



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία**

**Επιχειρηματικό Σχέδιο Αγροτουριστικής Μονάδας στα Γρεβενά**



**Χαρά Κ. Παπαδοπούλου**

Επιβλέπων καθηγητής:

Πάυλος Καρανικόλας, Διευθυντής ΔΠΜΣ- Αναπληρωτής Καθηγητής ΓΠΑ

**ΑΘΗΝΑ  
2023**

**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία:**

Επιχειρηματικό σχέδιο αγροτουριστικής μονάδας στα Γρεβενά

“Business plan of an agritourism unit in Grevena, Greece”

**Χαρά Κ. Παπαδοπούλου**

**Εξεταστική Επιτροπή:**

Πάυλος Καρανικόλας, Αναπληρωτής Καθηγητής ΓΠΑ (επιβλέπων)

Γεώργιος Μαλινδρέτος, Αναπληρωτής Καθηγητής, Χαροκόπειο Παν/μιο Αθηνών

Σοφία Καράμπελα, Δρ. Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή μου κ. Παύλο Καρανικόλα για την καθοδήγηση και την υπομονή του μέχρι να ολοκληρωθεί η παρούσα εργασία.

*Μήτηρ απάντων γαία και κοινή τροφός*  
Μένανδρος 4<sup>ος</sup> αι. π.Χ.

---

Με την άδειά μου, η παρούσα εργασία ελέγχθηκε από την Εξεταστική Επιτροπή μέσα από λογισμικό ανίχνευσης λογοκλοπής που διαθέτει το ΓΠΑ και διασταυρώθηκε η εγκυρότητα και η πρωτοτυπία της

## **Επιχειρηματικό σχέδιο αγροτουριστικής μονάδας στα Γρεβενά**

*ΔΠΜΣ Επιχειρηματικότητα & Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη  
Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας & Ανάπτυξης  
Τμήμα Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής*

### **Περίληψη**

Στην παρούσα εργασία παρουσιάζεται η διαδικασία σύνταξης ενός επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan) που αφορά τη σύσταση μιας καινοτόμας και αμιγώς αγροτουριστικής μονάδας στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών. Η Νομική Μορφή της εν λόγω αγροτουριστικής μονάδας θα είναι Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία και θα φέρει τον διακριτικό τίτλο: «Δρυάδες». Οι κτιριακές και λοιπές εγκαταστάσεις της αγροτουριστικής μονάδας πρόκειται να κατασκευαστούν σε ιδιόκτητη έκταση των ιδρυτών της εταιρείας, που βρίσκεται στο χωριό Καρπερό, του νοτιοδυτικού τμήματος της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών.

Κύρια δραστηριότητα της εταιρείας θα είναι η παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών διαμονής, οι οποίες θα συνδυάζονται με ποικίλες και διαφοροποιημένες αγροτουριστικές δραστηριότητες, στις οποίες οι πελάτες της θα μπορούν να συμμετέχουν ενεργά, εφόσον το επιθυμούν. Κύριος στόχος του αγροτουριστικού καταλύματος είναι, να καταστεί ένα από τα καλύτερα και περισσότερο αναγνωρίσιμα εγχώρια αγροτουριστικά καταλύματα, τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο, με μηδενικό περιβαλλοντικό και χαμηλό ενεργειακό αποτύπωμα, μεγιστοποιώντας παράλληλα την ικανοποίηση των πελατών του, μέσω της αποκόμισης μοναδικών εμπειριών.

Το ύψος της αρχικής επένδυσης ανέρχεται σε 1.670.000€, σημαντικό μέρος της οποίας θα καλυφθεί από Ίδια Κεφάλαια που διαθέτουν οι ιδρυτές της εταιρείας, ενώ το υπόλοιπο μέρος σχεδιάζεται να καλυφθεί μέσω δανεισμού από ένα χρηματοπιστωτικό ίδρυμα με το οποίο συνεργάζονται οι ιδρυτές. Η βιωσιμότητα του αγροτουριστικού καταλύματος αποτυπώνεται στην χρηματοοικονομική ανάλυση του επιχειρηματικού σχεδίου, μέσω της μελέτης δύο σεναρίων, ενός αισιόδοξου και ενός απαισιόδοξου, καταλήγοντας στο συμπέρασμα πως η υλοποίηση της επένδυσης θα είναι κερδοφόρα και ως εκ τούτου κρίνεται σκόπιμο να πραγματοποιηθεί.

