

**ΑΤΕΙ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«Ο Αγροτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης - Η συμβολή της Τοπικής  
Αυτοδιοίκησης - Η περίπτωση της περιφερειακής ενότητας Αρκαδίας»**



**ΦΡΑΓΚΟΥ ΜΑΡΘΑ**

**A.M. 2009004**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΑΡΓΥΡΟΠΟΥΛΟΥ ΦΩΤΕΙΝΗ**

**ΚΑΛΑΜΑΤΑ 2013**

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην καθηγήτριά μου κ. Φωτεινή Αργυροπούλου για την αμέριστη βοήθεια και συμπαράσταση που μου παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής της συγκεκριμένης εργασίας, καθώς και σε όσους δέχτηκαν να συμμετέχουν στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε, συντελώντας, με αυτό τον τρόπο, στην έκδοση συμπερασμάτων. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και ιδιαίτερα τις κόρες μου για την βοήθειά τους και την ψυχολογική συμπαράσταση που μου παρείχαν.

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Στην παρούσα εργασία ασχολούμαστε με την ανάλυση της έννοιας του αγροτουρισμού αλλά και στο πώς αυτή η μορφή τουρισμού, με συγκεκριμένες ενέργειες της Τοπικής Αυτοδιοίκησης θα οδηγήσει στην οικονομική άνθηση του Νομού.

Το πρώτο μέρος της εργασίας μας είναι θεωρητικό. Αποτελείται από δύο κεφάλαια στα οποία παρουσιάζεται η έννοια του τουρισμού, αλλά και οι εναλλακτικές μορφές του. Επίσης αναλύεται η έννοια του αγροτουρισμού γενικά, η ανάπτυξή του σε άλλες περιοχές, αλλά και η προώθηση και υποστήριξή του στα πλαίσια λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τέλος παρουσιάζονται και οι φορείς της αγροτουριστικής πολιτικής, καθώς και η περιοχή έρευνας, δηλαδή η Περιφερειακή Ενότητα Αρκαδίας.

Το δεύτερο μέρος παρουσιάζει τα δεδομένα και τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήσαμε σε επιχειρηματίες αγροτουρισμού και σε φορείς δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου, σχετικά με την εφαρμογή του αγροτουρισμού και τη συμβολή του στην ανάπτυξη της περιοχής.

Σύμφωνα με αυτά, με κατάλληλες και συντονισμένες δράσεις, όπως νέες εγκαταστάσεις, αναπαλαίωση υπαρχουσών, βελτίωση υποδομών σχετικών με τον αγροτουρισμό, διατήρηση φυσικών και ανάδειξη πολιτιστικών πόρων, πρόσληψη κι εκπαίδευση προσωπικού, διαφήμιση, μπορεί η Αρκαδία να αποτελέσει ένα σημαντικό αγροτουριστικό προορισμό.

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

**Περίληψη**.....σελ. 2

**Εισαγωγή**..... σελ. 5

### **Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Τουρισμός και αγροτουρισμός**

1.1. Ο τουρισμός γενικά.....	σελ. 7
1.2. Είδη τουρισμού .....	σελ. 9
1.3. Αγροτουρισμός γενικά .....	σελ. 11
1.3.1. Μορφές Αγροτουρισμού.....	σελ. 14
1.3.2. Κύριες μορφές αμιγούς αγροτουρισμού.....	σελ. 15
1.3.3. Κύριες μορφές σύνθετου αγροτουρισμού.....	σελ. 15
1.4. Γιατί να ασχοληθούμε με τον αγροτουρισμό.....	σελ. 16
1.4.1. Πλεονεκτήματα αγροτουρισμού.....	σελ. 18
1.5. Αγροτουρισμός και Ευρωπαϊκή Ένωση.....	σελ. 20
1.5.1. Είδη αγροτουρισμού στο Διεθνές χώρο.....	σελ. 24
1.6. Ευρωπαϊκή Ένωση και Προγράμματα .....	σελ. 25
1.7. Εμπειρία εφαρμογής αγροτουρισμού σε άλλες περιοχές της Ελλάδας.....	σελ. 26
1.8. Μέτρα και Πολιτικές για την Ανάπτυξη του Αγροτουρισμού.....	σελ. 31
1.9. Φορείς αγροτουριστικής πολιτικής.....	σελ. 33

### **Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> Αγροτουρισμός στην Αρκαδία**

2.1. Περιφερειακή Ενότητα Αρκαδίας.....	σελ. 35
2.2. Αγροτουρισμός στην Αρκαδία.....	σελ. 38
2.3. Βασικές πηγές χρηματοδότησης για τον αγροτουρισμό στην Αρκαδία.....	σελ. 39
2.4. Δυνατότητες Επέκτασης της Εφαρμογής του Αγροτουρισμού στο Νομό..	σελ. 43
2.4.1. Προτάσεις για την Ανάπτυξη του Αγροτουρισμού στην Αρκαδία.....	σελ. 46
2.4.2. Οικονομική σημασία του αγροτουρισμού στην Αρκαδία.....	σελ. 48

## **Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Έρευνα**

3.1. Αγροτουριστικά Καταλύματα .....	σελ. 50
3.2. Έρευνα .....	σελ. 54
3.3. Έρευνα Ι .....	σελ. 55
3.4. Έρευνα ΙΙ .....	σελ. 65

## **Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>**

Προτεινόμενες δράσεις για την αγροτουριστική ανάπτυξη της περιοχής.....	σελ.98
Επίλογος.....	σελ. 105
Βιβλιογραφία.....	σελ. 107
Παράρτημα.....	σελ. 110

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Τουρισμός, τα τελευταία χρόνια, εμφανίζει παγκοσμίως μια ανάπτυξη τέτοια που τον καθιστά βασική οικονομική δραστηριότητα, συντελώντας αισθητά στη διαμόρφωση βασικών οικονομικών δεικτών διεθνώς. Στο πνεύμα αυτό, ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος. Πολλοί καθιερωμένοι τουριστικοί προορισμοί προσπαθούν να διατηρήσουν την κυριαρχία τους, ενώ άλλοι, νέοι, προσπαθούν να ενταχθούν και να κυριαρχήσουν στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά. Τα πράγματα είναι δυσκολότερα στις μέρες μας και ιδιαίτερα στη Χώρα μας, αφού η παγκόσμια οικονομική κρίση έχει επιπτώσεις και στην τουριστική κίνηση.

Στο πνεύμα αυτού του ανταγωνισμού, αλλά και της καθημερινής πάλης για επικράτηση στο παγκόσμιο τουριστικό στερέωμα, κάθε προορισμός χρησιμοποιεί τα «δυνατά» του σημεία για να αναπτύξει εκείνες τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού που θα τον διατηρήσουν και θα τον προωθήσουν στην Οικονομία.

Ο Αγροτουρισμός είναι εκείνη η μορφή τουρισμού που αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθρου αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στα πλαίσια του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. (Κολτσιδόπουλος, 2005)

Ο Αγροτουρισμός σαν μια εναλλακτική μορφή τουρισμού μπορεί να συμβάλει στην τοπική κοινωνία, προσφέροντας οικονομική άνθηση και ευμάρεια. Τα οφέλη που πηγάζουν απ' αυτόν λειτουργούν σε πολλαπλά επίπεδα (οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό, αγροτικής παραγωγής κτλ.). Επίσης, επιτρέπει τη συνέχιση της παραγωγής παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων που ίσως να είχαν εκλείψει, διατηρεί ή αναβιώνει τέχνες που διαφορετικά θα είχαν «πεθάνει», συντηρεί τις μνήμες με την αναβίωση εθίμων και παραδοσιακών εκδηλώσεων, γίνεται κανάλι επικοινωνίας των απομονωμένων περιοχών και δίνει προοπτικές δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, ιδιαίτερα στους νέους και τις γυναίκες της περιφέρειας.

Η Αρκαδία έχει να παρουσιάσει πληθώρα φυσικών ομορφιών που πηγάζουν από τον ιδιαίτερο γεωμορφολογικό χαρακτήρα της (συνδυάζει αρμονικά το ορεινό και υδάτινο στοιχείο), ενώ είναι μια κατά βάση αγροτική περιοχή. Επομένως, πρόκειται για ένα χώρο που ο αγροτουρισμός θα βρει πρόσφορο έδαφος για να αναπτυχθεί, μια ανάπτυξη που με τη σειρά της, μέσω της συμβολής της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, θα δώσει ώθηση στην γενικότερη τουριστική και κατά συνέπεια οικονομική ανάταση της περιοχής.

Στο πρώτο κεφάλαιο του πρώτου μέρους αναλύονται οι έννοιες του τουρισμού, αλλά και των εναλλακτικών μορφών του. Επίσης μελετάται η έννοια του αγροτουρισμού γενικά, οι φορείς της αγροτουριστικής πολιτικής, η ανάπτυξή του σε άλλες περιοχές, η προώθηση και υποστήριξή του στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στο δεύτερο κεφάλαιο του πρώτου μέρους, παρουσιάζονται οι ομορφιές της Αρκαδίας και γίνεται προσπάθεια να δούμε αν αυτές αποτελούν μοχλό για την αγροτουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Το θεωρητικό μας κομμάτι κλείνει με προτάσεις και με ποιες ενέργειες μπορεί η αγροτουριστική ανάπτυξη της περιοχής να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη της Αρκαδίας.

Το δεύτερο μέρος αποτελείται από ένα κεφάλαιο, το οποίο περιέχει δεδομένα ερευνητικού περιεχομένου. Συγκεκριμένα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα πρωτογενούς έρευνας με ερωτηματολόγια, που έγινε σε ιδιοκτήτες-προσωπικό καταλυμάτων και σε φορείς δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου. Με αυτή την έρευνα έγινε μια προσπάθεια να καταγραφεί η γνώμη των ερωτηθέντων για το Νομό Αρκαδίας και την παρούσα κατάστασή του, για τον αγροτουρισμό και τη συμβολή του στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Μέσα από τη διεξαχθείσα έρευνα καταλήξαμε στο να διερευνήσουμε κατά πόσο και με ποιες παρεμβάσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης θα μπορέσει η Αρκαδία να αποτελέσει το νέο αγροτουριστικό ταξιδιωτικό προορισμό, τόσο για τον Έλληνα, όσο και για τον αλλοδαπό τουρίστα, λάτρη του αγροτουρισμού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 1.1.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΕΝΙΚΑ

**Ορισμός τουρισμού:** Υπάρχει μια ασυμφωνία σχετικά με τον ορισμό του, αφενός μεν εξαιτίας της έλλειψης μιας ενιαίας τουριστικής θεωρίας, αφετέρου δε λόγω ύπαρξης διαφορετικών επιστημονικών αφετηριών σε όσους προσπάθησαν να ασχοληθούν με το θέμα. (Κούτουλας,2001). Ο τουρισμός είναι δύσκολο να οροθετηθεί εξαιτίας και της σύνθετης φύσης του, αλλά και των προβλημάτων που προκύπτουν στην προσπάθεια μέτρησής του.

Η δυσκολία αυτή γίνεται πιο έντονη, αν ιδωθεί μέσα από το διττή φύση του, που περιλαμβάνει μια ανταλλακτική σχέση μεταξύ των επισκεπτών μιας Χώρας (τουριστική ζήτηση) και των προμηθευτών τουριστικών προϊόντων σε αυτή (τουριστική προσφορά). Αυτό καθιστά αναγκαία την ύπαρξη ενός συνδεδετικού κρίκου μεταξύ των δύο δυνάμεων, που δεν είναι άλλος από αυτόν της επιστήμης του τουριστικού μάρκετινγκ. (Βιτουλαδίτη, 2000) .

Θα αναφερθούν δύο λειτουργικοί ορισμοί. Αρχικά σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (1992, όπ. αναφ. στον Middleton,2001), ο τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες του ατόμου που ταξιδεύει και διαμένει σε μέρη πέρα του συνηθισμένου περιβάλλοντος για όχι περισσότερο από ένα χρόνο, για λόγους αναψυχής, επαγγελματικούς και άλλους.

Ο πρώτος ορισμός είναι αρκετά περιεκτικός. Σύμφωνα με αυτόν, ο τουρισμός αφορά δραστηριότητες έξω από τη συνηθισμένη ρουτίνα και το καθιερωμένο περιβάλλον του καταναλωτή, απαιτεί μεταφορά στον προορισμό, και παραμονή για χρονικό διάστημα λιγότερο του χρόνου. Σημαντικό είναι ότι στη συγκεκριμένη οριοθέτηση, αναφέρεται και η ύπαρξη ποικίλων αιτιών μετακίνησης. (Middleton, 2001).

Ο δεύτερος περιεκτικός ορισμός αναφέρει (Ηγουμενάκης,1999):

*«Ο τουρισμός στη σύγχρονη του μορφή, μπορεί να οριστεί σαν την πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους, σε έναν άλλο, με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών-επιθυμιών, που δεν είναι πάντα ξεκούρασης κι αναψυχής, καθώς και η οργανωμένη προσπάθεια για προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων».* (σελ.72)



Ο ορισμός αυτός, επιπροσθέτως, αποδεικνύει τη διττή φυσιογνωμία του τουρισμού, το καταναλωτικό μέρος (ανάγκες και επιθυμίες που καλείται να ικανοποιήσει) και το παραγωγικό μέρος (υποδοχή και εξυπηρέτηση τουριστών στον τόπο υποδοχής), τα οποία προϋποθέτουν την ύπαρξη και διανομή τουριστικών προϊόντων.

Γενικά, το τουριστικό προϊόν, είναι η συνολική εμπειρία που αποκτά ο τουρίστας από τη στιγμή που φεύγει από το σπίτι του, μέχρι τη στιγμή που επιστρέφει σε αυτό. (Medlick & Middleton, 1973). Είναι ένα συνολικό πακέτο, ένα κράμα τριών στοιχείων (Λαγός, 2005):

A) των ελκτικών στοιχείων στον τόπο προορισμού: πρόκειται για στοιχεία που καθορίζουν την επιλογή και επηρεάζουν τα κίνητρα πιθανών αγοραστών. Περιλαμβάνουν: φυσικά αξιοθέατα (τοπία, κλίμα, χλωρίδα, πανίδα κλπ.), δομημένα (κτίρια αρχιτεκτονικής αξίας, μνημεία, γέφυρες κλπ.), πολιτιστικά (ιστορικά και λαογραφικά στοιχεία, θέατρα, μουσεία κλπ.) και τέλος κοινωνικά αξιοθέατα (τρόπος ζωής, ήθη και έθιμα κλπ.).

B) των εγκαταστάσεων: συστατικά στοιχεία που βρίσκονται ή συνδέονται με έναν προορισμό και επιτρέπουν στον επισκέπτη να μείνει και να απολαύσει τα αξιοθέατα. Πρόκειται για μονάδες στέγασης, εστιατόρια, μπαρ και καφετέριες, μέσα μεταφοράς, εγκαταστάσεις και δυνατότητες για αθλητικές δραστηριότητες, λιανικά καταστήματα και άλλες υπηρεσίες (π.χ. Τουριστική Αστυνομία, χώροι ενοικίασης εξοπλισμού κ.λπ.)

Γ) των δυνατοτήτων πρόσβασης σε αυτόν: περιλαμβάνουν το κόστος, την ταχύτητα και την ευκολία με την οποία ένας ταξιδιώτης αναχωρεί από τον τόπο διαμονής του και φτάνει σε έναν προορισμό. Αποτελούνται από υποδομές (δρόμους, λιμάνια, αεροδρόμια, σιδηροδρομικούς σταθμούς, μαρίνες κλπ.) εξοπλισμό (μέγεθος, ταχύτητα, ποικιλία δημόσιων μέσων μεταφοράς), λειτουργικούς παράγοντες (δρομολόγια, ωράρια, τιμές εισιτηρίων και διοδίων) και κυβερνητικούς κανονισμούς για τη λειτουργία των μεταφορικών μέσων.

Αυτά τα τρία στοιχεία ένας καταναλωτής τα εκλαμβάνει σαν μια συνολική εμπειρία, η οποία επηρεάζεται από τα κίνητρα και τις εικόνες που προσλαμβάνει τη στιγμή εκείνη. (Medlick & Middleton, 1973).

## 1.2. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η βιβλιογραφία περιέχει διάφορες διακρίσεις των τουριστικών ταξιδιών ανάλογα των κριτηρίων πραγματοποίησής τους.

Μια πρώτη διάκριση είναι : διεθνής τουρισμός που διακρίνεται με τη σειρά του στον εξερχόμενο τουρισμό μιας Χώρας (κάτοικοι της που ταξιδεύουν σε μια άλλη Χώρα) και στον εισερχόμενο Τουρισμό (μόνιμοι κάτοικοι μιας άλλης Χώρας που εισέρχονται στη συγκεκριμένη) και εσωτερικός τουρισμός (κάτοικοι της Χώρας που ταξιδεύουν σε προορισμούς εντός των ορίων της). (Middleton, 2001).

Σημαντική διάκριση του τουρισμού είναι και αυτή του μαζικού και ειδικού τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός σημαίνει μαζική κίνηση τουριστών σε μια Χώρα, κυρίως για παραθέρισμα, με στόχο τη μεγιστοποίηση του κέρδους που αποφέρουν, εις βάρος του περιβάλλοντος και της ποιότητας παρεχουσών υπηρεσιών, και τελικά των τοπικών κοινωνιών.

Στον αντίποδά του βρίσκεται ο ειδικός που απευθύνεται σε συγκεκριμένες κατηγορίες τουριστών και δε διακρίνεται από ιδιαίτερη μαζικότητα. Στον ειδικό τουρισμό συμπεριλαμβάνεται και ο εναλλακτικός που είναι ποιοτικά αναβαθμισμένος, δημιουργεί κλίμα αμοιβαιότητας των ντόπιων και των τουριστών και συνεπάγεται οικονομικά οφέλη για τους ντόπιους, με ταυτόχρονη προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. (Βελισσαρίου, 2000).

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να αναφερθούν ενδεικτικά και συνοπτικά κάποια είδη τουρισμού που προκύπτουν ανάλογα των διαφορετικών σκοπών/κινήτρων που πραγματοποιείται κάποιο ταξίδι.

**Παραθεριστικός τουρισμός:** (3 "S", SUN-SEA-SAND). Από τον 19ο αιώνα έως σήμερα, υπάρχει μια σταθερή ζήτηση για τουριστικούς προορισμούς που μπορούν να προσφέρουν καλό κλίμα, πρόσβαση στη θάλασσα και την παραλία - αμμώδη κατά προτίμηση. Πρόκειται για μαζική μετακίνηση τουριστών, όπου το τρίπτυχο «θάλασσα-ήλιος- άμμος» είναι βασικό στοιχείο προσέλκυσής τους. (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

**Επαγγελματικός τουρισμός:** Πρόκειται για μετακινήσεις επαγγελματιών σε άλλες περιοχές από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους, για παρακολούθηση συνεδρίων, σεμιναρίων, εκθέσεων ή για επαγγελματικά meetings. Η διαφορά με τις άλλες μορφές τουρισμού, είναι ότι οι επιχειρηματίες δεν ταξιδεύουν συνήθως σε περιοχές που

χαρακτηρίζονται ως τουριστικά κέντρα, αλλά σε βιομηχανικά ή διπλωματικά κέντρα. Διακρίνεται στον συνεδριακό και εκθεσιακό τουρισμό και στα ταξίδια κινήτρων. Οι δύο πρώτοι αφορούν συμμετοχή σε συνέδρια, εκθέσεις, ημερίδες κλπ. που πραγματοποιούνται λόγω της αυξανόμενης εξειδίκευσης στα επαγγέλματα, ενώ ο δεύτερος αφορά την προσφορά ταξιδιών σε εργαζόμενους που επιτέλεσαν σωστά τα επαγγελματικά καθήκοντά τους, ως ανταμοιβή ή ως κίνητρο για συνεχόμενη ανοδική πορεία. (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

**Εκπαιδευτικός τουρισμός:** Σπουδαστές ή φοιτητές που ταξιδεύουν σε ορισμένους τόπους για εκπαιδευτικούς λόγους (ή λόγους πολιτισμού), μπορούν να θεωρηθούν τουρίστες - Χαρακτηριστικό παράδειγμα τα ταξίδια στην Αγγλία για εκμάθηση της γλώσσας. (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

**Κοινωνικός Τουρισμός:** (Επίσκεψη σε συγγενείς/φίλους) Αν και έχει πολύ μικρή οικονομική αξία για τον τουρισμό, μιας και οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας συνήθως δεν διαμένουν σε κάποιο κατάλυμα, δεν καταναλώνουν αγαθά εστίασης ή άλλες τουριστικές υπηρεσίες στον τόπο προορισμού, παρά ταύτα για τις τουριστικές μεταφορές τουλάχιστον είναι μια σημαντική μορφή τουρισμού. (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

**Τουρισμός Υγείας:** Η εξέλιξη των ιαματικών πηγών οδήγησε παράλληλα και στην τουριστική ανάπτυξη των λουτροπόλεων. Οι λουτροπόλεις, μετά από μια σχετική κάμψη στον αριθμό επισκέψεων, αντιμετώπισαν πρόσφατα μια πολύ σημαντική αύξηση της ζήτησης και προσπαθούν να ανταπεξέλθουν σ' αυτήν με προσαρμογή των παρεχουσών υπηρεσιών και βελτίωση των εγκαταστάσεων. (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

**Θρησκευτικός τουρισμός:** Υπάρχει μια σταθερή ζήτηση για προορισμούς που έχουν θρησκευτικό χαρακτήρα που οδηγεί στην πραγματοποίηση ταξιδιών για θρησκευτικούς σκοπούς. (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

**Περιηγητικός τουρισμός:** Πρόκειται για περιπλανώμενους τουρίστες που δεν κάθονται απλά σε μια παραλία αλλά διαρκώς περιηγούνται, επισκέπτονται αξιοθέατα και πιθανόν να διαμένουν σε διαφορετικές περιοχές. Ο τουρίστας αυτής της κατηγορίας επιθυμεί να δει ή να επισκεφτεί τα πιο αντιπροσωπευτικά μνημεία ή πόλεις έλξης μιας χώρας. (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

**Χειμερινός τουρισμός:** Περιλαμβάνει πλήθος τουριστικών δραστηριοτήτων με κοινό χαρακτηριστικό τη χρονική περίοδο πραγματοποίησής τους (χειμερινή). (Λαγός, 2005).

**Τουρισμός περιπέτειας:** εδώ συναντάμε πολλές μορφές ανάλογα των δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στα πλαίσια του. Το βασικό χαρακτηριστικό του είναι το στοιχείο του κινδύνου και η δράση που περιλαμβάνει. (Βελισσαρίου, 2000).

**Οικοτουρισμός:** πρόκειται για πακέτα εκδρομών σε τουριστικά πάρκα και εθνικούς δρυμούς. Στόχος του είναι η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς (βασικός προσανατολισμός η οικολογία). (Βελισσαρίου, 2000).

**Θαλάσσιος τουρισμός:** τουριστική μορφή που περιλαμβάνει δραστηριότητες και παροχή υπηρεσιών σε θαλάσσιο χώρο. (Βελισσαρίου, 2000).

**Αθλητικός τουρισμός:** Αφορά τους συμμετέχοντες ή τους απλούς θεατές σε διάφορες αθλητικές δραστηριότητες (π.χ. θαλάσσια σπορ, αναρρίχηση κλ.π.) ή παρακολούθηση σημαντικών γεγονότων (π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες). (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

**Ορεινός τουρισμός:** πρόκειται για τουρίστες-λάτρεις του βουνού που απολαμβάνουν τη φύση, τη δασοκομία καθώς και όλες τις δραστηριότητες τις σχετικές με αυτό. (Λαγός, 2005).

**Αγροτουρισμός ή τουρισμός υπαίθρου:** πρόκειται για όλες τις τουριστικές μορφές που αναπτύσσονται στην ύπαιθρο με σκοπό να προσφερθεί στον επισκέπτη η ευκαιρία για επαφή και ένταξη στο φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον της υπαίθρου, για συμμετοχή στα τοπικά έθιμα και στον τρόπο ζωής των ντόπιων. (Βελισσαρίου, 2000).

Με την τελευταία αυτή μορφή θα ασχοληθούμε διεξοδικά στα κεφάλαια που ακολουθούν τόσο γενικά, όσο και ειδικότερα στην συμβολή της στην ανάπτυξη της Περιφερειακής Ενότητας Αρκαδίας.

### **1.3. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Αγροτουρισμός ορίζεται ως η τουριστική εκείνη δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό από αγρότες και μέλη της αγροτικής οικογένειας, σε μικρές μονάδες οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής, για την απόκτηση εκ μέρους των δικαιούχων ενός συμπληρωματικού εισοδήματος πλάι σε αυτό που απολαμβάνει η αγροτική οικογένεια από την ενασχόληση με την γεωργία που θεωρείται ως κύριο εισόδημα.

Η εφαρμογή του αγροτουρισμού είναι ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα ανάπτυξης ενός τόπου με πολλαπλές παρεμβάσεις που συγκλίνουν αλλά και οδηγούν στην ευημερία του τοπικού πληθυσμού (Παπακωνσταντινίδης Λ. 1993).

Σύμφωνα με τον κ.Τομάρα Π. «Αγροτουρισμός σημαίνει: ανάπτυξη γεωργικών, κτηνοτροφικών και άλλων δραστηριοτήτων σε μικρή οικογενειακή κλίμακα και παράλληλα από τα ίδια ή άλλα άτομα, ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων»

Εννοιολογικά, ο όρος αγροτουρισμός παρουσιάζεται με δυο εκδοχές. Κατά την πρώτη, ο αγροτουρισμός (farm tourism): είναι μια οικονομική δραστηριότητα που αναπτύσσεται μέσα στις παραγωγικές μονάδες της γεωργίας, τις γεωργικές εκμεταλλεύσεις ή σε σύνδεση με αυτές, με σκοπό την απόκτηση συμπληρωματικού εισοδήματος από την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και τουρισμού (hospitality and tourism services).

Η έννοια ο αγροτουρισμός προϋποθέτει ύπαρξη γεωργικής εκμετάλλευσης σε λειτουργία και τον εμπλεκόμενο με την αγροτουριστική επιχείρηση να έχει την ιδιότητα του κατ' επάγγελμα γεωργού. Οι επισκέπτες στις διακοπές τους και στον ελεύθερο χρόνο τους αν το επιθυμούν να ψυχαγωγηθούν και να εκπαιδευτούν εμπλέκονται ενεργά σε γεωργικές εργασίες. Αυτός είναι ο « γεωργικός τουρισμός » ο οποίος όμως σαν όρος δεν έχει επικρατήσει στη χώρα μας και δε χρησιμοποιείται. Κατά τη δεύτερη εκδοχή, ο όρος «αγροτουρισμός» παραπέμπει σε τουρισμό στον αγροτικό χώρο, ο οποίος δεν σημαίνει κατ' ανάγκη ύπαρξη γεωργικής δραστηριότητας και σύνδεση με αυτήν.

Ο αγροτικός χώρος αποτελεί την κοιτίδα και το δίαυλο διάσωσης κοινωνικών και πολιτισμικών χαρακτηριστικών που είναι αναπόσπαστα δεμένα με την εθνική μας φυσιογνωμία. Η διατήρηση του κοινωνικοοικονομικού ιστού στον αγροτικό χώρο συντελεί και στην διαφύλαξη της εθνικής μας διατροφικής κ.τ.λ. αυτοδυναμίας και τη στήριξη της ενδογενούς ανάπτυξης της χώρας. (Ασκέλη Στέλλα, 2007)

Όσο και αν φαίνεται περίεργο, πριν από μερικά χρόνια, λίγοι μιλούσαν για τον αγροτουρισμό και αυτή ήταν κάποιες ξεχωριστές κατηγορίες τουριστών όπως οικολόγοι και άτομα που δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα της διαμονής στο ξενοδοχείο.

Τελευταία, όλο και πιο συχνά οι χειμερινοί μήνες δίνουν στην ερώτηση «διακοπές;» την απάντηση «αγροτουρισμός». Μια ιδέα που παίρνει ερεθίσματα από την ελληνική φύση και υπόσχεται διακοπές και πέρα από το καλοκαίρι. Ο σημερινός επισκέπτης ανεξάρτητα από ηλικία, με μικρή έμφαση στο νέο, όλο και περισσότερο

σήμερα δείχνει την προτίμησή του σ' αυτό το είδος του τουρισμού που είναι γνωστό και με την ονομασία «HOME HOSPITALITY» σπιτική φιλοξενία. (Λ. Παπακωνσταντινίδης 1993)

Σήμερα ξαφνικά οι πάντες ανακάλυψαν τον αγροτουρισμό, μιλούν γι' αυτόν, ζητούν πληροφορίες για επενδυτικές δραστηριότητες στον αγροτουρισμό. Ο αγροτουρισμός είναι στην ουσία ένα εργαλείο στα χέρια της Πολιτείας προκειμένου να επιτευχθούν «Στόχοι Ανάπτυξης», συγκράτησης του τοπικού πληθυσμού στον τόπο τους, ευημερίας, αποσυμφόρησης των μεγάλων αστικών κέντρων.

Η σύγχρονη αντίληψη της στρατηγικής της ανάπτυξης λαμβάνει σοβαρά πλέον υπόψη τον ανθρώπινο παράγοντα. Στόχος είναι ο άνθρωπος ως γνώσει και εμπειρία, ως συμπεριφορά και ενσωματωμένη τεχνολογία, καθίσταται παραγωγικός και αποδοτικός, εφόσον ενταχθεί σ' ένα σχέδιο στρατηγικής δράσης. (Λ. Παπακωνσταντινίδης 1993).

Ο τουρίστας σήμερα είναι ένα άτομο «συμμετοχικό» και δεν είναι ένα παθητικό αντικείμενο περιποιήσεων, είναι ένα ενεργό άτομο που θέλει να συμμετέχει στις δραστηριότητες της οικογένειας που φιλοξενείται, στις αγροτικές εργασίες, στους περιπάτους, να συμμετέχει σε τυχόν πολιτιστικές εκδηλώσεις του τόπου, να μαθαίνει και να αποκτά πρωτόγνωρες εμπειρίες. Επίσης ο σημερινός επισκέπτης έχει καλύτερη πληροφόρηση σχετικά με τις συνθήκες-τιμές-προσφορές με αποτέλεσμα να έχει μεγαλύτερο φάσμα επιλογών με γνώμονα τη μεγιστοποίηση της ικανοποίησης που θα του προσφέρει ο τόπος που τελικά θα αποφασίσει να περάσει τις διακοπές του. (Λ. Παπακωνσταντινίδης 1993).

Ο Αγροτουρίστας είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοποιημένος στα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και πολιτιστικά κάθε τόπου, πρόκειται για άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους τη φόρμουλα των «3Φ, Φύση-Φιλία-Φιλοξενία» και απορρίπτουν εκείνη των «3S, Sun-Sea-Sand» του μαζικού τουρισμού.

Ο Αγροτουρισμός εξελίσσεται σε έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της αγοράς του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς οι επισκέπτες σε όλο τον κόσμο εκδηλώνουν ενδιαφέρον για την αειφόρο ανάπτυξη και τις οικολογικές πρακτικές. Ο Αγροτουρισμός βασισμένος στις αγροτικές περιοχές και στον αγροτικό τρόπο ζωής, επικεντρώνεται στην ανάπτυξη και ενίσχυση της σχέσης μας με το φυσικό περιβάλλον αλλά και με τους ανθρώπους και τις κοινότητες που κατοικούν και εξασφαλίζουν τα προς το ζην από την εκμετάλλευση της γης. (<http://www.investincreece.vog.gr/default.asp>)

Οι επισκέπτες στο πλαίσιο του αγροτουρισμού διαμένουν και συχνά εργάζονται με τους μόνιμους κατοίκους, μαθαίνοντας με αυτό τον τρόπο αγροτικές τεχνικές σε ένα πρακτικό επίπεδο. Πρόκειται για εμπειρία που αποφέρει εισοδήματα για τους επαγγελματίες του αγροτουρισμού και παράλληλα προσφέρει εκπαιδευτικές ευκαιρίες για τους επισκέπτες. Ο αγροτουρισμός αποτελεί οικονομικό παράγοντα ανάπτυξης σε απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας με αξιοθαύμαστες ομορφιές και μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης για τους επισκέπτες σε τοπικές γιορτές και εκδηλώσεις, να ενισχύσει την παραγωγή και πώληση τοπικών προϊόντων και να δημιουργήσει ισχυρούς διαπολιτισμικούς κοινωνικούς δεσμούς.

([http:// www.investincreece.vog.gr/default.asp](http://www.investincreece.vog.gr/default.asp) )

Στην Ελλάδα ο αγροτουρισμός από τα πρώτα χρόνια της εμφάνισής του έτυχε της στήριξης του ελληνικού δημοσίου αλλά και των χρηματοδοτήσεων από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο όρος εμφανίζεται στην ελληνική βιβλιογραφία ήδη από το 1992, στον τόμο Μελέτες για την Αγροτική Οικονομία και περιέχει το άρθρο των Βαφειάδη, Κοντογεώργου και Παλακωνσταντινίδη «Αγροτουρισμός και Ισόρροπη Ανάπτυξη».

### **1.3.1. Μορφές Αγροτουρισμού**

Οι κυρίαρχες μορφές αγροτουρισμού σε διεθνές επίπεδο είναι οι διακοπές σε αγροκτήματα και οι διακοπές σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες) που βρίσκονται μέσα στον αγροτικό οικισμό.

Η Ελλάδα με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, με την πολυνησιακή της συγκρότηση, με την αποκεντρωμένη μνημειακή της τοπογραφία, με το εναλλασσόμενο τοπίο, με τις μορφολογικές της αντιθέσεις και με τις διαφοροποιημένες κλιματολογικές της συνθήκες, συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού.

Οι μορφές του μπορούν να καταταχθούν σε δυο κατηγορίες:

- **Ο αμιγής αγροτουρισμός:** όπου οι φιλοξενούμενοι πέρα από τον κύριο προορισμό τους ( διακοπές- ανάπαυση), ασχολούνται είτε με αγροτικές εργασίες κατά κανόνα στο αγρόκτημα ( περιποίηση ζώων, τυροκομία, θερισμός, τρυγητός, λιομάζωμα, οπωροκηπευτική, μελισσοκομία, κτλ.), είτε και πολλές φορές παράλληλα, με

ψυχαγωγικές δραστηριότητες, από αυτές που τους προσφέρει το περιβάλλον της αγροτικής περιοχής (κολύμπι, ψάρεμα, πεζοπορία, ορειβασία, κυνήγι, ιππασία, κτλ.).

• **Ο σύνθετος αγροτουρισμός:** όπου οι τουρίστες, πέρα από τις παραπάνω δραστηριότητες, που μπορούν να αναπτύξουν μάλλον περιθωριακά, ικανοποιούν κύρια, κάποιες προσωπικές ανάγκες τους, που εξειδικεύουν τον αγροτουρισμό της περιοχής, όπως για παράδειγμα τουρισμός υγείας, αθλητισμού, φυσιολατρίας, θρησκείας, πολιτισμού. (<http://agrotourism.wordpress.com>)

### **1.3.2. Κύριες μορφές αμιγούς αγροτουρισμού**

-Αγροτουρισμός σε χωριά ιδιαίτερου φυσικού κάλους (ορεινά και μη) που προσελκύουν τους επισκέπτες, αξιοποιώντας την ομορφιά της τοποθεσίας τους.

- Αγροτουρισμός σε νησιωτικές ή παραλιακές περιοχές οι οποίες αξιοποιούν κυρίως τους θερινούς μήνες τον ήλιο και τη θάλασσα.

- Αγροτουρισμός σε παραδοσιακούς οικισμούς οι οποίοι έχουν να αναδείξουν μια ξεχωριστή αρχιτεκτονική που προσελκύει τον κάτοικο των τιμιεντένιων αστικών κέντρων.

- Αγροτουρισμός κοντά σε προστατευόμενες περιοχές, όπως εθνικούς δρυμούς και υδροβιότοπους οι οποίες εκτός από φυσικό κάλλος, αναλαμβάνουν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις των επισκεπτών σε θέματα οικολογίας.

-Αγροτουρισμός σε καταλύματα συνεταιριστικής μορφής, όπου τα μέλη των συνεταιρισμών, κυρίως γυναίκες προσφέρουν προϊόντα δικής τους ή τοπικής παραγωγής και αυθεντική φιλοξενία.

### **1.3.3. Κύριες μορφές σύνθετου αγροτουρισμού**

-Αγροτουρισμός σε περιοχές με ιαματικές πηγές, γνωστές ως λουτροπόλεις, όπου σε ειδικά υδροθεραπευτήρια οι τουρίστες υπόκεινται σε κάποιες θεραπευτικές αγωγές, σε ένα συνδυασμό αποτοξίνωσης και σωματικής χαλάρωσης.

- Αγροτουρισμός σε ορεινά χωριά στην περιοχή των οποίων λειτουργεί οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο, που αποτελεί το στοιχείο έλξης των τουριστών.

-Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές με αθλητικές εγκαταστάσεις, όπου προσφέρονται όλες οι δυνατότητες για ανάπαυση και άθληση.



- Αγροτουρισμός σε κατασκηνωτικούς χώρους (camping), που βρίσκονται στον περίγυρο αγροτικών οικισμών με τους οποίους συνδέονται οικονομικά κοινωνικά και πολιτισμικά.

-Αγροτουρισμός για παιδιά μικρής ηλικίας , που πραγματοποιείται σε παιδικές κατασκηνώσεις με αθλητικές εγκαταστάσεις, πλήρη φιλοξενία και προσφορά μορφωτικού, ψυχαγωγικού προγράμματος .

- Αγροτουρισμός σε κέντρα διερχομένων τουριστών που βρίσκονται σε ειδικούς κόμβους και δέχονται περαστικούς για να τους προσφέρουν φιλοξενία

- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές όπου υπάρχουν πολιτιστικά ενδιαφέροντα.

