Tourism in England: planning, funding, promotion and some lessons from Europe, *Tourism Management*, Vol 4, pp. 167-179

Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: A Scottish perspective. *Tourism Management*, 26, 335–346.

Gao S., 1997, The experiences, problems and solutions of poverty alleviation through tourism, *Tourism Tribune* 12(4): 4.

Gao S, 2008, The current state and new development ideas of China's rural tourism. In *Analysis and Forecast of China's Tourism Development 2008*,

Gao S., Huang S., Huang Y., 2008, Rural Tourism Development in China, *International Journal Of Tourism Research* 11, 439–450 (2009)

Garcia – Ramon, M., Ganoves, G. and Valdovinos, N., 1995,. Farm tourism, gender and the environment in Spain, *Annals of tourism research*, 22(2): 267-282.

Gasson, R., 1973, Goals and values of farmers. *Journal of Agricultural Economics*, 24(3), 521–542.

Gaworecki, W., 2006. *Turystyka*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, Barke, M., 2004, Rural tourism in Spain, *International Journal of tourism Research*, vol. 6(3), pp.137-149.

Getz D. and Carlsen J., 2000, Characteristics and goals of family and owneroperated businesses in the rural tourism and hospitality sectors, *Tourism Management*, vol.21, pp. 547-560

Giagou, D. and Apostolopoulos, C. ,1996, Rural Women and the Development of the Agritouristic Cooperatives in Greece: the Case of Petra, Lesvos, *Journal of Rural Cooperation*, 24:143-155.

Gidakou, I., 1999, Endogenous rural development and female employment in Kasimis C. and Louloudis L. (eds.) *Rural space: the Greek agricultural society at the end of the 20th century*. Athens: Plethron (in Greek).

Gidakou, I., 1999, Indigenous Development in Countryside and Women Employment in Kasimis, H. and Louloudis, L (eds.) *Greek Rural Society in the End (~l the Twentieth Century*. Athens: NCSR, pp. 189-216 (in Greek).

Gidakou, I., 1999, Young women's attitudes towards agriculture and women's new roles in the Greek countryside: a first approach, *Journal of Rural Studies*, vol. 15, no. 2, pp. 147–158.

Gidakou, I., Xenou, A. and Theofilidou, K., 2000, Farm women's new vocational activities: prospects and problems of women's cooperatives and small on-farm businesses in Greece". *Journal of Rural Cooperation*, 28 (1): 19–37.

Gidakou, I. ,2002, Πολυδραστηριότητα και Τοπική Ανάπτυξη (Pluriactivity and local development), paper presented at the ETAGRO Congress, Florina, Greece, May 2002

Gilmor, D. A. 1986. Behavioural studies in agriculture: Goals, values and enterprise choice. *Journal of Agricultural Economic and Rural Sociology*, Vol. 11: 19-33.

Gladstone, J., & Morris, A., 2000, Farm accommodation and agricultural heritage in Orkney In F. Brown (Ed.), *Tourism in peripheral areas: Case studies* (pp. 91–100), Clevedon: Multilingual Matters Limited.

Gopal R., Varma S, Gopinathan R., 2008, Rural Tourism Development: Constraints and Possibilities with a special reference to Agri Tourism, A Case Study on Agritourism Destination – Malegoan Village, Taluka Baramati, District Pune, Maharashtra, Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, 15-17 May 2008, Indian Institute of Management Kozhikode (IIMK)

Hall, C.M., 1997, *Introduction to Tourism in Australia: Impacts Planning and Development* (Second Edition), Longman, Australia.

Hall, D., Mitchell, M., & Roberts, L., 2003, Tourism and the countryside: Dynamic relationships. In D. Hall, L. Roberts, & M. Mitchell, (Eds.). *New Directions in Rural Tourism* (pp. 3-15). Ashgate Publishing Limited: Vermont.

Hegarty C., Przezborska L.,2005, Rural and Agri-Tourism as a Tool for Reorganising Rural Areas in Old and New Member States — a Comparison Study of Ireland and Poland, *International Journal Of Tourism Research* 7, 63–77 (2005)

Hjalager, A.-M., 1996, Agricultural Diversification into Tourism : Evidence of a European Community Development Programme, *Tourism Management*, 17 (2), pp. 103-111.

Holbrook, M. B. 1999. *Consumer Value: A Framework for Analysis and Research*, chapter 1, 2-25. London: Routledge.

Holmes, J., 2006, Impulses towards a multifunctional transition in rural Australia: Gaps in the research agenda. *Journal of Rural Studies*, 22(1), 142-160.

Iakovidou, O., 1992, The Role of the Women's Agrotourism Cooperatives for Promotion of Agrotourism in Greece, *Sineteristiki Poria*, 27:137-145 (in Greek).

Iakovidou, O., 1995, Rural Tourism, Paper presented at the Congress of Geotechnical Chamber. Athens: 10-12.12.95 (in Greek).

Iakovidou, O., 1997, Agro-tourism in Greece: the case of women agro-tourism co-operatives of Ambelakia. *MEDIT*, 1, 44-47.

Iakovidou, O. and Partalidou, M., 2001, Quality Directions in Rural Tourism in Greece, Paper presented to the International Conference New Directions in Managing Rural Tourism and Leisure, 5-6.9.01.

Iakovidou O., 2002, Women's Agrotourist Cooperatives in Greece: Key Elements for Their Successful Operation, *Journal of Rural Cooperation*, 30( 1) 2002: 13-24

Idda L., Furesi R., Pulina P., 2005, Mid Term review e multifunzionalità, *Rivista di Economia Agraria*, n. 2.

Ilbery, B., 1991, Farm diversification as an adjustment strategy on the urban fringe of the West Midlands, *Journal of Rural Studies* 7(3): 207-218.

Ilbery, B., Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., & Shaw, A., 1998, Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: a case study from the Northern Pennines, England. *Regional Studies*, 32, 355-364.

Ioannides D. and Petersen T., 2003, Tourism 'non-entrepreneurship' in peripheral destinations: A case study of small and medium tourism enterprises on Bornholm, Denmark, *Tourism Geographies* vol.5, pp. 408-435

ISTAT-National Institute of Statistics, 2008, *Statistiche Agriturismo*, published 15/11/2009

Jackson J. Murphy P., 2006, Clusters In Regional Tourism An Australian Case, *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 4, pp. 1018-1035, 2006

Jan W. te Kloeze, The Netherlands: A Rural and Agri Tourist Product, Wageningen International Centre of Excellence on Development of Sustainable Leisure  
Available at: [http://mdmst.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub\\_65348.ppt](http://mdmst.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_65348.ppt)

Jaworski, A., & Lawson, S., 2005, Discourse of Polish agritourism: global, local, pragmatic. In A. Jaworski, & A. Pritchard (Eds.), *Discourse, communication, and tourism* (pp. 123-149). Clevedon: Channel View Publications.

- Ji H., 1985, Relying on landscape to live: a report on farmer tourism business owners in Emei Mountain of Sichuan. *People's Daily* (18 November 1985): 2.
- Kazakopoulos L., Gidarakou I., Theofilidou K., 2003 Women's Cooperatives in Greece and the Niche Market Challenge, *Journal of Rural Cooperation*, 31(1) 2003:25-45
- Keane, J., Quinn J., 1990, Rural development and rural tourism. Galway: SSRC, University college.
- Kepe T., Ntsebeza L., Pithers L., 2001, Agri-Tourism Spatial Development Initiatives In South Africa: Are They Enhancing Rural Livelihoods?, Department for International Development, Natural Resource Perspectives, Number 65, 03/2001
- Kizos, T., & Iosifides, T., 2007, The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12, 59–77
- Knowd I., 2001, Rural Tourism: Panacea and Paradox Exploring the Phenomenon of Rural Tourism and Tourism's Interaction with Host Rural Communities, UWS Hawkesbury, Originally Produced as a "Briefing Paper on Rural Tourism", 1998
- Koutsou, S., 2000, Women's agrotouristic cooperatives: difficulties to link them to local development. Paper presented at the 6th Pan-Hellenic congress of agricultural economy, Thessaloniki-Greece, 24–25 November 2000 (in Greek).
- Koutsou S., Iakovidou O., Gotsinas N., 2003, Women's Cooperatives in Greece: An On-going Story of Battles, Successes and Problems, *Journal of Rural Cooperation*, 31(1) 2003:47-57
- KwaZulu-Natal Tourism Authority, 2005, Agritourism in KwaZulu-Natal, Tourism KwaZulu-Natal Occasional Paper No. 35, August 2005, Available at: [http://www.kzn.org.za/index.php?view\\_page+57988](http://www.kzn.org.za/index.php?view_page+57988)
- Laiou-Antoniou, H., 1985, New forms of women's cooperatives. Athens: General Secretariat of Equality (in Greek).
- Li P., 2008, Study and analysis on alleviating poverty by tourism in poor regions. *Social Sciences Review* 23(5): 53–54.
- Lund-Durlacher D., Zeppenfeld R., 2006, Ecological Agrarian Tourism" – The Present Situation in Germany, GEOTOUR 2006, Košice 5 – 7 October 2006
- MacCannell, D., 1973, Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, 79, 589–603.
- Marques, H., 2006, Searching for complementarities between agriculture and tourism – the demarcated wine-producing regions of northern Portugal. *Tourism Economics*, 12, 147–155.
- McElwee, G., 2006, Farmers as Entrepreneurs: Developing Competitive Skills, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11 (3), pp. 187-206.

McGehee, N. G., & Kim, K., 2004, Motivation for agri-tourism entrepreneurship, *Journal of Travel Research*, 43, 161–170

McGehee, N. G., 2007, An agritourism systems model: a Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15, 111–124

McGehee, N. G., Kim, K., & Jennings, G. R., 2007, Gender and motivation for agritourism entrepreneurship *Tourism Management*, 28, 280–289

McIntosh, A. J., & Bonnemann, S. M., 2006, Willing workers on organic farms (WWOOF): the alternative farm stay experience? *Journal of Sustainable Tourism*, 14, 82–99.

McKercher B. and Robbins B., 1998, Business Development Issues Affecting Nature-Based Tourism Operators in Australia, *Journal of Sustainable Tourism* vol. 6, pp.173–188

McNally, S., 2001, Farm diversification in England and Wales—What can we learn from the farm business survey? *Journal of Rural Studies*, 17(2), 247–257.

Meert, H., Van Huylenbroeck, G., Vernimmen, T., Bourgeois, M. and Van Hecke, E., 2005, Farm Household Survival Strategies and Diversification on Marginal Farms, *Journal of Rural Studies*, 21 (1), pp. 81-97.

Miller D. J., McCullough W. S., Rainey V. D., Das B., 2010, Kansas Agritourism Business Operators: Who They Are, How They Communicate, What They Want to Learn, and How They Want To Learn It (Research) Available at: <http://agnews.tamu.edu/saas/saasproceedings.html>

Morrison Alastair, 1999, Τουριστικό και Ταξιδιωτικό Μάρκετινγκ, Έλλην, Αθήνα.

Muhcina Silvia, 2008, Some considerations on the agritourism product's quality, *IndexCopernicus Journal Abstract*, 10 pp. 64-69

Ndlovu N., Rogerson C.M., 2004, The local economic impacts of rural community-based tourism in the Eastern Cape. *Tourism and development issues in contemporary South Africa* , 436-451. Pretoria: Africa Institute of South Africa.

Nickerson, N., Black, R., & McCool, S., 2001, Agritourism: Motivations behind farm/ranch business diversification. *Journal of Travel Research*, 40(1), 19–26.

OECD, Organisation for Economic Co-operation and Development, 1994, *Tourism strategies and rural development* ,Paris

OECD Organisation for Economic Co-operation and Development, 2001, *Multifunctionality: towards an analytical framework*, Paris

O'Halloran M., Cook S., Sbragi A., Buchanan I., 2000, BTR Occasional Paper Number 30, *Rural Tourism in Australia: The visitor's perspective*, Bureau of Tourism Research, Canberra

Ollenburg, C., 2006, Farm tourism in Australia: a family Business and rural studies perspective Doctor of Philosophy Christian-Albrechts University of Keil (Germany) and Griffith University (Australia)

Ollenburg, C., & Buckley, R., 2007, Stated economic and social motivations of farm tourism operators. *Journal of Travel Research*, 45(4), 444–452.