**Επιστημονική περιοχή:** Αγροτουρισμός

**Λέξεις κλειδιά:** Επιχειρηματικό Σχέδιο, Αγροτουρισμός, Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών

## **Business plan of an agritourism unit in Grevena, Greece**

*MSc Entrepreneurship & Consulting in Rural Development  
Department of Agricultural Economy & Development  
Department of Animal Production & Aquaculture*

### **Abstract**

This paper presents the process of writing a business plan (Business Plan) regarding the establishment of an innovative and purely agro-tourism unit in the Regional Unit of Grevena. The Legal Form of the agro-tourism unit in question will be a Private Capital Company and will bear the distinctive title: "Dryades". The building and other facilities of the agro-tourism unit are to be built on a privately owned area of the company's founders, located in the village of Karpero, in the southwestern part of the Regional Unit of Grevena. The main activity of the company will be the provision of high-quality accommodation services, which will be combined with varied and diversified agro-tourism activities, in which its customers will be able to actively participate if they wish. The main objective of the agro-tourism accommodation is to become one of the best and most recognizable domestic agro-tourism accommodation, both domestically and internationally, with a zero environmental and low energy footprint, while maximizing the satisfaction of its customers, through obtaining unique experiences .

The amount of the initial investment amounts to €1,670,000, a significant part of which will be covered by Equity funds available to the founders of the company, while the remaining part is planned to be covered through borrowing from a financial institution with which the founders cooperate. The sustainability of the agro-tourism accommodation is reflected in the financial analysis of the business plan, through the study of two scenarios, one optimistic and one pessimistic, concluding that the implementation of the investment will be profitable and therefore it is considered appropriate to carry it out.

**Scientific area:** Agro-tourism

**Keywords:** Business Plan, Agro-tourism, Regional Unit of Grevena



## Περιεχόμενα

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	12
<b>1<sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b> .....	14
1.1 Ορισμός του τουρισμού .....	14
1.2 Ιστορική εξέλιξη .....	15
1.3 Τα είδη του τουρισμού .....	17
1.3.1 Οικοτουρισμός .....	17
1.3.2 Τουρισμός πόλεων .....	19
1.3.3 Πολιτιστικός τουρισμός .....	20
1.3.4 Θαλάσσιος τουρισμός .....	21
1.3.5 Αθλητικός τουρισμός .....	22
1.3.6 Τουρισμός περιπέτειας.....	23
1.3.7 Θρησκευτικός τουρισμός.....	25
1.3.8 Συνεδριακός τουρισμός.....	26
1.3.9 Ιαματικός τουρισμός .....	28
1.3.10 Άλλες μορφές τουρισμού .....	29
1.4 Κατηγορίες τουρισμού .....	31
1.4.1 Ατομικός τουρισμός.....	31
1.4.2 Μαζικός τουρισμός.....	32
1.4.3 Εσωτερικός τουρισμός .....	33
1.4.4 Εξωτερικός τουρισμός.....	33
1.4.5 Συνεχής τουρισμός .....	34
1.4.6 Εποχικός τουρισμός.....	34
<b>2<sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b> .....	35
2.1 Έννοια του Αγροτουρισμού .....	35
2.2 Μορφές Αγροτουρισμού.....	36
2.3 Το προφίλ του Αγροτουρίστα .....	40
2.4 Οι στόχοι του Αγροτουρισμού.....	41
2.5 Το αγροτουριστικό προϊόν .....	42