Όλες οι παραπάνω μορφές αγροτουρισμού εντοπίζονται σε αγροτικές περιοχές, οι τύποι των καταλυμάτων είναι κυρίως δωμάτια εντός της οικίας της αγροτικής οικογένειας ή καταλύματα που αποτελούν προέκταση της κατοικίας, είτε τέλος ανεξάρτητα της οικίας δωμάτια, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ανεξαρτησία της ιδιωτικής ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών. (<http://www.investincreece.vog.gr/default.asp>)

#### **1.4. ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΑΣΧΟΛΗΘΟΥΜΕ ΜΕ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Δεν είναι τυχαίο ότι η πολιτική ανάπτυξης του αγροτουρισμού αποτελεί κεντρική κατευθυντήρια πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως απάντηση στα ζητήματα της πολυλειτουργικής γεωργίας, της ενίσχυσης του αγροτικού εισοδήματος, της περιφερειακής ανάπτυξης, της προστασίας του περιβάλλοντος, του αιτήματος του σύγχρονου ανθρώπου για την ποιότητα ζωής. Αυτό το μοντέλο ανάπτυξης που πολλοί «εταίροι» μας στην Ευρωπαϊκή οικογένεια έχουν υλοποιήσει εδώ και δεκαετίες στην Γαλλία, την Ιταλία, την Αυστρία, υπήρξε η απάντηση στην ερήμωση της περιφέρειας και στη μείωση του αγροτικού εισοδήματος. Σήμερα υπολογίζεται ότι το 70% των Αμερικανών, Αυστραλών, Αυστριακών και Γερμανών και όχι πολύ μικρότερο ποσοστό των κατοίκων των υπολοίπων χωρών του ΟΟΣΑ κάνουν σε ετήσια βάση αγροτουρισμό.

Με τον αγροτουρισμό, πετυχαίνουμε την παραμονή των κατοίκων στις περιοχές τους, την διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, την ανακαίνιση σπιτιών και αρχοντικών που αφέθηκαν στον χρόνο. Μέσω του αγροτουρισμού προβάλλεται η πολιτιστική κληρονομιά, η μοναδικότητα της κάθε περιοχής που χάνεται και διαβρώνεται. Σήμερα υπάρχουν περί τις 5.000 ορεινές περιοχές που αντιμετωπίζουν το ενδεχόμενο, είτε να εξαφανιστούν ολοκληρωτικά, λόγω της αραιοκατοίκησης που συνδέεται με την μεγάλη ηλικία, είτε να αποκτήσουν ένα εντελώς νέο πληθυσμό που τυχαίνει να φτάσει εκεί σαν μετανάστης από κάποια άλλη χώρα, κινδυνεύοντας έτσι να χαθεί ένα μεγάλο κομμάτι ιστορικής συνέχειας. Σε συνδυασμό με την ανάγκη να συγκροτήσουν τις δυναμικές τους, σε μια διαδικασία ευαισθητοποίησης και ανάστροφης πορείας δραστηριοποίησης των νέων ανθρώπων, ο αγροτουρισμός θα αποτελέσει το μεγάλο κίνητρο. Παράλληλα δεν πρέπει να παραβλέψουμε το γεγονός ότι, αποτελεί μια ευκαιρία προσέγγισης των κατοίκων της Ευρώπης, καθώς και των κοινωνιών που αναπτύσσονται στα πλαίσια αυτά παρ' όλες τις διαφορετικές πολιτισμικές και θρησκευτικές παραδόσεις.

Τώρα που τα σημάδια κορεσμού του κλασικού μοντέλου τουρισμού έχουν αρχίσει να γίνονται εμφανή και τα οφέλη άρχισαν να ισοσκελίζουν τα προβλήματα, είναι φανερό πως πρέπει να αναζητήσουμε νέες διεξόδους και μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης.

Σήμερα αρχίζει να γίνεται συνείδηση ότι η ανάπτυξη των ήπιων μορφών τουρισμού και ιδιαίτερα ο αγροτουρισμός, που χαρακτηρίζεται από τα στοιχεία του σεβασμού στον άνθρωπο και στο περιβάλλον, είναι η πλέον κατάλληλη μορφή τουρισμού που συμβάλλει στην καλύτερη γνωριμία και επικοινωνία των κατοίκων της Ευρώπης, στην διαπαιδαγώγηση των πολιτών ως προς την ανεκτικότητα της όποιας διαφοράς τους και την προστασία των φυσικών πόρων της ηπείρου.

Η Ελλάδα δεν θα σταματήσει να είναι συνυφασμένη με τον μαζικό τουρισμό, αλλά όμως διαθέτει εξαιρετικούς και ποικίλους τουριστικούς πόρους που μπορούν να αξιοποιηθούν και να αναδείξουν ένα νέο εναλλακτικό πρόσωπο, ένα ήπιο τουριστικό μοντέλο, ένα ποιοτικό προϊόν προσανατολισμένο σε ένα εξίσου ποιοτικό τμήμα της αγοράς. Ο αγροτουρισμός δεν είναι απλώς μια μορφή τουρισμού. Είναι μια διαφορετική προσέγγιση στον τρόπο ζωής, μια νέα πραγματικότητα, ένα όραμα.

( <http://agrotourism.wordpress.com> )

### **1.4.1. Πλεονεκτήματα Αγροτουρισμού**

Γενικά: Τα δυνητικά οφέλη του αγροτουρισμού για την τοπική αγροτική οικονομία είναι ποικίλα. Κατ' αρχήν ο αγροτουρισμός μπορεί να δημιουργήσει ευκαιρίες διαφοροποίησης των μέχρι τώρα δραστηριοτήτων για τους ντόπιους αγρότες, προκειμένου αυτοί να αυξήσουν τα εισοδήματά τους και να ενδυναμώσουν τη βιωσιμότητα των αγροτικών δραστηριοτήτων τους. Επίσης, ο αγροτουρισμός μπορεί να είναι ένα άριστο εργαλείο εκπαίδευσης του κοινού για την σημασία της γεωργίας και της συμβολής της στην οικονομία της χώρας και στην ποιότητα ζωής και μπορεί να παρέχει κίνητρα διατήρησης της γεωργικής γης. Τέλος, ο αγροτουρισμός μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητα και τη ζήτηση τοπικών αγροτικών και μη προϊόντων, να ενισχύσει τις προσπάθειες τοπικού marketing και να δημιουργήσει ευκαιρίες προστιθέμενης αξίας στα τουριστικά προϊόντα της ευρύτερης περιοχής, ακόμα κι αν αυτά είναι προϊόντα μαζικού τουρισμού. Επίσης είναι δυνατόν να δημιουργήσει ευκαιρίες άμεσης στόχευσης αγορών που να είναι σε θέση να ενισχύσουν την οικονομική δραστηριότητα και να εξαπλώσουν τα οφέλη σε πολλές κοινότητες στη χώρα.

Ειδικότερα, ως προς την τοπική ανάπτυξη, ο «αγροτουρισμός» , είναι κατεξοχήν δραστηριότητα τοπικού σχεδιασμού και τοπικής αυτοδιαχείρισης. Συνιστά ουσιώδες συστατικό της τοπικής ανάπτυξης, σε αντίθεση με τον τουρισμό των μεγάλων και ιδιαίτερα των πολυεθνικών ξενοδοχείων, τα οποία, στην καλύτερη των περιπτώσεων, διατηρούν μια «ουδετερότητα» ως προς τον χώρο. Είναι λάθος προσέγγιση, να συνδέεται η έννοια του «τυπικού-μαζικού τουρισμού» με την τοπική ανάπτυξη .

Η καθετοποίηση της τουριστικής δράσης , με τυποποιημένες τις βασικές της λειτουργίες, μάλλον αποχωρίζεται από την τοπική κοινωνία, παρά συνεισφέρει. Με την ίδια λογική, που μία οποιαδήποτε επιχείρηση εγκαθίσταται σε ένα χώρο , με κριτήριο την μεγιστοποίηση του κέρδους (αντίστοιχα, την ελαχιστοποίηση του κόστους παραγωγής) π.χ φοροαπαλλαγές, επιδοτήσεις, κίνητρα ανάπτυξης, γειτνίαση με τους χώρους παραγωγής και συγκέντρωσης της πρώτης ύλης και άρα ελαχιστοποίησης του κόστους μεταφοράς κλπ), χωρίς κανένα συναισθηματικό ή άλλο δεσμό με τον τόπο εγκατάστασης, η μεγάλη τουριστική μονάδα , πέρα από κάποιες εργασίας εποχιακής απασχόλησης, τις οποίες ενδεχόμενα θα πρόσφερε μάλλον

ενοχλεί, μάλλον έχει αρνητικές επιπτώσεις, τόσο στη φέρουσα χωρητικότητα, όσο και στα κρίσιμα φορτία και την αιφόρο ανάπτυξη του τόπου εγκατάστασης. Άρα, οι έννοιες τουρισμός (γενικά) και «τοπική ανάπτυξη» είναι αποχωρισμένες. Τυχόν απόκλιση από την κατάσταση που καταγράφεται, θα οφείλεται αποκλειστικά και μόνο σε «ευαίσθησιες» των επιχειρηματιών μάλλον και λιγότερο σε αυτή καθαυτή τη λειτουργία της τουριστικής μονάδας (ξενοδοχείο, εστιατόριο, bar, disco, κλπ) (<http://agrotourism.wordpress.com>)

Ειδικότερα:

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει ο αγροτουρισμός στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των αγροτικών περιοχών, συνοψίζονται στα εξής:

- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και κατά συνέπεια συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Το πλεονέκτημα αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση. Η δημιουργία των θέσεων αυτών εργασίας είναι καθοριστική για τις ευαίσθητες, από άποψη εργασίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών.
- Η δημιουργία υποδομών ήπιας κλίμακας, οι οποίες εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον και συμβάλλουν στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων.
- Η προώθηση των γεωργικών παραδοσιακών προϊόντων στην αγορά και η αύξηση των εσόδων των ατόμων που ασχολούνται με το γεωργικό τομέα
- Ο αγροτουρισμός, ως δραστηριότητα, αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού.
- Ο αγροτουρισμός αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της δυνατότητας συνδυασμού της περιφερειακής ανάπτυξης και της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι μια τουριστική δραστηριότητα που δεν δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους. Αντίθετα, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Σχετικά με το τελευταίο πλεονέκτημα, αυτό της ενίσχυσης της περιφερειακής ανάπτυξης, πρέπει να τονιστεί ότι υπάρχουν θετικές και αρνητικές επιδράσεις τόσο για τον αγροτικό χώρο όσο και για τον ίδιο τον τουρίστα.

### **Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού στον αγροτικό χώρο:**

- Ενίσχυση του γεωργικού οικογενειακού και τοπικού εισοδήματος. Συμβολή στη ζωτικότητα των αγροτικών περιοχών.
- Διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και διατήρηση της τοπικής ατμόσφαιρας.
- Σωστή χρήση των φυσικών πόρων για την διατήρηση του περιβάλλοντος.
- Παραγωγή και πώληση τοπικών προϊόντων.
- Δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων που ταυτόχρονα ασχολούνται με την παραγωγή και απευθείας πώληση γεωργικών προϊόντων στους φιλοξενούμενους.
- Βελτίωση της τοπικής υποδομής για τη δυνατότητα υποδοχής και φιλοξενίας των επισκεπτών.

### **Οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στον αγροτικό χώρο:**

- Διατάραξη της ησυχίας της υπαίθρου λόγω της υποδοχής τουριστών .
- Επίδραση στα ήθη και στα έθιμα , στη γλώσσα και στα πολιτιστικά στοιχεία των αγροτικών περιοχών .
- Επιβάρυνση του περιβάλλοντος και του φυσικού κάλλους .
- Ενίσχυση κοινωνικών διαφορών σε τοπικό επίπεδο, που εκδηλώνονται και με εχθρική συμπεριφορά κατοίκων της περιοχής προς τους τουρίστες.

<http://www.anthropos.gr/spots/tourism/agro.asp>

## **1.5. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ**

Η Διεθνής εμπειρία, όπως έχει καταγραφεί από το 1950 και μετά στις χώρες Γαλλία, Ιταλία, Αγγλία, Ιρλανδία, Γερμανία, Δανία, Βέλγιο, Ολλανδία δείχνει ότι το πρότυπο του αγροτουρισμού ποικίλει ως προς τη μορφή και το βαθμό ανάπτυξή του. Αυτό εξαρτάται από τις ιδιαιτερότητες της κάθε χώρας, την οικονομική δομή την μικρή ή μεγάλη εκμετάλλευση στο αγρόκτημα την τοπική επιχειρηματικότητα το αγροτικό εισόδημα και το βαθμό των περιφερειακών ανισοτήτων. (Λογοθέτης 1988)

Η εμφάνιση του αγροτουρισμού ως 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 basend tourism»

Στην Αυστρία, την Ελβετία τη Γαλλία και άλλες χώρες έχουν αναπτυχθεί και οργανωθεί σε ικανοποιητικό βαθμό αγροτουριστικές δραστηριότητες οι οποίες μάλιστα διαφημίζονται ακόμη και σε Ελληνικά τουριστικά γραφεία.

Την τελευταία 25ετία στην Ευρωπαϊκή Ένωση παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον των ανθρώπων των πόλεων για διακοπές στον αγροτικό χώρο. Αυτό προέκυψε ως ένα είδος ιστορικής αναγκαιότητας που φαίνεται ότι έχει ευσίωνη προοπτική που πραγματώνεται είτε από αγρότες είτε από ιδιώτες επιχειρηματίες. (Λογοθέτης 1988)

Από την δεκαετία του 1990 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσανατολίσθηκε στην υποστήριξη των αγροτών και μέσω της «πολυδραστηριότητας» των αγροτών και χρηματοδότησε πρωτοβουλίες για την στήριξη αυτής της επιλογής, δηλαδή της ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων από τους αγρότες. Έτσι σχεδιάσθηκε η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER και είδαμε να συνεχίζει σαν LEADER II, και σαν LEADER+, και μάλιστα σαν πετυχημένη πρακτική έχει ενταχθεί σαν κύριος τρόπος και ακόμα κρατήθηκε και ένα κομμάτι του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης- Π.Α.Α 2007-2013 για να υλοποιεί καινοτομίες και πρωτοβουλίες μορφής LEADER. (Α.ΜΠΑΛΑΤΑΤΖΗΣ)

Η Ευρωπαϊκή Ένωση δείχνει ιδιαίτερα μεγάλο ενδιαφέρον για την τουριστική ανάπτυξη των αγροτικών και ορεινών περιοχών, μέσω του αγροτουρισμού, ως μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολύ – δραστηριότητας στον αγροτικό χώρο και το εκφράζει με σημαντική χρηματοδότηση και υποστήριξη.

Ο αγροτουρισμός – τουρισμός υπαίθρου αποτελεί μια επιτυχημένη ευρωπαϊκή πολιτική ανάπτυξης της περιφέρειας, που εφαρμόζεται εδώ και δεκαετίες για να λύσει ή να περιορίσει καίρια προβλήματα, όπως η ερήμωση της υπαίθρου, η αστυφιλία και η μείωση της αγροτικής παραγωγής.

Από τη γέννηση της Ε.Ο.Κ., ένας από τους σκοπούς της Κοινοτικής Αγροτικής Πολιτικής ήταν η κοινωνική και οικονομική εξισορρόπηση ανάμεσα στις πιο πλούσιες και τις πιο φτωχές και περιθωριακές περιοχές. Στο πλαίσιο της πολιτικής της Κοινοτικής Αγροτικής Πολιτικής από το 1975 υπογραμμίζεται η σημασία να ευνοηθεί ο συνδυασμός της γεωργίας με τουριστικές και βιοτεχνικές δραστηριότητες προκειμένου, να ανέβει το επίπεδο του εισοδήματος των γεωργών. Απ' όλες τις

δραστηριότητες (εναλλακτικές και πρόσθετες) που προτάθηκαν, ο αγροτουρισμός έχει την εξέχουσα θέση.

Το 1984 δημιουργήθηκε στις Βρυξέλλες η Euragritour, μια ομάδα εργασίας που είναι υπεύθυνη για τα προβλήματα αγροτουρισμού. Σε αυτήν συμμετέχουν οι εθνικοί υπεύθυνοι των οργανώσεων αγροτουρισμού των κρατών – μελών της Ε.Ο.Κ. Στη Euragritour επιδιώκεται να συντονίζονται οι πολιτικές για τον αγροτουρισμό των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, προσπαθώντας να ενισχύσει τη θέση του ενόπιον των κοινοτικών αποφάσεων που λαμβάνονται σχετικά με τον τουρισμό, που στο σύνολό του αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση βλέπει ότι είναι απαραίτητη η ύπαρξη μιας στρατηγικής βοήθειας για τις επενδύσεις, την επαγγελματική κατάρτιση, την προπαγάνδα και της απόδοσης στους γεωργούς του καθήκοντος της διαφύλαξης του φυσικού περιβάλλοντος. Σε κοινοτικό επίπεδο έχουν αναληφθεί διάφορες πρωτοβουλίες για την προώθηση και την ενίσχυση του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές με δράσεις, που έχουν στόχο σε μια στρατηγική βοήθεια για τις επενδύσεις και την επαγγελματική κατάρτιση των γεωργών όπως π.χ. η Πρωτοβουλία Leader Plus.

Στα ζητήματα που έχουν αντιμετωπιστεί τα τελευταία χρόνια, ενδιαφέρον προκαλούν τα προβλεπόμενα κοινοτικά μέτρα υπέρ των επιχειρήσεων του αγροτουρισμού όπως:

- Η συμβολή στον προσδιορισμό των προϊόντων του αγροτουρισμού (δραστηριότητες), βελτιώνοντας τη γνώση για τη ζήτηση για αυτά και τη διαφάνεια της προσφοράς τους.
- Η συμβολή στη δημιουργία και την ανάπτυξη προϊόντων αγροτουρισμού ευνοώντας τη συνεργασία ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους τοπικούς επιχειρηματίες όπως επίσης και τη διαπεριφερειακή συνεργασία.
- Ο στόχος στους ανθρώπινους πόρους (επιχειρηματίες του αγροτουρισμού και ειδικοί) για την βελτίωση της διαχείρισης των δραστηριοτήτων του αγροτουρισμού με την υλοποίηση ολοκληρωμένων προγραμμάτων σε ευρωπαϊκό επίπεδο.
- Η εύνοια για την πρόσβαση προϊόντων του αγροτουρισμού στην αγορά μέσω της πληροφόρησης της ζήτησης, της προώθησης της βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων του αγροτουρισμού (ευρωπαϊκό σήμα) και της διαφήμισης των προϊόντων σε ευρωπαϊκό επίπεδο. (De Micheli Andrea, 2003).

Ο αγροτουρισμός λοιπόν, είναι κυρίως ένα φαινόμενο ευρωπαϊκό. Κάθε χώρα της Ευρώπης έχει προσαρμόσει την πολιτική της έτσι ώστε να διαμορφώνει το αγροτουριστικό προϊόν ανάλογα με τους στόχους, τις δημογραφικές απαιτήσεις και τη γενικότερη στρατηγική της. Επίσης, ο αγροτουρισμός βρίσκεται σε συνεχή ανάπτυξη ειδικότερα σε ότι αφορά τη ζήτηση, όσο για την προσφορά υπάρχουν κάποια ζητήματα νομοθετικού επιπέδου, που διαφέρουν από χώρα σε χώρα και εμποδίζουν ακόμα και σήμερα την ευρύτερη διάδοσή του.

Πολλές χώρες, όπως ειπώθηκε παραπάνω, έχουν αναπτύξει αγροτουρισμό εκ των οποίων είναι η Αυστρία, η Γερμανία, η Μεγάλη Βρετανία και η Ιρλανδία με την μορφή του *farmhouse accommodation*. Η Ισπανία με το πρόγραμμα *vacaciones en casas de labranza* και η Γαλλία με τις *gites rurales*.

Όσον αφορά τη Γαλλία, η πολιτική της τουριστικής αξιοποίησης της υπαίθρου προωθήθηκε μια δεκαετία νωρίτερα από ότι έγινε στην Ιταλία κυρίως σε νομοθετικό, διοικητικό και διαχειριστικό επίπεδο, αναζητώντας να επιταχύνει τις γραφειοκρατικές και νομοθετικές διαδικασίες που εμποδίζουν την απόφαση των γεωργών να αναλάβουν τέτοιες δραστηριότητες. (De Micheli Andrea, 2003).

Στην Ιταλία ο αγροτουρισμός προωθήθηκε κυρίως από τις κατά τόπους ενώσεις των ιδιοκτητών αγροτικής γης, από την τοπική αυτοδιοίκηση και τις αγροτικές ομοσπονδίες, με την δημιουργία αγροτικών συγκροτημάτων συνεταιριστικής μορφής, είτε με μορφή πανσιόν μέσα στο αγρόκτημα, είτε με τη μορφή συνεταιρισμού προβολής τοπικών προϊόντων, που συγχρόνως διαχειρίζεται και ένα αγροτουριστικό συγκρότημα (συνήθως με τη μορφή μικρού ξενοδοχείου). Εξάλλου, πολλά αγροκτήματα στην Τοσκάνη προσφέρουν μαθήματα ιταλικής κουζίνας ή μαθήματα γευσιγνωσίας (στα χωριά Κιάντι που παράγεται το ομώνυμο ιταλικό κρασί) (Βενετσανοπούλου, 2006). Αξίζει να αναφερθεί ότι η Σιένα είναι το πιο διάσιμο τουριστικό θέρετρο στην Τοσκάνη και έχει τον υψηλότερο αριθμό τουριστών.

Μερικά χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού π.χ. της Ιταλίας είναι η στενή του επαφή με το συνεταιριστικό κίνημα, η αυτόνομη περιφερική ανάπτυξή του, η άνιση κατανομή της ανάπτυξης του μεταξύ βορρά και νότου και η άμεση σύνδεση του με την τοπική αγροτική παραγωγή, που προωθείται προς τους τουρίστες,

Στο βόρειο τμήμα της χώρας ο αγροτουρισμός είναι ανεπτυγμένος και οι μορφές που συναντώνται είναι αγροτικού τουρισμού πολυτελείας (π.χ. δυνατότητα συνδυασμού του αγροτουρισμού και με άλλες μορφές τουρισμού, ύπαρξη



αναπαλαιωμένων πύργων, που προσφέρουν ειδικές παροχές όπως χιονοδρομικά κέντρα, αθλητικές εγκαταστάσεις, παιδικές χαρές). Αντίθετα, στην μεσημβρινή Ιταλία ο αγροτουρισμός είναι λιγότερο ανεπτυγμένος.

Η δημιουργία αγροτουρισμού σε οικισμούς που χτίζονται με παραδοσιακά υλικά, για να δίνουν την εικόνα ενός παραδοσιακού χωριού είναι μια μορφή τουρισμού, που γνωρίζει τα τελευταία χρόνια μεγάλη άνθιση στην κεντρική Ευρώπη αλλά και σε κάποιες χώρες της Αφρικής. Χτίζονται ολόκληρα χωριά ή γίνονται επεμβάσεις σε εγκαταλελειμμένους οικισμούς, προκειμένου να μοιάζουν με παραδοσιακούς. Ταυτόχρονα δημιουργείται μια σημαντική υποδομή, με την οποία επιδιώκεται η δημιουργία της εικόνας ενός παραδοσιακού χωριού για πώληση τοπικών προϊόντων. (Βενετσανοπούλου, 2006)

### **1.5.1. Είδη αγροτουρισμού στο Διεθνή Χώρο**

Σήμερα ο αγροτουρισμός στο διεθνή χώρο εμφανίζεται με τις ακόλουθες δύο βασικές μορφές:

- Την μορφή των διακοπών σε γεωργική εκμετάλλευση «farm horse holidays» που είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη σε χώρες όπου η έννοια αγρόκτημα είναι συνυφασμένη με την γεωργική εκμετάλλευση (Αυστρία, Γερμανία) και οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στην ζωή των αγροτών και στις γεωργικές δραστηριότητες.
- Τη μορφή των διακοπών με «κλίνη και πρωινό» Bed and breakfast που αφορά στην δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς μικροσυνοικισμούς ή αγροτικά καταλύματα (αγροικίες). Το σύστημα αυτό είναι διαδεδομένο σε χώρες όπως η Βρετανία, η Γαλλία, η Ιταλία και Ιρλανδία.

Στις δύο αυτές μορφές του αγροτουρισμού οι τύποι καταλυμάτων που συναντώνται στην Ευρώπη είναι:

- Κατοικίες προς ενοικίαση ανεξάρτητες από την κατοικία της γεωργικής οικογένειας.
- Δωμάτια προς ενοικίαση, στην κατοικία της αγροτικής οικογένειας.
- Κατασκηνώσεις/Κάμπινγκ σε αγρόκτημα.

- Αγροκτήματα ειδικευμένα σε τέτοιου είδους σε συγκεκριμένου τύπου φιλοξενία. (Βαφειάδης- Κοντογιώργος - Παπακωνσταντινίδης 1992).

## **1.6. ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΗΣ**

Η Ευρωπαϊκή Ένωση παρέχει υποστήριξη σε ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Η υποστήριξη αυτή είναι διαθέσιμη σε διαφορετικές μορφές όπως επιχορηγήσεις, δάνεια και, σε ορισμένες περιπτώσεις, εγγυήσεις. Η υποστήριξη παρέχεται είτε άμεσα είτε μέσω προγραμμάτων, η διαχείριση των οποίων γίνεται σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο, όπως τα Διαρθρωτικά Ταμεία της ΕΕ.

Οι ΜΜΕ μπορούν επίσης να επωφεληθούν από μια σειρά μέτρων μη χρηματοδοτικής βοήθειας με τη μορφή προγραμμάτων και υπηρεσιών υποστήριξης των επιχειρήσεων. Στόχος του οδηγού αυτού είναι να παρουσιάσει τα ευρωπαϊκά προγράμματα που είναι διαθέσιμα για τις ΜΜΕ και περιέχει συνοπτικές πληροφορίες καθώς και τους κύριους ιστότοπους για κάθε πρόγραμμα.

Προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την υποστήριξη των ΜΜΕ

([http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc\\_id=4620](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=4620))

α) Τα Διαρθρωτικά Ταμεία (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης [ΕΤΠΑ] και Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο [ΕΚΤ]) αποτελούν τα μεγαλύτερα κοινοτικά μέσα χρηματοδότησης των ΜΜΕ, μέσω των διαφόρων θεματικών προγραμμάτων και κοινοτικών πρωτοβουλιών που εφαρμόζονται στις περιφέρειες. Οι δικαιούχοι χρηματοδοτήσεων από τα Διαρθρωτικά Ταμεία λαμβάνουν άμεση συνεισφορά για τη χρηματοδότηση των σχεδίων τους.

Σημειώνεται ότι η διαχείριση των προγραμμάτων και η επιλογή των έργων γίνεται σε Εθνικό και Περιφερειακό επίπεδο.

β) Η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER (Liaisons EntreActions de Developpement de l' Economie Rurale) δηλαδή Δεσμοί μεταξύ των δράσεων για την Ανάπτυξη της Αγροτικής Οικονομίας, αναλήφθηκε με απόφαση της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων στις 15 Ιουνίου 1994. Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας η οποία διάρκεσε από το 1994 ως το 2001 και ακολουθείται στην τρέχουσα προγραμματική περίοδο από την πρωτοβουλία LEADER+, χορηγήθηκε κοινοτική βοήθεια υπό μορφή συνολικών επιδοτήσεων ή ολοκληρωμένων επιχειρησιακών

προγραμμάτων προκειμένου να μπορέσουν οι φορείς αγροτικής ανάπτυξης να θέσουν σε πειραματική εφαρμογή προσεγγίσεις αγροτικής ανάπτυξης σε ενδογενή και τοπική κλίμακα συχνά με καινοτόμο χαρακτήρα. Η πρωτοβουλία LEADER II αποτέλεσε συνέχεια της πολύ επιτυχημένης πρωτοβουλίας LEADER I (1991-1994).

Κοινοτική πρωτοβουλία LEADER+ είναι η πρωτοβουλία του αγροτικού τομέα κατά την 3 η προγραμματική περίοδο (2000-2006). Το συνολικό κόστος του Επιχειρησιακού Προγράμματος εκτιμάται να ανέλθει στα 392,6 εκ. Ευρώ περίπου, ενώ το ύψος της Δημόσιας Δαπάνης ανέρχεται σε 251,18 εκ. Ευρώ, από τα οποία τα 182,90 εκ. Ευρώ αποτελούν την κοινοτική συμμετοχή (ταμείο ΕΓΤΠΕ -Π). Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα υιοθετεί δυο γενικούς αναπτυξιακούς στόχους, που είναι:

- Η ολοκληρωμένη, υψηλή ποιότητας, αειφόρος ανάπτυξη της υπαίθρου μέσω πιλοτικών εφαρμογών.
- Η ενίσχυση της προσπάθειας για άρση της απομόνωσης των περιοχών σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής.

Τέλος διαπιστώνεται ότι για την στήριξη και την ενίσχυση της απασχόλησης του ανθρώπινου δυναμικού της υπαίθρου, χρειάζονται βιώσιμες τοπικές οικονομικές δραστηριότητες, οι οποίες να είναι φιλικές προς το περιβάλλον και οι οποίες προέρχονται από επιχειρηματική πρωτοβουλία τοπικών φορέων και ατόμων («εκ των κάτω προς άνω προσέγγιση»/ «bottom- up approach»).

Το πλεονέκτημα των τοπικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών είναι ότι η προστιθέμενη αξία, που δημιουργείται από αυτού του είδους τις επιχειρήσεις, παραμένει και διανέμεται στην περιοχή. ( Ασκέλη Στέλλα, 2007)

## **1.7. ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

Ο αγροτουρισμός άρχισε να διαδίδεται στην Ελλάδα, στα μέσα της δεκαετίας του '80, ακολουθώντας το παράδειγμα ανάλογων δραστηριοτήτων άλλων Ευρωπαϊκών χωρών, όπως της Ιταλίας, της Αυστρίας και της Γαλλίας. (<http://agrozenia.net/page>)

Στην Ελλάδα επικράτησε ο αγροτικός τουρισμός, με την έννοια της ανάπτυξης του τουρισμού στις Αγροτικές περιοχές που συνδέεται με την ζωή στο χωριό και το αγροτικό περιβάλλον και όχι ο αγροτουρισμός που αναφέρεται στην

ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων στο πλαίσιο της γεωργικής εκμετάλλευσης που συνδέεται με την γεωργία . (<http://agro Xenia.net/page>)

Η ενίσχυση που δίδεται από το κράτος στις αγροτουριστικές δραστηριότητες είναι πολύ σημαντική, διότι πράγματι για πολλές περιοχές αποτελούν κλάδο στρατηγικής οικονομικής σημασίας.

Οι επιδοτήσεις που δίνονται φτάνουν μέχρι και 70%. Βέβαια είναι απαραίτητες ορισμένες προϋποθέσεις που εξασφαλίζουν τη φερεγγυότητα και τη βιωσιμότητα της επένδυσης.

( <http://www.ptomaras.gr/documents/agrototourismos.html>)

Μετά την πρώτη καθαρά εμπειρική φάση ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού, η οποία δεν είχε και ουσιαστικά αποτελέσματα, ακολούθησε στη δεκαετία του '80 το δεύτερο στάδιο ανάπτυξής του. Την περίοδο αυτή δημιουργήθηκαν αγροτουριστικές υποδομές, από ιδιώτες, από φορείς – Κοινότητες και Δήμους – και από Γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, οι περισσότερες από τις οποίες στηρίχθηκαν σε διάφορα χρηματοδοτικά προγράμματα ενίσχυσης των επενδύσεων και αναπτύχθηκαν διάσπαρτα σε όλες τις περιοχές της χώρας. Έτσι δημιουργήθηκαν αγροτουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες κατάφεραν να αξιοποιήσουν τις τοπικές ιδιαιτερότητες, να στηρίζουν και να στηριχθούν στην πολιτισμική κληρονομιά του τόπου, να αξιοποιήσουν τα τοπικά προϊόντα και κατά συνέπεια να διαμορφώσουν ένα ελκυστικό προϊόν για τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων.

Πολλές επιχειρήσεις σ' όλη τη χώρα, προσφέρουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να απολαύσουν τα μοναδικά πλεονεκτήματα της ελληνικής υπαίθρου, και να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους με προγράμματα εξειδικευμένων δράσεων, μέσω ειδικών προγραμμάτων αγροτουρισμού. Οι επιχειρήσεις αυτές κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- πρατήρια / εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων
- αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής
- τουριστικά γραφεία, που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση ή την υλοποίηση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος
- αγροκτήματα
- επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων

- εργαστήρια λαϊκής τέχνης

Έτσι, η χώρα αποτελεί πλέον έναν προσφιλή τουριστικό προορισμό όχι μόνο για διακοπές «κλασσικού τύπου», αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές, αναζητώντας εκτός από την ξεκούραση και την απόλαυση των αξιοθέατων της χώρας και τη μοναδική εμπειρία, που προσφέρουν η φύση και τα «προϊόντα» της.

Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται με ταχύ ρυθμό στη χώρα μας. Αυτό είναι αποτέλεσμα τόσο της πολιτικής στον τομέα του Τουρισμού και της Αγροτικής πολιτικής, όσο και της προτίμησης των ανθρώπων να κάνουν τις διακοπές τους στην ύπαιθρο.

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο του εναλλακτικού τουρισμού σε ολόκληρη την Ελλάδα, αποτελούνται, όπως αναφέραμε και στην προηγούμενη παράγραφο από καταλύματα, κέντρα εστίασης, αγροκτήματα, επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων και κέντρα διοργάνωσης υπαίθριων δραστηριοτήτων, αθλητικές, φυσιολατρικές ή άλλες δραστηριότητες καθώς και τοπικές εκδηλώσεις.

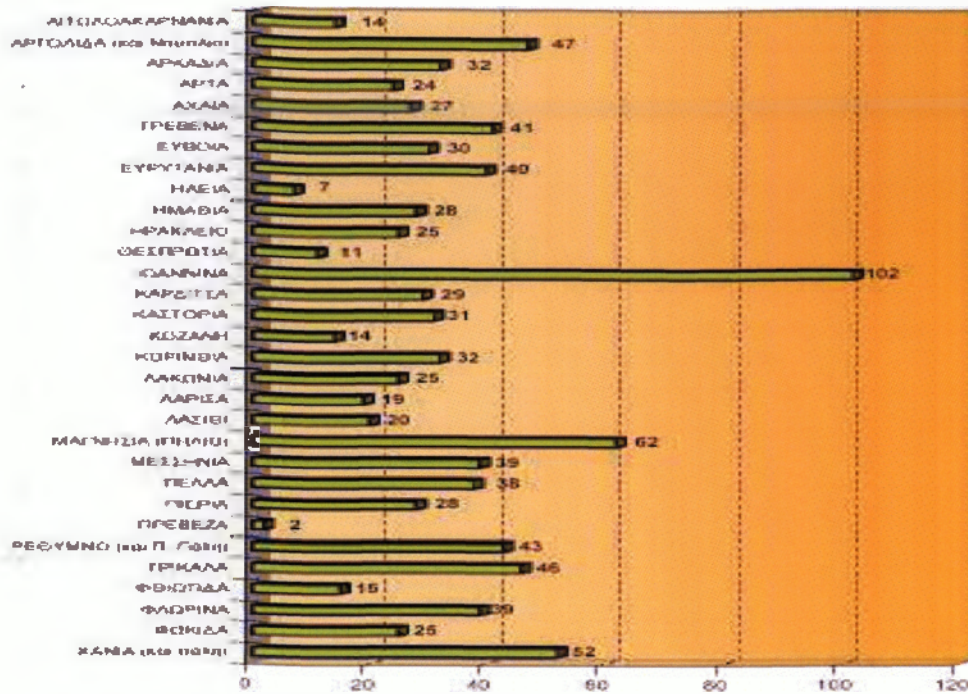
Συμμετέχοντας σ' αυτές τις δραστηριότητες, αναδεικνύονται οι δυνατότητες που έχει ο επισκέπτης τουρίστας, όχι μόνο να διαμένει σε ένα υψηλού επιπέδου παραδοσιακό κατάλυμα, αλλά και να γευθεί τοπικές νοστιμιές, να παρακολουθήσει ένα τοπικό πολιτιστικό δρώμενο, να αγοράσει παραδοσιακά προϊόντα και γενικά να έρθει σε επαφή με την πολιτιστική κληρονομιά και την ιστορία του κάθε τόπου.

Επίσης, οι δραστηριότητες αυτές φέρνουν τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση και την ύπαιθρο, όπου ψυχαγωγείται και νοιώθει τη χαρά, της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης. Παράλληλα, κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις ενός τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

[http://www.euraneek.com/alter-agro/pdf/study1\\_gr.pdf](http://www.euraneek.com/alter-agro/pdf/study1_gr.pdf)

Στο επόμενο διάγραμμα παρουσιάζονται στοιχεία από την καταγραφή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον χώρο του εναλλακτικού τουρισμού.

Αριθμός καταγεγραμμένων επιχειρήσεων ανά νομό



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

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

Αυτή τη στιγμή τα αγροτουριστικά καταλύματα περιλαμβάνουν συνολικά πάνω από 5.000 κλίνες, συγκεντρωμένες κυρίως σε Ήπειρο, Πελοπόννησο, Στερεά Ελλάδα και Κρήτη, περιοχές που φαίνεται να κατέχουν τα πρωτεία, από την άποψη των υποδομών. Υπάρχουν όμως καταπληκτικά καταλύματα, με πληθώρα δραστηριοτήτων για τον επισκέπτη και στη Θράκη, τη Δυτική Μακεδονία κ.ά.