Oppermann, M., 1996, Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23, 86–102

O'Toole, K. and Macgarvey, A., 2003, Rural women and local economic development in south-west Victoria". *Journal of Rural Studies*, 19: 173– 186.

Overbeek, G., Efstratoglou, S., Haugen, M. & Saraceno, E. (1998) 'Labour situation and strategies of farm women in diversified rural areas of Europe', CAP Study, CEC, Luxembourg.

PA Cambridge Economic Consultants, 1987, A Study of Rural Tourism", English Tourist Board and Rural Development Commission

Papagaroufali, E., 1994, Women's cooperatives in rural Greece: an alternative form of work against unemployment" in Nicolaou-Smokoviti, L., Széll, G. Women's Cooperatives and their Contribution to the Local Development 41 (eds) Participation, organizational effectiveness and quality of work life in the year 2000, Peter Lang. Frankfurt am Main: 193–199.

Petrić, L., 2003, Constraints and possibilities of the rural tourism development with the special stress on the case of Croatia. Paper presented at the ERSA 2003 Congress, Finland. Available at:  
<http://www.ersa.org/ersaconfs/ersa03/cdrom/papers/105.pdf>

Petrișor-Mateuț O., 2008, Agro-Tourism In The European Union And Romania, *Agora International Journal of Economical Sciences* (Volume II, No. I)

Pettersen, L.T. and Solbakken, H., 1998, Empowerment as a strategy for change for farm women in western industrialized countries". *Sociologia Ruralis*, 38 (3): 318–330.

Phelan C., Sharpley R., 2010, Agritourism and the farmer as rural entrepreneur: a UK analysis, Paper presented at the 'NeXT Tourism Entrepreneurship Conference', Wilfrid Laurier University, Waterloo, Ontario, Canada, 26th-27th April 2010.

Phillip S., Hunter C., Blackstock K., 2009, A typology for defining agritourism, *Tourism Management*, 31, 754–758

Pittman M. H., 2006, Planting the Seeds for a New Industry in Arkansas: Agritourism, A National Agricultural Law Center Research Publication August 2006

Pop I., Stanca I., Matei F., 2008, Web pages, a viable solution for the development of the agritourism in Romania, *Bulletin Uasvm, Horticulture* 65(2)/2008 pISSN 1843-5254; eISSN 1843-5394

Porcaro P., 2009, Agritourism in Italy, ISS Institute/Italy Fellowship (International Specialised Skills Institute)

Porta F., 1997, Sustainable Tourism and Economy; Territory and Heritage, Revue de Tourisme.

Privitera D., 2009, Factors Of Development Of Competitiveness: The Case Of Organic-Agritourism, Paper prepared for presentation at the 113<sup>th</sup> EAAE Seminar "The Role Of Knowledge, Innovation And Human Capital In Multifunctional Agriculture And Territorial Rural Development", Belgrade, Republic of Serbia December 9-11, 2009

Przezborska L., 2005, in Roberts L., Hall D. and Mitchell M. (2005) New Directions in Rural Tourism, Ashgate Publishing Limited, England

Richards, S. T. and Bulkley, S. L., 2007, Agricultural Entrepreneurs: The First and the Forgotten? (Washington D.C: Hudson Institute Center for Employment Policy).

Rilla E., 1998, Unique Niches: Agritourism in Britain and New England, University of California, Davis, p. 40, 1998. Available at:  
<http://sfp.ucdavis.edu/agritourism/printer.html>

Roberts I. and Hall D., 2001, Rural tourism and recreation: principles to practice, Cabi publishing, London

Robinson P.B. and Sexton E.A., 1994, The effect of education and experience on self-employment success, Journal of Business Venturing , vol. 9, pp.141– 156.

Robinson G., 2004, Geographies of agriculture: Globalisation, restructuring and sustainability. Harlow: Pearson Education Limited.

Rogerson C.M., Visser G., 2004, Tourism and development in post-apartheid South Africa: A ten-year review. Tourism and development issues in contemporary South Africa , 2–25. Pretoria: Africa Institute of South Africa.

Rural Development Commission, 1996, The Impact of Tourism on Rural Settlements, London

Sachs, C., 1996, Gendered fields: Rural women, agriculture and environment. Oxford: Westview Press.

Santeramo F. G., Seccia A., Blasi G. De, Carlucci D., 2008, Agritourism flows to Italy: an analysis of determinants using the gravity model approach, Paper prepared for presentation at the 107th EAAE Seminar "Modeling of Agricultural and Rural Development Policies". Sevilla, Spain, January 29th -February 1st, 2008

Shao Q, 2007b, Develop rural tourism and facilitate new rural area construction. Qiushi 2007: 42–44.

Sharpley R. 1996, Tourism and leisure in the countryside (2<sup>nd</sup> ed.) EML Publications, Huntington

Sharpley R. and Sharpley J., 1997, Rural tourism. an introduction, International Thomson Business Press, London



Sharpley, R. and Vass, A., 2006, Tourism, Farming and Diversification: An Attitudinal Study, *Tourism Management*, 27 (5), pp. 1040-1052.

Sonnino, R. ,2004, For a 'Piece of Bread'? Interpreting sustainable development through agritourism in Southern Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 44, 285–300.

Su B., 2011, Rural Tourism in China, *Tourism Management* 32 (2011) 1438-1441

Sun W.F., 2009, Farmer families operating Nongjale reached 1.3 millions. Available at <http://www.92696.com/Html/?912.html>

Sznajder, M., Przeborska, L., & Scrimgeour, F. (2009). *Agritourism*. Oxfordshire, UK: CABI.

Szymon Krzeski, 2005, Promotion in agro-tourist companies in the region of Warmia and Mazury in Poland, Master's thesis, Bournemouth University in the UK

Tefler, D.J., 2002, Tourism and regional development issues, In: Shapley, R. and Tefler, D.J., (eds) *Tourism and Development: Concepts and Issues*, Clevedon: Channel View Publications.

Tew C., 2010, Importance of agritourism for agripreneur goal accomplishment, Master thesis, University of Missouri

Thibal, S., 1988, *Rural Tourism in Europe*. Strasbourg: Council of Europe.

Topcu E, 2007, Agri-tourism: as a new element of country planning, master thesis, The graduate school of natural and applied sciences of middle east technical university

Tsartas, P. and Thanopoulou, M., 1994, Women's agrotouristic cooperatives in Greece. Athens: Mediterranean Women's Studies Institute (in Greek).

Turner, M., Winter, D., Barr, D., Fogerty, M., Errington, A., Lobley, M., et al., 2003, *Farm Diversification Activities 2002: Benchmarking Study (Final Report by the Universities of Exeter and Plymouth to Defra. CRR Research Report 4)*. Exeter, UK: University of Exeter. Retrieved October 23, 2009, from <http://statistics.defra.gov.uk/esq/reports/farmdiv/default.asp>

Turner, Martin and Michael Winter. 2003. *Farm diversification activities: Benchmarking study 2002*. Final report to the Department of Environment, Food and Rural Affairs by the Centre for Rural Research, University of Exeter; and the Rural and Tourism Research Group, University of Plymouth.

Tyler M., 1996, *Living in the Environmental*, Wadsworth Publishing, New York.

Vakoufari H., Kizos T., Spilani I., Koulouri M., Zacharaki A., 2007, Women's Cooperatives and their Contribution to the Local Development of the North Aegean Region, Greece, *Journal of Rural Cooperation*, 35(1) 2007:19–41

Valls J.F., Porta F., 1997, Sustainable Tourism and Economy; Territory and Heritage, *Revue de Tourisme*.



- Ventura, F., 1994, Women in Italian Agriculture: New Roles, New Problems in Plas L. van der and Fonte, M. (eds.) Rural Gender Studies in Europe. The Netherlands: Van Gorcum. pp. 80-90.
- Viljoen J., Tlabela K., 2007, Rural tourism development in South Africa, Trends and challenges, Human Sciences Research Council, HSRC Press
- Wall, G., 2000, Agrotourism In J. Jafari (Ed.) Encyclopaedia of tourism (pp. 14–15) London: Routledge.
- Walford, N., 2001, Patterns of development in tourist accommodation enterprises on farms in England and Wales. Applied Geography, 21, 331–345.
- Weaver, D. B., & Fennell, D. A., 1997, The vacation farm sector in Saskatchewan: a profile of operations Tourism Management, 18, 357–365
- Williams P., Paridaen M., Dossa K., Dumais M., 2001, Agritourism Market and Product Development, Status Report, Centre for Tourism Policy and Research Simon Fraser University, Canada, April 30, 2001
- Wilson S., Fessenmaier D., Fessenmaier J., and Van Es J., 2001, Factors for Success in Rural Tourism Development, Travel and Tourism Research Association, vol.40, pp. 132-138
- Wilson J., Thilmany D., Sullins M., 2006, Agritourism: A Potential Economic Driver in the Rural West, Economic Development Report, Colorado State University, Department of Agricultural and Resource Economics, February 2006 EDR06-01
- Woods, M., 2005, Rural Geography: Processes, Responses and Experiences in Rural Restructuring (London: Sage).
- Yang J., 1993, Implications of the development of Luxi Alu Ancient Cave — the first cave in Yunnan. Yunnan Government Magazine 7: 42–45.
- Ying, T., & Zhou Y., 2007, Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: a comparative study of two adjacent villages. Tourism Management, 28, 96 -107
- Zhang G, Liu D (eds). Social Science and Literature Press: Beijing; 221–232.
- Canoves G., Villarino M., Priestley G. K., Blanco A., 2004, Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. Geoforum, 35, 755-769
- Zheng Q. M., Zhong L. S., 2004, A discussion of developing model of community-involved rural tourism. Tourism Tribune, 19 (4), 33-37

## **Ιστοσελίδες**

7 OYPANOI

<http://www.7ouranoi.gr>

ΑΓΝΑΝΤΙ

<http://www.aloga.gr>

Αγροτουριστική Α.Ε  
[www.agrotour.gr](http://www.agrotour.gr)

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ  
<http://www.parakilawomencoop.com/>

ΑΜΦΙΚΑΙΑ  
<http://www.amfikaia.gr/activities/>

ΑΝΦΛΩ-Αναπτυξιακή Φλώρινας (ΑΝΦΛΩ)  
[http://www.anflo.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=319:c&catid=8&Itemid=75](http://www.anflo.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=319:c&catid=8&Itemid=75)

ΑΡΑΧΩΒΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙΑ  
<http://www.arachovitika-kalyvia.gr>

ΑΡΟΛΙΘΟΣ  
<http://www.arolithosvillage.gr/>

ΑΧΑΪΚΟ ΧΩΡΙΟ  
<http://www.achaikochorio.gr/>

ΒΑΜΟΣ  
[www.vamossa.gr](http://www.vamossa.gr)

ΒΑΤΕΡΗ  
<http://www.vateri.gr>

ΓΑΙΑ - ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΤΡΙΓΩΝΟΥ Ν. ΕΒΡΟΥ  
<http://www.gaia-evros.gr>

ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΦΥΛΛΙΔΟΣ  
<http://archive.in.gr/Reviews/placeholder.asp?lngReviewID=1671&lngChapterID=25166&lngItemID=25174>

ΔΑΛΑΜΠΕΛΟΣ  
<http://www.dalabelos.gr/gr.aspx>

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς ΕΣΠΑ 2007 - 2013  
<http://www.espa.gr/el/Pages/Default.aspx>

ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ  
<http://www.lesvoseleon.gr>

ΕΛΙΣΣΩΝ  
<http://xenon.elisson.gr>

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού  
<http://www.visitgreece.gr>

ΕΝΑΓΡΟΝ  
<http://www.enagron.gr/gr.aspx>

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αγροτική Ανάπτυξη – Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000–2006, Άξονα 7. «Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου - ΟΠΑΑΧ»  
<http://www.minagric.gr>

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα ΕΠΑΝ Ι 2000-2006  
[http://www.3kps.antagonistikotita.gr/epan/site/Home/t\\_section](http://www.3kps.antagonistikotita.gr/epan/site/Home/t_section)