2.6.	Κίνητρα ενασχόλησης με τον Αγροτουρισμό .....	44
2.7.	Κίνητρα ανάπτυξης Αγροτουρισμού .....	46
2.8.	Τα πλεονεκτήματα του Αγροτουρισμού .....	47
2.9.	Μειονεκτήματα Αγροτουρισμού .....	50
2.10.	Περιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης του Αγροτουρισμού .....	50
2.11.	Ο Αγροτουρισμός σε διεθνές επίπεδο .....	53
2.12.	Ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα .....	54
2.13.	Ο αγροτουρισμός την εποχή του Covid-19 .....	55
2.14.	Προγράμματα Ενίσχυσης Αγροτουρισμού στην Ελλάδα .....	57
<b>3ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΓΡΕΒΕΝΩΝ</b>		
.....		61
3.1.	Γεωμορφολογικά και Δημογραφικά στοιχεία της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών .....	61
3.2.	Προσβασιμότητα των τουριστικών προορισμών της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών .....	63
3.2.1.	Οδικό δίκτυο .....	63
3.2.2.	Σιδηροδρομικό και Συγκοινωνιακό δίκτυο .....	63
3.3.	Παραδοσιακά χωριά.....	64
3.3.1.	Τα βλαχοχώρια .....	64
3.3.2.	Τα Κουπατσαραίικα χωριά .....	67
3.3.3.	Μαστοροχώρια .....	73
3.3.4.	Τα Χάσια .....	75
3.4.	Πέτρινα γεφύρια.....	75
3.5.	Παλιές εκκλησίες .....	81
3.6.	Δημοφιλείς προορισμοί του Νομού Γρεβενών.....	84
3.6.1.	Το Εθνικό Πάρκο Βόρειας Πίνδου .....	84
3.6.2.	Ο Εθνικός Δρυμός της «Βάλια Κάλντα» .....	86
3.6.3.	Το Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας .....	87
3.6.4.	Καταφύγιο στη Βουνάσια .....	88
3.6.5.	Ανασκαφές στο Καστρί.....	89
3.6.6.	Μνημείο Αννίτσας.....	89
3.6.7.	Μουσείο Φυσικής Ιστορίας στη Μηλιά .....	89



3.7. Ο θεματικός τουρισμός του μανιταριού.....	90
3.8. Γυναικείοι Συνεταιρισμοί Προϊόντων Τοπικής Παραγωγής.....	92
3.9. Αγροτουριστική Επιχειρηματικότητα στο Νομό Γρεβενών.....	93
<b>4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΙΔΡΥΣΗΣ ΜΙΑΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΣΤΑ ΓΡΕΒΕΝΑ.....</b>	<b>94</b>
4.1. Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος.....	96
4.1.1. Περιγραφή και διαδικασία ίδρυσης της εταιρείας.....	96
4.1.2. Αποστολή -Όραμα -Στόχοι.....	103
4.1.3. Προϊόντα/Υπηρεσίες.....	104
4.1.4. Οργανωτικά & διοικητικά θέματα.....	107
4.1.5. Κτιριακές υποδομές.....	112
4.2. Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος.....	117
4.2.1. Ανάλυση αγοράς.....	117
4.2.2. Ανάλυση PEST-DG και εξωτερικό μάκρο-περιβάλλον.....	120
4.2.3. Ανάλυση των πέντε δυνάμεων του Porter και εξωτερικό μικρο-περιβάλλον.....	125
4.3. Ανάλυση SWOT.....	129
4.4. Στρατηγική εταιρείας.....	134
4.5. Σχεδιασμός Marketing.....	137
4.5.1. Στόχοι Marketing.....	137
4.5.2. Τμηματοποίηση και στοχοθέτηση της αγοράς.....	138
4.5.3. Τοποθέτηση των προϊόντων στην αγορά.....	139
4.5.4. Μείγμα μάρκετινγκ.....	142
4.6. Χρηματοοικονομική Ανάλυση επιχειρηματικού σχεδίου.....	148
4.7. Συμπεράσματα.....	160
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....</b>	<b>163</b>