Τα πιο επιτυχή παραδείγματα ανάπτυξης αγροτουρισμού στη χώρα μας εντοπίζονται σε ορεινές και μειονεκτικές περιοχές, οι οποίες διαθέτουν ένα πλούσιο φυσικό πολιτιστικό και πολιτισμικό περιβάλλον (τουριστικοί πόροι) και τη βασική υποδομή. Τέτοια παραδείγματα είναι η περιοχή της Λίμνης Πλαστήρα στο νομό

Καρδίτσας, οι Πρέσπες στο Ν.Φλώρινας, το δάσος της Δασιάς στο νομό Έβρου, τα Πορόρια στο νομό Σερρών κ.α.

Ιδιαίτερη μορφή του αγροτουρισμού είναι οι γυναικείοι συνεταιρισμοί. Στην Ελλάδα λειτουργούν με σκοπό την ανάπτυξη του εναλλακτικού αυτού μοντέλου και συνάμα, τη βελτίωση της οικονομικής και κοινωνικής θέσης των γυναικών και του αγροτικού πληθυσμού γενικότερα. Ο αριθμός τους σήμερα πλησιάζει τους 90 και πιο γνωστοί είναι οι συνεταιρισμοί στα Αμπελάκια Θεσσαλίας (1984), στην Πέτρα της Μυτιλήνης (1984), στα Μαστιχοχώρια της Χίου, στην Αράχοβα της Βοιωτίας, στον Άγιο Γερμανό Πρεσπών και στη Μαρώνεια Ροδόπης (1985), στον Άγιο Γεώργιο Γρεβενών (1992), στην Ζαγορά Πηλίου (1993), στη Δαδιά Σουφλίου και στους Ψαράδες της Φλώρινας (1994), στην Πορταριά Πηλίου (1997), στην Αλιστράτη Σερρών (1997) και το Δίκτυο Αγροτουρισμού στον Αποκόρωνα Κρήτης (2001) (Βενετσανοπούλου, 2006).

Οι γυναικείοι συνεταιρισμοί φιλοξενούν στους χώρους τους επισκέπτες και κερδίζουν περισσότερα από τις πωλήσεις των αγαθών που παράγουν και συσκευάζουν οι κυρίες του χωριού, παρά από την ενοικίαση ενός δωματίου. Αυτές και άλλες πολλές είναι οι μορφές που λαμβάνει ο σύγχρονος αγροτουρισμός, ένα μοντέλο που κερδίζει όλο και περισσότερους φίλους και θεωρείται η απάντηση στα αδιέξοδα που γεννάει ο μαζικός τουρισμός. «Κουρασμένοι» από την τυποποίηση στην οποία κατέληξαν οι διακοπές τους τα τελευταία χρόνια, ορισμένοι συμπατριώτες μας κατανοώντας ότι δεν γνωρίζουν καλά την πατρίδα τους, αλλάζουν συνήθειες.



[http://eclass.farm.teithe.gr/claroline/garbage/FARM127/document/%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%20%CE%A5%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%9F/Entypo\\_Yliko4.pdf](http://eclass.farm.teithe.gr/claroline/garbage/FARM127/document/%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%20%CE%A5%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%9F/Entypo_Yliko4.pdf)

## **1.8. ΜΕΤΡΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο αγροτουρισμός από τη φύση του και από τους επιδιωκόμενους στόχους δεν μπορεί τουλάχιστον για τα δεδομένα της ελληνικής πραγματικότητας να αφεθεί ελεύθερος στο μηχανισμό μιας αυτόνομης ανάπτυξης. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ακόμα κι αν αναπτυχθούν κάποιες πρωτοβουλίες τέτοιας μορφής είναι σχεδόν βέβαιο ότι για την επιβίωσή τους θα γίνουν αρκετές θυσίες σε βάρος του φυσικού και πολιτιστικού μας περιβάλλοντος. Είναι απαραίτητο να υπάρχει πρόληψη και αγωγή. Δυσλειτουργίες που εκφράζονται μέσα από μια σειρά μέτρων και από διάφορες πολιτικές κατευθύνσεων που θα ελέγχουν και θα κατευθύνουν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού τείνοντας να κάνουν πράξη τους αναπτυξιακούς στόχους του αγροτουρισμού. Κάποια από τα μέτρα και τις πολιτικές που έχουν διατυπωθεί για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη χώρα μας είναι οι παρακάτω:

- Η καταγραφή όλων των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων του εθνικού μας χώρου, τα οποία αποτελούν τις πρώτες ύλες και τις υπάρχουσες εστίες αγροτουρισμού στην Ελλάδα, με σκοπό τον καταρτισμό ενός «Χάρτη Αγροτουρισμού». Ένα χάρτη όπου θα καταγράφονται τοπογραφικά όλα τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία στα οποία στηρίζεται η ανάπτυξη του αγροτουρισμού αλλά και που θα περιγράφονται με μορφή οδηγού οι υπάρχουσες αγροτουριστικές περιοχές και τα διάφορα ειδικά κέντρα αγροτουρισμού.
- Ο καθορισμός ενός πλαισίου με γενικές αρχές, που θα διέπουν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού και θα καλύπτουν όλες τις δραστηριότητες από τη φάση της παραγωγής ως τη φάση της διάθεσης του αγροτουριστικού προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα, πρέπει να καθοριστεί με σαφήνεια η έννοια του αγροτουρισμού σαν συμπληρωματική ευκαιριακή δραστηριότητα του αγρότη και να διακριθεί από τις παρόμοιες επαγγελματικές τουριστικές δραστηριότητες.
- Η δημιουργία της απαραίτητης αγροτουριστικής υποδομής και ανωδομής (όπως δρόμοι, μεταφορικά μέσα, καταλύματα, κέντρα ψυχαγωγίας, προβολή τουριστικών πόρων) αλλά και της αναγκαίας αστικής και κοινωνικής υποδομής για την υποδοχή και την εξυπηρέτηση των τουριστικών ρευμάτων.
- Ο καταρτισμός ενός γενικού προγράμματος αγροτουρισμού σε περιφερειακό και



εθνικό επίπεδο καθώς επίσης και ειδικών προγραμμάτων με τις προβλεπόμενες προδιαγραφές από την Ε.Ο.Κ. για τη χρηματοδότηση τους από τα Κοινοτικά Ταμεία .

- Ο χαρακτηρισμός άμεσης προτεραιότητας για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού των προβληματικών περιοχών με έμφαση στις παραμεθόριες περιοχές, όπου γενικότεροι εθνικοί λόγοι επιβάλλουν σωστικές παρεμβάσεις.
- Η εξασφάλιση της απαραίτητης συναίνεσης των κατοίκων μιας περιοχής για ανάπτυξη του αγροτουρισμού, μέσα από δημοκρατικές διαδικασίες, όπου θα γίνονται αντιληπτά όχι μόνο τα οφέλη αλλά και οι θυσίες που συνεπάγει αυτή η ανάπτυξη για τον γηγενή πληθυσμό.
- Η θέσπιση μηχανισμών για σωστικές επεμβάσεις που θα αποτρέπουν τις παραμορφωτικές καταστάσεις, οι οποίες θα οφείλονται στις ανεξέλεγκτες δραστηριότητες της αυτόνομης τουριστικής ανάπτυξης στις αγροτικές περιοχές.
- Η εξασφάλιση κινήτρων για ανάληψη πρωτοβουλιών από τον γηγενή πληθυσμό (ενθάρρυνση της επιχειρηματικής εντοπιότητας) και η θέσπιση μέτρων ελαχιστοποίησης των εκροών του αγροτουριστικού εισοδήματος από την περιοχή.
- Η εξασφάλιση των απαραίτητων προϋποθέσεων στον αγρότη της αγροτουριστικής περιοχής για την ανάπτυξη παράλληλων δραστηριοτήτων του μεταποιητικού τομέα, που θα καλύπτουν τις καταναλωτικές και προσωπικές ανάγκες των τουριστών (ενθύμια, διακοσμητικά, είδη λαϊκής τέχνης, λειτουργικά είδη).
- Η διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας στον αγροτικό χώρο με τη σωστή χρήση της γης, την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας και γενικά τη διαφύλαξη της πολιτιστικής και τουριστικής μας κληρονομιάς.
- Η αποκατάσταση των αγροτικών σπιτιών στους παραδοσιακούς οικισμούς για την εξυπηρέτηση των αναγκών του αγροτουρισμού, θεσπίζοντας ειδικά κίνητρα που θα διευκολύνουν την αναστήλωση και ρυθμίζοντας το ιδιοκτησιακό καθεστώς σε περιπτώσεις μακροχρόνιας εγκατάλειψής.
- Ο καταρτισμός ειδικών προγραμμάτων επαγγελματικής επιμόρφωσης των αγροτών σε θέματα που σχετίζονται με τις τουριστικές δραστηριότητες και διαδικασίες έτσι ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του αγροτουρισμού.
- Η δημιουργία του απαραίτητου οργανωτικού φορέα που θα αναλάβει τον αγροτουρισμό, τόσο στον τομέα του προγραμματισμού και της ανάπτυξης, όσο και στον τομέα του marketing.

- Η προτίμηση με τη θέσπιση οικονομικών κινήτρων, των κοινωνικών φορέων (ΟΤΑ, Γεωργικοί Συνεταιρισμοί) για ανάληψη πρωτοβουλιών ανάπτυξης αγροτουριστικών δραστηριοτήτων.
- Η δημιουργία πρότυπων κρατικών αγροκτημάτων, για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού μέσα στο αγρόκτημα αλλά και για τη χρησιμοποίησή τους σαν κέντρων εφαρμογής προγραμμάτων εκπαιδευτικού αγροτουρισμού.
- Η θέσπιση κινήτρων «παλιννόστησης» των εσωτερικών μεταναστών στις περιοχές της καταγωγής τους, τόσο για ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, όσο και για κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών του τόπου με την ιδιότητα του προσωρινού τουρίστα – επισκέπτη.
- Η προώθηση των μορφών αγροτουρισμού που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα για την Ελλάδα όπως οι σύνθετες μορφές αγροτουρισμού π.χ. τα χιονοδρομικά κέντρα, τα αθλητικά κέντρα, τα κέντρα ιαματικού τουρισμού κτλ. και ο γαλαζοπράσινος τουρισμός στις παρυφές των τουριστικών και των αστικών κέντρων.
- Η χρησιμοποίηση όλων των τεχνικών και των λειτουργιών του marketing στον αγροτουρισμό με έμφαση στην έρευνα της αγοράς, στη διαμόρφωση και προώθηση του προϊόντος αλλά και στη διαφήμιση με την οποία θα πρέπει να προβάλλεται και το ιδεολογικό στοιχείο του αγροτουρισμού.

Οι παραπάνω περιγραφόμενες κατευθύνσεις και τα μέτρα, είναι πλήρως ενδεικτικά και χαράσσουν τα πλαίσια μέσα στα οποία η υπεύθυνη ηγεσία μπορεί να καθορίσει την ακολουθούμενη πολιτική στον τομέα του αγροτουρισμού. Φυσικά, λαμβάνοντας υπόψη τους στόχους που θέσαμε αλλά και τις ξένες εμπειρίες που αναπτύξαμε, οι οποίες είναι προσαρμοσμένες πάντα στα δεδομένα της ελληνικής πραγματικότητας. (Λογοθέτης Μ., 1988).

## **1.9. ΦΟΡΕΙΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

Οι φορείς που είναι απαραίτητοι στην φάση υλοποίησης μίας αγροτουριστικής επιχείρησης είναι οι παρακάτω:

- Η Περιφέρεια
- Οι Δημοτικές Αρχές.
- Οι Αγροτικές Συνεταιριστικές Οργανώσεις .
- Οι Τοπικοί Πολιτιστικοί Σύλλογοι κ.α.

Ωστόσο, οι κύριοι φορείς για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της αγροτουριστικής πολιτικής είναι οι εξής :

**α. Υπουργείο Τουρισμού:** Είναι σχετικά νέο υπουργείο το οποίο είναι υπεύθυνο για την τουριστική ανάπτυξη της χώρας, αλλά χωρίς ξεκάθαρες αρμοδιότητες σε θέματα αγροτουρισμού.

**β. Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων:** Το συγκεκριμένο υπουργείο εξετάζει τον αγροτουρισμό ως μία εναλλακτική λύση στα κοινωνικοοικονομικά προβλήματα των αγροτικών περιοχών. Είναι και ο πιο επίσημος φορέας της εθνικής πολιτικής στον αγροτουρισμό, καθώς επίσης και το επίσημο κανάλι μέσω του οποίου διοχετεύεται ένα σημαντικό μέρος των επιδοτήσεων από την Ε.Ε. καθώς και υπεύθυνος φορέας για την εφαρμογή και διαχείριση του Επιχειρησιακού Προγράμματος της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader Plus σε εθνικό επίπεδο, όπου υποστηρίζει περισσότερο τις ιδιωτικές πρωτοβουλίες για την ίδρυση και λειτουργία αγροτουριστικών καταλυμάτων.

Τα προγράμματα που προσφέρονται στους αγρότες σχετικά με τον αγροτουρισμό έχουν τους ακόλουθους βασικούς στόχους:

- Συμπλήρωση και βελτίωση του γεωργικού εισοδήματος
- Βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού
- Συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στην ύπαιθρο
- Βελτίωση και διάθεση των τοπικών γεωργικών και βιοτεχνικών προϊόντων
- Προστασία του περιβάλλοντος
- Διατήρηση, προβολή και αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής μας κληρονομιάς
- Γενικότερη ανάπτυξη του αγροτουρισμού

**γ. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού:** Είναι ο εκφραστής της αγροτουριστικής πολιτικής και λειτουργεί ως αυτοτελές Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου ((Ν.Π.Δ.Δ.) υπό την εποπτεία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης

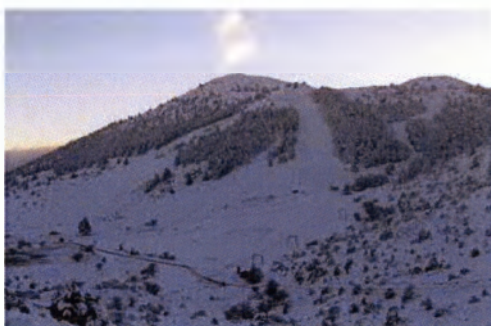
**δ. Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕΣ.):** Αποτελεί τον κορυφαίο φορέα ανάπτυξης των αγροτουριστικών συνεταιρισμών στην Ελλάδα. (*conference.arcadians.gr/index.php?itemid*)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΡΚΑΔΙΑ

### 2.1. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Ο Νομός Αρκαδίας βρίσκεται στο κέντρο της Πελοποννήσου. Έχει έκταση 4.419 τ. μ. και πληθυσμό 105.448 κατοίκους (ΕΛ.ΣΤΑΤ 2011). Σύμφωνα με το ισχύον μέχρι σήμερα, σχέδιο Καλλικράτης (Ν.3852/10) αποτελείται από 5 δήμους: Δήμο Τρίπολης, Δήμο Βόρειας Κυνουρίας, Δήμο Νότιας Κυνουρίας, Δήμο Μεγαλόπολης, και το Δήμο Γορτυνίας με πρωτεύουσα του Νομού την Τρίπολη.

Το μεγαλύτερο μέρος του Νομού είναι ορεινό, με ψηλότερους όγκους αυτούς του Μαϊνάλου, του Πάρνωνα και του Αρτεμισίου. Πλούσια είδη χλωρίδας αναπτύσσονται σε αυτούς τους όγκους, με χαρακτηριστικότερο το πλούσιο ελατοδάσος του Μαϊνάλου.



**Χιονοδρομικό Μαϊνάλου**



**Λίμνη Τάκα**

Πέρα από τον ορεινό χαρακτήρα του, ο Νομός χαρακτηρίζεται από δύο μεγάλες πεδινές εκτάσεις, της Τρίπολης και της Μεγαλόπολης. Στην Αρκαδία σημαντικό όγκο καταλαμβάνει και το υδάτινο στοιχείο, με τις δαντελωτές ακτές της Κυνουρίας, τις σύγχρονες ιαματικές πηγές της Ηραίας, τους ποταμούς Αλφειό, Λάδωνα με την τεχνητή λίμνη του, Ερύμανθο, και Λούσιο, αλλά και τους υδροβιότοπους του Μουστού και της λίμνης Τάκα, με τα διάφορα είδη πτηνών. Στις φυσικές ομορφιές του Νομού, συγκαταλέγονται και τα σπήλαια του Κάψια και του Λεωνιδίου (σπήλαιο Σχίντζα).

Πέρα από τη φυσική ομορφιά του Νομού, με τις εναλλακτικές εικόνες και τις ποικίλες αντιθέσεις του τοπίου, η περιοχή έχει να αναδείξει πλήθος αρχαιολογικών μνημείων και θησαυρών. Οι Αρκάδες έχουν ανεπτυγμένο θρησκευτικό συναίσθημα και ο Νομός απαριθμεί πολλά μοναστήρια και εξωκλήσια που θα συναντήσει ο

επισκέπτης σε κάθε γωνιά του. Από άποψη αρχιτεκτονικής θεώρησης, θα λέγαμε ότι η Αρκαδία διατηρεί αρκετά νεοκλασικά και παραδοσιακά οικήματα, πολλά όμως έχουν αντικατασταθεί από νεόδμητα κτίσματα, ιδιαίτερα στα αστικά κέντρα, για να καλυφθούν οι ανάγκες στέγασης του πληθυσμού. Από άποψη συγκοινωνιακών και οδικών έργων, θα αναφέραμε το νέο αυτοκινητόδρομο Αθηνών Τρίπολης, που σε μιάμιση ώρα ενώνει την Αθήνα με την Αρκαδία και τον αυτοκινητόδρομο Τρίπολης Καλαμάτας, μειώνοντας τα μειονεκτήματα που χαρακτήριζαν την υφιστάμενη οδό.

Δυστυχώς η σιδηροδρομική πρόσβαση στο Νομό, δεν λειτουργεί πια, ενώ δεν υπάρχει δυνατότητα απευθείας αεροπορικής πρόσβασης. Οι ακτοπλοϊκή σύνδεση με τα παράλια του Νομού είναι ανεπαρκής, εξυπηρετώντας κυρίως εσωτερικές μετακινήσεις.

Αναφορικά με την σύνθεση της απασχόλησης ανά τομέα, θα λέγαμε ότι ο Νομός παρουσιάζει μεγάλη μείωση απασχόλησης στον πρωτογενή τομέα παραγωγής, με συνεχή αύξηση της αντίστοιχης στον τριτογενή και σταθερότητα στο ποσοστό εργαζόμενων στο δευτερογενή τομέα. Το ποσοστό ανεργίας στο νομό παρουσιάζει διαρκώς αυξανόμενους ρυθμούς (έρευνες το 2005 δείχνουν ότι το ποσοστό ανεργίας έφτασε το 10% συνολικά, στο 32,9% σε άτομα ηλικίας 18-24 ετών και γύρω στο 20% σε απόφοιτους ανώτερης εκπαίδευσης). Ηλικιακά, κυριαρχούν οι μεγάλες μη παραγωγικές μονάδες, ενώ το 60% περίπου του πληθυσμού είναι αγροτικός. (Μαρινάκος,2005). Τα πράγματα στις μέρες μας φαντάζουν πολύ χειρότερα μετά τη δεινή οικονομική κατάσταση που χαρακτηρίζει τη Χώρα μας, κατά συνέπεια και το Νομό την τελευταία διετία.

Η Αρκαδία είναι ένας αραιοκατοικημένος Νομός της Ελλάδας λόγω και του ορεινού χαρακτήρα της (το 39% του πληθυσμού σύμφωνα με την ΕΣΥΕ (2011) κατοικεί σε ορεινές περιοχές) και ο πληθυσμός του δέχθηκε μεγάλα πλήγματα από τη μετανάστευση της δεκαετίας του 1960. Αυτό έχει σα συνέπεια, σήμερα, να χαρακτηρίζεται από πλήθος Αρκάδων μεταναστών, πολλοί από τους οποίους έχουν διακριθεί στον τομέα των γραμμάτων, επιστημών και της παραγωγής, ενώ κατέχει την πρώτη θέση στην Πελοπόννησο σε ποσοστό πτυχιούχων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. (Λιαρκόβας, 2003).

Αν συνδυαστεί η ανάγκη κινητοποίησης του δυναμικού αυτού με το ποσοστό ανεργίας που παρουσιάζει ο Νομός, γίνεται κατανοητός ο ρόλος που μπορούν να παίξουν στην επαγγελματική, παραγωγική και οικονομική ανάταξη της Αρκαδίας. Η οικονομία του Νομού βασίζεται κυρίως στην γεωργία και στην κτηνοτροφία.

Σημαντικά είναι και το υδροηλεκτρικό εργοστάσιο του Λάδωνα και το θερμοηλεκτρικό της Μεγαλόπολης, το μάρμαρο της Βυτίνας, το ελατοδάσος του Μαινάλου με την καλή ποιότητας ξυλεία και οι οικογενειακές επιχειρήσεις κατασκευής έργων λαϊκής τέχνης, παραδοσιακών ή και βιολογικών προϊόντων. Τα τελευταία χρόνια, σημαντικό ρόλο στην οικονομία της Αρκαδίας, παίζει η ίδρυση Πανεπιστημίου με οικονομικές κυρίως σχολές, που έρχεται να συνεχίσει το έργο της Παιδαγωγικής Ακαδημίας, η οποία στεγαζόταν στην Τρίπολη και μεταφέρθηκε στην Πάτρα, στο τέλος της δεκαετίας του 80.

Δυστυχώς, ο έντονος κατακερματισμός και η εγκατάλειψη της γεωργικής γης, η μείωση των γεωργικών εκμεταλλεύσεων, η έλλειψη έργων υποδομής, οι δυσμενείς κοινωνικές συνθήκες κάτω από τις οποίες ζει ο κτηνοτροφικός πληθυσμός, η εγκατάλειψη των βοσκοτόπων, οι ελλείψεις σε αντιπλημμυρικά, αντιπυρικά έργα καθώς και σε έργα οδοποιίας, έχουν σαν αποτέλεσμα η ύπαιθρος και ιδιαίτερα ο ορεινός όγκος του Νομού να παρουσιάζει φαινόμενα οικονομικής αποδιάρθρωσης και δημογραφικής κατάρρευσης.

Την ίδια αρνητική πορεία, φαίνεται να παρουσιάζει και ο μεταποιητικός κλάδος στο Νομό, αφού προκύπτουν προβλήματα τεχνικής υποστήριξης, τεχνογνωσίας, συμβουλευτικών υπηρεσιών, καθώς και στελέχωσης/ κατάρτισης εξειδικευμένου προσωπικού. (Γιαννόπουλος, 1999)

Δυστυχώς η Αρκαδία δεν παρουσιάζει την τουριστική ανάπτυξη που της αρμόζει. Ο τουρισμός του Νομού βασίζεται κυρίως στο κυρίαρχο μοντέλο του παραθεριστικού τουρισμού, ενώ κάποιο ποσοστό καλύπτει και ο έμπορο-επαγγελματικός τουρισμός. Ο Αρκαδικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από χαμηλό βαθμό οργάνωσης, μέτρια ποιότητα παρεχουσών υπηρεσιών, χαμηλή μέση διάρκεια παραμονής και πληρότητα σε σχέση με το σύνολο της Χώρας κι η όποια ανάπτυξη επιχειρήθηκε ήταν απρογραμμάτιστη, βασιζόμενη στην ποσοτική διάσταση του τουρισμού και όχι στην ποιοτική εναλλακτική αειφόρο ανάπτυξη. (Γιαννόπουλος, 1999).

Στην επόμενη ενότητα αναλύεται η κατάσταση του αγροτουρισμού στον Αρκαδικό Νομό, καθώς και οι ευκαιρίες που υπάρχουν για αναγέννηση-ανάπτυξη, μιας και θεωρείται από τους τομείς που θα μπορούσε να συμβάλει στην οικονομική και γενικότερη πρόοδό του.

## 2.2. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΡΚΑΔΙΑ

Τα τελευταία 60 χρόνια η ανθρωπότητα έζησε μία πρωτοφανή τεχνολογική και οικονομική ανάπτυξη που άλλαξε το πρόσωπο της γης. Το κόστος που πληρώνουμε για την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου είναι η μόλυνση του φυσικού περιβάλλοντος και οι μακροπρόθεσμες επιπτώσεις του στην βιολογική ισορροπία του πλανήτη. Η κουρασμένη ανθρωπότητα από τις επιπτώσεις της εντατικής βιομηχανικής εκμετάλλευσης του φυσικού πλούτου, αναζητεί τώρα διεξόδους στην επιστροφή στη φύση. Η επιστροφή των ανθρώπων στη φύση και το φυσικό τρόπο ζωής δημιουργεί σημαντική ζήτηση για τα αντίστοιχα προϊόντα και υπηρεσίες.

Οι επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη αυτά τα δεδομένα και προσπαθούν να συμπεριλάβουν στα προγράμματά τους οικολογικούς προορισμούς, όχι μόνο για λόγους ευαισθησίας αλλά και για λόγους αύξησης του κέρδους τους.

Μία από τις νέες μορφές οικονομικής δραστηριότητας που αναπτύχθηκε στα πλαίσια της ικανοποίησης οικολογικών αναγκών είναι και ο Αγροτουρισμός. Ο όρος έχει πλέον καθιερωθεί τόσο σε επίπεδο θεωρητικής έρευνας όσο και σε επίπεδο πρακτικής εφαρμογής, αποδίδοντας τον όρο Agrotourism της διεθνούς βιβλιογραφίας. Ως δραστηριότητα αναπτύσσεται από τους μόνιμους κατοίκους των περιοχών του πρωτογενούς τομέα, οι οποίοι χρησιμοποιούν τον αγροτουρισμό ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος. (<http://www.ptomaras.gr/documents/agrotourismos.html>)

Η Αρκαδία τα τελευταία χρόνια δεν συμμετείχε στην βιομηχανική ανάπτυξη λόγω της εσωτερικής και της εξωτερικής μετανάστευσης και άλλων παραγόντων οι οποίοι την οδηγούν στην εγκατάλειψη και την υπανάπτυξη, όπως συνηθίζαμε να λέμε.

Όμως οι συνθήκες αυτές δεν επέτρεψαν να καταστραφεί η φυσική ομορφιά και ο πλούτος της Αρκαδίας. Το Αρκαδικό τοπίο παραμένει φυσικό και αγνό όπως ήταν πριν χιλιάδες χρόνια. Τα δεδομένα αυτά, όπως αναλύθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο, αποτελούν σήμερα το συγκριτικό πλεονέκτημα της Αρκαδίας σε σχέση με την οικολογική αναπτυξιακή της προοπτική. Όπως είδαμε, το φυσικό περιβάλλον με τη πολυμορφία και τη σπάνια ομορφιά του σε συνδυασμό και με την ιστορική παράδοση βοηθούν πολύ στην δημιουργία αγροτουριστικών τάσεων. Τα γεωγραφικά, οικονομικά, ιστορικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της Αρκαδίας αναδεικνύουν τη χρησιμότητα ενός συμπληρωματικού σχήματος οικονομικής ανάπτυξης βασισμένο

στον Αγροτουρισμό Η δραστηριότητα αυτή δεν υποκαθιστά τις αγροτικές ασχολίες, αντιθέτως τις στηρίζει και τις συμπληρώνει προσφέροντας ένα επιπλέον εισόδημα.

Οι επισκέπτες – τουρίστες εξυπηρετούνται σε ένα παραδοσιακό περιβάλλον καταναλώνοντας αγνά τοπικά προϊόντα. Η συμμετοχή του επισκέπτη στις διαδικασίες συλλογής και παραγωγής προϊόντων, όπως παρασκευή τοπικών γλυκών και φαγητών, συλλογή αγροτικών προϊόντων κ.τ.λ. αποτελεί μια ευχάριστη ενασχόληση γι' αυτόν. Επίσης συμμετέχουν σε διάφορες πολιτιστικές, φυσιολατρικές και παραδοσιακές εκδηλώσεις, εκδρομές στη φύση, περιπάτους σε ειδικά διαμορφωμένα μονοπάτια, και επισκέψεις σε αξιόλογους αρχαιολογικούς χώρους. Οι εκδηλώσεις αυτές είναι πολύ χρήσιμες και από τη σκοπιά της διατήρησης των παραδόσεων και της πολιτισμικής κληρονομιάς. (<http://www.ptomaras.gr/documents/agrotourismos.html>)

Η εφαρμογή του Αγροτουρισμού στην Αρκαδία σημαίνει ένα ολοκληρωμένο μοντέλο ανάπτυξης το οποίο περιλαμβάνει ενιαίες αγροτουριστικές αλλά και ξεχωριστές αγροτικές ή τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες συνολικά συνθέτουν ένα αναπτυξιακό πλέγμα συμπληρωματικών δραστηριοτήτων, οι οποίες εξασφαλίζουν την ομαλή ανάπτυξη της περιοχής. Στο «παζλ» της οικονομικής ποικιλομορφίας της περιοχής συμμετέχουν πρωταγωνιστικά οι τομείς του τουρισμού, της γεωργίας, της κτηνοτροφίας, της χειροτεχνίας και της ανάπτυξης πολιτιστικών εκδηλώσεων.

### **2.3. ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΑΡΚΑΔΙΑ**

- Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ)
- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου
- Η κοινοτική πρωτοβουλία Leader η οποία εποπτεύεται από το Υπουργείο Γεωργίας και διαχειρίζεται από τις αναπτυξιακές εταιρίες.

Έργο των Εταιρειών αυτών, είναι οι μικρές επιχειρήσεις αγροτουρισμού, μεταποίησης αγροτικών προϊόντων και μικρών βιοτεχνιών που έχουν δημιουργηθεί και αναπτυχθεί σε περιοχές της Πελ/σου, με την διαμόρφωση προγράμματος, να αναδείξουν της φυσιογνωμία των περιοχών αυτών και με το σύνολο των προσπαθειών των τοπικών φορέων να αναπτύξουν τον αγροτουρισμό.



## **Α) Αναπτυξιακή Βορείου Πελάσου (ΑΝ.ΒΟ.ΠΕ) Α.Ε**

Η στρατηγική της εταιρείας ΑΝ.ΒΟ.ΠΕ είναι γενικότερα, η στρατηγική των ενεργειών προώθησης - προβολής σχεδιασμένη με τρόπο τέτοιο, ώστε να εξυπηρετείται, τόσο η προσέλκυση νέων επισκεπτών στην περιοχή, όσο και η ευχερέστερη και σε βάθος γνωριμία με αυτήν παλαιότερων και νέων επισκεπτών και η διασφάλιση της επαναληψιμότητας των επισκέψεών τους.

Κύριες κατευθύνσεις της, είναι η ανάδειξη του χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος και η ελκυστική παρουσίασή του, με εστίαση:

1. Στην παρουσίαση των αγροτουριστικών υποδομών της περιοχής
2. Στην ανάδειξη της ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών και προϊόντων
3. Στην ευαισθητοποίηση, όσον αφορά την προστασία και ανάδειξη των φυσικών και των πολιτιστικών πόρων της περιοχής
4. Στην ευρεία γνωστοποίηση της τοπικής ιστορίας και των τοπικών παραδόσεων  
Είναι φανερό πως στην περιοχή εφαρμογής υπάρχει ανάγκη περαιτέρω ενδυνάμωσης, ποιοτικής διαφοροποίησης και σταδιακού θεματικού εμπλουτισμού της τουριστικής προσφοράς σε βαθμό που να εξασφαλίζει νέους όρους ζήτησης και παγίωσης της θέσης της περιοχής στην ούτως η άλλως αναπτυσσόμενη αλλά και ανταγωνιστική τουριστική αγορά

### **Στόχοι:**

- Την προβολή και ανάδειξη της περιοχής ως τουριστικού προορισμού υψηλής περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας.
- Την ευρεία πληροφόρηση των δυνητικών επισκεπτών του συνόλου της περιοχής για την τουριστική της ταυτότητα και τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα όπως:
- Το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον της περιοχής (περιοχές φυσικού κάλλους, περιοχές Natura 2000, υδροβιότοπος κλπ ).
- Τα πολιτιστικά και λαογραφικά στοιχεία της περιοχής.
- Μνημεία και κτίρια της αγροτικής κληρονομιάς.
- Τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού τις οποίες ο επισκέπτης μπορεί να ασκήσει στην περιοχή (ποτάμιες δραστηριότητες, χιονοδρομία, δραστηριότητες οινικού ενδιαφέροντος κλπ).

- Τους πόλους τουριστικής έλξης (ιστορικοί χώροι - προορισμοί, μνημεία της φύσης, τουριστικές διαδρομές, θέσεις θέας, μονοπάτια).
- Τις παραδοσιακές δραστηριότητες και πολιτιστικές εκδηλώσεις
- Τα ποιοτικά πρότυπα διατροφής.
- Τις δυνατότητες ευχερούς προσέγγισης στην περιοχή (αυτοκινητόδρομος Κορίνθου- Τρίπολης, Εθνική οδός Τρίπολης- Ολυμπίας, Εθνική οδός Κορίνθου- Πατρών κλπ)
- Την γειτνίαση με άλλους γνωστούς και καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς (Ναύπλιο, Ολυμπία, Επίδαυρος κλπ) ως και την δυνατότητα εύκολης εξόδου προς παραθαλάσσιες περιοχές
- Την διαφήμιση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων εντός και εκτός της περιοχής παρέμβασης.
- Την ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων εντός της περιοχής παρέμβασης και την ενίσχυση της τοπικής αυτογνωσίας και αυτοπεποίθησης.
- Την βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων στους επισκέπτες υπηρεσιών όσον αφορά την πλήρη και υπεύθυνη ενημέρωσή τους (μέσα μαζικής μεταφοράς, επισκέψιμοι χώροι γενικού η θεματικού ειδικού ενδιαφέροντος, τοπική ιστορία και παράδοση, εγκαταστάσεις εξυπηρέτησής τους σε διαμονή και εστίαση, τοπικά προϊόντα εκτός γεωργικού τομέα κλπ)
- Την σύσφιξη και βελτιστοποίηση των σχέσεων των επαγγελματιών του τουριστικού τομέα, τόσο μεταξύ τους, όσο και με τον τοπικό πληθυσμό.
- Την οικοδόμηση και συλλογική οικειοποίηση τοπικής τουριστικής ταυτότητας.
- Την εξασφάλιση προστιθέμενης αξίας στην τουριστική εικόνα της περιοχής, μέσω των πολλαπλασιαστικών θετικών επιπτώσεων των προσπαθειών συστηματικής ανάδειξης και προβολής της.
- Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδος 2007-2013 «ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΜΠΑΛΤΑΤΖΗΣ

Το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΣΣΑΑ) 2007-2013 καθορίζει τις προτεραιότητες της Ελλάδας για την περίοδο 2007-2013, σύμφωνα με το άρθρο 11 του Κανονισμού (ΕΚ) 1698/2005 για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ), στον

οποίο ορίζεται ότι η εθνική στρατηγική αγροτικής ανάπτυξης θα εφαρμοστεί μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) 2007-2013.

Η πολιτική αγροτικής ανάπτυξης 2007-2013 για την Ελλάδα εστιάζεται σε τρεις βασικούς άξονες:

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τομέα της γεωργίας και της δασοκομίας
- Βελτίωση του περιβάλλοντος και της υπαίθρου
- Βελτίωση της ποιότητας ζωής στις αγροτικές περιοχές και διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας συνεπικουρούμενους από ένα τέταρτο οριζόντιο άξονα LEADER, που βασίζεται στην εμπειρία που αποκτήθηκε από τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων. ([www.anvope.gr](http://www.anvope.gr))



**Περιοχές leader 2007-2013**

### **Β) Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα Α.Ε.**

Η Εταιρεία ιδρύθηκε στις 26/9/1995 (ΦΕΚ 5854/11-10-95) με την επωνυμία Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα Α.Ε και έλαβε τη μορφή της Ανώνυμης Εταιρείας, με κύριο σκοπό την οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής του Πάρνωνα. Η εταιρεία ως επιχείρηση των Ο.Τ.Α., αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 277 και επόμενα Δημοτικού και Κοινοτικού Κώδικα, επίσης διέπεται από τις διατάξεις του άρθρου 291 & 1β. (Π.Δ 410/ ΦΕΚ 231Α” 14/11/95), από τις διατάξεις περί Ανώνυμων Εταιρειών (Κ.Ν. 2190/1920 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει) καθώς και από τις διατάξεις του Ν. 3463/2006 ως ισχύει. Με την από 25/05/2007 Τακτική Γενική Συνέλευση των μετόχων της εταιρείας

αποφασίστηκε η αλλαγή της επωνυμίας της προκειμένου να προσαρμοστεί το καταστατικό της σύμφωνα με το νόμο Ν. 3463/2006. Η νέα επωνυμία είναι: Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρεία ΟΤΑ.

Στην ίδρυση της εταιρείας συμμετέχουν Ο.Τ.Α., Αναπτυξιακοί Σύνδεσμοι, Συνεταιριστικές Οργανώσεις, Πολιτιστικοί Σύλλογοι, Εμπορικοί Σύλλογοι και ιδιώτες. Για πρώτη φορά στην περιοχή οι ΟΤΑ, οι Συνεταιρισμοί, οι Πολιτιστικοί Σύλλογοι και οι Ιδιώτες δημιούργησαν από κοινού μια ανώνυμη εταιρεία, με στόχο τη συμβολή της στην ανάπτυξη μιας γεωγραφικά και πολιτιστικά ενιαίας περιοχής.

Οι κύριοι τομείς δραστηριότητας της Εταιρείας αφορούν την ολοκληρωμένη αγροτική ανάπτυξη, την προστασία και διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος, την υλοποίηση δράσεων κοινωνικής πολιτικής και την υλοποίηση δράσεων προβολής και προώθησης της περιοχής. Η περιοχή όπου δραστηριοποιείται η εταιρεία περιλαμβάνει Ο.Τ.Α της Νοτιοανατολικής Αρκαδίας και Λακωνίας καθώς και ενός τμήματος της Αργολίδας.