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα-Επιχειρηματικότητα ΕΠΑΝ ΙΙ 2007-2013,  
<http://www.antagonistikotita.gr/greek/index.asp>

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+ 2000-2006  
<http://www.leader-plus.gr>

ΕΠΟΧΕΣ

<http://www.epohes.gr/>

ΕΥΜΕΛΕΙΑ

<http://www.eumelia.com/newgr/ourfarm01.php>

Η ΦΑΡΜΑ

<http://www.farmlife.gr/index2.html>

ΘΕΑΣΙΣ

<http://www.tzoumerka-thesis.gr/>

ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ

<http://ippokosmos.com/portal>

ΚΑΤΑΛΑΓΑΡΙ

<http://www.katalagarisuites.com/>

ΚΤΗΜΑ ΑΛΛΩΝΑΚΙ

<http://www.ktimaalonaki.gr/>

ΚΤΗΜΑ ΝΙΚΟΛΑ

<http://www.ktimanikola.gr>

ΛΑΣΙΝΘΟΣ

<http://www.lasinthos.gr>

ΛΕΥΚΟΡΙΤΗΣ

<http://www.lefkoritis.com>

ΜΑΡΑΘΗΤΗΣ

<http://www.marathitis.gr/>

ΜΕΡΚΟΥΡΗ

<http://www.mercouri.gr>

ΜΗΛΙΑ

[www.milia.gr](http://www.milia.gr)

ΜΟΡΦΗ HOTEL

<http://www.morfihotel.gr/>

ΠΑΓΑΛΗ HOTEL  
<http://www.pagalihotel-amorgos.com>

ΠΑΝΑΚΡΟΝ  
<http://www.panakron.gr/>

ΠΕΡΛΕΑΣ  
<http://www.perleas.gr>

ΠΙΝΑΚΑΔΕΣ  
<http://www.pinakades.gr>

ΠΛΑΤΑΝΟΡΕΜΑ  
<http://www.platanorema.com>

ΠΟΡΦΥΡΟΥΣΑ  
<http://porfyrousa.gr/>

Συγχρηματοδοτούμενα Αναπτυξιακά Προγράμματα Γ' ΚΠΣ 2000-2006  
<http://www.hellaskps.gr/2000-2006.htm>

ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ  
<https://www.sintagigiagias.gr>

ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ  
<http://www.vineleaves.gr>

ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙΔΟ  
<http://www.papingo.gr/>

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων  
<http://www.minagric.gr/>

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Κατάλογος αγροτουριστικών καταλυμάτων  
<http://www.minagric.gr/greek/3.1.4.html>

ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ  
<http://www.farmasarli.gr/aboutus.php>

ACQUA BUONA  
<http://www.agriturismoacquabona.it/>

AFT Agricultural Tourism (division of Australian Farm Tourism)  
<http://aftagriculturaltourism.com.au>

Ag Marketing Resource Center  
<http://www.agmrc.org/>

AGRECO  
[http://www.grecotel.com/crete/agreco/welcome\\_1598.htm](http://www.grecotel.com/crete/agreco/welcome_1598.htm)

American Farm Bureau Federation  
<http://www.fb.org/>

ARMIRÓ  
<http://www.agriturismoarmiro.it>

Associazione Nazionale per l'Agriturismo, l' Ambiente e il Territorio  
<http://www.agriturist.it>

BEIMWAICHER  
<http://www.beimwaicher.de/>

BRUCKHOF  
<http://www.bruckhof.de/html/english.html>

CASA DEL VENTO  
<http://www.casadelvento.it>  
CASA LAPPI  
<http://www.casalappi.it>

CERGALLINA  
<http://www.cergallina.com>

Cyprus Tourism Organization  
<http://www.kypros.org>

Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra)  
<http://www.defra.gov.uk/>

Ecological Agrarian Tourism  
<http://www.eat-web.de/>

EDEN– Ευρωπαϊκοί Προορισμοί Αριστείας, Ευρωπαϊκή Επιτροπή  
[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/themes-destinations/countries/greece/lorina/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/themes-destinations/countries/greece/lorina/index_el.htm)

ERDRICHHOF  
<http://erdrichhof.de/pages/english/home.php>

EuroGites - European Federation of Farm and Village Tourism  
<http://www.eurogites.org/>

European Centre for Ecological and Agricultural Tourism  
<http://www.eceat.org>

FAMILIE HEISTRACHER  
<http://www.familie-heistracher.de/>

Farm Holidays - Austria  
<http://www.urlaubambauernhof.at>

FATTORIA IL LAGO  
<http://www.fattoriaillago.com/facilities.php>

FATTORIA LA VACCHIO  
<http://www.fattorialavacchio.com>

FERIENHOF SCHECK  
<http://www.ferienhof-scheck.de/vacation-rentals/holiday-farm-rhineland-Palatinate.htm>

FRUTTO PERMESSO  
<http://www.fruttopermesso.it>

GASTHOF ENGEL  
<http://www.gasthof-engel.de/>

GASTHOF STEINWALD  
<http://www.gasthof-steinwald.de/english/index.html>

Guest Inn, The Greek Network of Rural Accommodation  
[http://www.guestinn.com/gr/home\\_gr.php](http://www.guestinn.com/gr/home_gr.php)

HANSELISHOF  
<http://www.hanselishof.de/hanseles-englisch/>

HOFERTONIHOF  
<http://www.hofertonihof.de/english/index.htm>

HOLZWURMWIRT  
<http://www.holzwurmwirt.de/en.html>

HOTEL ΑΙΓΩΝ  
<http://www.hotel-aigon.gr/>

HOTEL NEMESIS  
<http://www.hotelnemesis.gr>

Hospitality Publishing, Reed Business Information.  
<http://www.hospitalitymagazine.com.au>

Ikarian Wine Club  
<http://www.ikarianwine.gr/home.htm>

IL BAGNOLO  
<http://www.ilbagnolo.it/>

IL FAETINO  
<http://www.ilfaetino.it/>

KALTENBACH  
[http://www.kaltenbach-schwarzwald.de/index\\_Eng.htm](http://www.kaltenbach-schwarzwald.de/index_Eng.htm)

KASTRAKI VILLAGE  
[www.kastrakivillage.gr](http://www.kastrakivillage.gr)

KERNRNHOF-EWALD AND ELKE BÄHR  
<http://www.kernenhof.de/e/>

LA CASA DI CAMPAGNA  
<http://www.lacasadicampagna.it>

L'ALBERO  
<http://www.villagehotel.gr>

LA PRUGNOLA  
<http://www.laprunola.it>

LITHIES HOUSES  
[http://www.lithieshouses.gr/gr\\_activities.htm](http://www.lithieshouses.gr/gr_activities.htm)

MARKHART  
<http://www.ferienhof-markhart.de/>

Milia Mountain Retreat  
<http://www.milia.gr/page5/page5.html>

Montana Group of Companies  
<http://www.agrotourismous.com>

MUELLER BAUERNHOF  
<http://www.muellerbauernhof.de/index.php?lang=en>

MUSES ROOMS  
<http://www.musesrooms.gr/>

Network - Ministry of Agriculture and Natural Resources of France  
<http://www.bienvenue-a-la-ferme.com>

PAPADES VILLAGE  
<http://www.papades-village.com>

PIOMBAIA  
<http://www.piombaia.com/Programma/generale.asp-Lingua=eng&Pagina=20.htm>

Rural Tourism International - Training Network (RTI-TN).  
<http://www.ruraltourisminternational.org>

United States Forest Service USFS- National Survey on Recreation and the Environment  
<http://www.fs.fed.us/>

Vamos Traditional Village  
<http://www.vamosa.gr/el/home>

VALLI UNITE  
<http://www.valliunite.com>

VETTERHOF  
<http://www.vettererhof.de/english/leisure.php>

VILLA ELIZA

<http://www.villaeliza.gr/villaeliza.html>

VILLA PIETRALUNGA

<http://www.villapietralunga.it>

ZIOGAS WESTERN CITY

[www.horses.gr](http://www.horses.gr)

Πανεπιστήμιο Πειραιώς



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

### Ερωτηματολόγιο

#### ΕΝΟΤΗΤΑ Ι

Η πρώτη ενότητα ερωτήσεων αφορά τη μορφή και τη δομή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων.

Με ✓ σημειώνονται οι απαντήσεις με βάση το είδος και τα χαρακτηριστικά των αγροτουριστικών επιχειρήσεων.

1. Ποιό είναι το είδος της αγροτουριστικής επιχείρησης;
  - Αγρόκτημα
  - Φάρμα
  - Αγροτουριστικό κατάλυμα
  - Πρατήριο/Εκθετήριο αγροτουριστικών προϊόντων
  - Κέντρο εστίασης/αναψυχής
  - Άλλο \_\_\_\_\_
  
2. Ποιο είναι το αγροτουριστικό προϊόν που προσφέρει η επιχείρηση; (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)
  - Διαμονή
  - Εστίαση
  - Αγροτικές δραστηριότητες
  - Δραστηριότητες αναψυχής
  - Δραστηριότητες πολιτισμού
  - Δραστηριότητες επιμόρφωσης
  - Εκθετήριο/Μουσείο
  - Κατάστημα πώλησης τοπικών προϊόντων
  - Δραστηριότητες για παιδιά/ παιδική κατασκήνωση
  - Άλλο \_\_\_\_\_
  
3. Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησης;
  - Ατομική
  - Ο.Ε.
  - Ε.Ε.
  - Α.Ε.
  - Ε.Π.Ε.
  - Συνεταιρισμός
  
4. Πόσα άτομα προσωπικό απασχολεί η επιχείρηση;
  - 1- 5 άτομα
  - 5-10 άτομα
  - 10-15 άτομα
  - Πάνω από 15 άτομα

5. Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρηση;  
 0-5  
 5-10  
 10-15  
 Πάνω από 15
6. Η επιχείρηση μετέχει σε δίκτυα ή συλλογικούς φορείς;  
 Ναι  Όχι
7. Η επιχείρηση λειτουργεί:  
 Όλο το χρόνο  Εποχιακά
8. Η επιχείρηση έχει αποκτήσει πιστοποιητικό ποιότητας;  
 Ναι  Όχι
9. Η επιχείρησή επιδοτήθηκε από κάποιο Εθνικό ή/και Κοινοτικό πρόγραμμα, κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της;  
 Ναι  Όχι
10. Πόσα στρέμματα καταλαμβάνουν οι εγκαταστάσεις της επιχείρησης;  
\_\_\_\_\_

## ΕΝΟΤΗΤΑ II

Η δεύτερη ενότητα ερωτήσεων αφορά το μείγμα μάρκετινγκ των αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Η ενότητα αυτή διακρίνεται σε 4 υποενότητες, κατ' αντιστοιχία των 4 στοιχείων του μείγματος μάρκετινγκ (προϊόν, τιμή, προώθηση και τοποθεσία).