## Περιεχόμενα Πινάκων

Πίνακας 1. Ετήσιο Κόστος Μισθοδοσίας «Δρυάδες» .....	111
Πίνακας 2. Στοιχεία αφίξεων και διανυκτερεύσεων Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών (2012-2022).....	117
Πίνακας 3. Ανάλυση PEST – DG.....	124
Πίνακας 4: Τουριστικά καταλύματα Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών.....	128
Πίνακας 5. Ανάλυση SWOT .....	134
Πίνακας 6. Τιμές χρέωσης δωματίων το αγροτουριστικού καταλύματος «Δρυάδες» .....	145
Πίνακας 7. Ποσοστό μέσης πληρότητας/Έτος/Μήνα – Αισιόδοξο Σενάριο .....	152
Πίνακας 8. Τιμή σε ευρώ/Κατηγορία δωματίου/κλίνη/διανυκτέρευση – Αισιόδοξο Σενάριο .....	152
Πίνακας 9. Προβλεπόμενες ημέρες πληρότητας ανά μήνα και έτος - Αισιόδοξο Σενάριο.....	153
Πίνακας 10. Συνολικός αριθμός προβλεπόμενων διανυκτερεύσεων ανά μήνα και έτος – Αισιόδοξο Σενάριο.....	153
Πίνακας 11. Προβλεπόμενα έσοδα από διανυκτερεύσεις – Αισιόδοξο Σενάριο .....	154
Πίνακας 12. Κέρδη προ φόρων και αποσβέσεων – Αισιόδοξο Σενάριο .....	154
Πίνακας 13. Ποσοστό μέσης πληρότητας/Έτος/Μήνα – Απαισιόδοξο Σενάριο.....	155
Πίνακας 14. Τιμή σε ευρώ/Κατηγορία δωματίου/κλίνη/διανυκτέρευση – Απαισιόδοξο Σενάριο .....	155
Πίνακας 15. Προβλεπόμενες ημέρες πληρότητας ανά μήνα και έτος - Αισιόδοξο Σενάριο ..	156
Πίνακας 16. Συνολικός αριθμός προβλεπόμενων διανυκτερεύσεων ανά μήνα και έτος – Απαισιόδοξο Σενάριο.....	156
Πίνακας 17. Προβλεπόμενα έσοδα από διανυκτερεύσεις – Αισιόδοξο Σενάριο .....	157
Πίνακας 18. Κέρδη προ φόρων και αποσβέσεων – Απαισιόδοξο Σενάριο.....	157

## Περιεχόμενα Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών (2012-2022).....	118
Διάγραμμα 2. Αντιληπτικός χάρτης πελατών Τιμής-Ποιότητας & Τιμής-Διαφοροποίησης Υπηρεσιών/Προϊόντων .....	141
Διάγραμμα 3. Πορεία κερδών 5/ετίας προ φόρων & αποσβέσεων (Αισιόδοξο & Απαισιόδοξο Σενάριο) .....	158