#### **Σκοποί της Ανώνυμης Εταιρείας είναι:**

α) η επιστημονική και τεχνική στήριξη των Ο.Τ.Α. και των ενώσεών και της αποκεντρωμένης κρατικής διοίκησης.

β) η προώθηση της επιχειρηματικής, οικονομικής και γενικότερα βιώσιμης ανάπτυξης των Ο.Τ.Α. του Πάρωνα και της ευρύτερης περιοχής των Νομών Αρκαδίας, Αργολίδας, Λακωνίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου,

γ) η ανάπτυξη δραστηριοτήτων προστασίας του περιβάλλοντος,

δ) η συμμετοχή της σε προγράμματα και η εφαρμογή σχετικών πολιτικών σε διαδημοτικό επίπεδο ή σε ευρύτερο γεωγραφικό χώρο. ([www.pamonas](http://www.pamonas))

#### **2.4. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ**

Η Αρκαδία ήταν πάντα πηγή άντλησης ζωής και αποτελεί διεθνώς το σύμβολο της ισορροπίας της φυσικής ζωής. Το φυσικό περιβάλλον με τη πολυμορφία και τη σπάνια ομορφιά του σε συνδυασμό και με την ιστορική παράδοση βοηθούν πολύ αυτή τη προοπτική. Τα γεωγραφικά, οικονομικά, ιστορικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της Αρκαδίας αναδεικνύουν τη χρησιμότητα ενός συμπληρωματικού

σχήματος οικονομικής ανάπτυξης βασισμένο στον Αγροτουρισμό. Η δραστηριότητα αυτή δεν υποκαθιστά τις αγροτικές ασχολίες, αντιθέτως τις στηρίζει και τις συμπληρώνει προσφέροντας ένα επιπλέον εισόδημα.

Η εφαρμογή του Αγροτουρισμού στην Αρκαδία σημαίνει ένα ολοκληρωμένο μοντέλο ανάπτυξης το οποίο περιλαμβάνει ενιαίες αγροτουριστικές αλλά και ξεχωριστές αγροτικές ή τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες συνολικά συνθέτουν ένα αναπτυξιακό πλέγμα συμπληρωματικών δραστηριοτήτων, οι οποίες εξασφαλίζουν την ομαλή ανάπτυξη της περιοχής. Στο «παζλ» της οικονομικής ποικιλομορφίας της περιοχής συμμετέχουν πρωταγωνιστικά οι τομείς του τουρισμού, της γεωργίας, της κτηνοτροφίας, της χειροτεχνίας και της ανάπτυξης πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Η ενίσχυση που δίδεται από το κράτος στις αγροτουριστικές δραστηριότητες είναι πολύ σημαντική, διότι πράγματι για πολλές περιοχές αποτελούν κλάδο στρατηγικής οικονομικής σημασίας. Οι επιδοτήσεις που δίνονται φτάνουν μέχρι και 70%. Βέβαια είναι απαραίτητες ορισμένες προϋποθέσεις που εξασφαλίζουν τη φερεγγυότητα και τη βιωσιμότητα της επένδυσης.

(<http://www.ptomaras.gr/documents/agrototourismos.html>)

Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού στο Νομό μπορεί να επιτευχθεί και μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας (ΠΑΑ) 2007–2013 («Αλέξανδρος Μπαλατατζής»), του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Σύμφωνα με δημοσιεύματα, από 35% έως 60% κυμαίνεται το ποσοστό των επιδοτήσεων για τη δημιουργία αγροτουριστικών καταλυμάτων καθώς και την παραγωγή αγροτικών παραδοσιακών προϊόντων που προβλέπουν τα προγράμματα, ύψους 65 εκατ. ευρώ του «Αλέξανδρος Μπαλατατζής» που προκηρύχθηκαν από το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Ο συνολικός προϋπολογισμός του προγράμματος φτάνει τα 65 εκατ. ευρώ και το συνολικό κόστος ανά επένδυση ανέρχεται έως 600.000 ευρώ για ορισμένες υποδομές και έως 300.000 ευρώ για τις υπόλοιπες δράσεις (ιδρύσεις και εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων). Η προκήρυξη αφορά τα Μέτρα 311, 312 και 313 του Άξονα 3 του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας (ΠΑΑ) 2007–2013 («Αλέξανδρος Μπαλατατζής»).

Εκτός από αγροτουριστικά καταλύματα και μικρές ξενοδοχειακές μονάδες (3, 4, 5 αστέρων και έως 40 κλίνες), επιδοτείται η παραγωγή παραδοσιακών τροφίμων όπως ζυμαρικά, αποστάγματα, γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες κλπ. Οι επενδύσεις

μπορούν να γίνουν τόσο από κατ' επάγγελμα αγρότες όσο και από ιδιώτες που δεν έχουν σχέση με τον αγροτικό χώρο.

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε αγροτικές περιοχές σε κάθε νομό της Ελλάδας, κυρίως ορεινές και μειονεκτικές, που μπορούν να φιλοξενήσουν ιδιωτικές επενδύσεις στον αγροτικό τομέα (γνωστές ως Ολοκληρωμένες Περιοχές Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου - ΟΠΑΑΧ). (<http://www.fpress.gr/programmata/ependyseis/item/7522-epidotiseis-eos-360000-eyro-gia-agrotourismo-kai-paradosiaka-trofima>)

Το θέμα του Αγροτουρισμού για την Αρκαδία δεν αφορά ένα συγκεκριμένο έργο ή μελέτη, αφορά τη δημιουργία του κατάλληλου πλαισίου, υποδομής από τους φορείς της πολιτείας που περιλαμβάνουν:

- Συγκοινωνίες
- Τηλεπικοινωνίες
- Βασικές υποδομές
- Τουριστικές υποδομές (δίκτυα ταξιδιωτικών γραφείων, ανάπτυξη γραμμών μαζικών μέσων μεταφοράς κ.τ.λ.).
- Δημιουργία οικολογικών πάρκων, ανάδειξη διαφόρων περιοχών.
- Προγραμματισμός για τη δημιουργία χώρων υγειονομικής ταφής απορριμμάτων.
- Παράλληλα με τη βιομηχανική περιοχή, δημιουργία βιοτεχνικών πάρκων. Τα βιοτεχνικά πάρκα απευθύνονται σε βιοτέχνες ή οικογενειακές επιχειρήσεις, λειτουργούν συμπληρωματικά με τον αγροτουρισμό και θα βοηθήσουν την ανάπτυξή του.
- Ύπαρξη ευνοϊκού νομικού πλαισίου και χρηματοδοτήσεων, και τέλος
- Ευαισθητοποίηση των κατοίκων για τα θέματα του αγροτουρισμού.

Αυτή η ευαισθητοποίηση είναι πολύ σημαντική και μπορεί να γίνει με ημερίδες, συνέδρια, ομιλίες, άρθρα και έκδοση περιοδικών και βιβλίων. Η ευαισθητοποίηση πρέπει να περιλαμβάνει και τη διατήρηση της παραδοσιακής κληρονομιάς και των τοπικών ιδιομορφιών της Αρκαδίας.

Ο Αγροτουρισμός μπορεί και πρέπει να γίνει μια συνήθεια, η οποία θα περάσει σαν τρόπος ζωής στους κατοίκους, συμβάλλοντας έτσι στην καταπολέμηση της ανεργίας, την αύξηση του εισοδήματος και την ανάπτυξη της Αρκαδίας.

Η επιτόπου ενημέρωση από τους φορείς που διαχειρίζονται προγράμματα για τον Αγροτουρισμό, βοηθά στην εξοικείωση και υποκινεί τους κατοίκους.

Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα που ιδρύονται στην Αρκαδία (Πανεπιστήμιο, σχολές ΟΑΕΔ, κρατικά ΙΕΚ κλπ.) μπορούν να συμβάλλουν στην επιστημονική και στην πρακτική ανάδειξη της Αγροτουριστικής δραστηριότητας στην Αρκαδία προσφέροντας, έτσι, στη βιώσιμη ανάπτυξή της.

( <http://www.ptomaras.gr/documents/agrototourismos.html>)

#### **2.4.1. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΡΚΑΔΙΑ**

Στη συνέχεια αναφέρεται ένα ευρύ φάσμα ενδεικτικών προτάσεων για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Αρκαδία που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν περαιτέρω από τους φορείς άσκησης πολιτικής σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

- Δημιουργία οργανωμένων χώρων αναψυχής / άθλησης και περιπάτου στο Μαίναλο και άλλες συνοδευτικές δραστηριότητες (π.χ. ορειβασία, αναρρίχηση, ορεινό αλεξίπτωτο).
- Προώθηση αθλητικού τουρισμού π.χ. διενέργεια αγώνων ποδηλάτου και μοτοσυκλέτας (συνδυασμός αθλητικού τουρισμού και αγροτουρισμού)
- Δημιουργία παραδοσιακών ξενώνων.
- Ανάδειξη περιπατητικών μονοπατιών στα φαράγγια Μυλάοντος και Τουθώα.
- Δημιουργία πολιτιστικών και ιστορικών διαδρομών.
- Προώθηση θρησκευτικού τουρισμού μέσω των μοναστηριών.
- Δημιουργία φυσικού πάρκου που να λειτουργεί ως ανοικτό ανθρωπογεωγραφικό σύστημα.
- Δημιουργία συνεδριακών κέντρων είτε αυτόνομα σε συγκροτημένα τουριστικά καταλύματα είτε σε συνδυασμό με αθλητικά κέντρα.
- Δημιουργία δικτύου πάρκων ή προστατευομένων φυσικών πάρκων.
- Κατασκευή/ Δημιουργία ορθόδοξου πολιτιστικού κέντρου στη Δημητσάνα
- Προώθηση οικολογικού τουρισμού.
- Δημιουργία δικτύου ποδηλατικών διαδρομών

- Δημιουργία ενός εξειδικευμένου θεματικά Πολιτιστικού Δικτύου στην Τρίπολη το οποίο θα είναι συνδεδεμένο με το Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων άλλα και με τα άλλα δίκτυα πολιτιστικής επικοινωνίας της χώρας αλλά και του εξωτερικού.
- Ανάδειξη και οργάνωση τοπικών περιφερειακών τουριστικών διαδρομών με βάση θεματικά οργανωμένες πολιτιστικές δραστηριότητες γύρω από τις επιλεγμένες πόλεις - κόμβους του Δικτύου. (π.χ. Ολυμπία – Ηραία – Θέλπουσα – Άκοβα Λίμνη Λάδωνα – Μέγα Σπήλαιο – Αγία Λαύρα – Μαντινεία – Τεγέα κλπ.).
- Ανάδειξη μνημείων και Αρχαιολογικών χώρων σε σύγχρονους και άριστα οργανωμένους πόλους έλξης επισκεπτών.
- Συντήρηση και αναστήλωση Αρχαίων Θεάτρων και χώρων εκδηλώσεων με στόχο την επαναλειτουργία τους και την ανάπτυξη σ' αυτούς σύγχρονων πολιτιστικών δραστηριοτήτων.
- Έκδοση τουριστικού οδηγού Αρκαδίας
- Αξιοποίηση της Λίμνης Λάδωνα και της Τάκα, με δημιουργία υγροβιότοπων που θα φιλοξενούν πτηνά και άλλα ζώα προς εξαφάνιση με παράλληλα δημιουργία παρατηρητηρίων πουλιών και χώρων θέας
- Αναβίωση και προβολή παραδοσιακών και λοιπών εκδηλώσεων του νομού
- Διαμόρφωση χώρων περιπάτου, θέας και αναψυχής
- Δημιουργία τουριστικών περιπτέρων
- Αξιοποίηση σπηλαίων
- Ανάδειξη ορεινών παραδοσιακών χωριών
- Αξιοποίηση των αρχαιολογικών, ιστορικών χώρων (π.χ. Πύργος Πλαπούτα στο Παλούμπα Ηραίας) καθώς και του παραδοσιακού περιβάλλοντος για μορφωτικό, πολιτισμικό συνεδριακό οικολογικό τουρισμό και αγροτουρισμό.
- Αξιοποίηση της περιοχής του Λούσιου ποταμού όπου το μοντέλο του αγροτουρισμού θα μπορούσε να συνδυαστεί με τον αθλητικό τουρισμό και τον τουρισμό περιπέτειας, καλύπτοντας διαφορετικές απαιτήσεις διαφορετικών ατόμων της ίδιας ομάδας.

Οι παραπάνω προτάσεις πρέπει περαιτέρω να εξειδικευτούν ως προς την οικονομική τους βιωσιμότητα και την κοινωνική τους εφικτότητα – σκοπιμότητα –



πραγματοτικότητα και να υλοποιηθούν από τους αρμόδιους φορείς της ιδιωτικής και δημόσιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας (<http://conference.arcadians.gr>).

Τέλος, πρέπει να τονιστεί ότι σημαντική θα ήταν η ενίσχυση των προσπαθειών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των ντόπιων επιχειρηματιών στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού με χρηματοδοτήσεις μέσω κατάλληλων προγραμμάτων αγροτουριστικών επιχειρήσεων ή παρακολουθήσεις σεμιναρίων και συμμετοχή σε εκθέσεις. Σημαντικό είναι να αποτελέσει κύριο κομμάτι του επιχειρησιακού σχεδίου του Δήμου η ενίσχυση του τουρισμού της περιοχής, με ιδιαίτερη μνεία στον αγροτουρισμό. Πρόσφατα, ομάδα επιχειρηματιών της Αρκαδίας, που δραστηριοποιούνται στον τομέα του αγροτουρισμού πραγματοποίησαν εκπαιδευτική επίσκεψη σε αγροτουριστικές επιχειρήσεις στην περιοχή της Τοσκάνης.

Οι επισκέψεις αυτές γίνονται με πρωτοβουλία των Επιμελητηρίων Αρκαδίας και Φλωρεντίας Ιταλίας καθώς και του δικτύου Enterprise Europe Network, στο πλαίσιο του προγράμματος Leonardo Da Vinci, που αφορά την δια βίου εκπαίδευση και κατάρτιση επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου και των παραδοσιακών προϊόντων.

Παράλληλα δημοτική αντιπροσωπεία της Τρίπολης με επικεφαλής τον δήμαρχο Γιάννη Σμυρνιώτη, θα έχει διμερές επαφές με τον δήμαρχο της Φλωρεντίας, αλλά και με το δήμαρχο του Μονταγιόνε που αποτελεί μια καθαρά οικοτουριστική περιοχή, με στόχο να ενημερωθούν και να αντιγράψουν τεχνογνωσία, για την ανάληψη πρωτοβουλιών προώθησης οικοτουριστών δράσεων.

#### **2.4.2.ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ**

Ο Αγροτουρισμός αποτελεί μία δυναμικά εξελισσόμενη δραστηριότητα στη χώρα μας που αναμφίβολα προσφέρεται για την ανάπτυξη αυτής της εναλλακτικής μορφής τουριστικής δραστηριότητας, ενώ παράλληλα αναδεικνύεται σε ισχυρό μέσο πολιτικής αναπτυξιακής παρέμβασης στην αγροτική μειονεκτική περιφέρεια, σε βαθμό που όχι διασφαλίζει την πραγματοποίηση συμπληρωματικού εισοδήματος και απασχόλησης στην αγροτική οικογένεια αλλά παράλληλα μπορεί να συμβάλει στη γενικότερη ανάπτυξη όλων των τομέων οικονομικής δράσης της περιοχής και κατά επέκταση της χώρας μας. (Α. Παπακωνσταντινίδης 1993)

Ο αγροτουρισμός στην Αρκαδία μπορεί να αποτελέσει μια δραστηριότητα που προκαλεί μεταβολές στο εσωτερικό των επιχειρήσεων, επιδιώκει τη συνεργασία με άλλους παραγωγικούς τομείς, προτείνει τη συνεργασιακή δράση σε ένα πλαίσιο ολοκληρωμένων παρεμβάσεων, δημιουργεί προϋποθέσεις πολυαπασχόλησης και αξιοποίησης του ενδογενούς δυναμικού και επιδρά πολλαπλασιαστικά σε όλους τους τομείς της τοπικής οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας.

Επισημαίνεται ότι σε κάθε περίπτωση, ο αγροτουρισμός δεν αποτελεί πανάκεια, ούτε παρέχει τη δυνατότητα επίλυσης των οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων των περισσότερων αγροτικών περιοχών. Όμως, αποτελεί μια εναλλακτική προσέγγιση στο πρόβλημα της αναπτυξιακής τους στασιμότητας που μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατάλληλα από τους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης για δρομολόγηση αναπτυξιακών τους πρωτοβουλιών με στόχο την αναζωογόνηση και την οικονομική και κοινωνική ανασυγκρότηση του τοπικού ιστού αυτών των περιοχών. (<http://conference.arcadians.gr/index.php?itemid=7>)

Διαπιστώνεται λοιπόν, ότι για την στήριξη και ενίσχυση της απασχόλησης του ανθρώπινου δυναμικού της υπαίθρου χρειάζονται βιώσιμες τοπικές οικονομικές δραστηριότητες, οι οποίες να είναι φιλικές προς το περιβάλλον και να προέρχονται από επιχειρηματική πρωτοβουλία τοπικών φορέων και ατόμων. Το πλεονέκτημα των τοπικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών είναι ότι η προστιθέμενη αξία, που δημιουργείται από αυτού του είδους τις επιχειρήσεις παραμένει και διανέμεται στην περιοχή.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΕΡΕΥΝΑ**

### **3.1. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ**

Ας δούμε ενδεικτικά κάποια καταλύματα αγροτουρισμού στην Αρκαδία. Σε αυτά διενεργήσαμε έρευνα, όπως θα δούμε και στην επόμενη παράγραφο. Τα περισσότερα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν μέσω μείλ αλλά κάποια απαντήθηκαν και μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας.

#### **1. Ξενώνας «Αρχοντικό Κολοκοτρώνη» στην Στεμνίτσα**



Η Στεμνίτσα είναι ένα μαγευτικό πετρόχτιστο χωριό. Όπου στην είσοδο του χωριού ξεπροβάλλει ένα πετρόχτιστο κτίριο «το Αρχοντικό Κολοκοτρώνη». Ο Ξενώνας και η Στεμνίτσα αποτελούν τη βάση για κοντινές εκδρομές στο φαράγγι του Λούσιου, στις Μονές Προδρόμου, Φιλοσόφου και Αιμυαλών, στο Λιμποβίσι, όπου βρίσκεται η οικία των Κολοκοτρωναίων και στη Δημητσάνα όπου λειτουργεί το Μουσείο Υδροκίνησης.

#### **2. Ξενώνας «Αρχοντικό Κορδοπάτη» στο Δάρα**



Ο παραδοσιακός ξενώνας βρίσκεται στην ορεινή Αρκαδία, στο κέντρο του χωριού Δάρα. Αποτελεί μοναδική θέση στο κέντρο πολλών δραστηριοτήτων, διαδρομών και εξερευνήσεων και είναι ιδανική βάση για κοντινές εξορμήσεις στο χιονοδρομικό του Μαινάλου, στο Λεβίδι, στη Βυτίνα, στην Δημητσάνα αλλά και σε όλα τα χωριά του ορεινού όγκου του Μαινάλου.

### 3. Ξενώνας «Ευ Ζην» στην Βυτίνα



Σε μια από τις πιο όμορφες και ήσυχες περιοχές της κοσμοπολίτικης Βυτίνας, δημιουργήθηκε ο ξενώνας ΕΥ ΖΗΝ. Ριζωμένος στην αγκαλιά του ελατόφυτου Μαινάλου, βρίσκεται σε πολύ κοντινή απόσταση από όλα τα αξιοθέατα και τους μοναδικούς ταξιδιωτικούς προορισμούς της Ορεινής Αρκαδίας. Ο ξενώνας μπορεί να

αποτελέσει ορμητήριο για ενδιαφέρουσες εξερευνήσεις και περιηγήσεις στις πάμπολλες φυσικές ομορφιές και τα σπάνια ιστορικά μνημεία της .

### 4. Παραδοσιακός Ξενώνας «Προσέληνος» στην Δημητσάνα



Λέγεται ότι οι Αρκάδες ζούσαν στα βουνά της περιοχής αυτής από πολύ παλιά, πριν ακόμη εμφανιστεί η σελήνη στον ουρανό. Για τον λόγο αυτόν ονομάζονταν Προσέλινοι. Έτσι και αυτός ο Ξενώνας. Κανένας δεν γνωρίζει από πότε ακριβώς υπάρχει στην Δημητσάνα αλλά σίγουρα είναι πολύ παλιός. Οι επισκέπτες μπορούν να πάρουν μέρος σε διάφορες δραστηριότητες.

Άλλες μέσα στον ξενώνα (μαθήματα κοσμήματος,) και άλλες σε οργανωμένες από τον ξενώνα δραστηριότητες. Πιο συγκεκριμένα μπορούν να επισκεφτούν το Μουσείο Υδροκίνησης (μέσα στα τρία καλύτερα της Ευρώπης) και το κοντινό μοναστήρι της Παναγίας της Αιμυαλού, το σπίτι του Γρηγόριου του Ε', Παλαιών Πατρών Γερμανού, την Βιβλιοθήκη και το Μουσείο της πόλης. Επίσης, ο φιλοξενούμενος έχει την δυνατότητα να παρακολουθήσει μαθήματα μικρογλυπτικής και κοσμήματος, μέσα στον ξενώνα, από τους ιδιοκτήτες.

### 5. Ξενώνας «Καλλιρρόη» στο Λεβίδι



Ο πετρόκτιστος ξενώνας Καλλιρρόη, βρίσκεται στην ορεινή Αρκαδία, μέσα στο ελατοδάσος του Μαϊνάλου, το οποίο διεθνείς έρευνες και μετρήσεις το έχουν κατατάξει μεταξύ των περιοχών με το πιο υγιεινό κλίμα. Το όνομα της Αρκαδίας, συνδέθηκε και ταυτίστηκε με την ξένοιαστη

βουκολική ζωή της υπαίθρου και με τη διάδοση του περίφημου «Αρκαδικού ιδεώδους», του «Αρκαδισμού».

### 6. Ξενώνας «Αγρόκτημα» στο Λεωνίδιο



Κάτω από τις κατάφυτες πλαγιές του Πάρωνα, στο βάθος μιας εύφορης κοιλάδας προβάλλει το Λεωνίδιο, η πρωτεύουσα της Τσακωνιάς όπου εκεί βρίσκεται ο ξενώνας Αγρόκτημα. Η διαδρομή Λεωνίδιο – Κοσμάς είναι από τις πιο εντυπωσιακές της Πελοποννήσου, απαραίτητη στάση για κάθε προσκυνητή η Μονή της Παναγίας της Έλωνας. Αξίζει ακόμα να επισκεφθεί κανείς τη μονή Αγίου Νικολάου

Σίντζας, στα Β.Δ. του Λεωνιδίου.

### 7. Ξενώνας «Μπελλαίικο» στην Στεμνίτσα



Τρεις κατευθύνσεις δρόμων οδηγούν στην πλατεία της Στεμνίτσας, χτισμένη σε 1100 μέτρα υψόμετρο. Πρώτος δρόμος Τρίπολη – Λεβίδι – Βυτίνα – Δημητσάνα – Στεμνίτσα. Ο δεύτερος δρόμος στρίβει από τη Βυτίνα προς το Πυργάκι – Ελάτη – Στεμνίτσα, διασχίζοντας το ελατοσκεπασμένο μυθικό δάσος του Μαϊνάλου, μνημείο πολιτισμού της φύσης. Τρίτος

δρόμος από Τρίπολη – Χρυσοβίτσι – Στεμνίτσα. Η περιοχή της Στεμνίτσας είναι διάσπαρτη από σημαντικά μνημεία. Τα ιερά ερείπια της Αρχαίας Γόρτυνας το 400

π.Χ. η Μονή Φιλοσόφου 930 μ.Χ., ο Αϊ Γιάννης ο Πρόδρομος και βορειότερα το κομψό και φιλόξενο Μοναστήρι των Αιμυαλών.

### **8. Ξενώνας «Ουρανογείτων» στον Κοσμά**



Στο χωριό Κοσμάς που για τους ντόπιους αλλά και για τους ξένους είναι ένας εξώστης ανάμεσα σε ουρανό και γη πάντα με σεβασμό στο περιβάλλον και στην αρχιτεκτονική κτίστηκε ο Ξενώνας Ουρανογείτων.

### **9. Παραδοσιακός Ξενώνας «Αντωνίου» στην Καστάνιτσα**



Στον πανέμορφο ορεινό οικισμό της Καστάνιτσας βρίσκεται ο παραδοσιακός Ξενώνας Αντωνίου. Πρόκειται για έναν ιδιαίτερα προσεγμένο χώρο που θα εντυπωσιάσει αμέσως χάρη στον μοναδικό συνδυασμό πέτρας και ξύλου που επικρατεί σε όλο τον οικισμό.

### **10. Ξενώνας «Το Σπίτι της Θεώνης» στην Δήμητρα Γορτυνίας**



Είναι ένας φιλόξενος παραδοσιακός Ξενώνας σε μια από της πιο όμορφες περιοχές της Γορτυνίας, στο χωριό Δήμητρα που βρίσκεται κοντά στο Λάδωνα, ανάμεσα στα χωριά του Μαίναλου και του Χελμού.

Το Χωριό Δήμητρα χρωστά το όνομά του στο αρχαίο Ιερό της Ελευσίνας ή Αλούσιας Δήμητρας, τα ερείπια του οποίου βρίσκονται στην περιοχή. Η μεγάλη αυλή-κήπος δεσπόζει στο κέντρο του οικισμού, πάνω από το φαράγγι όπου κυλούσε παλιότερα ο ποταμός Λάδωνας.

(<http://exormiseis.gr/accom/pelop/arkadia.htm>)

### **3.2. ΕΡΕΥΝΑ**

Η έρευνα που πραγματοποιήσαμε είναι διπλή, η πρώτη υλοποιήθηκε την περίοδο 20.3.2013 έως 12.4.2013 σε καταλύματα της Αρκαδίας, ενώ η δεύτερη έρευνα πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα από 1.3.2013 έως 31.3.2013 στους φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό, με απώτερο στόχο τη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικών με την εικόνα που παρουσιάζει ο αγροτουρισμός στην περιοχή..

#### **ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ**

Πριν παρουσιαστούν τα συμπεράσματα της έρευνας, κρίνεται σκόπιμο να αναφερθούν κάποια από τα προβλήματα που προκύπτουν γενικά σε έρευνες τέτοιου είδους:(Τσακίρη, 2005):

1. Οι περισσότεροι ερωτώμενοι απαντούν όχι με βάση τι ισχύει, αλλά παρουσιάζουν μια εξιδανικευμένη εικόνα για το τι θα ήθελαν να ισχύει.
2. Οι περισσότεροι, επειδή δεν έχουν εξοικειωθεί με την έρευνα και τη σημασία της, απαντούν βιαστικά, χωρίς ιδιαίτερη προσοχή και σκέψη.
3. Η βιασύνη και η έλλειψη προσοχής στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, οφείλεται και στο μειωμένο χρόνο που έχουν οι περισσότεροι στη διάθεσή τους και στους ταχείς ρυθμούς με τους οποίους λειτουργούν στην καθημερινότητά τους
4. Τέλος, πολλοί είναι αυτοί που προσπαθούν να εντυπωσιάσουν τον ερευνητή με τις πιθανές απαντήσεις τους για το επίπεδο των γνώσεών τους, ξεφεύγοντας από την ουσία της έρευνας.

Στην περίπτωση της συγκεκριμένης έρευνας, έγινε προσπάθεια να αντιμετωπιστούν πολλά από τα πιο πάνω προβλήματα με την παρουσία του ερευνητή στους τόπους που μοιράστηκαν τα ερωτηματολόγια. Όπου δεν ήταν αυτό εφικτό έγινε τηλεφωνική επικοινωνία με τα μέλη του δείγματος. Έτσι αντιμετωπίστηκε η επίλυση τυχόν αποριών, ενώ ταυτόχρονα προβλήθηκε ο στόχος της έρευνας που δεν ήταν, σε καμία περίπτωση, το «τσεκάρισμα» των γνώσεων του καθενός.

### **3.3. ΕΡΕΥΝΑ Ι**

Στα καταλύματα της περιοχής που αναφέραμε σε προηγούμενη παράγραφο, εφαρμόσαμε πρωτογενή έρευνα με την μορφή ερωτηματολογίων, για να διαπιστωθεί αν υπάρχει ενδιαφέρον για τον αγροτουρισμό και αν συντρέχουν οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξή του. Το δείγμα που πήρε μέρος ήταν 40 άνθρωποι, που ήταν ιδιοκτήτες και προσωπικό που εργάζονταν στα καταλύματα. Η δειγματοληψία ήταν τυχαία. Ο αριθμός των ερωτήσεων ανήλθε σε 10, εκ των οποίων, οι περισσότερες ήταν κλειστού τύπου. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με σκοπό να διαπιστωθεί ποιες είναι οι απόψεις των ιδιοκτητών-εργαζομένων των αγροτουριστικών καταλυμάτων γύρω από το θέμα του αγροτουρισμού.

Το πρώτο σκέλος ερωτήσεων 1 έως και 2 αφορούσαν κάποια προσωπικά στοιχεία, όπως ηλικία και φύλο. Αντίθετα, το δεύτερο σκέλος, σε ερωτήσεις που αναφέρονταν σχετικά με τις αντιλήψεις τους για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, τα οφέλη και τις επιπτώσεις του στην τοπική τους κοινότητα. Επίσης, τι ενέργειες πρέπει να γίνουν ώστε να ενισχυθεί το αγροτουριστικό προϊόν από τις τοπικές αρχές, ποια πιστεύουν πως είναι η μοναδικότητα της περιοχής τους, αν θα ήθελαν να αυξηθεί ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή τους και αν προτιμάνε τον αγροτουρισμό ή κάποια άλλη μορφή τουρισμού.

Η διανομή ή ανάγνωση (σε περίπτωση τηλεφωνημάτων) των ερωτηματολογίων αποτέλεσε αφορμή για το άνοιγμα συζήτησης γύρω από τον αγροτουρισμό. Κάποιοι, ιδιοκτήτες κυρίως των καταλυμάτων είχαν πολλές ενδιαφέρουσες απόψεις, οι οποίες συμπληρώθηκαν από τον ερευνητή και υπάρχουν ως παρατηρήσεις στην ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας.



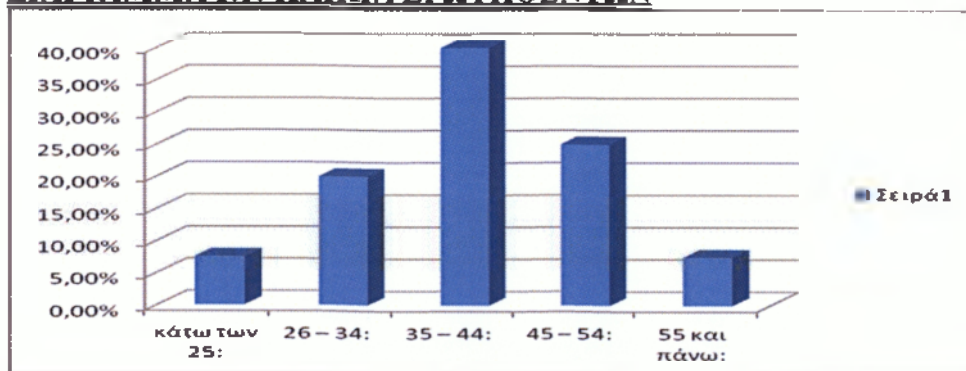
## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ Ι

**Ευρήματα:** Η επεξεργασία των δεδομένων της έρευνάς μας έγινε μέσω προγράμματος Excel και προέκυψαν τα εξής στοιχεία:

### 1. Σε ποια ζώνη ηλικίας ανήκετε; ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1: ΗΛΙΚΙΑ

ΗΛΙΚΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ%
20 - 25	3	7,5
26 – 34:	8	20
35 – 44	16	40
45 – 54	10	25
55 και πάνω	3	7,5
ΣΥΝΟΛΟ	40	100

### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1: ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

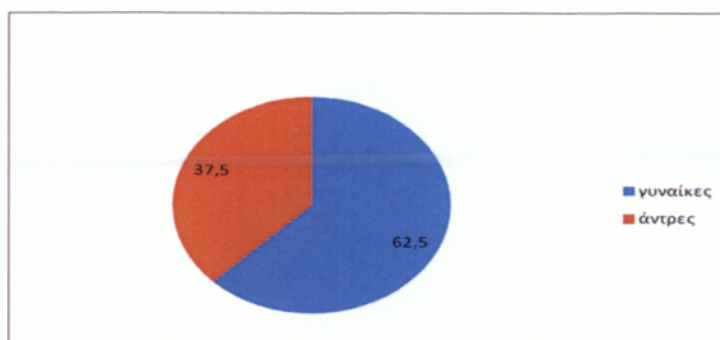


Οι ηλικίες των ερωτηθέντων κατανέμονται σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα.

### 2. Φύλο: ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2: ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

ΦΥΛΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	25	62,5
ΑΝΔΡΕΣ	15	37,5
ΣΥΝΟΛΟ	40	100

### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.2: ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ



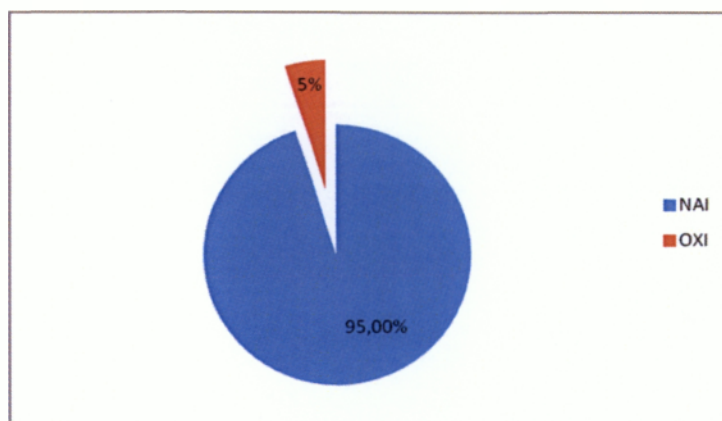
Εκ των 40 ατόμων που απάντησαν , το 62,5% ήταν γυναίκες ενώ, το 37,5% άνδρες.

### 3. Νομίζετε ότι η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού μπορεί να στηρίξει οικονομικά την τοπική κοινωνία;

### ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3: ΠΟΙΟΥΣ ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΡΙΖΕΙ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	38	95
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ	2	5
ΣΥΝΟΛΟ	40	100

### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3: ΓΝΩΜΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ



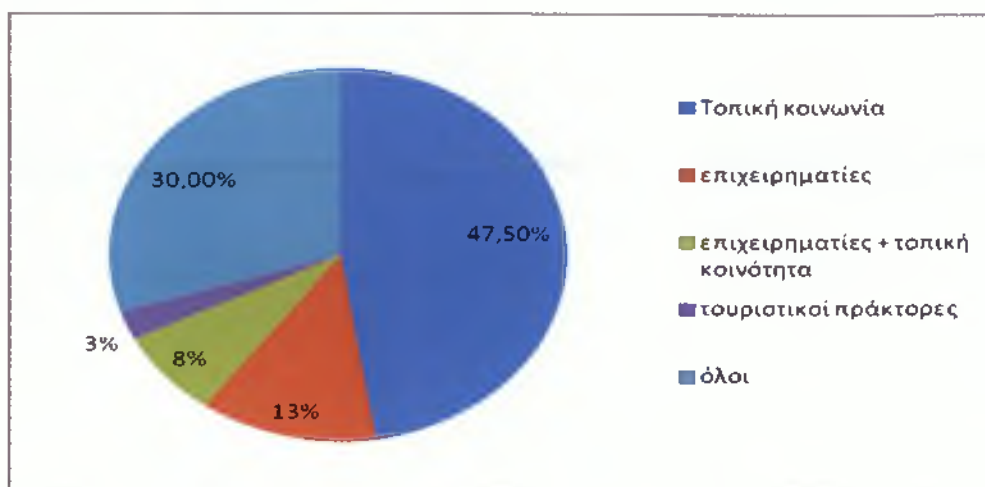
Το 95% πιστεύει ότι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού μπορεί να στηρίξει οικονομικά την τοπική κοινωνία, δημιουργώντας θέσεις εργασίας, ξαναζωντανεύοντας χωριά, προωθώντας την εγχώρια παραγωγή, δημιουργώντας κίνητρο και διέξοδο για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της περιφέρειας. Ο αγροτουρισμός προσελκύει κόσμο που διαφορετικά μια περιοχή δε θα είχε τέτοια δυνατότητα. Φυσικά, εκτός τους τουρίστες θα τραβήξει και τους ντόπιους που θα θέλουν να ασχοληθούν με αυτό το είδος τουρισμού. Αντίθετα, το 5% θεωρεί ότι θα έχουν συμφέρον περισσότερο οι επιχειρηματίες.