### Προϊόν

#### A. Διαμονή (εάν υπάρχει)

11. Ποιός είναι ο τύπος του καταλύματος;  
 Δωμάτια  
 Αυτόνομα studio  
 Βίλες/ σπίτια  
 Παραδοσιακού τύπου ξενώνες  
 Κατασκήνωση/ Κάμπινγκ  
 Άλλο \_\_\_\_\_
12. Πόσες κλίνες διαθέτει η επιχείρηση;  
 10-20  
 20-30  
 30-40  
 πάνω από 40

#### B. Εστίαση (εάν υπάρχει)

13. Ποιές υπηρεσίες εστίασης διαθέτει η επιχείρηση:

- Εστιατόριο
  - Καφέ
  - Catering
  - Φούρνο
  - Κουζίνα στα δωμάτια
14. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί τοπικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης;  
 Ναι  Όχι
15. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί μόνο βιολογικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης.  
 Ναι  Όχι

**C. Δραστηριότητες (εάν υπάρχουν)**

16. Αγροτικές δραστηριότητες που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:  
 Φροντίδα ζώων αγροκτήματος  
 Καλλιεργητικές εργασίες  
 Συγκομιδή φρούτων/καρπών  
 Γενικές εργασίες της μονάδας  
 Άλλο \_\_\_\_\_
17. Δραστηριότητες αναψυχής που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:  
 Ιππασία  
 Πεζοπορία (περιήγηση σε περιοχή)  
 Κυνήγι/ Ψάρεμα  
 Ποδηλασία  
 Ορειβασία / Αναρρίχηση  
 Θαλάσσια αθλήματα  
 Παραποτάμια αθλήματα  
 Σκι  
 Αγορές  
 Άλλο \_\_\_\_\_
18. Δραστηριότητες πολιτισμού που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:  
 Γευσιγνωσία  
 Οινογνωσία  
 Εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα (π.χ πανηγύρια)  
 Επισκέψεις σε θρησκευτικούς χώρους  
 Επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους  
 Άλλο \_\_\_\_\_
19. Δραστηριότητες επιμόρφωσης που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:  
 Παρατήρηση χλωρίδας/πανίδας  
 Μαθήματα μαγειρικής  
 Μαθήματα κατασκευής χειροποίητων ειδών (πχ αγγειοπλαστική, κέντημα κ.α)  
 Επίσκεψη στο αγρόκτημα  
 Εκπαιδευτικές επισκέψεις (π.χ μουσεία λαϊκής τέχνης)

**D. Εμπορική δραστηριότητα (εάν υπάρχει)**

20. Η επιχείρηση παράγει ή καλλιεργεί γεωργικά-κτηνοτροφικά προϊόντα για εμπορικούς σκοπούς;  
 Ναι  Όχι

21. Ποιά από τα παρακάτω αγροτικά προϊόντα παράγονται εντός της επιχείρησης;
- Λάδι
  - Κρασί/ Οينوπνευματώδη
  - Μέλι
  - Φρούτα
  - Οπωροκηπευτικά προϊόντα
  - Γαλακτοκομικά προϊόντα
  - Κτηνοτροφικά προϊόντα
  - Άνθη/Βότανα/Μυρωδικά
  - Άλλο \_\_\_\_\_
22. Η επιχείρηση παράγει βιολογικά προϊόντα;
- Ναι  Όχι
23. Η επιχείρηση παράγει ή κατασκευάζει χειροτεχνήματα/χειροποίητα είδη για εμπορικούς σκοπούς;
- Ναι  Όχι
24. Εάν ναι, ποιά από τα παρακάτω χειροποίητα προϊόντα παράγονται εντός της επιχείρησης:
- Είδη τροφίμων (π.χ ζυμαρικά, μαρμελάδες, γλυκά του κουταλιού κλπ)
  - Υφαντά/ Κεντήματα
  - Κεριά
  - Κοσμήματα
  - Άλλο \_\_\_\_\_
25. Η επιχείρηση διαθέτει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (Private label products)
- Ναι  Όχι
- Ε. Οικόσιτα ζώα (εάν υπάρχουν)**
26. Η επιχείρηση διαθέτει οικόσιτα ζώα;
- Ναι  Όχι
27. Εάν ναι, ποια από τα παρακάτω;
- Πουλερικά
  - Αιγοπρόβατα
  - Βοοειδή
  - Χοίρους/ Αγριογούρουνα
  - Άλογα/Πόνυ
  - Στρουθοκαμήλους
  - Λαγούς/Κουνέλια
  - Μέλισσες
  - Άλλο \_\_\_\_\_

### Τιμή

28. Ποιά είναι η μέση τιμή διανυκτέρευσης δίκλινου δωματίου/διαμερίσματος;

- 60 - 80 €
  - 80 - 100 €
  - 100 - 120 €
  - 120 - 150 €
  - 150 € και άνω
29. Υπάρχει ξεχωριστή χρέωση για τη συμμετοχή στις αγροτουριστικές δραστηριότητες που προσφέρονται;  
 Ναι  Όχι
30. Υπάρχει δυνατότητα ηλεκτρονικών κρατήσεων;  
 Ναι  Όχι
31. Η επιχείρηση έχει διαμορφώσει ειδικές τιμές και πακέτα προσφορών για; (εάν υπάρχουν)  
 Οικογένειες  
 Νέους  
 Πολυήμερη παραμονή  
 Συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (Αργίες, Τριήμερα κλπ)  
 Μέλη ενώσεων/οργανισμών  
 Τακτικούς πελάτες

## Πρώθηση

32. Η επιχείρηση διαθέτει δική της ιστοσελίδα;  
 Ναι  Όχι
33. Η ιστοσελίδα της επιχείρησης διατίθεται:  
 Σε μια γλώσσα  
 Σε δύο γλώσσες  
 Σε περισσότερες από δύο γλώσσες
34. Υπάρχουν καταχωρήσεις της επιχείρησης σε ειδικά site κρατήσεων (π.χ. Booking.com);  
 Ναι  Όχι
35. Η επιχείρηση συνεργάζεται με τουριστικά γραφεία ή/και είναι καταχωρημένη σε τουριστικούς καταλόγους;  
 Ναι  Όχι

## Τοποθεσία

36. Η επιχείρηση βρίσκεται σε:  
 Ορεινή περιοχή  
 Παραθαλάσσια περιοχή
37. Η επιχείρηση βρίσκεται κοντά σε:  
 Προστατευόμενες περιοχές

- Περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους;
  - Αρχαιολογικούς χώρους
  - Θρησκευτικούς χώρους
  - Υδρόβια πάρκα
  - Ιαματικά λουτρά
  - Δασικούς δρυμούς
  - Άλλο \_\_\_\_\_
38. Η απόσταση της επιχείρησης από το πλησιέστερο αστικό κέντρο είναι:
- Κάτω από 20 χλμ
  - 20 - 40 χλμ
  - 40 - 60 χλμ
  - Πάνω από 60 χλμ
39. Η πρόσβαση στην ευρύτερη περιοχή (νομός) που βρίσκεται η επιχείρηση είναι εφικτή μέσω:
- Ι.Χ Αυτοκίνητο
  - Αεροπλάνο
  - Τρένο
  - Πλοίο

### ΕΝΟΤΗΤΑ III

**Η τρίτη ενότητα ερωτήσεων αφορά μια υποκειμενική αξιολόγηση του ρόλου που επιτελούν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις.**

40. Ο αγροτουρισμός αποτελεί:
- Την κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης
  - Δευτερεύουσα δραστηριότητα της επιχείρησης
41. Ποια είναι η φύση της επαφής των τουριστών με τις αγροτικές δραστηριότητες;
- Ανύπαρκτη
  - Παθητική
  - Έμμεση
  - Άμεση
42. Βιώνουν οι Τουρίστες μια αυθεντική αγροτική εμπειρία;
- Ναι  Όχι
43. Ποιους από τους παρακάτω στόχους του αγροτουρισμού εξυπηρετεί η επιχείρηση;
- Δημιουργία συμπληρωματικής πηγής εισοδήματος
  - Συγκράτηση πληθυσμού
  - Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
  - Αναγέννηση αγροτικών παραδόσεων και διάδοση του αγροτικού τρόπου ζωής
  - Προώθηση των τοπικών προϊόντων
  - Προστασία και διάδοση πολιτισμικής κληρονομιάς (π.χ αρχιτεκτονική, ήθη, έθιμα κλπ)
  - Προστασία και διατήρηση φυσικού περιβάλλοντος

44. Οι εγκαταστάσεις της επιχείρησης βρίσκονται σε αρμονία με το περιβάλλον και τα τοπικά χαρακτηριστικά της περιοχής (π.χ. αρχιτεκτονική ήθη, έθιμα κλπ)  
 Ναι  Όχι
45. Η επιχείρηση απευθύνεται σε: (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)  
 Γηγενής  
 Ξένους  
 Οικογένειες με παιδιά  
 Ζευγάρια  
 Νέους  
 Ηλικιωμένους







A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
		ΒΑΤΕΡΗ	ΠΛΑΤΑΝ ΟΡΕΜΑ	MUSES ROOMS	ΘΕΑΣΙΣ	HOTEL NEMESIS	L'ALBER O	ΜΑΡΑΘΗ ΤΗΣ	ΛΕΥΚΟΡ ΙΤΗΣ	ΔΑΛΑΜΠ ΕΛΟΣ	ΠΑΝΑ ΚΡΟΝ	ΑΓΝΑΝΤΙ	HOTEL ΑΙΓΩΝ	ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙ ΔΟ	ΚΑΤΑΛΑ ΓΑΡΙ	ΑΡΑΧΩΒ ΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙ Α	ΕΛΙΣΣΩ Ν	ΜΗΛΙΑ	
1	Ναι						1			1							1	1	
2	Όχι										1								
3	Δεν υπάρχουν στοιχεία	3	3	3	3	3		3	3			3	3	3	3	3			
<b>9. Η επιχείρησή επιδοτήθηκε από κάποιο Εθνικό ή/και Κοινοτικό πρόγραμμα, κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της;</b>																			
1	Ναι									1		1	1	1	1		1	1	
2	Όχι																		
3	Δεν υπάρχουν στοιχεία	3	3	3	3	3	3	3	3		3					3			
<b>10. Πόσα στρέμματα καταλαμβάνουν οι εγκαταστάσεις της επιχείρησης;</b>																			
		20	35	8				5		30	53						5		
<b>ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>																			
<b>Προϊόν</b>																			
<b>Α. Διαμονή (εάν υπάρχει)</b>																			
<b>11. Ποιός είναι ο τύπος του καταλύματος:</b>																			
1	Δωμάτια	1		1			1	1					1	1		1	1	1	
2	Αυτόνομα στούντιο								2						2				
3	Βίλες/ Σπίτια				3						3								
4	Παραδοσιακού τύπου ξενώνες		4			4				4		4							
6	Κατασκήνωση/ Κάμπινγκ																		
8	Άλλο																		
9	Δε διαθέτει																		
<b>12. Πόσες κλίνες διαθέτει η επιχείρηση;</b>																			
1	10-20 κλίνες		1	1			1	1						1					
2	20-30 κλίνες										2		2			2	2		

A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
		ΒΑΤΕΡΗ	ΠΛΑΤΑΝ ΟΡΕΜΑ	MUSES ROOMS	ΘΕΑΣΙΣ	HOTEL NEMESIS	L'ALBER O	ΜΑΡΑΘΗ ΤΗΣ	ΛΕΥΚΟΡ ΙΤΗΣ	ΔΑΛΑΜΠ ΕΛΟΣ	ΠΑΝΑ ΚΡΟΝ	ΑΓΝΑΝΤΙ	HOTEL ΑΙΓΩΝ	ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙ ΔΟ	ΚΑΤΑΛΑ ΓΑΡΙ	ΑΡΑΧΩΒ ΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙ Α	ΕΛΙΣΣΩ Ν	ΜΗΛΙΑ	
3	30-40 κλίνες	3			3				3	3								3	
4	πάνω από 40 κλίνες					4						4			4				
<b>B.Εστίαση (εάν υπάρχει)</b>																			
<b>13. Ποιές υπηρεσίες εστίασης διαθέτει η επιχείρηση:</b>																			
1	Εστιατόριο	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1		1	1		1	
2	Café	2				2				2		2	2						
3	Catering																		
4	Φούρνο															4		4	
5	Κουζίνα στα δωμάτια				5										5	5	5		
6	Δε διαθέτει													6					
<b>14. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί τοπικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης;</b>																			
1	Ναι	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	
2	Όχι																		
<b>15. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί μόνο βιολογικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης.</b>																			
1	Ναι																		
2	Όχι	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	
<b>C. Δραστηριότητες (εάν υπάρχουν)</b>																			
<b>16. Αγροτικές δραστηριότητες που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:</b>																			
1	Φροντίδα ζώων αγροκτήματος	1															1		
2	Καλλιεργητικές εργασίες									2					2	2	2		