## Περιεχόμενα Εικόνων

Εικόνα 1. Οικοτουρισμός .....	18
Εικόνα 2. Τουρισμός πόλεων.....	19
Εικόνα 3. Πολιτιστικός τουρισμός .....	21
Εικόνα 4. Θαλάσσιος τουρισμός .....	21
Εικόνα 5. Αθλητικός τουρισμός.....	23
Εικόνα 6. Τουρισμός περιπέτειας.....	24
Εικόνα 7. Θρησκευτικός τουρισμός.....	26
Εικόνα 8. Συνεδριακός τουρισμός.....	27
Εικόνα 9. Ιαματικός τουρισμός .....	29
Εικόνα 10. Εθελοντικός τουρισμός.....	29
Εικόνα 11. Σκοτεινός τουρισμός.....	30
Εικόνα 12. Χειμερινός τουρισμός .....	30
Εικόνα 13. Οινοτουρισμός.....	31
Εικόνα 14. Γαστρονομικός τουρισμός.....	31
Εικόνα 15. Αγροτουρισμός.....	35
Εικόνα 16. Καλλιέργειες τουριστών σε αγροτουριστική φάρμα.....	41
Εικόνα 17. Χάρτης Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών .....	61
Εικόνα 18. Σιδηροδρομικός σταθμός στο Καρπερό Γρεβενών .....	63
Εικόνα 19. Σαμαρίνα Γρεβενών.....	65
Εικόνα 20. Σμίξη Γρεβενών .....	65
Εικόνα 21. Αβδέλλα Γρεβενών.....	66
Εικόνα 22. Περιβόλι Γρεβενών .....	66
Εικόνα 23. Κρασιά Γρεβενών.....	67
Εικόνα 24. Ζιάκας Γρεβενών .....	68
Εικόνα 25. Σπήλαιο Γρεβενών .....	68
Εικόνα 26. Τρίκωμο Γρεβενών .....	69
Εικόνα 27. Αλατόπετρα Γρεβενών.....	70
Εικόνα 28. Δοτσικό Γρεβενών .....	70
Εικόνα 29. Φιλιππάιοι Γρεβενών.....	71
Εικόνα 30. Μικρολίβαδο Γρεβενών .....	72
Εικόνα 31. Μοναχίτι Γρεβενών .....	72
Εικόνα 32. Κηπουρείο Γρεβενών .....	72
Εικόνα 33. Καλλονή Γρεβενών .....	73



Εικόνα 34. Κυδωνιές .....	74
Εικόνα 35. Κυπαρίσσι.....	74
Εικόνα 36. Καρπερό Γρεβενών.....	75
Εικόνα 37. Το γεφύρι του Πασά.....	76
Εικόνα 38. Γεφύρι του Σταυροποτάμου.....	77
Εικόνα 39. Γεφύρι του Κυπαρισσίου .....	77
Εικόνα 40. Το γεφύρι του Ζιάκα .....	78
Εικόνα 41. Το γεφύρι στα Καγκέλια .....	78
Εικόνα 42. Το Γεφύρι του Δοτσικού.....	79
Εικόνα 43. Το Γεφύρι του Κουτσογιάννη .....	80
Εικόνα 44. Το Γεφύρι του Κάστρου .....	80
Εικόνα 45. Το Γεφύρι της Πορτίτσας.....	80
Εικόνα 46. Το Γεφύρι του Σπανού .....	81
Εικόνα 47. Μονή Μεταμορφώσεως του Σωτήρος Ζάβορδα .....	81
Εικόνα 48. Μονή Ευαγγελισμού Θεοτόκου .....	82
Εικόνα 49. Μονή Παναγίας Τουρνικίου .....	82
Εικόνα 50. Μονή Παναγίας Σπηλαίου.....	83
Εικόνα 51. Αγροτικός Συνεταιρισμός Καρπερού .....	92
Εικόνα 52. Συνεταιρισμός Γυναικών Αγίου Γεωργίου .....	92
Εικόνα 53. Κάτοψη Δίκλινου Δωματίου .....	114
Εικόνα 54. Κάτοψη Τετράκλινου Δωματίου.....	114



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα αποτελεί πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες εξαιτίας του φυσικού της πλούτου, των απέραντων ακτογραμμών της και των πολυάριθμων νησιών της. Ο τουρισμός στη χώρα μας ξεκίνησε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του 1960, μέσω των προσπαθειών προβολής του ΕΟΤ, που εστίαζαν στο μοντέλο ήλιος και θάλασσα (3S - sea, sun, sand) και την αρχαιολογική κληρονομιά. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, που ήταν έντονα εποχικός, εστίαζε σε νησιωτικές και παραθαλάσσιες περιοχές και ήταν ιδιαίτερα εξαρτημένος από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό (WWF, 2013).