#### **4. Ποιος θα ευνοηθεί οικονομικά από την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού;**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4: ΠΟΙΟΥΣ ΟΦΕΛΕΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

<b>ΟΦΕΛΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	19	47,5
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ	5	12,5
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	3	7,5
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ	1	2,5
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ, ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	12	30
ΣΥΝΟΛΟ	40	100

#### **ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.4: ΠΟΙΟΥΣ ΟΦΕΛΕΙ Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**



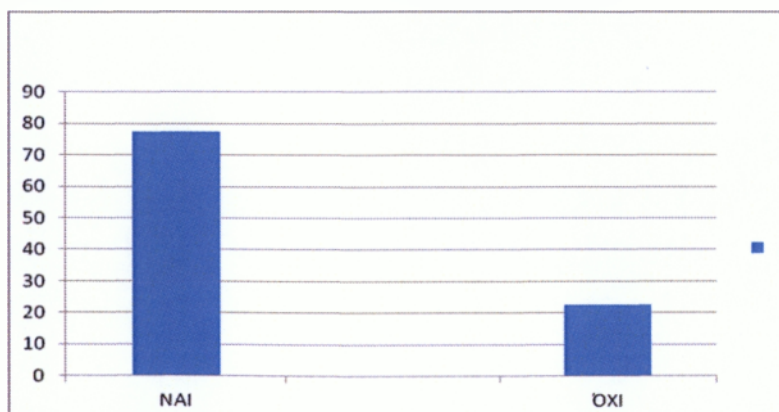
Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, από την ανάπτυξη του αγροτουρισμού θα επωφεληθεί περισσότερο η τοπική κοινότητα με 47,5%, το 12,5% απάντησε οι επιχειρηματίες, το 7,5% οι επιχειρηματίες και η τοπική κοινότητα το 2,5% οι επιχειρηματίες και οι τουριστικοί πράκτορες, ενώ το 30% ότι θα επωφεληθούν όλοι (επιχειρηματίες, τουριστικοί πράκτορες, τοπική κοινότητα).

#### **5. Θα θέλατε να αυξηθεί ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή σας , καθ' όλη τη διάρκεια του έτους;**

##### **ΠΙΝΑΚΑΣ 1.5: ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**

ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΝΑΙ	31	77,5
ΟΧΙ	9	22,5
ΣΥΝΟΛΟ	40	100

#### **ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.5: ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**



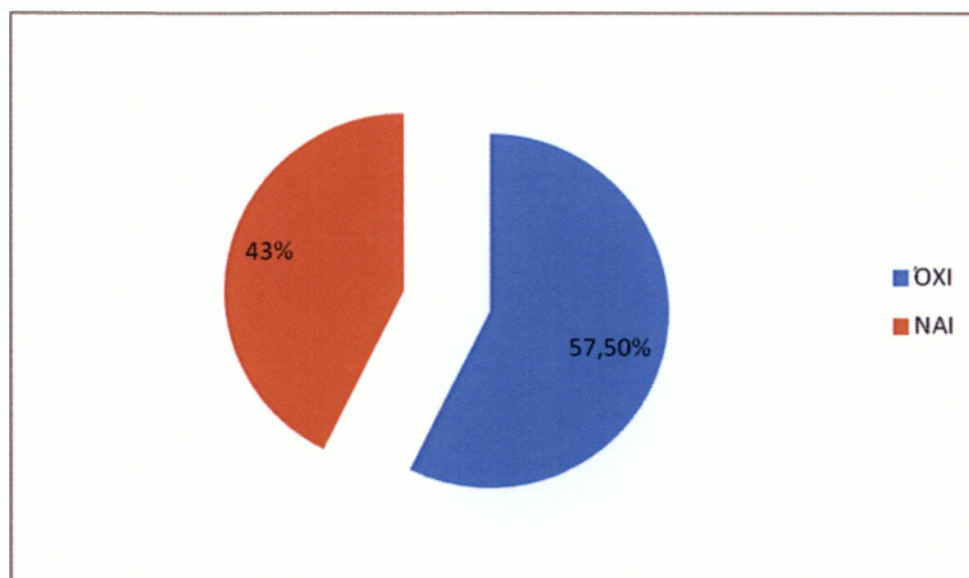
Το 77,5% θα ήθελε να αυξηθεί ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, αν είναι ποιοτικός και σέβεται το περιβάλλον αλλά και λόγω των ωφελειών που μπορεί να προσφέρει, ενώ αντίθετα το 22,5% λέει όχι στην αύξηση των τουριστών.

**6. Θα λέγατε ότι ο Αγροτουρισμός είναι ένας άριστος τρόπος προστασίας της τοπικής κοινότητας από την κοινωνικό-περιβαλλοντική ρύπανση;**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1.6: ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ-ΡΥΠΑΝΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ/ΡΥΠΑΝΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	23	57,5
ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	17	42,5
ΣΥΝΟΛΟ	40	100%

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.6: ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ-ΡΥΠΑΝΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**



Το 57,5% πιστεύει ότι ο αγροτουρισμός είναι ένας άριστος τρόπος προστασίας της τοπικής κοινότητας από την κοινωνικό-περιβαλλοντική ρύπανση, διότι οι αγροτουρίστες έχουν αυξημένη οικολογική συνείδηση και όταν το χωριό αποκτά τουριστική αξία οι κάτοικοι προσέχουν περισσότερο το περιβάλλον. Αντίθετα, το

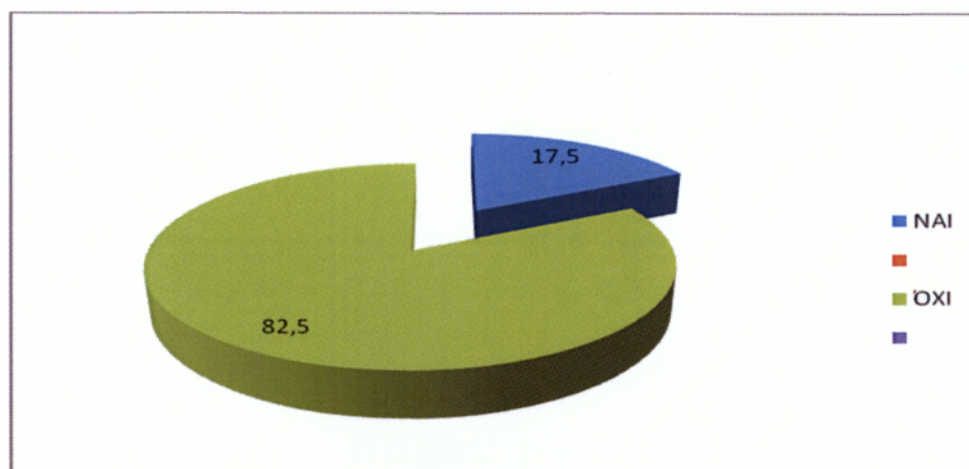
42.5% θεωρεί ότι δεν παύει να είναι μια μορφή τουρισμού που μπορεί να έχει τις γνωστές συνέπειες του τουρισμού επιβαρύνοντας την κοινωνία και το περιβάλλον δημιουργώντας διάφορες τουριστικές υποδομές για την ικανοποίηση των τουριστών και υποστηρίζοντας ότι λείπει η κοινωνικό-περιβαλλοντική συνείδηση των ατόμων.

## **7. Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού επιδρά αρνητικά στη φυσική ομορφιά της περιοχής σας**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1.7: ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΦΥΣΙΚΗ ΟΜΟΡΦΙΑ**

ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΝΑΙ	7	17,5
ΟΧΙ	33	82,5
ΣΥΝΟΛΟ	40	100

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.7: ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ-ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΦΥΣΙΚΗ ΟΜΟΡΦΙΑ**



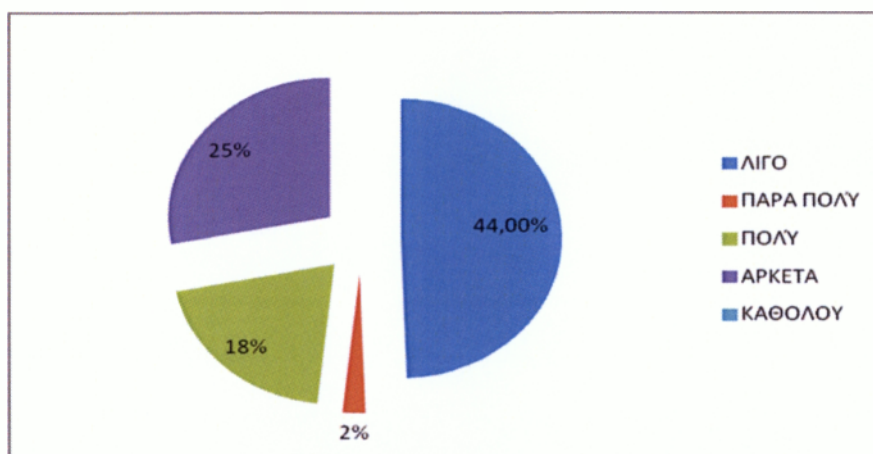
Το 17,5% υποστηρίζει ότι ο αγροτουρισμός επιδρά αρνητικά στη φυσική ομορφιά της περιοχής γιατί οι επιχειρηματίες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των τουριστών χτίζουν πολλά καταλύματα σε τόπους που δεν θα έπρεπε να δομηθούν ενώ αντίθετα το 82,5% υποστηρίζουν ότι αγροτουρισμός ότι όχι μόνο αναδεικνύει την ομορφιά της περιοχής αλλά την προστατεύει περισσότερο.

**8. Πιστεύετε ότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση μέχρι σήμερα έχει βοηθήσει στην ανάπτυξη του Αγροτουρισμού της περιοχής**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1.8: ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤ/ΣΗΣ**

ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤ/ΣΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΛΙΓΟ	17	44
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	1	2
ΠΟΛΥ	7	18
ΑΡΚΕΤΑ	10	25
ΚΑΘΟΛΟΥ	5	11
ΣΥΝΟΛΟ	40	100

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.8: ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤ/ΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**



Επίσης, πιστεύουν ότι σημαντικό ρόλο καλείται να παίξει η Τοπική Αυτοδιοίκηση, η οποία μέχρι τώρα φαίνεται να έχει μια περιορισμένη συνεισφορά στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού (ένα 44% θεωρεί ότι συνεισφέρει λίγο, ένα 2% που θεωρούν πάρα πολύ, 18% πολύ, 25% αρκετά και 11% καθόλου).

**9. Νομίζετε ότι οι τοπικές αρχές πρέπει να κάνουν ενέργειες για να ενισχύσουν το προϊόν του Αγροτουρισμού;**

Επίσης, το 80% έναντι του 15% που λέει όχι και άλλο 5% που δεν ξέρει, πιστεύει ότι πρέπει να κινητοποιηθούν οι τοπικές αρχές για να ενισχύσουν το αγροτουριστικό προϊόν, προτείνοντας:

- Να κατανεμηθούν σωστά τα κονδύλια για τις επιδοτήσεις των αγροτουριστικών μονάδων.
- Να μειωθεί η γραφειοκρατία – απλοποίηση διαδικασιών χορήγησης αδειών οικοδομών ή επισκευής παλιών σπιτιών.
- Να συμπεριλάβουν στη διαφημιστική καμπάνια της περιοχής και αυτή τη μορφή τουρισμού.
- Να κατασκευάσουν έργα υποδομής που δεν επιβαρύνουν το φυσικό τοπίο.
- Να ελέγχονται οι μονάδες σχετικά με τις δραστηριότητες τους.
- Να οργανώνουν και να φροντίζουν το δημόσιο χώρο.
- Να αντιμετωπίσουν τα οικονομικά προβλήματα που αφορούν την ελαιοκαλλιέργεια και αμπελοκαλλιέργεια.
- Να ενισχύσουν την οικολογική συνείδηση
- Να βελτιώσουν και να αναβαθμίσουν το οδικό δίκτυο.
- Να αναλάβουν δράσεις για την ανάδειξη και προώθηση των τοπικών προϊόντων της περιοχής.

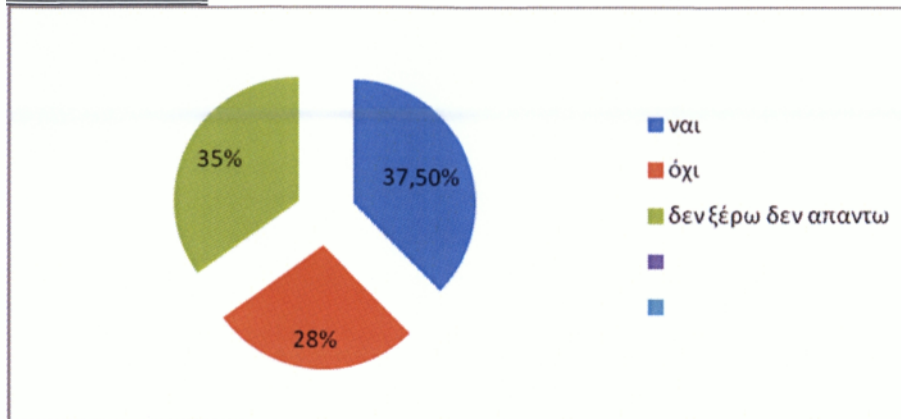
**10. Αν ήσασταν στη θέση ενός τουρίστα – επισκέπτη θα προτιμούσατε τον Αγροτουρισμό ή κάποια άλλη μορφή τουρισμού και ποια;**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1.10: ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	15	37,5
ΔΕΝ ΞΕΡΕΙ ΤΙ ΜΟΡΦΗ	8	20
ΟΠΟΙΑΔΗΠΟΤΕ	6	15
ΑΛΛΗ ΜΟΡΦΗ	11	27,5
ΣΥΝΟΛΟ	40	100



### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.10: ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ ΒΑΣΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Εν τούτοις, το 37,5% προτιμά τον αγροτουρισμό, το 20% δεν ξέρει τι μορφή θα προτιμούσε και εξαρτάται και σε τι οικονομική κατάσταση θα βρισκόταν και τα ενδιαφέροντα που θα είχε τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή για να επιλέξει τι θα ήθελε. Αντίθετα, το 15% δεν έχει πρόβλημα, είτε επιλέξει αγροτουρισμό ή κάποια άλλη μορφή τουρισμού ενώ, το 27,5% θα προτιμούσε κάποια άλλη μορφή όπως, συνεδριακό, θρησκευτικό, αθλητικό, και πολιτιστικό τουρισμό.

Γενικότερα η έρευνα απέδειξε ότι οι ερωτηθέντες έχουν την άποψη ότι ο αγροτουρισμός είναι σημαντική μορφή τουρισμού φτάνει να σεβόμαστε τη φύση, χωρίς να κάνουμε ιδιαίτερες παρεμβάσεις και να δημιουργούμε επιπλέον προβλήματα σε αυτήν. Υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης του στην Ελλάδα, αρκεί να γίνεται οργανωμένα, προγραμματισμένα και με σεβασμό στο περιβάλλον. Επίσης, θεωρείται μια καλή ευκαιρία για τους αγρότες να ασχοληθούν με αυτή τη μορφή τουρισμού αυξάνοντας έτσι τα έσοδά τους, δημιουργώντας έτσι και ένα κίνητρο για τους νέους να ασχοληθούν με αυτό το είδος του τουρισμού.

Συνεπώς, από την έρευνα και τα σχόλια που έγινε στους ασχολούμενους με τον αγροτουρισμό στην Αρκαδία προκύπτει ότι υπάρχει ενδιαφέρον για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, με την προϋπόθεση ο επισκέπτης τουρίστας να σέβεται το περιβάλλον και να μην γίνεται εκμετάλλευση από τους επιχειρηματίες.

Ο Αγροτουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που μπορεί να συμβάλει στην τοπική κοινωνία, προσφέροντας οικονομική άνθηση και ευμάρεια. Τα οφέλη που πηγάζουν απ' αυτόν λειτουργούν σε πολλαπλά επίπεδα (οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό, αγροτικής παραγωγής κτλ.). Επίσης, επιτρέπει τη συνέχιση της παραγωγής παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων, που ίσως να είχαν εκλείψει, διατηρεί ή αναβιώνει τέχνες που διαφορετικά θα είχαν «πεθάνει», συντηρεί τις

μνήμες με την αναβίωση εθίμων και παραδοσιακών εκδηλώσεων, γίνεται κανάλι επικοινωνίας των απομονωμένων περιοχών και δίνει προοπτικές δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, ιδιαίτερα στους νέους και τις γυναίκες της περιφέρειας.

Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, κάποιο μοναδικό πλεονέκτημα που έχουν οι περιοχές τους είναι:

- Η αξιολογη φυσική ομορφιά – φυσικό περιβάλλον.
- Η διατήρηση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής.
- Η φιλοξενία των κατοίκων.
- Η γραφικότητα της περιοχής.
- Η πλούσια πολιτιστική και πολιτισμική παράδοση
- Ο καλά οργανωμένος μηχανισμός προώθησης και διαφήμισης.
- Ένας καλοδιατηρημένος οικισμός.
- Χρηματοδότηση από προγράμματα.
- Βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από αστικό οικισμό
- Καλή υποδομή για τον αγροτουρισμό.
- Μοναδικά τοπικά προϊόντα
- Αρχαιολογικούς χώρους
- Προστατευόμενες περιοχές
- Η ανάπλαση του δομημένου περιβάλλοντος.

### **3.4. ΕΡΕΥΝΑ II**

Στα πλαίσια προσπάθειας ανάδειξης του αγροτουριστικού προϊόντος στο Νομό Αρκαδίας, πραγματοποιήσαμε μια ακόμα πρωτογενή έρευνα και στους φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό, με απώτερο στόχο τη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικών με την εικόνα που παρουσιάζει ο αγροτουρισμός στην περιοχή.

Μέσα από τη διεξαγομένη έρευνα έπρεπε να βγουν συμπεράσματα που αφορούν τα εξής διερευνητικά ερωτήματα:

1. Ποιο το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται το Νομό; (με την καταγραφή του, μπορούν να βρεθούν κατάλληλοι τρόποι προσέγγισής τους).

2. Ποιο το τουριστικό προφίλ της περιοχής; (με την καταγραφή του βγαίνουν συμπεράσματα για την χρονική περίοδο με τη μεγαλύτερη τουριστική ζήτηση, τα είδη τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν και για τη σπουδαιότητα ή μη των τρόπων διανομής και προώθησης τουρισμού που χρησιμοποιούνται. Αυτά μπορούν να αποτελέσουν οδηγούς για τη δυνατότητα ανάπτυξης ή μη του αγροτουρισμού στην περιοχή).

3. Ποια η παρούσα τουριστική προσφορά στο Νομό; Υπάρχει ανάπτυξη στον αγροτουρισμό; και

4. Ποιες οι προσδοκίες για την αγροτουριστική ανάπτυξη της περιοχής και με ποιες δράσεις θα επιτευχθούν; (ουσιαστικά, μέσα από την ανάλυση των προηγούμενων ερωτημάτων, και την αξιολόγηση πιθανών δράσεων, προκύπτουν οι ενέργειες που θα πρέπει να εφαρμοστούν για την αγροτουριστική ανάπτυξη του Ν. Αρκαδίας).

Ο στατιστικός πληθυσμός μας αποτελείται από φορείς, ιδιωτικού και δημόσιου χαρακτήρα, που επηρεάζουν και επηρεάζονται από την τουριστική κατάσταση του Νομού. Συγκεκριμένα, στο δημόσιο τομέα, ο πληθυσμός μας αποτελείται από 5 Δήμους (κάθε ένας ξεχωριστά φροντίζει για την τουριστική ανάκαμψη και προβολή της περιοχής του), και την Περιφέρεια Πελοποννήσου. Στον ιδιωτικό τομέα, ο πληθυσμός μας αποτελείται από το Επιμελητήριο Αρκαδίας, Γραφεία Γενικού Τουρισμού της περιοχής και σε Αναπτυξιακές Εταιρείες (Μαρινάκος, 2005).

Η επιλογή του δείγματος έγινε βάσει κατευθυνόμενης δειγματοληψίας, σύμφωνα με την οποία κάθε άτομο του πληθυσμού δεν έχει την ίδια πιθανότητα να εμφανιστεί στο δείγμα. Η επιλογή στηρίχτηκε στην κρίση του ερευνητή, στη βάση συγκέντρωσης ενός δειγματολογίου που έχει πιο άμεση σχέση με τον τουρισμό και κατά συνέπεια μπορεί να οδηγήσει στην εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων. Παρά το γεγονός ότι η κατευθυνόμενη δειγματοληψία επιδέχεται αμφισβητήσεις ως προς την αντιπροσωπευτικότητα, πλεονεκτεί στην προκειμένη περίπτωση, γιατί διευκολύνει στη σχεδίαση ενός ερευνητικού προγράμματος ενώ απαιτεί μικρό χρονικό διάστημα για την ολοκλήρωσή του (Χρήστου & Καραμανίδης, 2002).

Το προφίλ των μελών του δείγματος της συγκεκριμένης έρευνας συντίθεται από εργαζόμενους σε δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς σχετικούς με τον τουρισμό. Συνολικά μοιράστηκαν 110 ερωτηματολόγια, βάσει εμπειρικής κρίσεως του ερευνητή ως προς την αντιπροσωπευτικότητά τους, (Μπένος, 1999) στους φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό, με απώτερο στόχο τη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικών με την εικόνα που παρουσιάζει ο αγροτουρισμός στην περιοχή.

Συγκεκριμένα, 50 ερωτηματολόγια δόθηκαν στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, σε υπαλλήλους από όλα τα επίπεδα εκπαίδευσης και διοικητικής ιεραρχίας, 30 στους Δήμους του Νομού, 10 στο Επιμελητήριο και 10 σε Αναπτυξιακές Εταιρείες

Εργαλείο για τη συλλογή πληροφοριών, όπως και στην έρευνα των ιδιοκτητών- εργαζομένων στα καταλύματα, επιλέχτηκε το ερωτηματολόγιο, γιατί δίνει δυνατότητα συλλογής πολλών δεδομένων ταυτόχρονα, σε σύντομο χρονικό διάστημα. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα απαντούν σε δομημένες ερωτήσεις, κάτι που δεν είναι χρονοβόρο, ενώ τα συμπεράσματα που προκύπτουν, είναι πιο ακριβή σε σχέση με τα αντίστοιχα μιας «ελεύθερης» συζήτησης.

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο αποτελείται από 16 ερωτήσεις. Οι δεκαπέντε είναι κλειστές, ενώ η 16<sup>η</sup> είναι ανοικτή και σκιαγραφεί την αντίληψη των ερωτηθέντων για τους τρόπους ανάπτυξης του αγροτουρισμού της περιοχής.

## **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ II**

Η επεξεργασία των δεδομένων της έρευνάς μας έγινε μέσω προγράμματος Excel και προέκυψαν τα εξής στοιχεία:

*Προφίλ δείγματος:* Από τους 101 που απάντησαν, οι 49 είναι άνδρες και οι 52 γυναίκες.

### **A. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ**

#### **1. Φύλο:**

##### **ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1: ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ**

1.Φύλο: Άντρας 49 / Γυναίκα 52
--------------------------------

#### **2. Επίπεδο Εκπαίδευσης**

##### **ΠΙΝΑΚΑΣ 2. 2: ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ**

1.Κάτοχος διδακτορικού/ μεταπτυχιακού τίτλου	2.Απόφοιτος τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	3. Απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης
24	46	29

#### **3. Φορέας Εργασίας:**

##### **ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3: ΦΟΡΕΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ**

Ιδιωτικός 26	Δημόσιος 75
--------------	-------------

Οι 75 από τους ερωτώμενους εργάζονται στο δημόσιο τομέα και οι 26 στον ιδιωτικό.

#### **4. Θέση στο Φορέα:**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2. 4: ΘΕΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΦΟΡΕΑ**

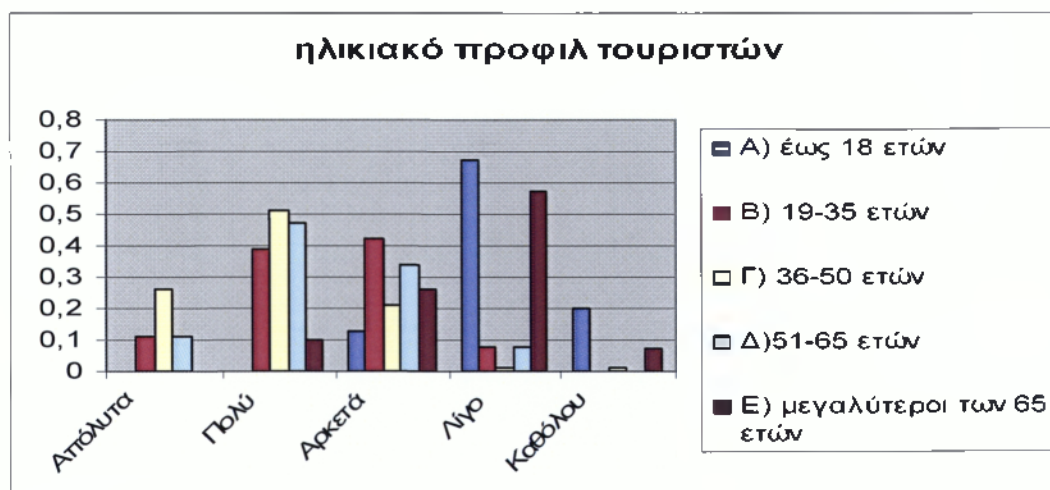
Γενικός Δ/ντης	Προϊστάμενος Δ/νσης	Προϊστάμενος Τμήματος	Απλός υπάλληλος
14	8	20	59

## **B. ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**

Τα ευρήματα που προέκυψαν βάσει των απαντήσεων, είναι:

Τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν τη φυσιογνωμία των τουριστών που επισκέπτονται την Αρκαδία, είναι:

### **ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2. 1: ΗΛΙΚΙΑΚΟ ΠΡΟΦΙΛ**



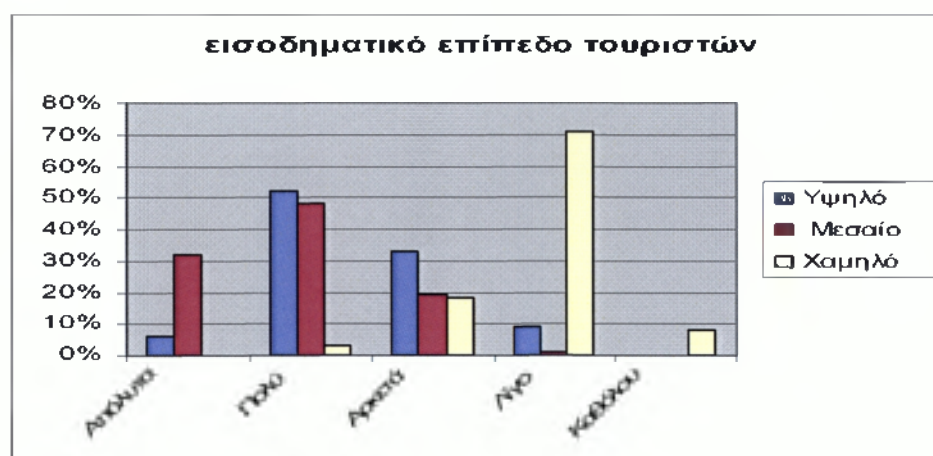
**Ηλικία:** οι ηλικίες που φαίνεται να προτιμούν την Αρκαδία είναι κυρίως η μέση κατηγορία 36-50, που καλύπτει σε ποσοστό 25,7% απόλυτα και 50,4% πολύ, τις ηλικίες που χαρακτηρίζουν τους επισκέπτες του Νομού. Στον αντίποδα, τα άτομα έως 19 ετών και οι μεγαλύτεροι των 65, δεν φαίνεται να προτιμούν την Αρκαδία για τουρισμό (67,3% και 57,4% αντίστοιχα των ερωτηθέντων θεωρούν ότι οι πιο πάνω ηλικιακές ομάδες επισκέπτονται λίγο την Αρκαδία). Οι ηλικίες 19-35 φαίνεται να καλύπτουν αρκετά το προφίλ του τουρίστα της Αρκαδίας (ποσοστό 42,5% απάντησαν «Αρκετά»).

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.2 : ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ



Το μορφωτικό επίπεδό τους θα χαρακτηριζόταν μεσαίο προς υψηλό, αφού οι 46 είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, οι 29 απόφοιτοι δευτεροβάθμιας, οι 24 κάτοχοι μεταπτυχιακού και μόλις 2 είναι απόφοιτοι τριτάξιου γυμνασίου.

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.3: ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ



Το εισοδηματικό τους επίπεδο, στην πλειοψηφία, είναι μάλλον μέτριο, αφού οι 59 είναι απλοί υπάλληλοι, οι 20 Προϊστάμενοι Τμήματος, οι 14 Γενικοί Διευθυντές και οι 8 Προϊστάμενοι Διεύθυνσης.

**Μορφωτικό/εισοδηματικό επίπεδο:** Το μορφωτικό επίπεδο των τουριστών φαίνεται να είναι στην πλειοψηφία του μέτριο (συνολικό ποσοστό που καλύπτει το μεσαίο εισόδημα απόλυτα και πολύ τους τουρίστες στο Νομό: 75,2%), ενώ αντίστοιχα η εισοδηματική τους κατάσταση χαρακτηρίζεται μεσαία προς υψηλή (συνολικό ποσοστό μεσαίου εισοδήματος που καλύπτει απόλυτα και πολύ τους τουρίστες της Αρκαδίας: 80,1% και αντίστοιχο ποσοστό υψηλού : (64,2%). Αντίθετα,

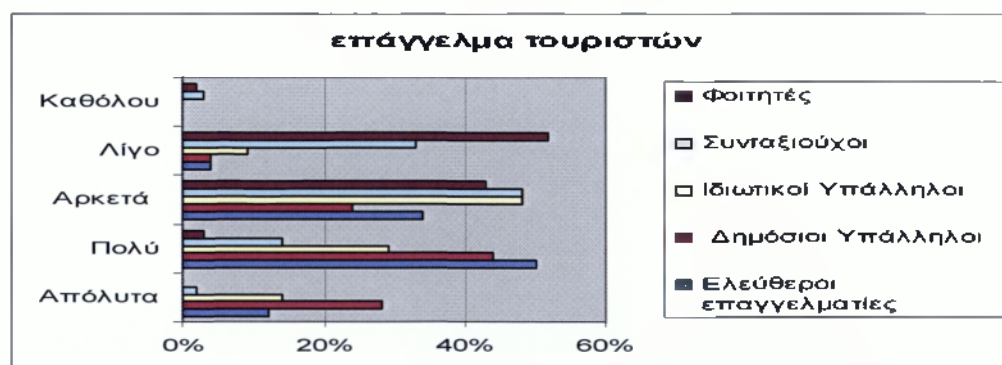
σε μεγάλο ποσοστό ελάχιστοι είναι οι τουρίστες της Αρκαδίας που χαρακτηρίζονται από χαμηλή μορφωτική και εισοδηματική κατάσταση (69,3% και 71,2% αντίστοιχα). Επάγγελμα: Τα επαγγέλματα των τουριστών που επισκέπτονται το Νομό, φαίνονται να είναι κυρίως, αυτά των ελεύθερων επαγγελματιών και δημοσίων υπαλλήλων, απόλυτα σχετικά με το μέτριο και υψηλό εισόδημα που φαίνεται να τους χαρακτηρίζει.

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 2.5: ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**

<b>Ηλικιακό προφίλ</b>	<b>Απόλυτα</b>	<b>Πολύ</b>	<b>Αρκετά</b>	<b>Λίγο</b>	<b>Καθόλου</b>
Α) έως 18 ετών			13 12,8%	68 67,3%	20 19,8%
Β) 19-35 ετών	11 10,8%	39 38,6%	43 42,5%	8 7,9%	
Γ) 36-50 ετών	26 25,7%	52 51,4%	21 20,7%	1 0,9%	1 0,9%
Δ) 51-65 ετών	11 10,8%	48 47,5%	34 33,6%	8 7,9%	
Ε) μεγαλύτεροι των 65 ετών		10 9,9%	26 25,7%	58 57,4%	7 6,9%
<b>Μορφωτικό επίπεδο</b>	<b>Απόλυτα</b>	<b>Πολύ</b>	<b>Αρκετά</b>	<b>Λίγο</b>	<b>Καθόλου</b>
Υψηλό	17 16,8%	30 29,7%	44 43,5%	9 8,9%	1 0,9%
Μεσαίο	19 18,8%	57 56,4%	23 22,7%	2 1,9%	
Χαμηλό		3 2,9%	20 19,8%	70 69,3%	8 7,9%
<b>Εισοδηματικό επίπεδο</b>	<b>Απόλυτα</b>	<b>Πολύ</b>	<b>Αρκετά</b>	<b>Λίγο</b>	<b>Καθόλου</b>
Υψηλό	6	53	33	9	

	5,9%	52,4%	32,6%	8,9%	
<b>Μεσαίο</b>	32	49	19	1	
	31,6%	48,5%	18,8%	0,9%	
Χαμηλό		3	18	72	8
		2,9%	17,8%	71,2%	7,9%
<b>Επάγγελμα</b>	<b>Απόλυτα</b>	<b>Πολύ</b>	<b>Αρκετά</b>	<b>Λίγο</b>	<b>Καθόλου</b>
<b>Ελεύθεροι επαγγελματίες</b>	12	51	34	4	
	11,8%	50,4%	33,6%	3,9%	
<b>Δημόσιοι Υπάλληλοι</b>	28	45	24	4	
	27,7%	44,5%	23,7%	3,9%	
Ιδιωτικοί Υπάλληλοι	14	29	49	9	
	13,8%	28,7%	48,5%	8,9%	
Συνταξιούχοι	2	14	49	33	3
	1,9%	13,8%	48,5%	32,6%	2,9%
Φοιτητές		3	43	53	2
		2,9%	42,5%	52,4%	0,19%
Άλλο					

#### **ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2. 4: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**



**ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ:** Οι τουρίστες της Αρκαδίας ταξιδεύουν κυρίως οικογενειακά, στην πλειοψηφία τους είναι ημεδαποί και πολλοί από αυτούς επισκέπτονται το Νομό, γιατί κατάγονται από αυτόν. Οι περισσότεροι από τους ημεδαπούς τουρίστες του Νομού προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα της Κεντρικής Ελλάδας (εδώ συμπεριλαμβάνεται και η Αθήνα, η οποία βρίσκεται κοντά



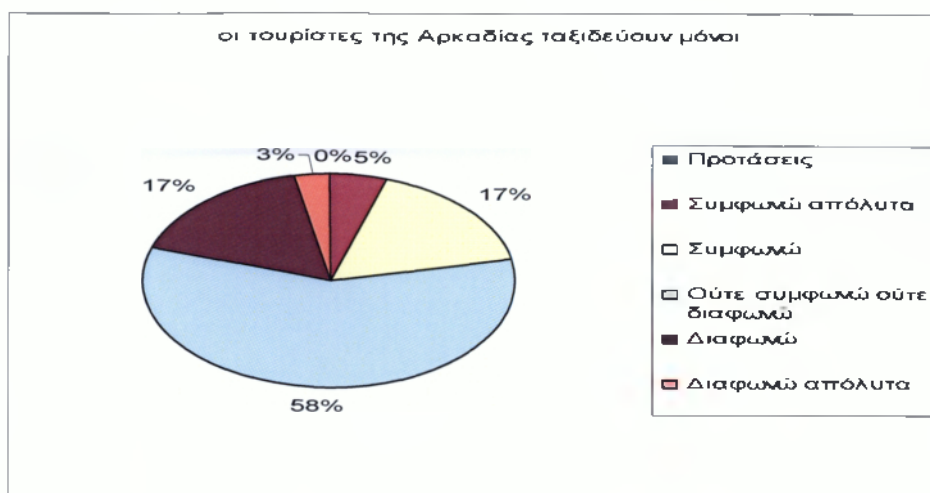
και έχει καλή συγκοινωνιακή σύνδεση με το Νομό), αλλά και από μεγάλα αστικά κέντρα της Πελοποννήσου, πράγμα που συγκλίνει στην αναζήτηση από μέρους τους ενός διαφορετικού τρόπου ζωής από αυτόν των μεγαλουπόλεων.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2.6: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΑΡΚΑΔΙΑ**

Προτάσεις	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
Οι Τουρίστες της Αρκαδίας ταξιδεύουν στην πλειοψηφία τους μόνοι	5 4,9%	17 16,8%	59 58,4%	17 16,8%	3 2,9%
Οι τουρίστες της Αρκαδίας ταξιδεύουν με την οικογένειά τους	13 12,8%	69 68,3%	17 16,8%	2 1,9%	
Οι τουρίστες της Αρκαδίας ταξιδεύουν ως μέλη οργανωμένου γκρουπ	1 0,9%	37 36,6%	34 33,6%	18 17,8%	11 10,8%
<b>Η πλειοψηφία των τουριστών στην Αρκαδία είναι ημεδαποί</b>	<b>44 43,5%</b>	<b>48 47,5%</b>	<b>6 5,9%</b>	<b>3 2,9%</b>	
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία, συνδέονται με την περιοχή, λόγω καταγωγής	14 13,8%	42 41,5%	29 28,75%	15 14,8%	11 10,9%

Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα της Β. Ελλάδας	4 3,9%	5 4,9%	8 7,9%	55 54,4%	29 28,7%
<b>Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα της Κεντρικής Ελλάδας</b>	<b>34 33,6%</b>	<b>51 50,4%</b>	12 11,8%	4 3,9%	
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα της Πελοποννήσου	22 21,7%	<b>59 58,4%</b>	15 14,8%	4 3,9%	1 0,9%
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από την Κρήτη	2 1,9%	17 16,8%	43 42,5	24 23,7%	15 14,8%
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από νησιά του Αιγαίου ή του Ιονίου		1 0,9%	29 28,7%	48 47,5%	23 22,7%

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2. 5: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ 1**



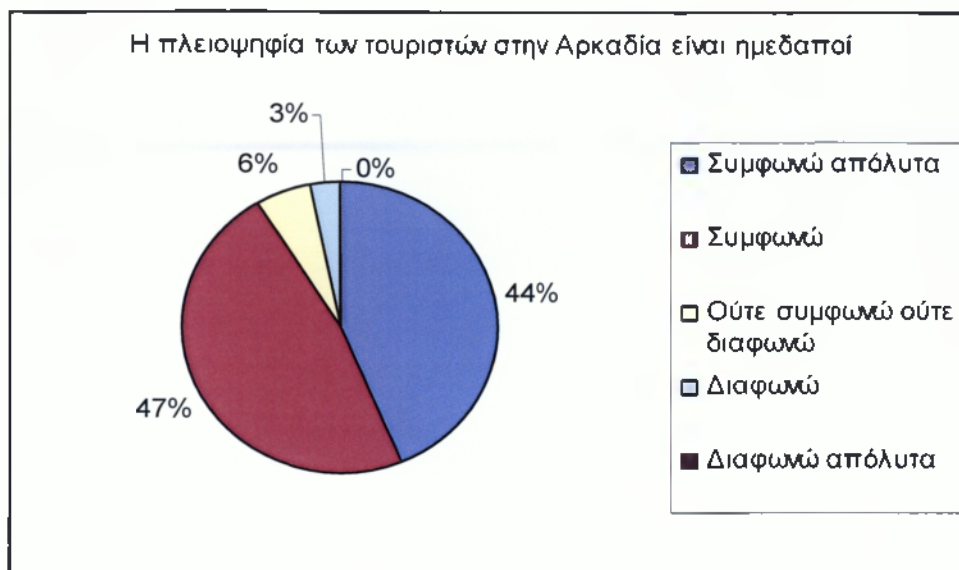
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2. 6: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ 2**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2. 7: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ 3**



## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.8.2.9: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ 4.5

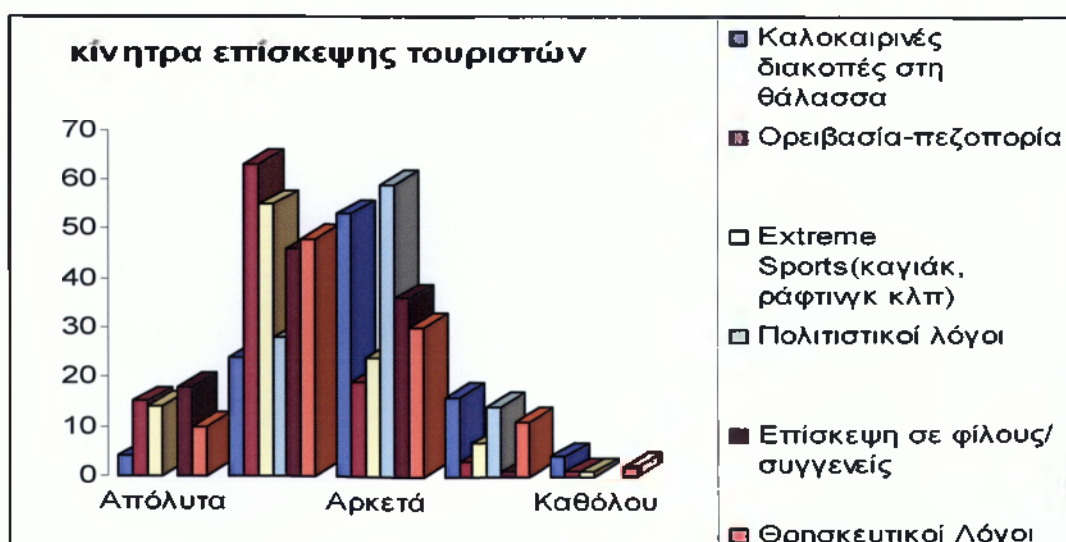


Τα σημαντικότερα κίνητρα που φαίνεται να ωθούν τους τουρίστες να επισκεφτούν της Αρκαδία, είναι αυτά της πεζοπορίας-ορειβασίας, συνολικό ποσοστό που το συγκεκριμένο κίνητρο καλύπτει σε απόλυτο και σε πολύ μεγάλο βαθμό τις επιλογές των Αρκαδών τουριστών είναι περίπου (77%), και των extreme sports συνολικό ποσοστό απόλυτου και πολύ μεγάλου βαθμού περίπου (68%), της επαφής με τη φύση (63%) καθώς και οι θρησκευτικοί λόγοι (57%), ενώ οι καλοκαιρινές διακοπές παρουσιάζονται μόλις σε συνολικό ποσοστό (28%) ως απόλυτο ή πολύ σημαντικό κίνητρο που ωθεί κάποιον να επισκεφτεί την Αρκαδία.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2.7: ΚΙΝΗΤΡΟ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ**

Το κίνητρο επίσκεψης του Νομού για τους τουρίστες είναι	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Καλοκαιρινές διακοπές στη θάλασσα	4 3,9%	24 23,7%	53 52,4%	16 15,8%	4 3,9%
Ορειβασία-πεζοπορία	15 14,8%	63 62,3%	19 18,8%	3 2,9%	1 0,9%
Extreme Sports(καγιάκ, ράφτινγκ κλπ)	14 13,8%	55 54,4%	24 23,7%	7 6,9%	1 0,9%
Πολιτιστικοί λόγοι		28 27,7%	59 58,4%	14 13,8%	
Επαφή με τη φύση	18 17,8%	46 45,5%	36 35,6%	1 0,9%	
Θρησκευτικοί Λόγοι	10 9,9%	48 47,5%	30 29,7%	11 10,8%	2 1,9%

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.10: ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ**



Το κατάλυμα που φαίνεται να προτιμούν για τη διαμονή τους στο Νομό, είναι κυρίως το ξενοδοχείο και σε μικρότερο βαθμό το ενοικιαζόμενο δωμάτιο, ενώ το προτιμώμενο μέσο μεταφοράς είναι το ιδιωτικό αυτοκίνητο/μηχανή.