A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
		ΒΑΤΕΡΗ	ΠΛΑΤΑΝ ΟΡΕΜΑ	MUSES ROOMS	ΘΕΑΣΙΣ	HOTEL NEMESIS	L'ALBER O	ΜΑΡΑΘΗ ΤΗΣ	ΛΕΥΚΟΡ ΙΤΗΣ	ΔΑΛΑΜΠ ΕΛΟΣ	ΠΑΝΑ ΚΡΟΝ	ΑΓΝΑΝΤΙ	HOTEL ΑΙΓΩΝ	ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙ ΔΟ	ΚΑΤΑΛΑ ΓΑΡΙ	ΑΡΑΧΩΒ ΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙ Α	ΕΛΙΣΣΩ Ν	ΜΗΛΙΑ
3	Συγκομιδή φρούτων/καρπών	3								3							3	
4	Γενικές εργασίες της μονάδας			4												4	4	4
5	Άλλο																	
6	Δε διαθέτει		6		6	6	6	6	6		6	6	6	6				
<b>17. Δραστηριότητες αναψυχής που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:</b>																		
1	Ιππασία		1	1		1	1		1			1		1				
2	Πεζοπορία		2	2	2	2	2		2		2			2	2		2	2
3	Κυνήγι/ Ψάρεμα			3														
4	Ποδηλασία	4	4	4					4	4		4			4	4	4	
5	Ορειβασία / Αναρρίχηση		5											5	5	5		5
6	Θαλάσσια αθλήματα			6					6									
7	Παραποτάμια αθλήματα			7	7	7	7					7		7				
8	Σκι			8									8					
9	Αγορές	9	9										9		9			
10	Άλλο										10	10						
11	Δε διαθέτει							11										
<b>18. Δραστηριότητες πολιτισμού που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:</b>																		
1	Γευσιγνωσία														1	1		
2	Οινογνωσία														2			
3	Εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα					3									3	3		3
4	Επισκέψεις σε θρησκευτικούς χώρους								4				4				4	4
5	Επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους					5			5	5	5		5				5	
6	Άλλο	6																
7	Δε διαθέτει		7	7	7		7	7				7		7				



A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
		ΒΑΤΕΡΗ	ΠΛΑΤΑΝ ΟΡΕΜΑ	MUSES ROOMS	ΘΕΑΣΙΣ	HOTEL NEMESIS	L'ALBER O	ΜΑΡΑΘΗ ΗΣ	ΛΕΥΚΟΡ ΙΤΗΣ	ΔΑΛΑΜΠ ΕΛΟΣ	ΠΑΝΑ ΚΡΟΝ	ΑΓΝΑΝΤΙ	HOTEL ΑΙΓΩΝ	ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙ ΔΟ	ΚΑΤΑΛΑ ΓΑΡΙ	ΑΡΑΧΩΒ ΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙ Α	ΕΛΙΣΣΩ Ν	ΜΗΛΙΑ	
5	Οπωροκηπευτικά προϊόντα		5							5									5
6	Γαλακτοκομικά προϊόντα		6							6									
7	Κτηνοτροφικά προϊόντα																		
8	Άνθη/Βότανα/Μυρωδικά														8				
9	Άλλο																		
22. Η επιχείρηση παράγει βιολογικά προϊόντα;																			
1	Ναι									1								1	1
2	Όχι	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
23. Η επιχείρηση παράγει ή κατασκευάζει χειροτεχνήματα/χειροποίητα είδη για εμπορικούς σκοπούς;																			
1	Ναι	1			1											1			
2	Όχι		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2			2	2	2
24. Εάν ναι, ποιά από τα παρακάτω χειροποίητα προϊόντα παράγονται εντός της επιχείρησης:																			
1	Είδη τροφίμων (π.χ ζυμαρικά, μαρμελάδες, γλυκά του κουταλιού κλπ)	1				1													
2	Υφαντά/ Κεντήματα																		
3	Κεριά																		
4	Κοσμήματα														4				
6	Άλλο																		







A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
		ΒΑΤΕΡΗ	ΠΛΑΤΑΝ ΟΡΕΜΑ	MUSES ROOMS	ΘΕΑΣΙΣ	HOTEL NEMESIS	L'ALBER O	ΜΑΡΑΘΗ ΗΣ	ΛΕΥΚΟΡ ΙΤΗΣ	ΔΑΛΑΜΠ ΕΛΟΣ	ΠΑΝΑ ΚΡΟΝ	ΑΓΝΑΝΤΙ	HOTEL ΑΙΓΩΝ	ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙ ΔΟ	ΚΑΤΑΛΑ ΓΑΡΙ	ΑΡΑΧΩΒ ΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙ Α	ΕΛΙΣΣΩ Ν	ΜΗΛΙΑ
	<b>33. Η ιστοσελίδα της επιχείρησης διατίθεται:</b>																	
1	Μια γλώσσα	1	1	1	1	1						1	1	1				
2	Δύο γλώσσες						2	2	2	2	2						2	2
3	Περισσότερες από δύο γλώσσες															3	3	
	<b>34. Υπάρχουν καταχωρήσεις της επιχείρησης σε ειδικά site κρατήσεων (π.χ. Booking.com);</b>																	
1	Ναι	1		1	1	1							1		1		1	
2	Όχι						2	2	2	2	2	2		2		2	2	2
	<b>35. Η επιχείρηση συνεργάζεται με τουριστικά γραφεία ή/και είναι καταχωρημένη σε τουριστικούς καταλόγους;</b>																	
1	Ναι	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Όχι							2										
	<b>Τοποθεσία</b>																	
	<b>36. Η επιχείρηση βρίσκεται σε:</b>																	
1	Ορεινή περιοχή	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Παραθαλάσσια περιοχή		2															
	<b>37. Η επιχείρηση βρίσκεται κοντά σε:</b>																	
1	Προστατευόμενες περιοχές			1					1					1				
2	Περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους;			2	2				2	2		2		2		2	2	2
3	Αρχαιολογικούς χώρους					3		3	3	3	3	3	3		3		3	

A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
		ΒΑΤΕΡΗ	ΠΛΑΤΑΝ ΟΡΕΜΑ	MUSES ROOMS	ΘΕΑΣΙΣ	HOTEL NEMESIS	L'ALBER O	ΜΑΡΑΘΗ ΗΣ	ΛΕΥΚΟΡ ΙΤΗΣ	ΔΑΛΑΜΠ ΕΛΟΣ	ΠΑΝΑ ΚΡΟΝ	ΑΓΝΑΝΤΙ	HOTEL ΑΙΓΩΝ	ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙ ΔΟ	ΚΑΤΑΛΑ ΓΑΡΙ	ΑΡΑΧΩΒ ΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙ Α	ΕΛΙΣΣΩ Ν	ΜΗΛΙΑ
4	Θρησκευτικούς χώρους		4		4		4				4		4					
5	Υδρόβια πάρκα																	
6	Ιαματικά λουτρά	6										6						
7	Δασικούς δρυμούς					7												7
8	Άλλο																	
<b>38.Η απόσταση της επιχείρησης από το πλησιέστερο αστικό κέντρο είναι:</b>																		
1	Κάτω από 20 χλμ		1				1						1		1			
2	20 - 40 χλμ					2		2		2	2	2				2	2	
3	40 - 60 χλμ			3	3				3					3				3
4	Πάνω από 60 χλμ	4																
<b>39.Η πρόσβαση στην ευρύτερη περιοχή (νομός) που βρίσκεται η επιχείρηση είναι εφικτή μέσω:</b>																		
1	Ι.Χ Αυτοκίνητο	1	1	1	1	1	1					1	1	1		1	1	
2	Αεροπλάνο		2		2			2	2	2	2	2		2	2			2
3	Τρένο	3	3	3		3						3	3				3	
4	Πλοίο	4						4	4	4	4				4			4
<b>ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>																		
<b>40.Ο αγροτουρισμός αποτελεί:</b>																		
1	Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1
2	Δευτερεύουσα δραστηριότητα της επιχείρησης	2											2					
<b>41. Ποια είναι η φύση της επαφής των τουριστών με τις αγροτικές δραστηριότητες;</b>																		
1	Ανύπαρκτη					1	1	1	1				1	1				
2	Παθητική				2						2	2						

A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
		ΒΑΤΕΡΗ	ΠΛΑΤΑΝ ΟΡΕΜΑ	MUSES ROOMS	ΘΕΑΣΙΣ	HOTEL NEMESIS	L'ALBER O	ΜΑΡΑΘΗ ΗΣ	ΛΕΥΚΟΡ ΙΤΗΣ	ΔΑΛΑΜΠ ΕΛΟΣ	ΠΑΝΑ ΚΡΟΝ	ΑΓΝΑΝΤΙ	HOTEL ΑΙΓΩΝ	ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙ ΔΟ	ΚΑΤΑΛΑ ΓΑΡΙ	ΑΡΑΧΩΒ ΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙ Α	ΕΛΙΣΣΩ Ν	ΜΗΛΙΑ	
3	Έμμεση	3	3																
4	Άμεση			4						4					4	4	4	4	
42.Βιώνουν οι Τουρίστες μια αυθεντική αγροτική εμπειρία;																			
1	Ναι			1						1					1	1	1	1	
2	Όχι	2	2		2	2	2	2	2		2	2	2	2					
43.Ποιους από τους παρακάτω στόχους του αγροτουρισμού εξυπηρετεί η επιχείρηση;																			
1	Δημιουργία συμπληρωματικής πηγής εισοδήματος	1								1		1							
2	Συγκράτηση πληθυσμού	2		2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2	
3	Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας		3				3	3	3	3	3					3	3	3	
4	Αναγέννηση αγροτικών παραδόσεων και διάδοση του αγροτικού τρόπου ζωής										4	4			4	4	4	4	
5	Πρώθηση των τοπικών προϊόντων	5	5				5		5	5	5		5		5	5	5	5	
6	Προστασία και διάδοση πολιτισμικής κληρονομιάς						6				6	6		6	6	6	6	6	
7	Προστασία και διατήρηση φυσικού περιβάλλοντος			7	7						7			7	7	7	7	7	

A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
		ΒΑΤΕΡΗ	ΠΛΑΤΑΝ ΟΡΕΜΑ	MUSES ROOMS	ΘΕΑΣΙΣ	HOTEL NEMESIS	L'ALBER O	ΜΑΡΑΘΗ ΗΣ	ΛΕΥΚΟΡ ΙΤΗΣ	ΔΑΛΑΜΠ ΕΛΟΣ	ΠΑΝΑ ΚΡΟΝ	ΑΓΝΑΝΤΙ	HOTEL ΑΙΓΩΝ	ΤΟ ΑΓΡΙΟΓΙ ΔΟ	ΚΑΤΑΛΑ ΓΑΡΙ	ΑΡΑΧΩΒ ΙΤΙΚΑ ΚΑΛΥΒΙ Α	ΕΛΙΣΣΩ Ν	ΜΗΛΙΑ
	44. Οι εγκαταστάσεις της επιχείρησης βρίσκονται σε αρμονία με το περιβάλλον και τα τοπικά χαρακτηριστικά της περιοχής																	
1	Ναι	1									1	1	1	1	1	1	1	1
2	Όχι		2	2	2	2	2	2	2	2								
	45. Η επιχείρηση απευθύνεται σε: (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)																	
1	Γηγενείς	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1
2	Ξένοι				2	2	2		2	2	2				2	2	2	2
3	Οικογένειες με παιδιά	3	3			3			3		3	3			3	3	3	
4	Ζευγάρια	4		4		4	4		4					4	4		4	4
5	Νέοι											5		5			5	5
6	Ηλικιωμένοι					6				6	6		6		6	6	6	6