Με την εμφάνιση της πανδημικής κρίσης του Covid-19, ο τουρισμός σε παγκόσμιο επίπεδο δέχθηκε μεγάλο πλήγμα, καθώς καταγράφηκε κατακόρυφη μείωση των μετακινήσεων και των ακυρώσεων από τους τουρίστες, με ιδιαίτερα μεγάλο αρνητικό οικονομικό αντίκτυπο παγκοσμίως. Με το πέρασμα στην περίοδο ύφεσης της πανδημικής κρίσης και τη δειλή επανεκκίνηση του τουρισμού, η ματιά στρέφεται στην επόμενη μέρα, δίνοντάς μας την ευκαιρία να οικοδομήσουμε εκ νέου τον τουριστικό τομέα με έναν πιο ασφαλή, ισότιμο και κλιματικά φιλικό τρόπο (UNWTO, 2022).

Το ενδιαφέρον των τουριστών μεταφέρεται πλέον σε μορφές τουρισμού διαφορετικές από αυτές του μαζικού, καθώς αναζητούν και επιλέγουν ολοένα και περισσότερο εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που τους δίνουν τη δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με τη φύση. Ο αγροτουρισμός, αποτελεί μια από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορεί να αναδειχθεί και να αναπτυχθεί στη χώρα μας, καθώς ο φυσικός και παραγωγικός της πλούτος την καθιστά ιδανική επιλογή.

Στο πλαίσιο αυτό, της ανάδειξης και της ανάπτυξης του αγροτουρισμού στη χώρα μας, στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας αποτελεί η παρουσίαση ενός επιχειρηματικού σχεδίου μιας ιδέας, που αφορά τη δημιουργία και τη λειτουργία ενός καινοτόμου και αμιγώς αγροτουριστικού καταλύματος στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της εργασίας έγκειται στη συλλογή πληροφοριών και δεδομένων από δευτερογενείς πηγές, ελληνική και



διεθνή βιβλιογραφία, έγκριτα δημοσιευμένα ελληνικά και διεθνή άρθρα κ.ά., καθώς και στην ανάλυση ποιοτικών δεδομένων που αφορούν το ίδιο το αγροτουριστικό κατάλυμα.

Η παρούσα εργασία διαρθρώνεται σε τέσσερα συνολικά κεφάλαια. Αναλυτικότερα, στο **1<sup>ο</sup> Κεφάλαιο** μελετώνται τόσο η έννοια όσο και τα χαρακτηριστικά του τουρισμού, δίνοντας έμφαση στις διαφορετικές μορφές του εναλλακτικού τουρισμού. Στο **2<sup>ο</sup> Κεφάλαιο** εξετάζεται η έννοια του αγροτουρισμού, οι διάφορες μορφές του και γίνεται μια προσπάθεια σκιαγράφησης του προφίλ των αγροτουριστών. Επιπλέον, γίνεται αναφορά στους στόχους του αγροτουρισμού, στα κίνητρα ανάπτυξης του, καθώς και στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του. Τέλος, στο εν λόγω κεφάλαιο πραγματοποιείται μια σύντομη παρουσίαση δεδομένων αναφορικά με τον αγροτουρισμό σε διεθνές και εγχώριο επίπεδο πριν και κατά την περίοδο της παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης του COVID-19.

Στο **3<sup>ο</sup> Κεφάλαιο** παρατίθενται πληροφορίες σχετικά με τις δυνατότητες ανάπτυξης του αγροτουρισμού στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών. Συγκεκριμένα, πρώτα παρουσιάζονται τα γεωμορφολογικά και δημογραφικά στοιχεία της εν λόγω Περιφερειακής Ενότητας και στη συνέχεια παρατίθενται σημαντικά χαρακτηριστικά αυτής που αποτελούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της περιοχής για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, που μπορούν να συνδυαστούν με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο Εθνικός Δρυμός της «Βάλια Κάλντα», το Εθνικό Πάρκο της Βόρειας Πίνδου, διάφορα παραδοσιακά χωριά και γεφύρια της περιοχής κ.ά..