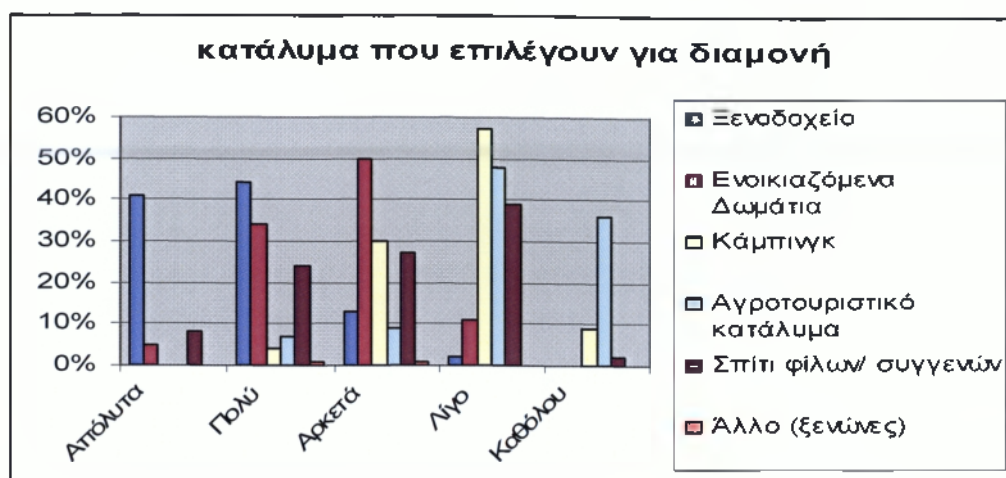
**ΠΙΝΑΚΑΣ 2.8: ΕΠΙΛΕΓΟΜΕΝΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑ**

Το κατάλυμα που επιλέγουν για τη διαμονή τους	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Ξενοδοχείο	41 40,5%	45 44,5%	13 12,8%	2 1,9%	
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	5 4,9%	34 33,6%	51 50,4%	11 10,8%	
Κάμπινγκ		4 3,9%	30 29,7%	58 57,4%	9 8,9%
Αγροτουριστικό κατάλυμα		7 6,9%	9 8,9%	49 48,5%	36 35,6%
Σπίτι φίλων/ συγγενών	8 7,9%	24 22,7%	27 26,7%	40 39,6%	2 1,9%

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2.9: ΠΡΟΤΙΜΩΜΕΝΟ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ**

Προτιμώμενο μέσο μεταφοράς	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Ιδιωτικό αυτοκίνητο/ Μηχανή	56 55,4%	42 41,5%	3 2,9%		
Λεωφορείο	3 2,9%	45 44,4%	35 34,6%	18 17,8%	

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.11: ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑ



## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.12: ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ



Τέλος, τις πληροφορίες που χρειάζονται για το Νομό τις συλλέγουν κυρίως από τα ΜΜΕ, τους τουριστικούς οδηγούς και τους συγγενείς και φίλους, ενώ φαίνεται να κυριαρχεί ο τουρίστας του Σαββατοκύριακου ή των 2 ημερών το πολύ.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 2.10: ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

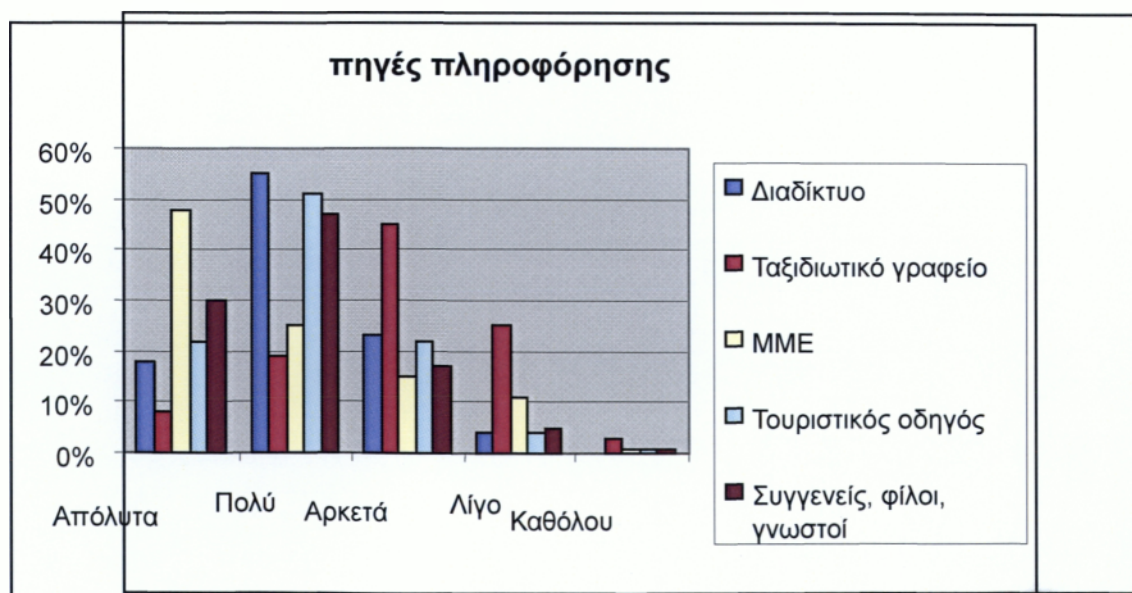
Πηγές πληροφόρησης για το Νομό	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Διαδίκτυο	18 17,8%	56 55,4%	23 22,7%	4 3,9%	

Ταξιδιωτικό γραφείο	8 7,9%	19 18,8%	46 45,4%	25 24,7%	3 2,9%
<b>MME</b>	<b>49</b> <b>48,4%</b>	25 24,7%	15 14,8%	11 10,8%	1 0,9%
Τουριστικός οδηγός	22 21,7%	52 51,4%	22 21,7%	4 3,9%	1 0,9%
<b>Συγγενείς, φίλοι, γνωστοί</b>	<b>30</b> <b>29,7%</b>	48 47,5%	17 16,8%	5 4,9%	1 0,9%

### ΠΙΝΑΚΑΣ 2.11: ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΜΕΣΗΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ

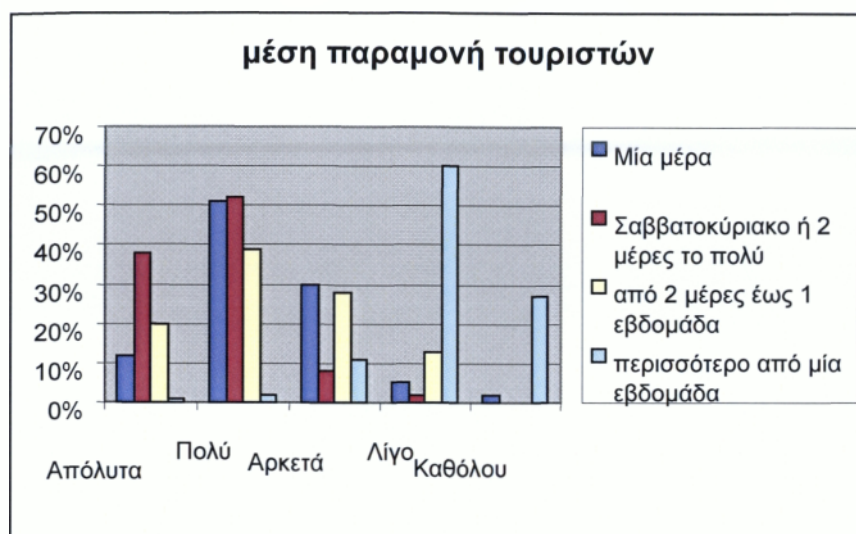
Μέση παραμονή	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Μία μέρα	12 11,8%	52 51,4%	30 29,7%	5 4,9%	2 0,9%
<b>Σαββατοκύριακο ή 2 μέρες το πολύ</b>	<b>38</b> <b>37,6%</b>	53 52,4%	8 7,9%	2 1,9%	
από 2 μέρες έως 1 εβδομάδα	20 19,8%	40 39,4%	28 27,7%	13 12,8%	
Περισσότερο από μία εβδομάδα	1 0,9%	2 1,9%	11 10,9%	61 60,4%	27 26,7%

### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12: ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΗ ΠΗΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ





## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.14: ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΜΕΣΗΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ



**ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΠΕΡΙΟΧΗΣ:** Σχετικά με τη χρονική περίοδο που παρουσιάζεται η μεγαλύτερη τουριστική ζήτηση στην Αρκαδία, οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι η πιο περιζήτητη είναι αυτή του Δεκεμβρίου-Φεβρουαρίου (86,13% την κατέταξαν στην πρώτη θέση), ακολουθούμενη από αυτή του Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου (50,4% την κατέταξαν στη δεύτερη θέση). Στην τρίτη θέση και με ποσοστό 47,5% κατέταξαν την περίοδο Ιουνίου-Αύγουστου, ενώ την τελευταία θέση, με ποσοστό 58,4% καταλαμβάνει η περίοδος του Μαρτίου-Μαΐου.

### **ΠΙΝΑΚΕΣ 2.12.2.13:ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΖΗΤΗΣΗ**

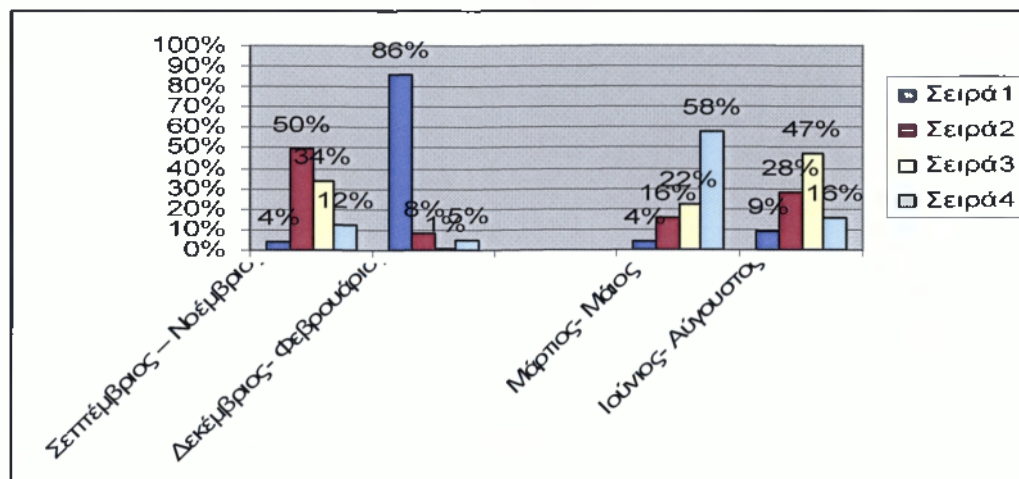
(1 στην πρώτη από άποψη ζήτησης, 2 στη δεύτερη κ.τλ)

Χρονική περίοδος	1	2	3	4
Σεπτέμβριος – Νοέμβριος	4	51	34	12
Δεκέμβριος- Φεβρουάριος	87	8	1	5
Μάρτιος- Μάιος	4	16	22	59
Ιούνιος- Αύγουστος	9	28	48	16

Χρονική περίοδος	1	2	3	4	Ποσοστό επί συνόλου
Σεπτέμβριος – Νοέμβριος		51			50,4%
Δεκέμβριος- Φεβρουάριος	87				86,13%

Μάρτιος- Μάιος				59	<b>58,4%</b>
Ιούνιος- Αύγουστος				48	<b>47,5%</b>

#### **ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.14. ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ**

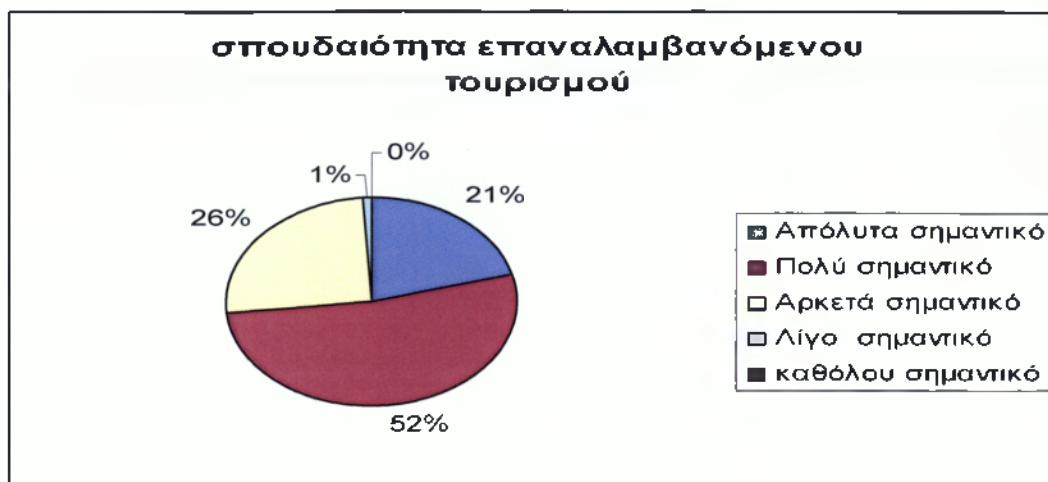


Ο επαναλαμβανόμενος αγροτουρισμός εμφανίζεται να έχει μεγάλη σπουδαιότητα για την Αρκαδία (52,47% θεωρούν ότι είναι απόλυτα σημαντικός και 20,7% πολύ σημαντικός). Αυτό μεταφράζεται σε ανάγκη εκτέλεσης ενεργειών που στοχεύουν στην πλήρη ικανοποίηση του πελάτη-επισκέπτη στην περιοχή, έτσι ώστε να πεισθεί να ξαναέλθει.

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 2.14: ΣΗΜΑΣΙΑ ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

	Απόλυτα σημαντικός	Πολύ σημαντικός	Αρκετά σημαντικός	Λίγο σημαντικός	Καθόλου σημαντικός
	21	53	26	1	
Ποσοστό επί συνόλου	20,7%	<b>52,47%</b>	25,7%	0,9%	

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.25. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

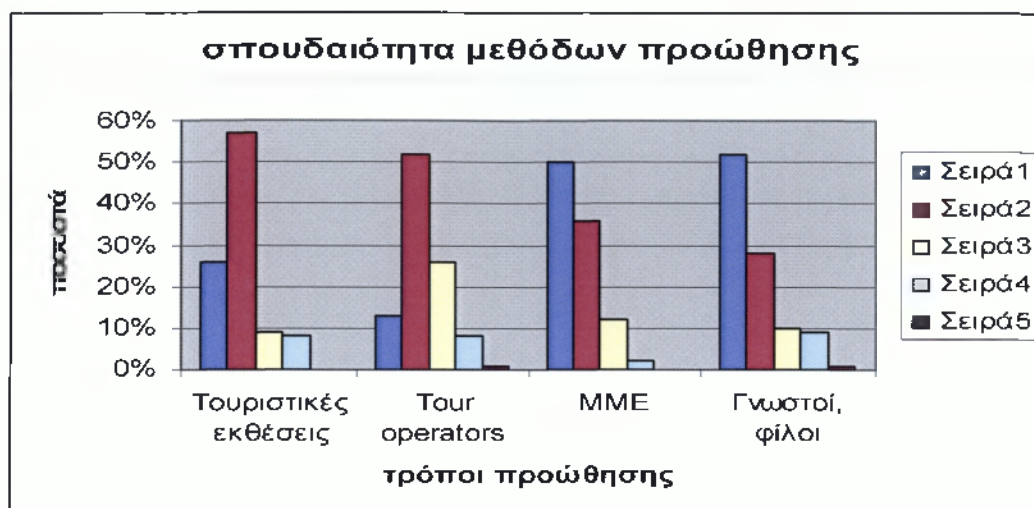


Σχετικά με τα προωθητικά μέσα του Αρκαδικού αγροτουρισμού, την υψηλότερη βαθμολογία, τη συγκεντρώνουν τα ΜΜΕ και οι συγγενείς-φίλοι ( με ποσοστά 50,4% και 52,4% αντίστοιχα),ενώ σημαντικές θεωρούνται οι τουριστικές εκθέσεις και οι tour operators, αφού 58 και 53 άτομα τα κατέταξαν στην αμέσως επόμενη κλίμακα βαθμολόγησης. Σε αντίστοιχη βαθμολογία, το πιο σημαντικό κανάλι διανομής είναι το διαδίκτυο (66 ερωτηθέντες το βαθμολογούν με 1), ενώ αμέσως μετά ακολουθούν οι τουριστικές επιχειρήσεις και τα τουριστικά γραφεία (55 και 39 αντίστοιχα άτομα τα βαθμολογούν με 2).

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2.15: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΡΟΠΩΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΡΚΑΔΙΑ**

Προώθηση	5	4	3	2	1
Τουριστικές εκθέσεις	26 25,7%	58 57,4%	9 8,9%	8 7,9%	
Tour operators	13 12,8%	53 52,4%	26 25,7%	8 7,9%	1 0,9%
<b>ΜΜΕ</b>	<b>51</b> <b>50,4%</b>	<b>36</b> <b>35,6%</b>	<b>12</b> <b>11,8%</b>	<b>2</b> <b>1,9%</b>	
Γνωστοί, φίλοι	53 52,4%	28 27,7%	10 9,9%	9 8,9%	1 0,9%

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.23. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΡΟΠΩΝ ΠΡΩΩΘΗΣΗΣ



**ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ:** σύμφωνα με την πρωτογενή έρευνα, τα πιο «δυνατά στοιχεία» της τουριστικής προσφοράς που πρέπει να εκμεταλλευτεί η τοπική Αυτ/ση για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, είναι οι φυσικοί πόροι<sup>1</sup> (συνολικό ποσοστό ατόμων που θεωρούν ότι είναι απόλυτα ή πολύ ικανοποιητικοί :88,1%, Οι πολιτιστικοί πόροι, αντίθετα, θεωρούνται μέτρια ικανοποιητικοί (ποσοστό54,45%)<sup>2</sup>, κάτι που μπορεί να οφείλεται στην ελλιπή διαχείριση, προστασία και προβολή τους. Εξάλλου, η πλειοψηφία θεωρεί μέτρια ικανοποιητική τη διαχείριση των πόρων στην Αρκαδία (61,3%). Το ίδιο μέτρια ικανοποιητικά κρίνονται ο ανθρώπινος παράγοντας στον τουρισμό καθώς και οι συναφείς με αυτόν υπηρεσίες εξυπηρέτησης (σε ποσοστά 68,3% και 58,4% αντίστοιχα), αλλά και οι τουριστικές εγκαταστάσεις –υποδομές στο Νομό(54,4%). και οι δυνατότητες πρόσβασης στο Νομό<sup>3</sup> (76,2% συνολικά τις θεωρούν απόλυτα ή πολύ ικανοποιητικές ).

Μετριότητα φαίνεται ότι χαρακτηρίζει τις υπηρεσίες που προσφέρονται σε όλα τα είδη επιχειρήσεων στο Νομό, αφού η πλειοψηφία των ερωτηθέντων τις βαθμολογούν με 3, σε μια κλίμακα βαθμολόγησης 1-5.

<sup>1</sup> Ψηλότερο ποσοστό:60,3% των ερωτηθέντων τους θεωρούν πολύ σημαντικούς

<sup>2</sup> εξ'ου και η μειωμένη δυνατότητα ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού-

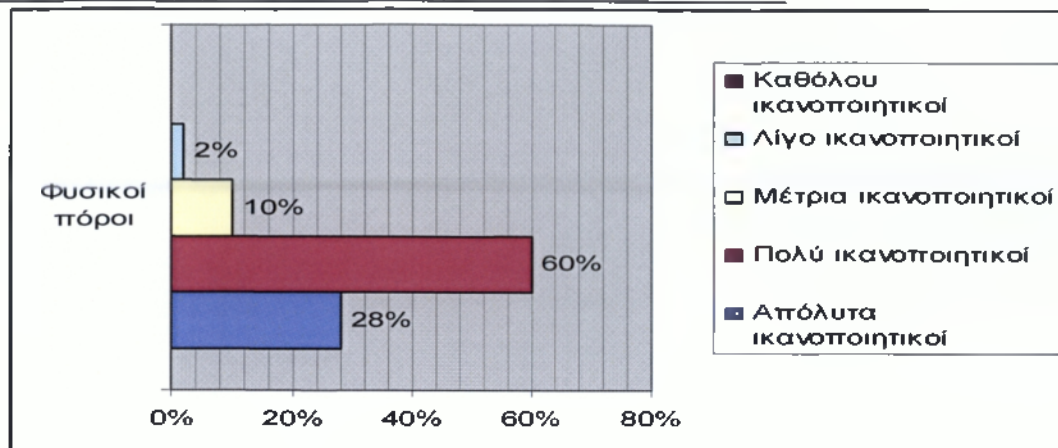
<sup>3</sup> Ψηλότερο ποσοστό:54,4% των ερωτηθέντων τις θεωρούν πολύ σημαντικές

## ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

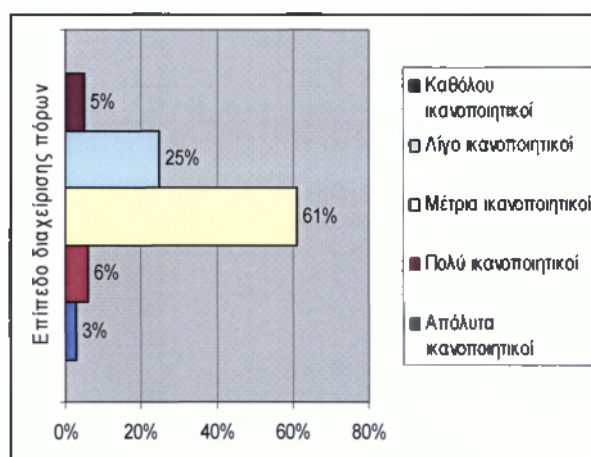
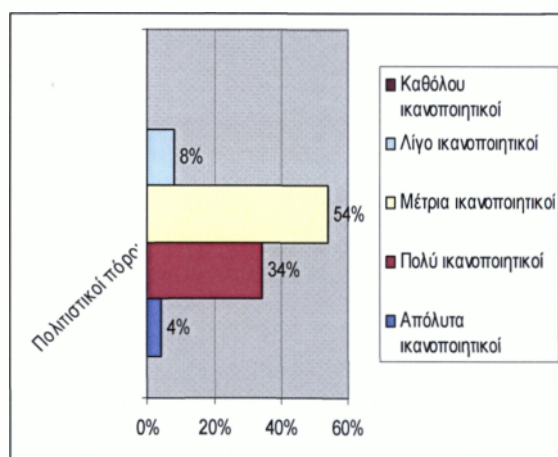
### ΠΙΝΑΚΑΣ 2.16: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΟΡΩΝ

Στοιχεία	Απόλυτα ικανοποιητικ οί	Πολύ ικανοποιη τικοί	Μέτρια ικανοποιητι κοί	Λίγο ικανοποιητι κοί	Καθόλου ικανοποιητι κοί
<b>Φυσικοί πόροι</b>	<b>28</b> <b>25,4%</b>	<b>61</b> <b>60,3%</b>	10 9,9%	2 1,9%	
Πολιτιστικοί πόροι	4 3,9%	34 33,6%	55 54,45%	8 7,9%	
Επίπεδο διαχείρισης πόρων	3 2,9%	6 5,9%	62 61,3%	25 24,7%	5 4,9%
Ανθρώπινος παράγοντας	1 0,9%	13 12,8%	69 68%	16 15,8%	2 1,9%
Υπηρεσίες εξυπηρέτηση		16 15,8%	59 58,4%	23 22,7%	3 2,9%
<b>Δυνατότητες πρόσβασης στο Νομό</b>	<b>20</b> <b>19,8%</b>	<b>55</b> <b>54,4%</b>	23 22,7%	3 2,9%	
Εγκαταστάσε ις-υποδομές στο Νομό	2 1,9%	14 13,8%	55 54,4%	27 26,7%	3 2,9%

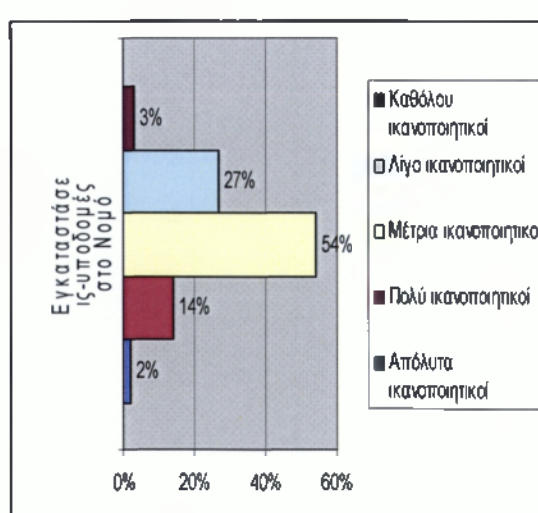
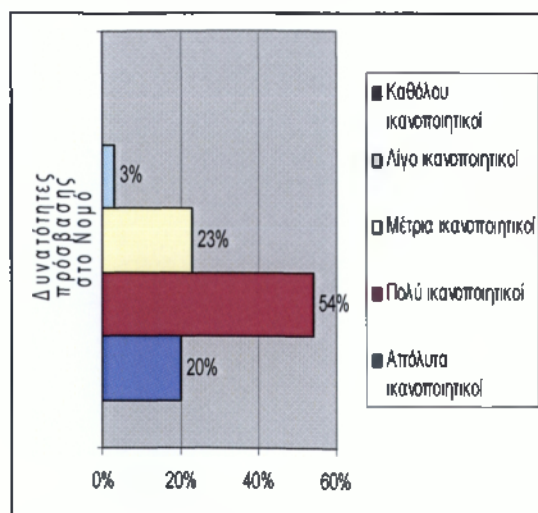
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.15: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΥΣΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ 2.16, 2.17: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΡΩΝ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ 2.18, 2.19: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΚΑΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ-ΥΠΟΔΟΜΩΝ**



### ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ:

Το 85,14% των ερωτηθέντων θεωρούν ότι είναι απόλυτα αναγκαίο να εφαρμοστεί ένα στρατηγικό σχέδιο μάρκετινγκ για τον τουρισμό στην Αρκαδία, επικεντρωμένο στην ενίσχυση του αγροτουριστικού μοντέλου.

Σχετικά με τη SWOT ANALYSIS της πρωτογενούς έρευνας, όπως προκύπτει από το ερωτηματολόγιο, το βασικό πλεονέκτημα κατά την άποψη 82 ερωτηθέντων, φαίνεται να είναι η κοντινή απόσταση από τη πρωτεύουσα Αθήνα, ενώ 66 ερωτηθέντες θεωρούν ως απόλυτα ικανοποιητικούς τους φυσικούς πόρους. Πολύ ικανοποιητικός κρίνεται σε ποσοστό 53% (μέσος όρος) ο τοπικός χαρακτήρας της περιοχής και σε ποσοστό 47,5% η ποικιλομορφία των περιοχών επίσκεψης.

### ΠΙΝΑΚΕΣ 2.17,2.18:ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ

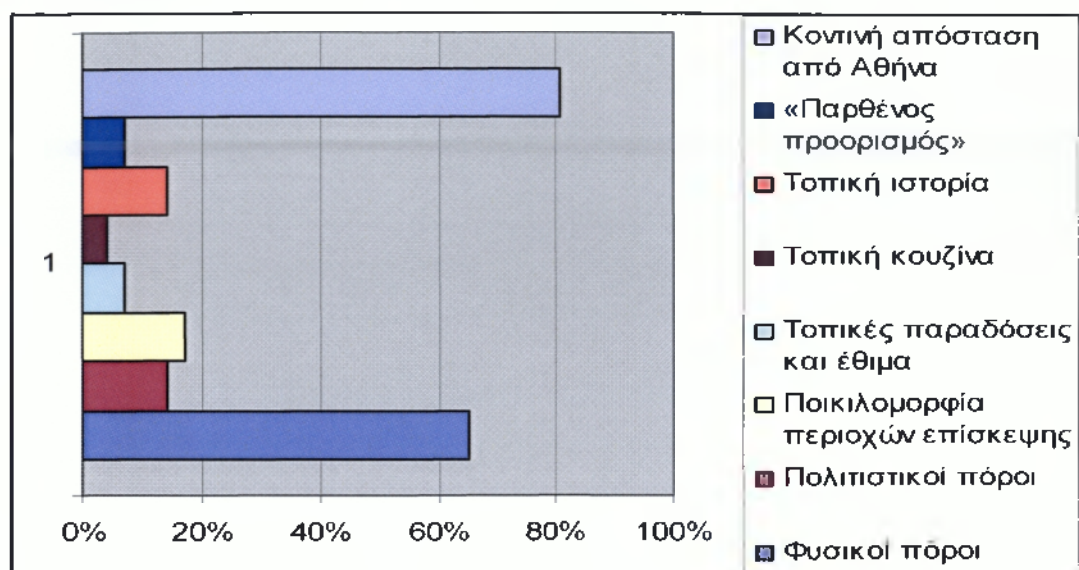
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	1	2	3	4	5
Φυσικοί πόροι	66 65,3%	30 29,7%	5 4,9%		
Πολιτιστικοί πόροι	14 3,8%	36 35,64%	48 47,5%	3 2,9%	
Ποικιλομορφία περιοχών επίσκεψης	17 16,8%	48 47,5%	28 27,7%	4 3,9%	4 3,9%
Τοπικές παραδόσεις και έθιμα	7 6,9%	49 48,5%	42 41,5%	2 1,9%	1 0,9%
Τοπική κουζίνα	4 3,9%	53 52,4%	36 35,6%	5 4,9%	3 2,9%
Τοπική ιστορία	14 12,8%	56 55,4%	26 25,7%	2 1,9%	3 2,9%
«Παρθένος προορισμός»	7 6,9%	31 30,6%	54 53,4%	6 5,9%	3 2,9%
Κοντινή απόσταση από Αθήνα	82 81,18%	15 14,8%	3 2,9%	10,9%	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	1	2	3	4	5
Έλλειψη υποδομών	24	59	12	2	4

	23,7%	58,4%	11,8%	1,9%	3,9%
Έλλειψη τουριστικών εγκαταστάσεων	21 20,7%	52 51,4%	18 17,8%	7 6,9%	3 2,9%
Μικρός αριθμός εργαζόμενων στον τουρισμό	11 10,8%	55 54,4%	30 29,7%	5 4,9%	
<b>Χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης των εργαζόμενων στον τουρισμό</b>	<b>68</b> <b>67,3%</b>	<b>22</b> <b>21,7%</b>	<b>8</b> <b>7,9%</b>	<b>3</b> <b>2,9%</b>	
Ανεπαρκής διαχείριση φυσικών/ πολιτιστικών πόρων	23 22,7%	46 45,5%	23 22,7%	8 7,9%	1 0,9%
Ανεπαρκείς υποστηρικτικές υποδομές αναψυχής	22 21,7%	52 51,4%	21 20,7%	5 4,9%	1 0,9%
<b>Έλλειψη ολοκληρωμένου σχεδιασμού μάρκετινγκ στην περιοχή</b>	<b>80</b> <b>79,2%</b>	<b>16</b> <b>15,8%</b>	<b>5</b> <b>4,9%</b>		
Δυσκολία στη συνεργασία ιδιωτικού και δημόσιου τομέα για την τουριστική ανάκαμψη στην Αρκαδία	46 45,5%	34 33,6%	14 13,8%	6 5,9%	1 0,9%
Δυσκολίες πρόσβασης στην περιοχή	6 5,9%	8 7,9%	21 20,7%	28 27,7%	38 37,6%
Χαμηλή ποιοτικά τουριστική εξυπηρέτηση	26 25,7%	25 24,7%	37 36,6%	10 9,9%	3 2,9%

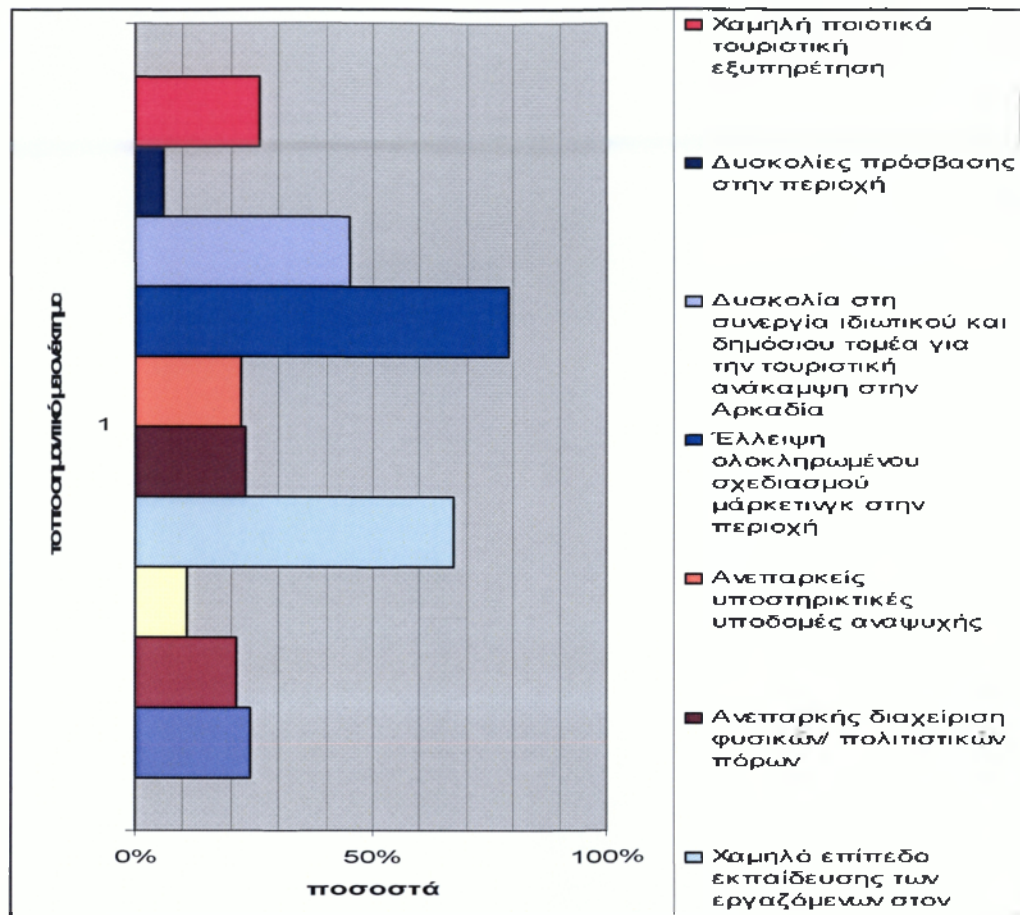


## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.19 ΤΟ ΠΙΟ «ΔΥΝΑΤΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ



Βασικό μειονέκτημα, κατά 80 ερωτηθέντες, είναι η έλλειψη ενός ολοκληρωμένου σχεδιασμού μάρκετινγκ, ενώ 68 και 47 ερωτηθέντες αντίστοιχα, θεωρούν ως απόλυτο μειονέκτημα για τον Αρκαδικό τουρισμό, τη χαμηλή εκπαίδευση των εργαζομένων και τη δυσκολία συνεργασίας ιδιωτικού και δημόσιου τομέα. Ως πολύ σημαντικό μειονέκτημα για το αγροτουριστικό προφίλ της περιοχής αναφέρεται η έλλειψη υποδομών και εγκαταστάσεων (αφού 58,4% και 51,4 % των ερωτηθέντων τα βαθμολογούν με 2, σε μια κλίμακα 1-5, με 1 το απόλυτο μειονέκτημα), τον μικρό αριθμό των εργαζομένων στον τουρισμό (54,4%), τις ανεπαρκείς υποστηρικτικές υποδομές αναψυχής (51,4%), καθώς και την ανεπαρκή διαχείριση των πόρων (45,5%).