A/A		18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
		ΒΑΜΟΣ	ΖΙΟΓΑΣ WESTER N CITY	ΚΑΣΤΡΑ ΚΙ VILLAGE	ΓΥΝΑΙΚΕ ΙΟΣ ΑΓΡΟΤΟ ΥΡΙΣΤΙΚ ΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙ ΡΙΣΜΟΣ ΦΥΛΛΙΔ ΟΣ	ΚΤΗΜΑ ΑΛΛΩΝΑ ΚΙ	ΑΧΑΪΚΟ ΧΩΡΙΟ	ΑΡΟΛΙΘ ΟΣ	ΛΑΣΙΝΘ ΟΣ	ΕΝΑΓΡΟ Ν	ΑΓΡΕCO	ΡΑΡΑΔΕ S VILLAGE	Η ΦΑΡΜΑ	ΜΕΡΚΟ ΥΡΗ	ΠΟΡΦΥΡ ΟΥΣΑ	ΕΠΟΧΕΣ	ΓΑΙΑ - ΑΓΡΟΤΟ ΥΡ/ΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙ ΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚ ΩΝ ΤΡΙΓΩΝ ΟΧΝ	ΚΤΗΜΑ ΝΙΚΟΛΑ
4	Ε.Π.Ε.																	
5	Α.Ε.	5												5				
6	Συνεταιρισμός					6												6
<b>4. Πόσα άτομα προσωπικό απασχολεί η επιχείρηση;</b>																		
1	1- 5 άτομα														1			
2	5-10 άτομα							2										
3	10-15 άτομα				3													
4	Πάνω από 15 άτομα													4				
<b>5. Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρηση;</b>																		
1	0-5 χρόνια		1	1														
2	5-10 χρόνια																	
3	10-15 χρόνια	3			3												3	
4	Πάνω από 15 χρόνια							4						4	4			
5	Δεν υπάρχουν στοιχεία																	
<b>6. Η επιχείρηση μετέχει σε δίκτυα ή συλλογικούς φορείς;</b>																		
1	Ναι				1													1
2	Όχι										2							
3	Δεν υπάρχουν στοιχεία	3	3	3		3	3	3	3	3		3		3	3	3		3
<b>7. Η επιχείρηση λειτουργεί:</b>																		
1	Όλο το χρόνο	1	1	1	1	1	1	1	1			1		1	1	1	1	1
2	Εποχιακά									2	2			2				
<b>8. Η επιχείρηση έχει αποκτήσει πιστοποιητικό ποιότητας;</b>																		
1	Ναι				1		1		1	1	1			1	1		1	
2	Όχι																	
3	Δεν υπάρχουν στοιχεία	3	3	3		3		3				3	3			3		3











A/A		18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
		ΒΑΜΟΣ	ZIOGAS WESTER N CITY	ΚΑΣΤΡΑ ΚΙ VILLAGE	ΓΥΝΑΙΚΕ ΙΟΣ ΑΓΡΟΤΟ ΥΡΙΣΤΙΚ ΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙ ΡΙΣΜΟΣ ΦΥΛΛΙΔ ΟΣ	ΚΤΗΜΑ ΑΛΛΩΝΑ ΚΙ	ΑΧΑΪΚΟ ΧΩΡΙΟ	ΑΡΟΛΙΘ ΟΣ	ΛΑΣΙΝΘ ΟΣ	ΕΝΑΓΡΟ Ν	AGRECO	ΡΑΠΑΔΕ S VILLAGE	Η ΦΑΡΜΑ	ΜΕΡΚΟ ΥΡΗ	ΠΟΡΦΥΡ ΟΥΣΑ	ΕΠΟΧΕΣ	ΓΑΙΑ - ΑΓΡΟΤΟ ΥΡ/ΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙ ΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚ ΩΝ ΤΡΙΓΩΝ ΟΣ	ΚΤΗΜΑ ΝΙΚΟΛΑ
9	Άλλο														9			
	<b>22. Η επιχείρηση παράγει βιολογικά προϊόντα;</b>																	
1	Ναι						1		1	1	1			1	1			
2	Όχι	2	2	2	2	2		2						2	2		2	2
	<b>23. Η επιχείρηση παράγει ή κατασκευάζει χειροτεχνήματα/χειροποίητα είδη για εμπορικούς σκοπούς;</b>																	
1	Ναι				1			1	1			1		1	1		1	1
2	Όχι	2	2	2		2	2			2		2	2			2		
	<b>24. Εάν ναι, ποιά από τα παρακάτω χειροποίητα προϊόντα παράγονται εντός της επιχείρησης:</b>																	
1	Είδη τροφίμων (π.χ ζυμαρικά, μαρμελάδες, γλυκά του κουταλιού κλπ)				1				1						1		1	1
2	Υφαντά/ Κεντήματα							2										
3	Κεριά																	
4	Κοσμήματα							4										
6	Άλλο																	
	<b>25. Η επιχείρηση διαθέτει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (Private label products)</b>																	
1	Ναι				1						1			1	1		1	
2	Όχι	2	2	2		2	2	2	2	2		2	2			2		2

A/A	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	
	ΒΑΜΟΣ	ZIOGAS WESTERN CITY	KASTRAKI VILLAGE	ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΦΥΛΛΙΔΟΣ	ΚΤΗΜΑ ΑΛΛΩΝΑΚΙ	ΑΧΑΪΚΟ ΧΩΡΙΟ	ΑΡΟΛΙΘΟΣ	ΛΑΣΙΝΘΟΣ	ΕΝΑΓΡΟΝ	AGRECO	PAPADES VILLAGE	Η ΦΑΡΜΑ	ΜΕΡΚΟΥΡΗ	ΠΟΡΦΥΡΟΥΣΑ	ΕΠΟΧΕΣ	ΓΑΙΑ - ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΤΡΙΓΩΝΟΥΣ	ΚΤΗΜΑ ΝΙΚΟΛΑ	
	Ε. Οικόσιτα ζώα (εάν υπάρχουν)																	
	26. Η επιχείρηση διαθέτει οικόσιτα ζώα;																	
1	Ναι		1			1		1	1	1	1	1						1
2	Όχι	2		2	2	2		2					2	2	2	2		
	27. Εάν ναι, ποια από τα παρακάτω;																	
1	Πουλερικά		1			1		1	1	1		1						1
2	Αιγοπρόβατα		2			2		2	2	2	2	2						2
3	Βοοειδή		3			3		3										3
4	Χοίρους/ Αγριογούρουνα		4					4			4							4
5	Άλογα/Πόνυ		5			5		5										5
6	Στρουθοκαμήλους							6										6
7	Λαγούς/Κουνέλια		7								7	7	7					
8	Μέλισσες										8							
9	Άλλο								9	9								
	Τιμή																	
	28. Ποιά είναι η μέση τιμή διανυκτέρευσης δίκλινου δωματίου/διαμερίσματος;																	
1	60 - 80 €			1	1	1	1	1										
2	80 - 100 €	2							2	2						2		
3	100 - 120 €											3						
4	120 - 150 €																	
5	150 € και άνω																	
6	Δεν υπάρχουν στοιχεία																	
	29. Υπάρχει ξεχωριστή χρέωση για τη συμμετοχή στις αγροτουριστικές δραστηριότητες που προσφέρονται;																	
1	Ναι												1		1			

A/A		18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	
		ΒΑΜΟΣ	ZIOGAS WESTER N CITY	KA STRA KI VILLAGE	ΓΥΝΑΙΚΕ ΙΟΣ ΑΓΡΟΤΟ ΥΡΙΣΤΙΚ ΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙ ΡΙΣΜΟΣ ΦΥΛΛΙΔ ΟΣ	ΚΤΗΜΑ ΑΛΛΩΝΑ ΚΙ	ΑΧΑΪΚΟ ΧΩΡΙΟ	ΑΡΟΛΙΘ ΟΣ	ΛΑΣΙΝΘ ΟΣ	ΕΝΑΓΡΟ Ν	AGRECO	ΡΑΡΑΔΕ S VILLAGE	Η ΦΑΡΜΑ	ΜΕΡΚΟ ΥΡΗ	ΠΟΡΦΥΡ ΟΥΣΑ	ΕΠΟΧΕΣ	ΓΑΙΑ - ΑΓΡΟΤΟ ΥΡ/ΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙ ΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚ ΩΝ ΤΡΙΓΩΝ ΟΧΝ	ΚΤΗΜΑ ΝΙΚΟΛΑ	
2	Όχι	2	2				2		2	2		2							2
<b>30. Υπάρχει δυνατότητα ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών;</b>																			
1	Ναι							1		1	1					1	1		
2	Όχι	2	2	2	2	2	2		2			2	2	2	2				2
<b>31. Η επιχείρηση έχει διαμορφώσει ειδικές τιμές και πακέτα προσφορών για; (εάν υπάρχουν)</b>																			
1	Οικογένειες			1		1								1					
2	Νέους																		
3	Πολυήμερη παραμονή	3		3			3			3		3							3
4	Συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (Αργίες, Τριήμερα κλπ)	4					4	4	4	4		4							
5	Μέλη ενώσεων/ οργανισμών											5	5	5					
6	Τακτικούς πελάτες																		
7	Δε διαθέτει				7						7				7	7	7		
<b>Πρωώθηση</b>																			
<b>32. Η επιχείρηση διαθέτει δική της ιστοσελίδα;</b>																			
1	Ναι	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Όχι				2														
<b>33. Η ιστοσελίδα της επιχείρησης διατίθεται:</b>																			
1	Μία γλώσσα		1	1			1	1				1	1					1	
2	Δύο γλώσσες					2									2	2			2
3	Περισσότερες από δύο γλώσσες	3							3	3	3			3					









A/A		18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	
		ΒΑΜΟΣ	ΖΙΟΓΑΣ WESTER N CITY	ΚΑΣΤΡΑ ΚΙ VILLAGE	ΓΥΝΑΙΚΕ ΙΟΣ ΑΓΡΟΤΟ ΥΡΙΣΤΙΚ ΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙ ΡΙΣΜΟΣ ΦΥΛΛΙΔ ΟΣ	ΚΤΗΜΑ ΑΛΛΩΝΑ ΚΙ	ΑΧΑΪΚΟ ΧΩΡΙΟ	ΑΡΟΛΙΘ ΟΣ	ΛΑΣΙΝΘ ΟΣ	ΕΝΑΓΡΟ Ν	AGRECO	ΡΑΡΑΔΕ S VILLAGE	Η ΦΑΡΜΑ	ΜΕΡΚΟ ΥΡΗ	ΠΟΡΦΥΡ ΟΥΣΑ	ΕΠΟΧΕΣ	ΓΑΙΑ - ΑΓΡΟΤΟ ΥΡ/ΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙ ΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚ ΩΝ ΤΡΙΓΩΝ ΟΧΝ	ΚΤΗΜΑ ΝΙΚΟΛΑ	
1	Ναι	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1		1	
2	Όχι		2										2					2	
45. Η επιχείρηση απευθύνεται σε: (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)																			
1	Γηγενείς	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	Ξένοι	2	2					2	2	2	2			2	2	2			
3	Οικογένειες με παιδιά		3	3			3			3	3	3	3			3		3	
4	Ζευγάρια	4		4	4	4		4		4						4		4	
5	Νέοι	5	5		5	5	5			5					5	5		5	
6	Ηλικιωμένοι	6			6			6	6	6	6			6	6	6		6	



A/A		35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
		ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ	7 ΟΥΡΑΝΟ I	VILLA ELIZA	ΕΥΜΕΛΕΙΑ	ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ	Ikarian Wine Club	ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ	LITHIES HOUSES	ΠΙΝΑΚΑ ΔΕΣ	ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ	ΑΜΦΙΚΑΙΑ	ΠΕΡΛΕΑΣ	ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ	ΠΑΓΑΛΗ HOTEL	ΜΟΡΦΗ HOTEL	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ
1	1- 5 άτομα													1			
2	5-10 άτομα						2										
3	10-15 άτομα																3
4	Πάνω από 15 άτομα																
<b>5. Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρηση;</b>																	
1	0-5 χρόνια																
2	5-10 χρόνια	2															
3	10-15 χρόνια						3							3			3
4	Πάνω από 15 χρόνια												4			4	
5	Δεν υπάρχουν στοιχεία																
<b>6. Η επιχείρηση μετέχει σε δίκτυα ή συλλογικούς φορείς;</b>																	
1	Ναι			1		1	1	1				1	1	1		1	1
2	Όχι								2								
3	Δεν υπάρχουν στοιχεία	3	3		3					3	3				3		
<b>7. Η επιχείρηση λειτουργεί:</b>																	
1	Όλο το χρόνο	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1
2	Εποχιακά													2			
<b>8. Η επιχείρηση έχει αποκτήσει πιστοποιητικό ποιότητας;</b>																	
1	Ναι	1			1		1	1	1				1	1	1	1	1
2	Όχι																
3	Δεν υπάρχουν στοιχεία		3	3		3				3	3	3					
<b>9. Η επιχείρησή επιδοτήθηκε από κάποιο Εθνικό ή/και Κοινοτικό πρόγραμμα, κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της;</b>																	
1	Ναι											1	1				
2	Όχι																
3	Δεν υπάρχουν στοιχεία	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			3	3	3	3