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.20: ΤΟ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑ



Η ευκαιρία με τη μεγαλύτερη ελκυστικότητα, είναι οι τεχνολογικές εξελίξεις και η χρήση τους στον τουρισμό (55,4%), ακολουθούμενη από αυτή της εκμετάλλευσης της γενικής ανοδικής πορείας του εναλλακτικού τουρισμού (41,5%).

Από την άλλη, πολύ επικίνδυνο στοιχείο που πρέπει να αντιμετωπιστεί άμεσα, είναι το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον (61,3%), αλλά και οι επιπτώσεις της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό (57,4%).

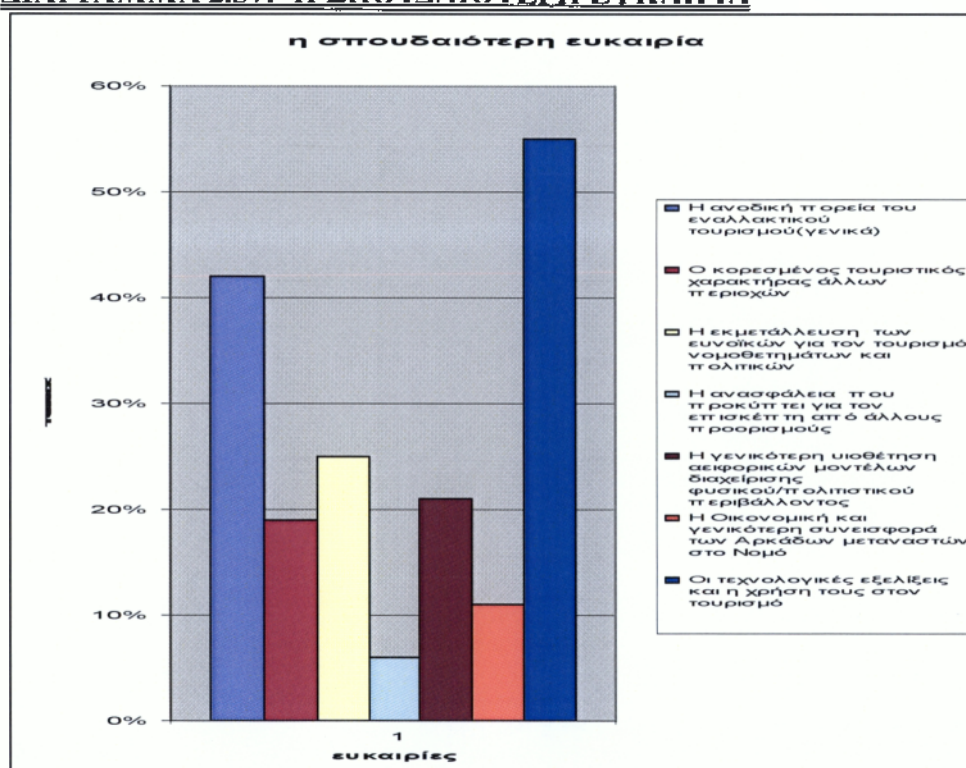
## ΠΙΝΑΚΕΣ 2.19 , 2.20: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	1	2	3	4	5
Η ανοδική πορεία του εναλλακτικού τουρισμού(γενικά)	42 41,5%	53 52,4%	5 4,9%	1 0,9%	
Ο κορεσμένος τουριστικός χαρακτήρας άλλων περιοχών	19 18,8%	48 47,5%	30 29,7%	2 1,9%	2 1,9%

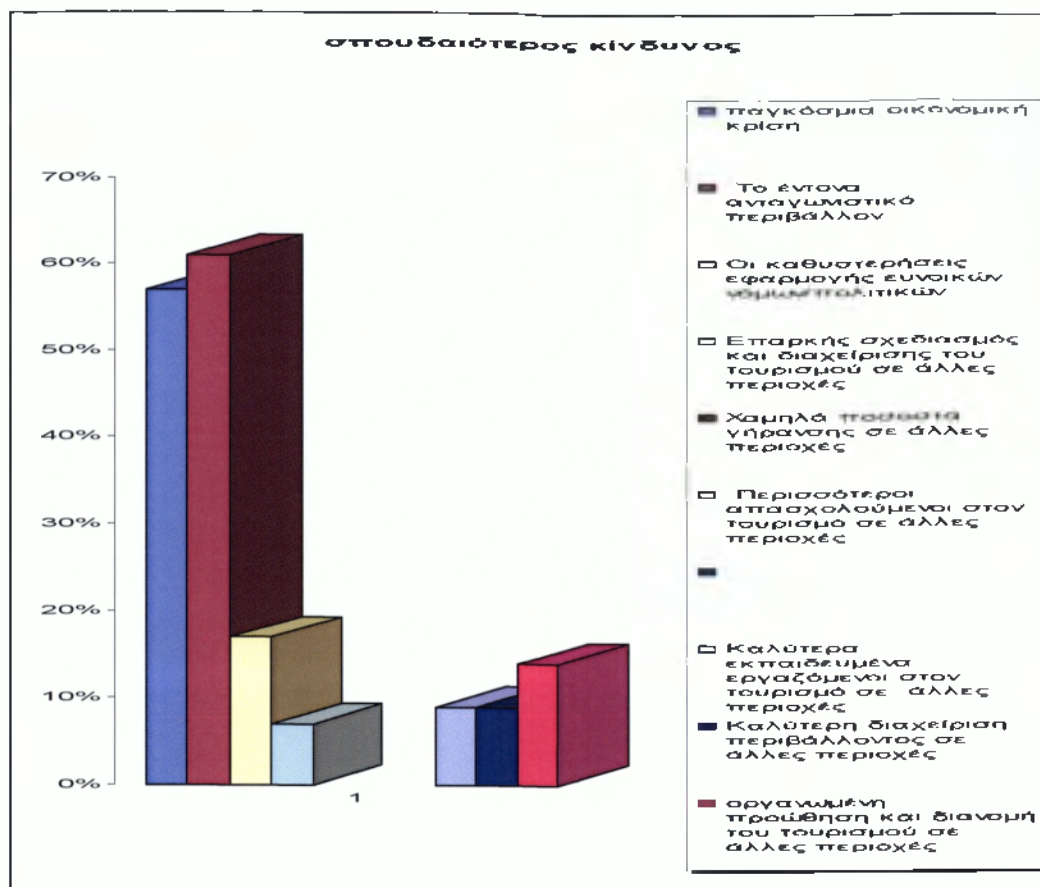
τον τουρισμό νομοθετημάτων και πολιτικών	24,7%	44,5%	27,7%	2,9%	
Η μειωμένη ασφάλεια που προκύπτει για τον επισκέπτη από άλλους προορισμούς	6 5,9%	21 20,7%	42 41,5%	30 29,7%	2 1,9%
Η γενικότερη υιοθέτηση αειφορικών μοντέλων διαχείρισης φυσικού/πολιτιστικού περιβάλλοντος	21 20,7%	29 28,7%	41 40,5%	7 6,9%	3 2,9%
Η Οικονομική και γενικότερη συνεισφορά των Αρκάδων μεταναστών στο Νομό	11 10,8%	32 31,6%	42 41,5%	13 12,8%	3 2,9%
<b>Οι τεχνολογικές εξελίξεις και η χρήση τους στον τουρισμό</b>	<b>56</b> <b>55,4%</b>	30 29,7%	10 9,9%	5 4,9%	
<b>ΚΙΝΔΥΝΟΙ</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Η πτώση της τουριστικής κίνησης λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης</b>	<b>58</b> <b>57,4%</b>	29 28,7%	12 11,8%	1 0,9%	1 0,9%
<b>Το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον</b>	<b>62</b> <b>61,3%</b>	27 26,7%	10 9,9%	2 1,9%	
Οι καθυστερήσεις που συναντάμε στη Χώρα μας στην εφαρμογή ευνοϊκών για τον τουρισμό πολιτικών και νομοθετημάτων	17 16,8%	31 30,6%	46 45,5%	5 4,9%	2 1,9%
Επαρκής σχεδιασμός και διαχείρισης του τουρισμού σε άλλες περιοχές	7 6,9%	15 14,8%	67 66,3%	8 7,9%	4 3,9%
Χαμηλά ποσοστά γήρανσης σε άλλες περιοχές		9 8,9%	49 48,5%	21 20,7%	22 21,7%
Περισσότεροι απασχολούμενοι στον τουρισμό σε άλλες περιοχές		20 19,8%	51 50,4%	21 20,7%	9 8,9%
Καλύτερα εκπαιδευμένα	9	25	47	13	7

εργαζόμενοι στον τουρισμό σε άλλες περιοχές	8,9%	24,7%	46,5%	12,8%	6,9%
Καλύτερη διαχείριση περιβάλλοντος σε άλλες περιοχές	9 8,9%	19 18,8%	46 45,5%	20 19,8%	7 6,9%
<b>Πιο οργανωμένη προώθηση και διανομή του τουριστικού προϊόντος περιοχών με παρόμοιο τουριστικό προϊόν</b>	14 13,8%	<b>46</b> <b>45,5%</b>	30 29,7%	10 9,9%	1 0,9%

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.37: Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΕΡΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ**



## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.38. Ο ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΕΡΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ



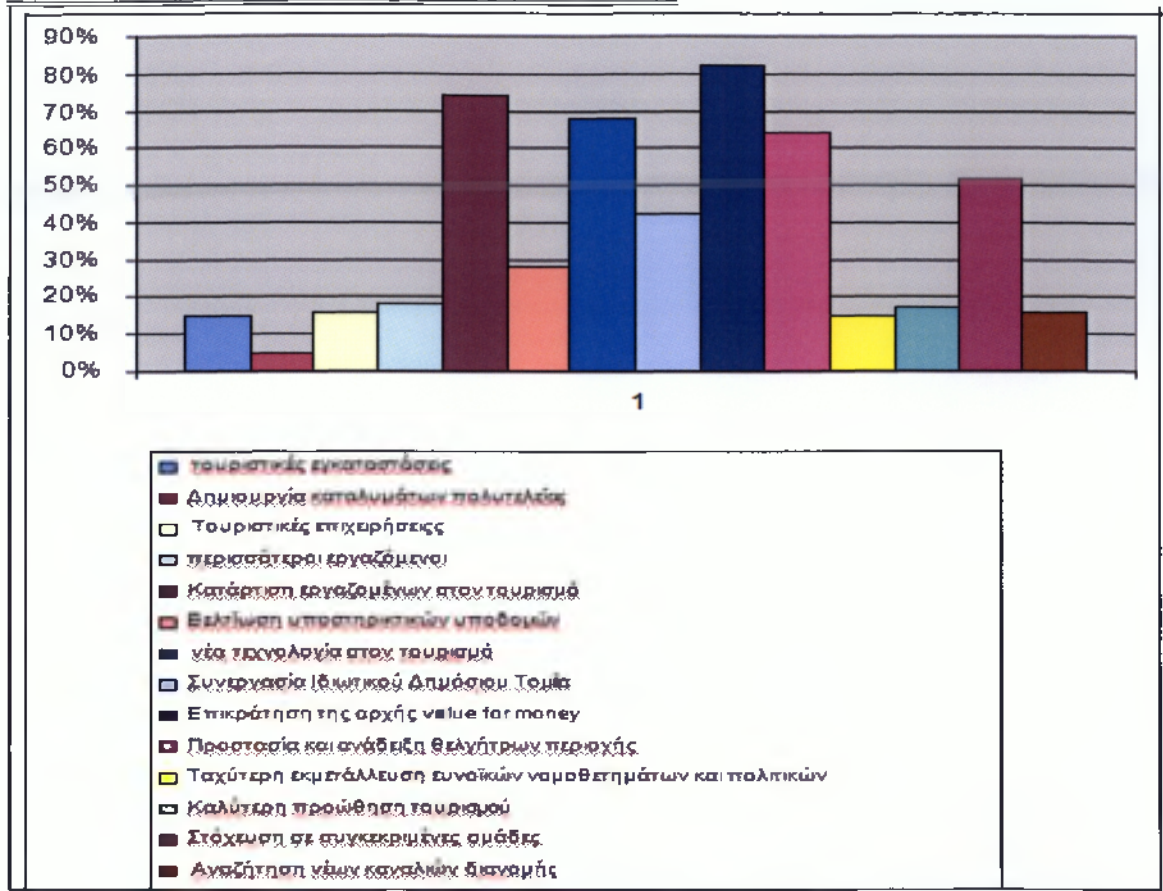
Σχετικά με τις προτεινόμενες δράσεις για την αγροτουριστική ανάκαμψη της περιοχής, το 82,17% πιστεύει ότι η δυναμικότερη είναι αυτή της επικράτησης της αρχής value for money, ακολουθούμενη από την κατάρτιση των εργαζομένων στον αγροτουρισμό (ποσοστό 74,2%), την ευρύτερη χρήση της νέας τεχνολογίας στον τουρισμό (ποσοστό 68,3%), την προστασία και ανάδειξη θέλγητρων (ποσοστό 64,3%), την επικέντρωση σε συγκεκριμένες ομάδες (ποσοστό 52,4%) και τη συνεργασία ιδιωτικού και δημόσιου τομέα (ποσοστό 41,5%).

## ΠΙΝΑΚΑΣ 2.21 : ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΙΘΑΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ

Πιθανές δράσεις	Απόλυτα σημαντική	Πολύ σημαντική	Αρκετά σημαντική	Λίγο σημαντική	Καθόλου σημαντική
Αύξηση τουριστικών εγκαταστάσεων	15 14,8%	45 44,5%	27 26,7%	14 13,8%	
Δημιουργία καταλυμάτων	5	22	51	22	1

πολυτελείας	4,9%	21,7%	50,4%	21,7%	0,9%
Αύξηση του αριθμού όλων των τουριστικών επιχειρήσεων	16 15,8%	32 31,6%	48 47,5%	5 4,9%	
Αύξηση εργαζομένων στον τουρισμό	18 17,8%	47 46,5%	34 33,6%	2 1,9%	
Κατάρτιση εργαζομένων στον τουρισμό	75 74,2%	19 18,8%	7 6,9%		
Βελτίωση υποστηρικτικών υποδομών (Δρόμοι, μαρίνες κλπ)	28 27,7%	54 53,4%	18 17,8%		1 0,9%
<b>Ευρύτερη χρήση της νέας τεχνολογίας στον τουρισμό</b>	<b>69</b> <b>68,3%</b>	23 22,7%	7 6,9%	2 1,9%	
Συνεργασία Ιδιωτικού Δημόσιου Τομέα για τουριστική ανάδειξη περιοχής	42 41,5%	48 47,5%	8 7,9%	3 2,9%	
<b>Επικράτηση της αρχής value for money (καλύτερη αξία για τα χρήματα που δίνονται)</b>	<b>83</b> <b>82,1%</b>	13 12,8%	3 2,9%	2 1,9%	
<b>Προστασία και ανάδειξη θεαλγών περιοχής</b>	<b>65</b> <b>64,3%</b>	26 25,7%	7 6,9%	3 2,9%	
Ταχύτερη εκμετάλλευση ευνοϊκών νομοθετημάτων και πολιτικών	15 14,8%	56 55,4%	26 25,7%	4 3,9%	
Καλύτερη προώθηση τουριστικού προϊόντος	17 16,8%	56 55,4%	27 26,7%	1 0,9%	
<b>Στόχευση σε συγκεκριμένες ομάδες</b>	<b>53</b> <b>52,4%</b>	32 31,6%	10 9,9%	3 2,9%	3 2,9%
Αναζήτηση νέων καναλιών διανομής	16 15,8%	31 30,6%	44 43,5%	7 6,9%	3 2,9%

### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 39: Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΗ ΔΡΑΣΗ



Τέλος στη μοναδική ανοικτή ερώτηση του ερωτηματολογίου απάντησαν μόλις 21 από τους 101 που επέστρεψαν συμπληρωμένα ερωτηματολόγια. Στην προσπάθεια να κατηγοριοποιηθούν οι απαντήσεις τους, προέκυψαν τα εξής δεδομένα για τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να επιτευχθεί ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Αρκαδία:

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 2.22: ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Καλύτερη οργάνωση και προβολή αγροτουρισμού στην Αρκαδία (με έμφαση στους φυσικούς πόρους)	8 38%
Προσιτές τιμές και σημασία στον πελάτη (ποιοτικότερη εξυπηρέτηση)	8 38%
Εκπαίδευση προσωπικού στον τουρισμό και απόκτηση επαγγελματικής συνείδησης	5 23,8%
Κατάλληλο πλάνο μάρκετινγκ	3 14,2%

Κατανόηση από όλους της σημασίας του αγροτουρισμού για την περιοχή	2 9,5%
Κατηγοριοποίηση αγορών στόχων και αναζήτηση νέων	2 9,5%
Καλύτερη εκμετάλλευση του διαδικτύου	2 9,5%
Συνεργασία όλων για την επίτευξη του κατάλληλου αποτελέσματος	1 4,7%

Από συμπεράσματα της έρευνας προέκυψε ότι οι ομάδες στόχοι της εκστρατείας που πρέπει να εφαρμόσει η τοπική αυτοδιοίκηση για την επίτευξη ανάταξης του αγροτουρισμού στην περιοχή είναι:

**Γεωγραφικά κριτήρια.** Η βασική ομάδα τουριστών που εισέρχεται στο Νομό είναι κυρίως από τον Ελληνικό Χώρο. Βασικός στόχος είναι η μελέτη των αναγκών τους και η παροχή αντίστοιχου αυτών, τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά προϊόντος, για να διατηρηθούν ως πιστοί πελάτες, αλλά και για να «μετατραπούν» σε ζωντανούς διαφημιστές που θα «ανοίξουν» την αγορά σε νέους ημεδαπούς τουρίστες από περιοχές που δεν προτιμούν της Αρκαδία για εναλλακτικό τουρισμό.

Από τους αλλοδαπούς, βάση της δευτερογενούς έρευνας, το Νομό προτιμούν τουριστικά, κυρίως για παραθέρισμα, οι Αμερικάνοι, Αλβανοί, Γερμανοί, Αυστριακοί, Γάλλοι και Κύπριοι, που ανήκουν στις Χώρες με μεγάλη σπουδαιότητα για την τουριστική ανάκαμψη της Αρκαδίας, σύμφωνα με την πρωτογενή έρευνα.

Στόχος μας είναι να τους διατηρήσουμε, γνωστοποιώντας τους άλλα χαρακτηριστικά του Νομού, για να τον προτιμήσουν και για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού με έμφαση του αγροτουρισμού αλλά και να επιμηκύνουμε τη διάρκεια μέσης παραμονής που σύμφωνα με την πρωτογενή έρευνα, στην πλειοψηφία της περιορίζεται σε ένα Σαββατοκύριακο. Πολλοί Αυστριακοί, Γερμανοί και Γάλλοι, εξάλλου, είναι λάτρεις του χειμερινού τουρισμού (λόγω και της γεωμορφολογίας των χωρών προέλευσής τους), που παρουσιάζει μεγάλες πιθανότητες να αναπτυχθεί στην Αρκαδία. Στόχος είναι να γνωστοποιηθεί κι αυτό το νέο προϊόν σε αυτούς και σε άλλες εθνικότητες και να προσφερθεί με τον πλέον αποτελεσματικό τρόπο, για να το προτιμήσουν, αυξάνοντας τον αλλοδαπό τουριστικό όγκο, όλους τους μήνες του χρόνου.



**Δημογραφικά κριτήρια:** Η κυρίαρχη ηλικιακά κατηγορία είναι η μέση (36-50), που επισκέπτεται οικογενειακά την Αρκαδία, λόγω και της κοντινής απόστασης από Αθήνα. Στόχος είναι να διατηρηθεί και να αυξηθεί το μερίδιο της αγοράς αυτής της κατηγορίας, αλλά και η προσέγγιση και άλλων ηλικιών, νεότερων και μεγαλύτερων, μέσω της ποιοτικής και ποσοτικής βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος, ανάλογα του ενδιαφέροντος κάθε ομάδας (βελτίωση και αύξηση υποδομών εναλλακτικού τουρισμού, καταλυμάτων, ορθολογικότερη διαχείριση και προβολή των τουριστικών πόρων, διατήρηση οικοσυστήματος, προστασία θαλασσών, παροχή συμπληρωματικών εγκαταστάσεων εστίασης και διασκέδασης, καλύτερη και στοχευόμενη προώθηση κλπ.)

**Κοινωνικά κριτήρια:** οι πελάτες που επισκέπτονται την Αρκαδία, είναι κυρίως μεσαίου μορφωτικού επιπέδου και μεσαίας-υψηλής εισοδηματικής κατάστασης. Αυτό σημαίνει ότι οι απαιτήσεις τους είναι πολλές. Δεν αρκεί ένα μέτριο τουριστικά προϊόν, αλλά ένα προϊόν, αντίστοιχο των απαιτήσεών τους. Αυτό σημαίνει δημιουργία πολλών τουριστικών εγκαταστάσεων, βελτίωση υποδομών, , διατήρηση και προβολή του φυσικού οικοσυστήματος, ανάδειξη του πολιτιστικού χαρακτήρα της περιοχής, γενικά παροχή ποιοτικού τουριστικού προϊόντος. Επίσης, βασικό είναι να προβληθεί και να κατασκευαστεί ένα ισχυρό όνομα του Νομού ως αγροτουριστικού προορισμού στην αγορά, κάτι που θα σημαίνει ότι η επιλογή του θα συμβάλει σημαντικά στην ενίσχυση του κοινωνικού γοήτρου των υψηλά αμειβομένων ομάδων. Τέλος, βασική ομάδα που επισκέπτονται το Νομό είναι και οι ελεύθεροι επαγγελματίες, ενώ στόχος μας είναι να στραφούμε και σε άλλες ομάδες που θα αναζητήσουν τη γνωριμία και τη ηρεμία της φυσικής ομορφιάς του τόπου.

Από τη δεύτερη έρευνα που πραγματοποιήσαμε προέκυψαν τα εξής συμπεράσματα: οι τουρίστες της Αρκαδίας είναι κυρίως μέσης ηλικίας, μέσης εκπαίδευσης και μεσαίου-υψηλού εισοδήματος, δημόσιοι υπάλληλοι και ελεύθεροι επαγγελματίες, ημεδαποί στην πλειοψηφία τους, προερχόμενοι από την Κεντρική Ελλάδα αλλά και την λοιπή Πελοπόννησο, που ταξιδεύουν στο Νομό με ιδιωτικό μέσο, κυρίως με τις οικογένειές τους, περισσότερο παρακινούμενοι από την ευκαιρία για εναλλακτικές δραστηριότητες που προσφέρει ο Νομός και λιγότερο από τον παραθεριστικό χαρακτήρα του. Η κυρίαρχη μορφή τουρισμού είναι αυτή του Σαββατοκύριακου. Ο αλλοδαπός τουρισμός, δε φαίνεται να έχει μεγάλη εισροή στο Νομό, όμως, οι προερχόμενοι από Ευρωπαϊκές κυρίως Χώρες (Γερμανοί, Αυστριακοί,

Κύπριοι, Αλβανοί, Γάλλοι) αλλά και την Αμερική, παίζουν μεγάλο ρόλο στην προσπάθεια τουριστικής ανάκαμψης της περιοχής.

Σχετικά με το τουριστικό προφίλ του Νομού, κυρίαρχη χρονική περίοδος για τον τουρισμό είναι η χειμερινή. Οι καλύτεροι τρόποι προώθησης είναι τα ΜΜΕ και η διάδοση από στόμα σε στόμα( απόλυτα σχετικό με τη μεγάλη σημασία που αποδίδεται στον επαναλαμβανόμενο τουρισμό), ενώ το κυρίαρχο κανάλι διανομής είναι το διαδίκτυο.

Η τουριστική προσφορά του Νομού πρέπει να στηρίζεται κυρίως στους φυσικούς πόρους, που αποτελούν και το βασικό πλεονέκτημα για την αγροτουριστική ανάπτυξη της Αρκαδίας και στην εύκολη πρόσβαση στο νομό, ενώ οι πολιτιστικοί πόροι που οι δευτερογενείς έρευνες έδειξαν ότι είναι αρκετοί, δεν χρήζουν κατάλληλης διαχείρισης και προβολής. Το βασικό μειονέκτημα είναι η έλλειψη ενός οργανωμένου σχεδίου μάρκετινγκ για την αγροτουριστική ανάπτυξη στο Νομό. Η ανάληψη ενός τέτοιου σχεδίου από την Τοπική Αυτ/ση είναι επιτακτικής ανάγκης. Βασικός στόχος του θα είναι η τουριστική ανάκαμψη της περιοχής με κυρίαρχο το αγροτουριστικό μοντέλο του.

Βάση αυτής, στηριζόμενη στα πλεονεκτήματα αλλά και εκμεταλλευόμενοι τις ευκαιρίες όπως προέκυψαν από την πρωτογενή έρευνα, θα κατασκευαστεί ένας δυνατός επώνυμος αγροτουριστικός προορισμός που θα προσφέρει τουριστικό προϊόν, βασιζόμενος στην αρχή value for money.

Για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει να ανακατασκευαστεί και βελτιωθεί ποιοτικά το προϊόν (νέες εγκαταστάσεις και αναπαλαίωση υπαρχουσών, βελτίωση υποδομών σχετικών με τον αγροτουρισμό, διατήρηση φυσικών και ανάδειξη πολιτιστικών πόρων, πρόσληψη κι εκπαίδευση προσωπικού), να προωθηθεί με κατάλληλες ενέργειες στον τομέα των διαφημίσεων, των δημοσίων σχέσεων και του διαδικτύου και να διανεμηθεί σωστά μέσω του κυρίαρχου καναλιού διαδικτύου. Σχετικά με τις τιμές, πρέπει να γίνει κατανοητό, ότι το βασικό δεν είναι η χαμηλή τιμή, αλλά η ποικιλία στις τιμές, με βασική αρχή την εξασφάλιση της ποιότητας για όλους.

Με αυτές τις δράσεις και το βασικότερο με συνεργασία και συνεισφορά όλων των φορέων του Νομού, θα μπορέσει η Αρκαδία να αποτελέσει ένα ξεχωριστό, μοναδικό, γνήσιο και αληθινό, δυνατό αγροτουριστικό προορισμό.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

### Α) Προτεινόμενες δράσεις σε επίπεδο Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Οι φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης, στην προσπάθειά τους να ενισχύσουν τον αγροτουρισμό της περιοχής θα πρέπει με σύμπραξη ιδιωτικού και δημόσιου τομέα να φροντίσουν, ακολουθώντας και παραδείγματα άλλων Νομών, να προβούν σε συγκεκριμένες ενέργειες.

Συγκεκριμένα: Οι υπόλοιποι Νομοί της Πελοποννήσου, στηρίζουν την τουριστική ανάπτυξή τους στα περισσότερα και καλύτερης κατηγορίας καταλύματα, αλλά και στην πιο οργανωμένη προβολή και αξιοποίηση του αγροτουριστικού προϊόντος. Ενδεικτικά αναφέρεται:

- η μεγάλη διαφημιστική τουριστική καμπάνια της Μεσσηνίας, η Παγκόσμια τουριστική διαδρομή της από την UNESCO με την επωνυμία «Δρόμοι Ελιάς», η αεροπορική σύνδεση Καλαμάτας- Θεσσαλονίκης με 3 πτήσεις εβδομαδιαίως, Καλαμάτας-Αθήνας(νέα) και την άμεση ανταπόκριση από Μιλάνο (Μανούσου & Χαλάτση,2005).

- η ύπαρξη μιας από τις πιο δραστήριες Πανελληνίως, Ένωσης Ξενοδόχων Λακωνίας με την εφαρμογή ενός ολόκληρου «Σχεδίου Δράσης» για τον τουρισμό στην περιοχή, αλλά κι ενός ξεχωριστού Φορέα τουρισμού στην περιοχή ( Μανούσου & Χαλάτση,2005)

Η Αρκαδία υστερεί στην οργάνωση του αγροτουρισμού, στην οποία επικρατούν περιοχές όπως η Αράχοβα, τα Καλάβρυτα, το Καρπενήσι, τα Ζαγοροχώρια κ.α., οι οποίες έχουν επικρατήσει, όχι γιατί έχουν περισσότερους φυσικούς πόρους, αλλά γιατί έχουν επικεντρωθεί σε αυτή τη μορφή τουρισμού, που την έχουν οργανώσει και προβάλλει καλύτερα (κυρίως από τα ΜΜΕ).

Οι τουρίστες στην Αρκαδία, όπως είδαμε και από τα στοιχεία της έρευνας, είναι κυρίως μεσαίου μορφωτικού και μεσαίου-υψηλού εισοδηματικού επιπέδου. Αυτό σημαίνει πολλές απαιτήσεις. Οι προτάσεις για τη βελτίωση του αγροτουριστικού προϊόντος της περιοχής πρέπει να καλύπτει τις ανάγκες τους και να ανταποκρίνονται στην αρχή «value for money». Έτσι, προτείνονται οι εξής κινήσεις:

**Εγκαταστάσεις:** Η δυνατότητα ανάπτυξης του εναλλακτικού και κυρίως του αγροτουρισμού στην Αρκαδία, σημαίνει και βελτίωση σχετικών εγκαταστάσεων. Απαραίτητη ενέργεια αποτελεί η οικονομική στήριξη και η παροχή συμβουλών για εκμετάλλευση της κατάλληλης νομοθεσίας για τη βελτίωση των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού του χιονοδρομικού κέντρου της Οστρακίνας καθώς και των εγκαταστάσεων στο Λούσιο ποταμό. Απαιτείται να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες για δημιουργία και ανακαίνιση καταλυμάτων και κέντρων εστίασης κοντά σε αυτές τις περιοχές, για να καλύψουν τις ανάγκες των εισερχόμενων τουριστών.

Στο πνεύμα αυτό, απαιτείται ενθάρρυνση και παροχή βοήθειας σε ιδιώτες για βελτίωση των υπάρχοντων καταλυμάτων, αλλά και δημιουργία καινούριων ποιοτικών μονάδων και τουριστικών επιχειρήσεων όλων των ειδών-ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στα κέντρα εστίασης για την κάλυψη αναγκών του ημερήσιου τουρισμού, εκμεταλλευόμενοι τις δυνατότητες που προσφέρει το ΕΣΠΑ και ο Αναπτυξιακός Νόμος. Σημαντικό είναι η όποια ανάπτυξη να γίνει με σεβασμό στο περιβάλλον, για αυτό η οποιαδήποτε κατασκευή θα πρέπει να συνοδεύεται από όλες τις ενέργειες που καθιστούν δυνατή τη πιστοποίηση της ποιότητας(κατάλληλες περιβαλλοντικές μελέτες και άδειες).

**Υποδομές:** Αν και η πρόσβαση στο νομό κρίνεται ικανοποιητική, υπάρχουν προβλήματα στο εσωτερικό οδικό και ιδιαίτερα στο ορεινό δίκτυο ( οδοστρώσεις και σημάνσεις), που πρέπει να βελτιωθούν. Σημαντική κρίνεται η πρόταση δημιουργίας και βελτίωσης των υπάρχοντων μαρίνων και λιμανιών, ενώ καλό θα ήταν να εκσυγχρονιστεί το σιδηροδρομικό δίκτυο και τα τρένα, με άμεση σύνδεση με πολλές περιοχές της Πελοποννήσου, αλλά και τη λοιπή Ελλάδα, για να αυξηθεί το ποσοστό των τουριστών που θα επισκεφτούν την Αρκαδία. Βασική είναι και η βελτίωση του αποχετευτικού δικτύου και η επίλυση του προβλήματος διαχείρισης των απορριμμάτων.

Οι υποδομές μπορούν να βελτιωθούν με εκμετάλλευση Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων, του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων, αλλά και σε συνεργασία με τους Δήμους και το Υπουργείο Εσωτερικών, από εκμετάλλευση πόρων των Εθνικών Αναπτυξιακών Προγραμμάτων.

Μελετώντας την ανοδική πορεία του αγροτουρισμού, εθνικά και παγκόσμια, μπορούν να δοκιμαστούν στοιχεία από ανταγωνιστές που ταιριάζουν στο προφίλ της Αρκαδίας και να απορριφθούν άλλα ξένα, δημιουργώντας ένα πρότυπο τουρισμού απόλυτα σύμφωνο με την περιοχή.

**Προσωπικό:** Η προσφορά του προϊόντος από το εργατικό δυναμικό παίζει μεγάλο ρόλο στην ικανοποίηση του πελάτη, ενώ μέχρι τώρα δεν κρίνεται ιδιαίτερα ικανοποιητική εξαιτίας και του βασικού μειονεκτήματος της ελλιπούς κατάρτισης του. Για να επιλυθεί το πρόβλημα αυτό, απαιτείται καταγραφή των αναγκών σε προσωπικό από όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής και κατάλληλες ενέργειες για πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού, αλλά και ανειδίκευτου μέσω των προγραμμάτων ΟΑΕΔ και διαρκή εκπαίδευση τους, μέσω προγραμμάτων που πραγματοποιούνται από τον Ο.Τ.Ε.Κ αλλά και ενδοεπιχειρησιακά. Σημαντικό είναι να πραγματοποιηθούν και σεμινάρια σε στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τις νέες τεχνολογίες και το internal marketing και τη σημασία του στην ικανοποίηση του εργαζόμενου και του πελάτη.

**Διατήρηση περιβάλλοντος:** Σημαντική κρίνεται η προστασία και συντήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων του Νομού. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη διαφύλαξη των υγροβιότοπων, των βιότοπων CORINE καθώς και των μνημείων φυσικού κάλλους και στη δημιουργία δρόμων εύκολης πρόσβασης σε αυτά, με κατάλληλες σημάνσεις. Τα πολιτιστικά-ιστορικά μνημεία της περιοχής είναι πολλά. Έτσι, απαιτείται η αναστύλωση-προστασία τους και η κατάλληλη προβολή. Σημαντικό είναι, τέλος, να ενθαρρυνθούν οι ΟΤΑ με χρηματοδοτήσεις για την οργάνωση και διατήρηση των τοπικών διοργανώσεων, για την ενίσχυση του σημαντικού τοπικού χαρακτήρα της περιοχής.

## **B) Προτεινόμενες δράσεις στην τιμολόγηση**

Ο εναλλακτικός τουρισμός, με έμφαση στον αγροτουρισμό μπορεί να αναπτυχθεί στην περιοχή. Η επικράτηση χαμηλών τιμών, πολλές φορές σημαίνει απαξίωση του προϊόντος και εξάρτηση από tour operators. Αντίθετα, ο αγροτουρισμός του Νομού πρέπει να διαφοροποιηθεί από αντίστοιχο προϊόν ανταγωνιστών όχι βάσει της χαμηλότερης τιμής, αλλά της τιμής βάσει της παρεχόμενης ποιότητας.