A/A		35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
		ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ	7 ΟΥΡΑΝΟ I	VILLA ELIZA	ΕΥΜΕΛΕΙΑ	ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ	Ikarian Wine Club	ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ	LITHIES HOUSES	ΠΙΝΑΚΑ ΔΕΣ	ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ	ΑΜΦΙΚΑΙΑ	ΠΕΡΛΕΑΣ	ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ	ΠΑΓΑΛΗ HOTEL	ΜΟΡΦΗ HOTEL	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ
	15. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί μόνο βιολογικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης.																
1	Ναι						1	1									
2	Όχι		2	2	2	2			2			2			2	2	
	<b>C. Δραστηριότητες (εάν υπάρχουν)</b>																
	16. Αγροτικές δραστηριότητες που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:																
1	Φροντίδα ζώων αγροκτήματος							1		1							
2	Καλλιεργητικές εργασίες					2		2		2		2	2		2		
3	Συγκομιδή φρούτων/καρπών				3			3		3		3	3	3	3		
4	Γενικές εργασίες της μονάδας				4	4		4				4					
5	Άλλο																
6	Δε διαθέτει	6	6	6			6		6		6					6	6
	17. Δραστηριότητες αναψυχής που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:																
1	Ιππασία	1	1		1			1		1							1
2	Πεζοπορία		2				2	2	2	2		2					2
3	Κυνήγι/ Ψάρεμα					3		3									
4	Ποδηλασία				4		4	4		4		4			4		
5	Ορειβασία / Αναρρίχηση				5			5							5		
6	Θαλάσσια αθλήματα				6												
7	Παραποτάμια αθλήματα		7					7		7							7
8	Σκι		8														
9	Αγορές				9	9	9	9			9		9	9			9
10	Άλλο																
11	Δε διαθέτει			11									11				

A/A		35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
		ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ	7 ΟΥΡΑΝΟ I	VILLA ELIZA	ΕΥΜΕΛΕΙΑ	ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ	Ikarian Wine Club	ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ	LITHIES HOUSES	ΠΙΝΑΚΑ ΔΕΣ	ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ	ΑΜΦΙΚΑΙΑ	ΠΕΡΛΕΑΣ	ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ	ΠΑΓΑΛΗ HOTEL	ΜΟΡΦΗ HOTEL	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ
	<b>18. Δραστηριότητες πολιτισμού που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:</b>																
1	Γευσιγνωσία						1				1						
2	Οινογνωσία						2										
3	Εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα					3	3										
4	Επισκέψεις σε θρησκευτικούς χώρους						4										
5	Επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους				5		5								4		
6	Άλλο						6								5		
7	Δε διαθέτει	7	7	7				7	7	7		7	7	7		7	7
	<b>19. Δραστηριότητες επιμόρφωσης που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:</b>																
1	Παρατήρηση χλωρίδας/πανίδας							1	1							1	
2	Μαθήματα μαγειρικής					2	2				2		2				
3	Μαθήματα κατασκευής χειροποίητων ειδών				3												
4	Επίσκεψη/Ξενάγηση στους χώρους της μονάδας				4		4	4	4					4			4
5	Εκπαιδευτικές επισκέψεις				5	5	5										
6	Άλλο																
7	Δε διαθέτει	7	7	7						7		7			7		
	<b>D. Εμπορική δραστηριότητα (εάν υπάρχει)</b>																
	<b>20. Η επιχείρηση παράγει ή καλλιεργεί γεωργικά-κτηνοτροφικά προϊόντα για εμπορικούς σκοπούς;</b>																
1	Ναι	1		1	1	1	1	1	1	1			1	1	1		
2	Όχι		2								2	2				2	2







A/A		35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
		ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ	7 ΟΥΡΑΝΟ I	VILLA ELIZA	ΕΥΜΕΛΕΙΑ	ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ	Ikarian Wine Club	ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ	LITHIES HOUSES	ΠΙΝΑΚΑ ΔΕΣ	ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ	ΑΜΦΙΚΑΙΑ	ΠΕΡΛΕΑΣ	ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ	ΠΑΓΑΛΗ HOTEL	ΜΟΡΦΗ HOTEL	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ
	29. Υπάρχει ξεχωριστή χρέωση για τη συμμετοχή στις αγροτουριστικές δραστηριότητες που προσφέρονται;																
1	Ναι																
2	Όχι				2	2		2		2		2	2	2	2		
	30. Υπάρχει δυνατότητα ηλεκτρονικών κρατήσεων/αγορών;																
1	Ναι					1					1	1					
2	Όχι	2	2	2	2		2	2	2	2			2	2	2	2	2
	31. Η επιχείρηση έχει διαμορφώσει ειδικές τιμές και πακέτα προσφορών για; (εάν υπάρχουν)																
1	Οικογένειες	1		1		1	1			1	1				1		
2	Νέους																
3	Πολυήμερη παραμονή				3	3						3					
4	Συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (Αργίες, Τριήμερα κλπ)		4		4	4	4		4			4	4		4	4	
5	Μέλη ενώσεων/ οργανισμών	5					5					5					
6	Τακτικούς πελάτες																
7	Δε διεθέτει							7						7			7
	<b>Πρόωθηση</b>																
	32. Η επιχείρηση διαθέτει δική της ιστοσελίδα;																
1	Ναι		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Όχι	2															
	33. Η ιστοσελίδα της επιχείρησης διατίθεται:																
1	Μια γλώσσα					1		1		1	1						1
2	Δύο γλώσσες		2				2						2	2	2	2	
3	Περισσότερες από δύο γλώσσες			3	3					3			3				

A/A		35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
		ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ	7 ΟΥΡΑΝΟ I	VILLA ELIZA	ΕΥΜΕΛΕΙΑ	ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ	Ikarian Wine Club	ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ	LITHIES HOUSES	ΠΙΝΑΚΑ ΔΕΣ	ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ	ΑΜΦΙΚΑΙΑ	ΠΕΡΛΕΑΣ	ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ	ΠΑΓΑΛΗ HOTEL	ΜΟΡΦΗ HOTEL	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ
	<b>34. Υπάρχουν καταχωρήσεις της επιχείρησης σε ειδικά site κρατήσεων (π.χ. Booking.com);</b>																
1	Ναι			1		1						1	1				
2	Όχι		2		2		2	2	2	2			2	2	2	2	2
	<b>35. Η επιχείρηση συνεργάζεται με τουριστικά γραφεία ή/και είναι καταχωρημένη σε τουριστικούς καταλόγους;</b>																
1	Ναι		1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1
2	Όχι	2							2		2						2
	<b>Τοποθεσία</b>																
	<b>36. Η επιχείρηση βρίσκεται σε:</b>																
1	Ορεινή περιοχή		1		1				1		1			1	1	1	
2	Παραθαλάσσια περιοχή	2		2		2	2		2			2	2				2
	<b>37. Η επιχείρηση βρίσκεται κοντά σε:</b>																
1	Προστατευόμενες περιοχές									1							
2	Περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους;		2			2	2		2				2	2		2	
3	Αρχαιολογικούς χώρους			3	3				3		3	3	3	3			3
4	Θρησκευτικούς χώρους	4	4		4	4				4			4	4	4		
5	Υδρόβια πάρκα								5							5	
6	Ιαματικά λουτρά												6				
7	Δασικούς δρυμούς																
8	Άλλο																
	<b>38. Η απόσταση της επιχείρησης από το πλησιέστερο αστικό κέντρο είναι:</b>																
1	Κάτω από 20 χλμ						1		1		1	1	1		1		
2	20 - 40 χλμ		2	2		2				2							

A/A		35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
		ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ	7 ΟΥΡΑΝΟ I	VILLA ELIZA	ΕΥΜΕΛΕΙΑ	ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ	Ikarian Wine Club	ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ	LITHIES HOUSES	ΠΙΝΑΚΑ ΔΕΣ	ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ	ΑΜΦΙΚΑΙΑ	ΠΕΡΛΕΑΣ	ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ	ΠΑΓΑΛΗ HOTEL	ΜΟΡΦΗ HOTEL	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ
3	40 - 60 χλμ				3									3			3
4	Πάνω από 60 χλμ	4						4								4	
<b>39.Η πρόσβαση στην ευρύτερη περιοχή (νομός) που βρίσκεται η επιχείρηση είναι εφικτή μέσω:</b>																	
1	I.X Αυτοκίνητο	1	1		1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Αεροπλάνο	2		2		2	2		2				2	2	2	2	2
3	Τρένο	3						3		3	3	3		3		3	
4	Πλοίο			4	4	4	4		4				4		4		4
<b>ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>																	
<b>40.Ο αγροτουρισμός αποτελεί:</b>																	
1	Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης	1	1			1								1		1	1
2	Δευτερεύουσα δραστηριότητα της επιχείρησης			2	2		2	2	2	2	2	2	2	2		2	2
<b>41. Ποια είναι η φύση της επαφής των τουριστών με τις αγροτικές δραστηριότητες;</b>																	
1	Ανύπαρκτη		1	1													1
2	Παθητική	2															
3	Έμμεση						3		3		3		3	3			3
4	Άμεση				4	4		4		4		4			4		
<b>42.Βιώνουν οι Τουρίστες μια αυθεντική αγροτική εμπειρία;</b>																	
1	Ναι					1		1		1		1			1		
2	Όχι	2	2	2	2		2		2		2		2	2		2	2
<b>43.Ποιους από τους παρακάτω στόχους του αγροτουρισμού εξυπηρετεί η επιχείρηση;</b>																	
1	Δημιουργία συμπληρωματικής πηγής εισοδήματος			1	1		1	1	1	1	1	1		1		1	1
2	Συγκράτηση πληθυσμού	2			2	2		2					2	2	2	2	2

A/A		35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
		ΙΠΠΟΚΟΣΜΟΣ	7 ΟΥΡΑΝΟ I	VILLA ELIZA	ΕΥΜΕΛΕΙΑ	ΕΛΑΙΩΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΑΣ	Ikarian Wine Club	ΦΑΡΜΑ ΣΑΡΛΗ	LITHIES HOUSES	ΠΙΝΑΚΑ ΔΕΣ	ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΓΙΑΓΙΑΣ	ΑΜΦΙΚΑΙΑ	ΠΕΡΛΕΑΣ	ΤΑ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΤΗΣ ΜΑΡΙΑΝΝΑΣ	ΠΑΓΑΛΗ HOTEL	ΜΟΡΦΗ HOTEL	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΑΡΑΚΟΙΛΩΝ
3	Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας	3			3		3	3				3		3			3
4	Αναγέννηση αγροτικών παραδόσεων και διάδοση του αγροτικού τρόπου ζωής					4	4	4	4						4		
5	Προώθηση των τοπικών προϊόντων			5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5		5
6	Προστασία και διάδοση πολιτισμικής κληρονομιάς					6	6		6			6	6		6		6
7	Προστασία και διατήρηση φυσικού περιβάλλοντος		7		7		7			7		7	7	7		7	
<b>44. Οι εγκαταστάσεις της επιχείρησης βρίσκονται σε αρμονία με το περιβάλλον και τα τοπικά χαρακτηριστικά της περιοχής (π.χ. αρχιτεκτονική ήθη, έθιμα κλπ)</b>																	
1	Ναι		1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1		
2	Όχι	2										2				2	2
<b>45. Η επιχείρηση απευθύνεται σε: (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)</b>																	
1	Γηγενείς	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Ξένοι			2		2	2		2			2	2	2	2	2	
3	Οικογένειες με παιδιά	3		3	2	3	3	3	3	3	3			3	3		3
4	Ζευγάρια			4		4			4			4			4	4	
5	Νέοι		5			5			5					5	5	5	
6	Ηλικιωμένοι				6	6	6	6			6		6	6	6	6	6