Βασικό είναι ο αγροτουρισμός της Αρκαδίας να στηρίζεται στην αρχή «value for money». Όλες οι τουριστικές παροχές να δίδονται σε μεγάλη κλίμακα τιμών, ώστε να μπορούν να καλύψουν όλα τα οικονομικά βάλαντια-αντιμετωπίζοντας εν μέρει τα μειονεκτήματα της οικονομικής κρίσης. Τόσο το χαμηλόμισθο και το φοιτητή (νέα αγορά), που θα απολαμβάνει ένα ποιοτικό αγροτουριστικό προϊόν σε μια ικανοποιητική για αυτόν τιμή, όσο και τον υψηλά αμειβόμενο που θα πληρώνει περισσότερα, αλλά θα απολαμβάνει και περισσότερα (όχι όμως ποιοτικότερα, η ποιότητα θα πρέπει να εξασφαλιστεί για όλους). Έτσι με τις εναλλακτικές επιλογές

τιμών που θα προσφερθούν, θα καλυφτούν οι ανάγκες των περισσότερων, θα προσεγγιστούν κι άλλες αγορές και θα εξασφαλιστεί ένα ακόμα λιθαράκι στην κατασκευή υψηλής επωνυμίας του Αρκαδικού αγροτουριστικού προϊόντος.

Ο ικανοποιημένος πελάτης είναι η ζωντανή διαφήμιση για τον τουρισμό. Η ύπαρξη και διάδοση της ικανοποίησης αυτής από στόμα σε στόμα ( word of mouth), απόλυτα σημαντική για τον τουρισμό της Αρκαδίας σύμφωνα με την πρωτογενή έρευνα, είναι αυτή που μπορεί να ελκύσει ακόμα περισσότερους νέους πελάτες, αλλά και να καταστήσει τους ήδη επισκέπτες σε μόνιμους πελάτες της περιοχής (σε αυτούς τους τελευταίους, οι τουριστικές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να προσφέρουν το προϊόν τους σε μειωμένες τιμές (ειδικές εκπτώσεις).

### **Γ) Προτεινόμενες δράσεις στην προώθηση**

Σε αυτό τον τομέα, απαιτούνται ενέργειες στη διαφήμιση, στις δημόσιες σχέσεις και στο διαδίκτυο.

**Διαφήμιση:** Για να επιτευχθούν οι στόχοι της καμπάνιας, έννοια κλειδί είναι το μήνυμα. Για τη δημιουργία του ιδανικού διαφημιστικού μηνύματος απαιτείται: γνώση της τουριστικής αγοράς, των εθίμων και συνηθειών των ομάδων στόχων, των μεθόδων διαμόρφωσης της κοινής γνώμης, των χαρακτηριστικών του Νομού, των μέσων με τα οποία θα πετύχουμε αποτελεσματική επικοινωνία κλπ. (Γρούτας & Νικολαΐδης, 2000).

Η κεντρική ιδέα του μηνύματος πρέπει να στηρίζεται στα «δυνατά σημεία» της Αρκαδίας ως αγροτουριστικού προορισμού και η προβολή τους να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να φαντάζουν μοναδικά. Η προβολή περιοχών με παρόμοιο τουριστικό προϊόν που έχουν τουριστική άνθηση μπορούν να λειτουργήσουν ως σημείο αναφοράς για την Αρκαδία (ακολουθούνται οι επιτυχημένοι τρόποι που αυτοί προωθούν το προϊόν τους, προσαρμοσμένες στο διαφορετικό χαρακτήρα του Νομού). Έτσι, μέσω απεικονίσεων φυσικών ομορφιών, με έμφαση σε χιονισμένα χειμερινά τοπία, της ενδιαφέρουσας γλωρίδας και πανίδας αλλά και του δυναμικού στοιχείου του «μη απομακρυσμένου» προορισμού», θα χτιστεί μια ισχυρή επωνυμία. Από τη προβολή των δυνατών σημείων δε θα πρέπει να απουσιάζουν επίσης οι δυνατότητες άσκησης δραστηριοτήτων περιπέτειας και χειμερινών αθλημάτων, τα πολιτιστικά κι αρχαιολογικά στοιχεία, και η τοπική κουλτούρα του νομού.

Σήμερα υπάρχουν πολλά μέσα για την προβολή των διαφημίσεων που βοηθούν στο χτίσιμο μιας επωνυμίας, στην αναγνώριση του προϊόντος, στην αύξηση πωλήσεων και στη διείσδυση σε νέες αγορές.( Abbley,1996). Σύμφωνα με την

πρωτογενή έρευνα, για την Αρκαδία τα σπουδαιότερα είναι τα ΜΜΕ και η «διάδοση από στόμα σε στόμα». Έτσι απαιτείται:

- Προώθηση, μέσω διαφήμισης στον γενικό τύπο (εφημερίδες και περιοδικά ποικίλης ύλης) στην αρχή και στα μέσα κάθε έτους (Ιανουάριο και Μάιο) για μια πενταετία, αλλά και σε αφίσες, κινούμενες ή μη. Σημασία, έχει να γίνεται αναφορά στις ιδιαιτερότητες του Αρκαδικού τουριστικού Προϊόντος, που θα καθιερώσουν το Νομό ως ένα διαφορετικό αγροτικό προορισμό.
- Προώθηση και γνωστοποίηση του τουριστικού προϊόντος του Νομού μέσω διαφημίσεων τις ίδιες χρονικές περιόδους με πριν, σε εξειδικευμένα τουριστικά περιοδικά του εσωτερικού και εξωτερικού, που έχουν ως κοινό λάτρεις του αγροτουρισμού.
- Προώθηση συνεργασίας και διασύνδεσης όλων των περιοχών του Νομού που στηρίζονται στον αγροτουρισμό, με συνέπεια τη δημιουργία ισχυρών οικονομιών κλίμακας που θα συμβάλλουν σημαντικά στην προβολή της Αρκαδίας σαν μια ισχυρή επωνυμία στους προορισμούς που προσφέρουν εναλλακτικές δραστηριότητες.
- Η ενσωμάτωση της διαφήμισης του Νομού σε εθνικές και διεθνείς ιστοσελίδες στις οποίες παρουσιάζουν μεγάλη επισκεψιμότητα και ομάδες τουριστών που πρέπει να προσεγγιστούν.

**Δημόσιες σχέσεις.** Στόχος είναι η δημιουργία ενός κλίματος αποδοχής του νομού και ενίσχυσης της εικόνας του σε παλιούς και νέους πελάτες. Το αγροτουριστικό προϊόν της Αρκαδίας γνωστοποιείται:

- Με αναφορά από τα ΜΜΕ θεμάτων –δελτίων τύπου, που έχουν να κάνουν με τη φυσιογνωμία του χώρου και τις δυνατότητες εξυπηρέτησης ενός μεγάλου τμήματος τουριστών (δημιουργία-εμφάνιση άρθρων-θεμάτων– ειδήσεων, με εστίαση στη φυσική ομορφιά, στο αρχαιολογικό και πολιτιστικό στοιχείο, στις τοπικές εκδηλώσεις, στις εναλλακτικές δραστηριότητες που μπορούν να ανθήσουν στο Νομό ).
- Με οργάνωση, σε συνεργασία με ταξιδιωτικά γραφεία και ξενοδοχεία της περιοχής, ταξιδιών εξοικείωσης με τον Νομό, δημοσιογράφων μεμονωμένων ή σε γκρουπ, ντόπιων ή αλλοδαπών των εθνικοτήτων που πρέπει να προσεγγιστούν. Ανάλογα ταξίδια μπορούν να προσφερθούν και σε μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς με πελάτες τις αλλοδαπές αγορές

-στόχους, κεντρίζοντας τους το ενδιαφέρον και οδηγώντας τους στην δημιουργία πακέτων διακοπών στην περιοχή.

- Με επιλεκτική συμμετοχή σε εκθέσεις που θα προβάλλουν την ιδιαιτερότητα της Αρκαδίας ως αγροτουριστικού προορισμού και θα περιλαμβάνουν και συνεντεύξεις τύπου με εκπροσώπους της Περιφέρειας.
- Καίρια θα ήταν η διοργάνωση ημερίδων-προβολής της Αρκαδίας σε συνεργασία με τον ΕΟΤ και την τοπική Αυτοδιοίκηση, με προσκεκλημένους, σωματεία πολιτιστικά, ή οικολόγων, δημοσιογράφους Έλληνες και μη, tour operators, επιχειρηματίες και απλό λαό. Οι διοργανώσεις αυτές θα μπορούσαν να αφορούν ένα συγκεκριμένο θέμα π.χ «οικολογία και πώς θα διατηρηθεί η ισορροπία του οικοσυστήματος στην Αρκαδία», «Αρκαδία, ένας τόπος μαγικός» «Αρκαδία: επαφή με τη φύση» και να περιλαμβάνουν ομιλίες εκπροσώπων του Νομού για την τουριστική του πρόοδο με ταυτόχρονη προβολή ντοκιμαντέρ. Στο τέλος των ημερίδων θα μπορούσαν να διανεμηθούν στους παρευρισκόμενους αναμνηστικά, τοπικά προϊόντα ή DVD σχετικά με την Αρκαδία.
- Προβολή της Αρκαδίας μέσω ταξιδιωτικών εκπομπών (π.χ. «Μένουμε Ελλάδα») όπου θα προβάλλονταν οι ομορφιές της, αλλά και συνεντεύξεις εκπροσώπων των Δήμων ή των ντόπιων επιχειρηματιών για τις δυνατότητες που προσφέρει για αναψυχή όλο το χρόνο, με ιδιαίτερη αναφορά στον αγροτουρισμό.

**Διαδίκτυο.** Σα βασική δράση και ευκαιρία για την τουριστική ανάκαμψη της περιοχής, προβάλλεται και η εκμετάλλευση νέων τεχνολογιών. Στη λογική αυτή και με τη συνεργασία ιδιωτικού και δημόσιου τομέα θα μπορούσε να κατασκευαστεί μια δικτυακή ιστοσελίδα, ιδιαίτερα λειτουργική. Σε αυτήν θα προβάλλονται οι φυσικές και πολιτιστικές ομορφιές του Νομού, τα τοπικά προϊόντα και οι τοπικές εκδηλώσεις, το πώς θα φτάσουμε στο Νομό, το τι μπορεί κάποιος να απολαύσει, από άποψη δραστηριοτήτων, στην Αρκαδία. Στην ιστοσελίδα θα λειτουργεί και portal για την καταγραφή των απόψεων των πελατών, τη δυσαρέσκεια ή ευχαρίστησή τους καθώς και την άμεση απάντηση των τουριστικών επιχειρήσεων σε περιπτώσεις εκφρασμένων παραπόνων πελατών



#### Δ) Προτεινόμενες Δράσεις στην διανομή

Βάσει ευρημάτων της πρωτογενούς έρευνας, βασικός παράγοντας διανομής του τουριστικού προϊόντος της Αρκαδίας είναι το διαδίκτυο και οι tour operators και λιγότερο οι τουριστικές επιχειρήσεις.

Στο πνεύμα αυτό οι κινήσεις που πρέπει να γίνουν στο πλαίσιο διανομής του τουριστικού προϊόντος της Αρκαδίας είναι:

- Δημιουργία εξελιγμένης και όσο το δυνατόν πληρέστερης ιστοσελίδας, όπως αναφέρθηκε και στην προώθηση, με δυνατότητες on line κράτησης και πληρωμών, αλλά και γενικότερης εξυπηρέτησης πολιτών.
- Χρήση των νέων τεχνολογιών και ιδιαίτερα του internet και της ψηφιακής τηλεόρασης που θα παρέχει άμεση πληροφόρηση για την Αρκαδία και θα δίνει και δυνατότητα on line κρατήσεων. Αυτή η δυνατότητα πρέπει να δίδεται και σε όλες τις διαδικτυακές πύλες στις οποίες θα εμφανίζεται ο Νομός.
- Μέσω συνεργασίας με τον ΕΟΤ, απαιτείται εξακρίβωση και προσέγγιση των γραφείων τουρισμού του εξωτερικού που προσφέρουν πακέτα εναλλακτικών μορφών τουρισμού που η Αρκαδία μπορεί να αναπτύξει.
- Παροχή ενημέρωσης μέσω των διαφόρων τουριστικών επιχειρήσεων για το τι μπορούν οι επισκέπτες να επισκεφτούν στην Αρκαδία, ποιες τοπικές εκδηλώσεις πραγματοποιούνται στην περιοχή ανά περίοδο, ποια είναι και που μπορούν να προμηθευτούν τοπικά προϊόντα. Για να δημιουργηθούν επαναλαμβανόμενοι πελάτες, που αποτελούν ένα σημαντικό στοιχείο για την τουριστική άνθηση του Νομού, απαιτείται να υπάρχει άμεση επικοινωνία των ντόπιων επιχειρηματιών με τους επισκέπτες του Νομού και προσπάθεια άμεσης και έγκαιρης ικανοποίησης των αναγκών τους.
- Λειτουργία τηλεφωνικού κέντρου που θα προσφέρει πληροφορίες και κρατήσεις σε όποιον επιθυμεί να επισκεφτεί το Νομό.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ο αγροτουρισμός, ανοίγει νέους ορίζοντες. Φέρνει σε επαφή τις απομονωμένες επαρχιακές περιοχές με τα μεγάλα πληθυσμιακά κέντρα, μέσω του οποίου αναπτύσσονται οι τοπικές κοινωνίες, συνεχίζεται η παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων, αναβιώνουν έθιμα, διατηρούνται τέχνες και επαγγέλματα που ενδεχομένως σε διαφορετική περίπτωση να είχαν εκλείψει. Επίσης, μπορεί να δώσει ώθηση στις αγροτικές περιοχές, που έχουν υποστεί τις επιπτώσεις της μειονεκτικής ανάπτυξης, της ερήμωσης, της γήρανσης του πληθυσμού, της απαξίωσης της αγροτικής οικονομίας.

Ο Αγροτουρισμός δεν είναι απλά μια μορφή τουρισμού, είναι μια νέα πραγματικότητα, ένας νέος τρόπος ζωής κοντά στη φύση και στον άνθρωπο. Ο σύγχρονος τρόπος ζωής έχει αποξενώσει τους ανθρώπους μεταξύ τους και έχει εντάξει τον καθένα μας σε ένα μοτίβο ζωής μέσα στην καθημερινή ρουτίνα και στο άγχος, αυτό το είδος του τουρισμού είναι ο τρόπος με τον οποίο μπορούμε να γκρεμίσουμε αυτό το μοτίβο και να φτιάξουμε ένα νέο κοντά στη φύση και στο συνάνθρωπό μας.

Η Ελλάδα ως ένας προορισμός του εναλλακτικού τουρισμού παρέχει άπειρες επιλογές και την ευκαιρία στους επισκέπτες της να εκμεταλλευτούν την ποικιλία που πηγάζει από την εκπληκτική γεωγραφική της θέση και τις ιδανικές καιρικές συνθήκες.

Το φυσικό περιβάλλον και τα τοπία σε πολλές περιοχές προσφέρουν ιδανικές συνθήκες για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων αγροτουρισμού, που ξεκίνησε με στόχο την καλύτερευση της ζωής των αγροτών, ιδίως στις ορεινές περιοχές. Σε κάθε περιοχή της Ελλάδας, στα χιλιάδες νησιά, στις πανέμορφες βουνοκορφές, καθημερινά ξετρυπώνουν μοναδικά παραδοσιακά καταλύματα, ξενοδοχεία, παλιά αρχοντικά, ξενώνες, βίλες, ξωκλήσια και προτρέπουν στους τουρίστες – επισκέπτες να την ανακαλύψουν.

Η Ελληνική κυβέρνηση έχει προσφέρει στήριξη σε όλα τα αγροτουριστικά προγράμματα, που εφαρμόζονται σε διάφορες περιοχές σε όλη τη χώρα, καθώς και οικονομική ενίσχυση για επενδύσεις στον αγροτουρισμό, αλλά θα μπορούσε με συνεργασία με τους φορείς της Τοπικής Αυτ/σης να προσφέρει και να στηρίζει αυτή τη μορφή τουρισμού γιατί στην ουσία είναι ένα εργαλείο ανάπτυξης και μέσο βοήθειας εξόδου από την οικονομική κρίση που βιώνει η χώρα μας.

Η Αρκαδία αποτελεί μια ιδανική επιλογή για τους τουρίστες που επιλέγουν το αγροτουριστικό είδος διακοπών. Είναι ορεινός κατά βάση νομός με πολλές φυσικές ομορφιές που απλά χρειάζεται η ανάδειξή τους και αρκετές ενέργειες σχετικές με το αγροτουριστικό προϊόν, όπως τονίστηκε προηγουμένως. Αν αυτό γίνει κοινή βάση στη συνείδηση τόσο των απλών κατοίκων της περιοχής, όσο και των φορέων της Τοπικής Αυτ/σης, τότε θα μπορέσει να αποτελέσει και η Αρκαδία έναν από τους σημαντικότερους και πιο γνωστούς αγροτουριστικούς προορισμούς τόσο στην Ελλάδα όσο και στο παγκόσμιο τουριστικό στερέωμα.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

Γεώργιος Δημ. Κολτσιδόπουλος (2005). «Τουρισμός Θεωρητική Προσέγγιση», εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»

Κούτουλας Δ. (2001). Θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού μάρκετινγκ, Αθήνα

Βιτουλαδίτη Ου. (2000). *Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων. Μάρκετινγκ των Tour operators και των τουριστικών Γραφείων*. Πάτρα:ΕΑΠ.

Ηγουμενάκης Ν.( 1999) *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα.: Interbooks

Βελισσαρίου Ε, Καραχοντζίδης Δ, Κομνηνάκης Μ. (2000), *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων. Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ του τουρισμού και των Τουριστικών προορισμών*», Πάτρα :ΕΑΠ

Χρήστου Ευ., Καραμανίδης Ι. (2002). *Αρχές τουριστικού Μάρκετινγκ*. 2<sup>η</sup> έκδοση Ι Θεσσαλονίκη

Παπακωνσταντινίδης Λ. ( 1993). Αγροτουρισμός Σταθμός στο Δρόμο για την Τοπική ανάπτυξη, εκδόσεις Δωρικός.

Ασκέλη Στέλλα, «Επιχειρήστε... αγροτουριστικά. Πώς να οργανώσετε τη δική σας αγροτουριστική επιχείρηση», εκδόσεις Κέρκυρα - Economía Publishing, Αθήνα 2007

Λογοθέτης Μ. (1988), « Αγροτικός Τουρισμός – Μια Εναλλακτική Λύση», Αθήνα.

De Micheli Andrea (Νοέμβριος - Δεκέμβριος 2003), «Τουρισμός και Άνθρωπος»

Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006), «Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό – Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», σελ., Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Λαγός Δ. (2005), Τουριστική Οικονομική, εκδόσεις Κριτική.

Λιάρκοβας Π. (2003) Εκδήλωση για την Αρκαδία, 8/12/2003, Βασικά σημεία

Γιαννόπουλος Π.( 1999) Εισήγηση/ πρόταση του Νομάρχη Αρκαδίας για το Νομό, Τρίπολη.

Τσακίρη Λ.( 2005). Εισαγωγή στη Μεθοδολογία της Έρευνας. Αθήνα

Μπένος Β.( 1991) Μέθοδοι και Τεχνικές Δειγματοληψίας. Αθήνα: εκδ. Σταμούλης

Γρούτας Γ., Νικολαΐδης Χ.( 2000). *Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων. Διαφήμιση, Δημόσιες σχέσεις, Προώθηση Πωλήσεων στον Τουρισμό*

### **Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία**

Abbey J.,R.( 1996). *Hospitality Sales and Advertising Educational Institute of the American Hotel And Motel association. 2<sup>nd</sup> ed.*

Middleton V. (2001). Marketing in Travel and tourism. Third edition. Tourist Trade-Marketing, Title Clarke J.,p.3-152.

Medlick S., Middleton V.( 1973).*The Tourist Product and its Marketing Implications. ITQ*

### **Διαδίκτυο**

[www.investincreece.vog.gr/default.asp](http://www.investincreece.vog.gr/default.asp) «Εναλλακτικός Τουρισμός»

<http://agrotourism.wordpress.com> «Εναλλακτικός Τουρισμός»

<http://www.anthropos.gr/spots/tourism/agro.asp> «Αγροτουρισμός»

<http://www.europages.gr/GITE-DES-COLLINES-DU-BREUIL/00000003863057->

<http://www.agriitalia.it/agriturismo.asp?id=262&categoria=Toscana&cat=Siena>

[http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc\\_id=4620](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=4620)

<http://www.anko.gr/leader/leadergeneral.html>. Η κοινοτική Προτοβουλία LEADER

<http://agrozenia.net/page>

<http://www.ptomaras.gr/documents/agrotourismos.html>

[http://www.euraneek.com/alter-agro/pdf/study1\\_gr.pdf](http://www.euraneek.com/alter-agro/pdf/study1_gr.pdf)

<http://www.ethnos.gr/entheta.asp?catid=23514&subid=2&pubid=776685>

[http://eclass.farm.teithe.gr/claroline/garbage/FARM127/document/%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%20%CE%A5%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%9F/Entypo\\_Yliko4.pdf](http://eclass.farm.teithe.gr/claroline/garbage/FARM127/document/%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%20%CE%A5%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%9F/Entypo_Yliko4.pdf)

[conference.arcadians.gr/index.php?itemid](http://conference.arcadians.gr/index.php?itemid)

<http://www.perifereianews.com>

<http://conference.arcadians/nucleus/plugins/print/print.php?itemid=20>

Μαρινάκος Κ.(2005) Προσεγγίσεις για μια πολιτική αειφόρου ανάπτυξης στην ορεινή Αρκαδία: Η περίπτωση της ορεινής και αγροτικής περιοχής Λούσιου ποταμού επαρχίας Γορτυνίας.

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

[www.parnonas](http://www.parnonas)

<http://www.fpress.gr/programmata/ependyseis/item/7522-epidotiseis-eos-360000-eyro-gia-agrotourismo-kai-paradosiaka-trofima>

<http://conference.arcadians.gr/index.php?itemid=7>

<http://exormiseis.gr/accom/pelop/arkadia.htm>

<http://www.touristiki-agera.gr/article.asp?ID=432> Μανούσου Μ,Χαλάτση Π.(2009). Πελοπόννησος, νησί με οδική πρόσβαση.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΕΡΕΥΝΑ Ι

#### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ – (σε καταλύματα)

Στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της πτυχιακής μου εργασίας, πραγματοποιώ μια έρευνα. Ο κύριος στόχος της έρευνάς μου είναι να εξεταστεί αν υπάρχει ενδιαφέρον για το αγροτουριστικό προϊόν στην Αρκαδία.

1. Σε ποια ζώνη ηλικίας ανήκετε;

- α) Κάτω από 25
- β) 26 – 34
- γ) 35 – 44
- δ) 45 – 54
- ε) 55 και πάνω

2. Φύλο:

- α) Αρσενικό
- β) Θηλυκό

3. Νομίζετε ότι η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού μπορεί να στηρίξει οικονομικά την τοπική κοινωνία;

- α) Ναι
- β) Όχι

4. Ποιος θα ευνοηθεί οικονομικά από την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού;

- α) Οι επιχειρηματίες
- β) Οι τουριστικοί πράκτορες
- γ) Η τοπική κοινότητα
- δ) Άλλοι. Αναφέρετε.....

5. Θα θέλατε να αυξηθεί ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή σας , καθ' όλη τη διάρκεια του έτους;

α)ναι β)όχι

6. Θα λέγατε ότι ο Αγροτουρισμός είναι ένας άριστος τρόπος προστασίας της τοπικής κοινότητας από την κοινωνικό-περιβαλλοντική ρύπανση;

α) Ναι

β) Όχι

7. Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού επιδρά αρνητικά στη φυσική ομορφιά της περιοχής σας

α) Ναι

β) Όχι

8. Νομίζετε ότι οι τοπικές αρχές πρέπει να κάνουν ενέργειες για να ενισχύσουν το προϊόν του Αγροτουρισμού;

α) Ναι β) όχι

με ποιο τρόπο. Αναλύστε.....

9. Πιστεύετε ότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση μέχρι σήμερα έχει βοηθήσει στην ανάπτυξη του Αγροτουρισμού της περιοχής

α) Πάρα πολύ, β) πολύ γ) αρκετά δ) λίγο ε)καθόλου

10. Αν ήσασταν στη θέση ενός τουρίστα – επισκέπτη θα προτιμούσατε τον Αγροτουρισμό ή κάποια άλλη μορφή τουρισμού και ποια;

.....



## ΕΡΕΥΝΑ ΙΙ

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

#### ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

1. Φύλο: : Άντρας  Γυναίκα

2. Επίπεδο Εκπαίδευσης

1.Κάτοχος διδασκαλικού/μεταπτυχιακού τίτλου X	2. Απόφοιτος τριτοβάθμιας εκπαίδευσης X	3. Απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης X
4.απόφοιτος τριτάξιου γυμνασίου X	5. απόφοιτος δημοτικού X	6. κάποιες τάξεις δημοτικού X

3. Περιοχή μόνιμης κατοικίας:.....

4. Φορέας Εργασίας:

Ιδιωτικός <input checked="" type="checkbox"/>	Δημόσιος <input checked="" type="checkbox"/>
---	--

5. Θέση στο Φορέα:

Γενικός Δ/ντης	Προϊστάμενος Δ/σης	Προϊστάμενος Τμήματος	Απλός υπάλληλος

## ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

1) Βαθμολογείστε το ποσοστό που τα πιο κάτω χαρακτηριστικά συνθέτουν κατά την άποψή σας το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται την Αρκαδία

<b>Ηλικιακό προφίλ</b>				
A) έως 18 ετών				
B) 19-35 ετών				
Γ) 36-50 ετών				
Δ) 51-65 ετών				
E) μεγαλύτεροι των 65 ετών				

<b>Μορφωτικό επίπεδο</b>				
Υψηλό				
Μεσαίο				
Χαμηλό				

<b>Εισοδηματικό επίπεδο</b>				
Υψηλό				
Μεσαίο				
Χαμηλό				

<b>Επάγγελμα</b>				
Ελεύθεροι επαγγελματίες				
Δημόσιοι Υπάλληλοι				
Ιδιωτικοί Υπάλληλοι				
Συνταξιούχοι				
Φοιτητές				
Άλλο				

2) Εκφράστε το βαθμό συμφωνία σας ή μη με τις ακόλουθες προτάσεις

Προτάσεις	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
Οι Τουρίστες της Αρκαδίας ταξιδεύουν στην πλειοψηφία τους μόνοι					
Οι τουρίστες της Αρκαδίας ταξιδεύουν με την οικογένειά τους					
Οι τουρίστες της Αρκαδίας ταξιδεύουν ως μέλη οργανωμένου γκρουπ					
Η πλειοψηφία των τουριστών στην Αρκαδία είναι ημεδαποί					
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην					

Αρκαδία, συνδέονται με την περιοχή, λόγω καταγωγής					
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα της Β. Ελλάδας					
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα της Κεντρικής Ελλάδας					
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα της Πελοποννήσου					
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από την Κρήτη					
Η πλειοψηφία των ημεδαπών τουριστών στην Αρκαδία προέρχονται από νησιά του Αιγαίου ή του Ιονίου					

3) Δηλώστε για κάθε μια από τις περιοχές προέλευσης των αλλοδαπών, το βαθμό σπουδαιότητας που κατά την άποψή σας φαίνεται να έχουν για την περιοχή

Περιοχή προέλευσης	Απόλυτα σημαντική	Πολύ Σημαντική	Αρκετά σημαντική	Λίγο σημαντική	Καθόλου σημαντική
--------------------	-------------------	----------------	------------------	----------------	-------------------

Ευρώπη					
Αμερική					
Ασία					
Άλλη (προσδιορίστε .....)					

4)Βαθμολογείστε τις πιο κάτω εναλλακτικές επιλογές που κατά τη γνώμη σας συνθέτουν επίσης το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται την Αρκαδία

A)

Το κίνητρο επίσκεψης του Νομού για τους τουρίστες είναι	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Καλοκαιρινές διακοπές στη θάλασσα					
Ορειβασία-πεζοπορία					
Extreme Sports(καγιάκ, ράφτινγκ κλπ)					
Πολιτιστικοί λόγοι					
Επαφή με τη φύση					
Θρησκευτικοί Λόγοι					
Άλλο.....					

B)

Το κατάλυμα που επιλέγουν για τη διαμονή τους είναι:	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Ξενοδοχείο					
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια					
Κάμπινγκ					

Αγροτουριστικό κατάλυμα					
Σπίτι φίλων/ συγγενών					
Άλλο.....					

Γ)

Προτιμώμενο μέσο μεταφοράς:	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Ιδιωτικό αυτοκίνητο/ Μηχανή					
Λεωφορείο					
Άλλο.....					

Δ)

Πηγές πληροφόρησης για το Νομό:	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Διαδίκτυο					
Ταξιδιωτικό γραφείο					
MME					
Τουριστικός οδηγός					
Συγγενείς, φίλοι, γνωστοί					
Άλλο.....					

Ε)

Μέση παραμονή:	Απόλυτα	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Μία μέρα					
Σαββατοκύριακο ή 2 μέρες το πολύ					
από 2 μέρες έως 1 εβδομάδα					
Περισσότερο από μία εβδομάδα					

## ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

5) Ιεραρχείστε τις πιο κάτω επιλογές χρονικών περιόδων βάσει της τουριστικής ζήτησης στην περιοχή(1 στην πρώτη από άποψη ζήτησης, 2 στη δεύτερη κ.τλ)

Χρονική περίοδος	1	2	3	4
Σεπτέμβριος – Νοέμβριος				
Δεκέμβριος- Φεβρουάριος				
Μάρτιος- Μάιος				
Ιούνιος- Αύγουστος				

6) Πιστεύετε ότι ο επαναλαμβανόμενος τουρισμός (περισσότερες από μια επισκέψεις στην περιοχή) κατέχει σημαντικό ποσοστό στην περιοχή της Αρκαδίας;

<b>Απόλυτα σημαντικό</b>	<b>Πολύ σημαντικό</b>	<b>Αρκετά σημαντικό</b>	<b>Λίγο σημαντικό</b>	<b>Καθόλου σημαντικό</b>

7) Ποιες μορφές τουρισμού πιστεύετε ότι αναπτύσσονται στην Αρκαδία (βαθμολογείτε με 1 τη μορφή με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη και 5 με τη μικρότερη)

<b>Είδη τουρισμού</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Πολιτιστικός τουρισμός					
Αγροτουρισμός					
Χειμερινός					
Τουρισμός Περιπέτειας					
Θρησκευτικός Τουρισμός					
Οικοτουρισμός					
Ορεινός τουρισμός					
Επαγγελματικός					
Άλλο.....					

8) Βαθμολογείτε από 1 έως 5, τη σπουδαιότητα των πιο κάτω φορέων διανομής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος στο Νομό, βάζοντας 1 στους πιο σημαντικούς και 5 στους λιγότερο σημαντικούς

<b>Προώθηση</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Τουριστικές εκθέσεις					
Tour operators					
MME					
Γνωστοί, φίλοι					
Άλλος τρόπος Αναφέρατε.....					

<b>Διανομή</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Τουριστικοί επιχειρηματίες περιοχής					



Τουριστικά γραφεία					
Διαδίκτυο					
Άλλο Αναφέρατε.....					

### ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

9) Αξιολογείστε τα πιο κάτω στοιχεία που διαμορφώνουν την τουριστική προσφορά για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην περιοχή

<b>Στοιχεία</b>	<b>Απόλυτα ικανοποι ητικοί</b>	<b>Πολύ ικανοποιητ κοί</b>	<b>Μέτρια ικανοποιητι κοί</b>	<b>Λίγο ικανοποιη τικοί</b>	<b>Καθόλου ικανοποιη τικοί</b>
Φυσικοί πόροι					
Πολιτιστικοί πόροι					
Επίπεδο διαχείρισης πόρων					
Ανθρώπινος παράγοντας					
Υπηρεσίες εξυπηρέτησης					
Δυνατότητες πρόσβασης στο Νομό					
Εγκαταστάσεις- υποδομές Νομού					

10) Πώς αξιολογείτε τις παρεχόμενες υπηρεσίες στις πιο κάτω επιχειρήσεις της περιοχής. Βαθμολογείτε από 1: απόλυτα ικανοποιητικές έως 5: καθόλου ικανοποιητικές.

Είδος επιχείρησης	1	2	3	4	5
Καταλύματα					
Καταστήματα εστίασης					
Καταστήματα αναψυχής					
Λοιπά καταστήματα					
Μέσα μεταφοράς					

#### ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

11) Η ανάγκη ενίσχυσης του αγροτουρισμού στο Νομό Αρκαδίας κρίνεται

Απόλυτα σημαντική	
Πολύ σημαντική	
Αρκετά σημαντική	
Λίγο σημαντική	
Καθόλου σημαντική	

## SWOT ANALYSIS

12) Βαθμολογείστε τα πιο κάτω στοιχεία της περιοχής ως πλεονεκτήματα της (1 στο πιο δυνατό πλεονέκτημα και 5 στο λιγότερα σημαντικό για την αγροτουριστική ανάπτυξη)

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Φυσικοί πόροι					
Πολιτιστικοί πόροι					
Ποικιλομορφία περιοχών επίσκεψης					
Τοπικές παραδόσεις και έθιμα					
Τοπική κουζίνα					
Τοπική ιστορία					
«Παρθένος προορισμός»					
Κοντινή απόσταση από Αθήνα					
Άλλο Αναφέρατε.....					

13) Βαθμολογείστε τα πιο κάτω αδύνατα στοιχεία της περιοχής που κατά την άποψή σας χρήζουν άμεσης αντιμετώπισης (1 στο πιο επικίνδυνο στοιχείο και 5 στο λιγότερο επικίνδυνο για την αγροτουριστική ανάκαμψη)

<b>Μειονεκτήματα</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Έλλειψη υποδομών					
Έλλειψη τουριστικών εγκαταστάσεων					

Μικρός αριθμός εργαζόμενων στον τουρισμό					
Χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης των εργαζόμενων στον τουρισμό					
Ανεπαρκής διαχείριση φυσικών/ πολιτιστικών πόρων					
Ανεπαρκείς υποστηρικτικές υποδομές αναψυχής					
Έλλειψη ολοκληρωμένου σχεδιασμού ανάπτυξης στην περιοχή					
Δυσκολία στη συνεργασία ιδιωτικού και δημόσιου τομέα για την τουριστική ανάκαμψη στην Αρκαδία					
Δυσκολίες πρόσβασης στην περιοχή					
Χαμηλή ποιοτικά τουριστική					

εξυπηρέτηση					
Άλλο Αναφέρατε.....					

14) Βαθμολογείστε τις πιο κάτω ευκαιρίες και κινδύνους που πρέπει να εκμεταλλευτούμε και να αντιμετωπίσουμε αντίστοιχα, τουριστικά (1:Απόλυτα σημαντικό έως 5:καθόλου σημαντικό)

Ευκαιρίες	1	2	3	4	5
Η ανοδική πορεία του εναλλακτικού τουρισμού(γενικά)					
Ο κορεσμένος τουριστικός χαρακτήρας άλλων περιοχών					
Η εκμετάλλευση των ευνοϊκών για τον τουρισμό νομοθετημάτων και πολιτικών					
Η μειωμένη ασφάλεια που προκύπτει για τον επισκέπτη σε άλλους προορισμούς					
Η γενικότερη υιοθέτηση αειφορικών μοντέλων διαχείρισης φυσικού/πολιτιστικού περιβάλλοντος					

Η Οικονομική και γενικότερη συνεισφορά των Αρκάδων μεταναστών στο Νομό					
Οι τεχνολογικές εξελίξεις και η χρήση τους στον τουρισμό					
<b>Κίνδυνοι</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Η πτώση της τουριστικής κίνησης λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης					
Το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον					
Οι καθυστερήσεις που συναντάμε στη Χώρα μας στην εφαρμογή ευνοϊκών για τον τουρισμό πολιτικών και νομοθετημάτων					
Επαρκής σχεδιασμός και διαχείρισης του τουρισμού σε άλλες περιοχές					
Χαμηλά ποσοστά γήρανσης σε άλλες περιοχές					
Περισσότεροι απασχολούμενοι στον τουρισμό σε άλλες περιοχές					

Καλύτερα εκπαιδευμένα εργαζόμενοι στον τουρισμό σε άλλες περιοχές					
Καλύτερη διαχείριση περιβάλλοντος σε άλλες περιοχές					
Πιο οργανωμένη προώθηση και διανομή του τουριστικού προϊόντος περιοχών με παρόμοιο τουριστικό προϊόν					

### ΔΡΑΣΕΙΣ

15) Βαθμολογείστε τη σπουδαιότητα των πιο κάτω δράσεων για την τουριστική ανάκαμψη της περιοχής

<b>Πιθανές δράσεις</b>	<b>Απόλυτα σημαντική</b>	<b>Πολύ σημαντική</b>	<b>Αρκετά σημαντική</b>	<b>Λίγο σημαντική</b>	<b>Καθόλου σημαντική</b>
Αύξηση τουριστικών εγκαταστάσεων					
Δημιουργία περισσότερων καταλυμάτων					
Αύξηση του αριθμού όλων των τουριστικών επιχειρήσεων					
Αύξηση εργαζομένων αγροτ. εγκαταστάσεις					

Κατάρτιση εργαζομένων στον τουρισμό					
Βελτίωση υποστηρικτικών υποδομών (Δρόμοι, μαρίνες κλπ)					
Ευρύτερη χρήση της νέας τεχνολογίας στον τουρισμό					
Συνεργασία Ιδιωτικού Δημόσιου Τομέα για τουριστική ανάδειξη περιοχής					
Επικράτηση της αρχής value for money (καλύτερη αξία για τα χρήματα που δίνονται)					
Προστασία και ανάδειξη θέλγητρων περιοχής					
Ταχύτερη εκμετάλλευση ευνοϊκών νομοθετημάτων και πολιτικών					
Καλύτερη προώθηση τουριστικού προϊόντος					
Στόχευση σε συγκεκριμένες ομάδες					



Αναζήτηση νέων καναλιών διανομής					
Άλλο Αναφέρατε..... .....					

16) Αναφέρατε τρόπους τους οποίους πρέπει να εφαρμόσει η Τοπική Αυτοδιοίκηση κατά τη γνώμη σας για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού της περιοχής  
.....  
.....