A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		FATTORI A IL LAGO	PIOMBAI A	CASA DEL VENTO	VILLA PIETRAL UNGA	ACQUA BUONA	IL FAETINO	ARMIRÓ	LA CASA DI CAMP GNA	VALLI UNITE	FRUTTO PERMES SO	LA PRUGN OLA	CERGA LINA	IL BAGNO LO	FATTORI A LA VACCHI O	CASA LAPPI
	15.Η επιχείρηση χρησιμοποιεί μόνο βιολογικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης.															
1	Ναι									1	1	1			1	
2	Όχι		2	2	2	2	2	2	2				2	2		2
	<b>C. Δραστηριότητες (εάν υπάρχουν)</b>															
	16. Αγροτικές δραστηριότητες που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:															
1	Φροντίδα ζώων αγροκτήματος				1	1	1	1	1	1						
2	Καλλιεργητικές εργασίες		2							2	2	2				
3	Συγκομιδή φρούτων/καρπών		3		3	3	3	3	3	3	3	3				
4	Γενικές εργασίες της μονάδας			4	4		4	4		4	4	4		4		
5	Άλλο															
6	Δε διαθέτει	6											6		6	6
	17. Δραστηριότητες αναψυχής που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:															
1	Ίππασία	1			1			1	1				1		1	
2	Πεζοπορία	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	Κυνήγι/ Ψάρεμα	3					3					3				
4	Ποδηλασία	4	4	4	4				4	4	4		4	4	4	4
5	Ορειβασία / Αναρρίχηση															
6	Θαλάσσια αθλήματα											6				
7	Παραποτάμια αθλήματα															
8	Σκι															
9	Αγορές								9	9	9			9		
10	Άλλο	10		10	10						10				10	
11	Δε διαθέτει															11
	18. Δραστηριότητες πολιτισμού που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:															
1	Γευσιγνωσία		1	1		1	1		1	1	1		1		1	











A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		FATTORI A IL LAGO	PIOMBAI A	CASA DEL VENTO	VILLA PIETRAL UNGA	ACQUA BUONA	IL FAETINO	ARMIRÓ	LA CASA DI CAMP GNA	VALLI UNITE	FRUTTO PERMES SO	LA PRUGN OLA	CERGA LINA	IL BAGNO LO	FATTORI A LA VACCHI O	CASA LAPPI
	<b>Τοποθεσία</b>															
	<b>36. Η επιχείρηση βρίσκεται σε:</b>															
1	Ορεινή περιοχή	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1
2	Παραθαλάσσια περιοχή											4				
	<b>37. Η επιχείρηση βρίσκεται κοντά σε:</b>															
1	Προστατευόμενες περιοχές											1				1
2	Περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους;	2			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	Αρχαιολογικούς χώρους	3	3	3	3		3	3			3	3	3		3	
4	Θρησκευτικούς χώρους											4	4		4	
5	Υδρόβια πάρκα													5		
6	Ιαματικά λουτρά		6						5							6
7	Δασικούς δρυμούς		7	7	7	7	7	7			7					
8	Άλλο															
	<b>38. Η απόσταση της επιχείρησης από το πλησιέστερο αστικό κέντρο είναι:</b>															
1	Κάτω από 20 χλμ							1			1		1	1	1	
2	20 - 40 χλμ	2		2		2			2							
3	40 - 60 χλμ		3		3					3	3					
4	Πάνω από 60 χλμ															4
	<b>39. Η πρόσβαση στην ευρύτερη περιοχή (νομός) που βρίσκεται η επιχείρηση είναι εφικτή μέσω:</b>															
1	Ι.Χ Αυτοκίνητο	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Αεροπλάνο	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	Τρένο	3	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	Πλοίο				4	4				4						4
	<b>ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>															
	<b>40. Ο αγροτουρισμός αποτελεί:</b>															
1	Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης			1	1								1	1		1

A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		FATTORI A IL LAGO	PIOMBAI A	CASA DEL VENTO	VILLA PIETRAL UNGA	ACQUA BUONA	IL FAETINO	ARMIRÓ	LA CASA DI CAMP GNA	VALLI UNITE	FRUTTO PERMES SO	LA PRUGN OLA	CERGA LINA	IL BAGNO LO	FATTORI A LA VACCHI O	CASA LAPPI
2	Δευτερεύουσα δραστηριότητα της επιχείρησης	2	2			2	2	2	2	2	2	2			2	
	<b>41. Ποια είναι η φύση της επαφής των τουριστών με τις αγροτικές δραστηριότητες;</b>															
1	Ανύπαρκτη															1
2	Παθητική			2												
3	Έμμεση	3	3										3		3	
4	Άμεση				4	4	4	4	4	4	4	4		4		
	<b>42. Βιώνουν οι Τουρίστες μια αυθεντική αγροτική εμπειρία;</b>															
1	Ναι					1	1	1	1	1	1	1		1		
2	Όχι	2	2	2	1								2		2	2
	<b>43. Ποιους από τους παρακάτω στόχους του αγροτουρισμού εξυπηρετεί η επιχείρηση;</b>															
1	Δημιουργία συμπληρωματικής πηγής εισοδήματος					1	1	1	1	1	1			1	1	
2	Συγκράτηση πληθυσμού	2	2	2	2		2	2	2	2						
3	Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας		3	3		3	3			3	3	3		3	3	
4	Αναγέννηση αγροτικών παραδόσεων και διάδοση του αγροτικού τρόπου ζωής					4	4	4	4	4	4					
5	Πρώθηση των τοπικών προϊόντων	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	
6	Προστασία και διάδοση πολιτισμικής κληρονομιάς	6		6	6	6		6	6			6		6		6
7	Προστασία και διατήρηση φυσικού περιβάλλοντος	7	7					7	7	7	7	7			7	7

A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		FATTORI A IL LAGO	PIOMBAI A	CASA DEL VENTO	VILLA PIETRAL UNGA	ACQUA BUONA	IL FAETINO	ARMIRÓ	LA CASA DI CAMP GNA	VALLI UNITE	FRUTTO PERMES SO	LA PRUGN OLA	CERGA LINA	IL BAGNO O	FATTORI A LA VACCHI O	CASA LAPPI
	44. Οι εγκαταστάσεις της επιχείρησης βρίσκονται σε αρμονία με το περιβάλλον και τα τοπικά χαρακτηριστικά της περιοχής (π.χ. αρχιτεκτονική ήθη, έθιμα κλπ)															
1	Ναι	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1		1	1
2	Όχι						2							2		
	45. Η επιχείρηση απευθύνεται σε: (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)															
1	Γηγενείς	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Ξένοι	2	2	2	2	2	2			2		2	2	2	2	2
3	Οικογένειες με παιδιά				3		3		3		3		3	3		
4	Ζευγάρια		4		4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	Νέοι					5	5	5		5	5	5	5		5	
6	Ηλικιωμένοι	6	6	6	6	6					6	6	6		6	







A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		VETTER HOF	GASTHO F ENGEL	HOLZW URMWIR T	FERIEN HOF SCHECK	KERNRN HOF- EWALD AND ELKE BÄHR	MARKH ART	KALTEN BACH	BRUCKH OF	BEIMWA ICHER	HOFERT ONIHOF	ERDRIC HHOF	MUELLE R BAUERN HOF	GASTHO F STEINW ALD	HANSEL ISHOF	FAMILIE HEISTRA CHER
8	Άλλο															
9	Δε διαθέτει															
	<b>12. Πόσες κλίνες διαθέτει η επιχείρηση;</b>															
1	10-20 κλίνες					1		1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	20-30 κλίνες	2														2
3	30-40 κλίνες						3									
4	πάνω από 40 κλίνες		4	4	4											
	<b>B.Εστίαση (εάν υπάρχει)</b>															
	<b>13. Ποιές υπηρεσίες εστίασης διαθέτει η επιχείρηση:</b>															
1	Εστιατόριο		1	1												
2	Café		2	2												
3	Catering															
4	Φούρνο									4	4					
5	Κουζίνα στα δωμάτια	5			5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5
6	Δε διαθέτει							6								
	<b>14. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί τοπικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης;</b>															
1	Ναι		1	1		1	1		1	1	1	1		1	1	1
2	Όχι	2			2								2			
	<b>15. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί μόνο βιολογικά προϊόντα στις υπηρεσίες σίτισης.</b>															
1	Ναι									1						
2	Όχι	2	2	2	2	2	2		2		2	2	2	2	2	2
	<b>C. Δραστηριότητες (εάν υπάρχουν)</b>															
	<b>16. Αγροτικές δραστηριότητες που μπορούν να συμμετάσχουν οι φιλοξενούμενοι:</b>															
1	Φροντίδα ζώων αγροκτήματος	1			1	1	1	1	1		1	1				
2	Καλλιεργητικές εργασίες															
3	Συγκομιδή φρούτων/καρπών				3											
4	Γενικές εργασίες της μονάδας								4		4					
5	Άλλο															
6	Δε διαθέτει		6	6						6			6	6	6	6









A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		VETTER HOF	GASTHO F ENGEL	HOLZW URMWIR T	FERIEN HOF SCHECK	KERNRN HOF- EWALD AND ELKE BÄHR	MARKH ART	KALTEN BACH	BRUCKH OF	BEIMWA ICHER	HOFERT ONIHOF	ERDRIC HHOF	MUELLE R BAUERN HOF	GASTHO F STEINW ALD	HANSEL ISHOF	FAMILIE HEISTRA CHER
7	Δασικούς δρυμούς							7	7	7				7		
8	Άλλο															
	<b>38.Η απόσταση της επιχείρησης από το πλησιέστερο αστικό κέντρο είναι:</b>															
1	Κάτω από 20 χλμ	1				1	1					1	1	1	1	
2	20 - 40 χλμ		2	2	2			2	2	2	2					2
3	40 - 60 χλμ															
4	Πάνω από 60 χλμ															
	<b>39.Η πρόσβαση στην ευρύτερη περιοχή (νομός) που βρίσκεται η επιχείρηση είναι εφικτή μέσω:</b>															
1	I.X Αυτοκίνητο	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Αεροπλάνο	2	2	2	2		2		2	2	2	2	2	2	2	2
3	Τρένο	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	Πλοίο															
	<b>ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>															
	<b>40.Ο αγροτουρισμός αποτελεί:</b>															
1	Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης		1	1	1	1										
2	Δευτερεύουσα δραστηριότητα της επιχείρησης	2					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	<b>41. Ποια είναι η φύση της επαφής των τουριστών με τις αγροτικές δραστηριότητες;</b>															
1	Ανύπαρκτη		1	1												
2	Παθητική	2			3	3				2				2	2	2
3	Έμμεση							3				3	3			
4	Άμεση						4		4		4					
	<b>42.Βιώνουν οι Τουρίστες μια αυθεντική αγροτική εμπειρία;</b>															
1	Ναι								1		1					
2	Όχι	2	2	2	2	2	2	2		2		2	2	2	2	2
	<b>43.Ποιους από τους παρακάτω στόχους του αγροτουρισμού εξυπηρετεί η επιχείρηση;</b>															
1	Δημιουργία συμπληρωματικής πηγής εισοδήματος	1						1			1	1	1	1	1	1
2	Συγκράτηση πληθυσμού	2	2	2	2	2	2		2	2	2			2	2	

A/A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		VETTER HOF	GASTHO F ENGEL	HOLZW URMWIR T	FERIEN HOF SCHECK	KERNRN HOF- EWALD AND ELKE BÄHR	MARKH ART	KALTEN BACH	BRUCKH OF	BEIMWA ICHER	HOFERT ONIHOF	ERDRIC HHOF	MUELLE R BAUERN HOF	GASTHO F STEINW ALD	HANSEL ISHOF	FAMILIE HEISTRA CHER
3	Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας				3											3
4	Αναγέννηση αγροτικών παραδόσεων και διάδοση του αγροτικού τρόπου ζωής								4		4					
5	Προώθηση των τοπικών προϊόντων					5			5	5	5	5				
6	Προστασία και διάδοση πολιτισμικής κληρονομιάς														6	
7	Προστασία και διατήρηση φυσικού περιβάλλοντος		7	7	7		7	7		7	7	7	7	7	7	7
<b>44. Οι εγκαταστάσεις της επιχείρησης βρίσκονται σε αρμονία με το περιβάλλον και τα τοπικά χαρακτηριστικά της περιοχής</b>																
1	Ναι	1		1	1	1	1	1	1	1		1				
2	Όχι		2								2		2	2	2	2
<b>45. Η επιχείρηση απευθύνεται σε: (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)</b>																
1	Γηγενείς	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Ξένοι	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2
3	Οικογένειες με παιδιά	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	Ζευγάρια						4				4					4
5	Νέοι				5	5		5			5					
6	Ηλικιωμένοι		6	6					6	6	6	6	6	6		