Στο **4<sup>ο</sup> Κεφάλαιο** παρουσιάζονται αναλυτικά όλα τα συστατικά στοιχεία-μέρη ενός επιχειρηματικού σχεδίου που αφορά την ίδρυση και τη λειτουργία ενός καινοτόμου και αμιγώς αγροτουριστικού καταλύματος στο χωριό Καρπερό, του νοτιοδυτικού τμήματος της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών, που θα φέρει τον διακριτικό τίτλο «Δρυάδες».



## 1<sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 1.1 Ορισμός του τουρισμού

Αδιαμφισβήτητα ο τουρισμός, με τη διαρκή ανάπτυξη και την ποικιλομορφία του έχει εξελιχθεί στο ταχύτερα αναπτυσσόμενο οικονομικό τομέα παγκοσμίως. Το γεγονός αυτό του προσδίδει μια δυναμική που αποτελεί προβάδισμα στο να καταστεί ο ακρογωνιαίος λίθος στην κοινωνικό-οικονομική εξέλιξη (UNWTO, 2021). Με το πέρασμα των χρόνων, πραγματοποιήθηκαν πολλές προσπάθειες με σκοπό την απόδοση ενός ορισμού στον όρο «τουρισμός». Ωστόσο, το γεγονός ότι η έννοια του τουρισμού είναι εξαιρετικά πολύπλευρη, η απόδοση σε αυτήν ενός ενιαίου και περιεκτικού ορισμού, υπήρξε μια εξαιρετικά δύσκολη και απρόσφορη διαδικασία. Ως εκ τούτου, αναπτύχθηκαν αρκετοί διαφορετικοί ορισμοί, οι οποίοι διαφοροποιούνται ανάλογα με το οπτικό πρίσμα του εκάστοτε ερευνητή. Παρακάτω αναφέρονται κάποιοι από τους ορισμούς που έχουν διατυπωθεί για τον τουρισμό:

*Σύμφωνα με τον Lieper (1979), τουρισμός είναι «το σύστημα που περιλαμβάνει τη διακριτική μετάβαση και προσωρινή διαμονή ενός ατόμου μακριά από το σύνηθες μέρος διαμονής του για μία ή περισσότερες νύχτες, εξαιρώντας τις μετακινήσεις με σκοπό την αμοιβή στο μέρος μεταφοράς. Τα επίπεδα του συστήματος είναι οι τουρίστες, η περιοχή παραγωγής, οι διαδρομές μετάβασης, οι περιοχές προορισμού και η τουριστική βιομηχανία. Λειτουργώντας ως ανοιχτό σύστημα, η οργάνωση των πέντε παραπάνω επιπέδων γίνεται μέσα στα ευρύτερα περιβάλλοντα των σωματικών, ψυχικών, οικονομικών, πολιτικών και τεχνολογικών παραγόντων που αλληλεπιδρούν».*

Δύο χρόνια μετά οι Burkat & Medlick (1981) ανέφεραν πως «ο τουρισμός αποτελεί ένα φαινόμενο που προκύπτει από προσωρινές επισκέψεις (ή παραμονή μακριά από το σπίτι) εκτός του κανονικού τόπου κατοικίας για οποιονδήποτε λόγο πέραν της προώθησης ενός επαγγέλματος που αμείβεται από τον τόπο επίσκεψης» (LickorishL. andJenkinsC., 2011).

Το ίδιο έτος (1981) ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού διατύπωσε για τον τουρισμό, πως «κάθε άνθρωπος που μένει σε μια χώρα, ανεξάρτητα από την εθνικότητά του, ταξιδεύει σε ένα μέρος μέσα στη χώρα του εκτός από το σταθερό μέρος



διαμονής του, για μια περίοδο όχι λιγότερο από 24 ώρες ή ένα βράδυ για δραστηριότητα εκτός της αμοιβής του (εργασίας) στο τόπο που επισκέπτεται. Το κίνητρο του ταξιδιού μπορεί να είναι η διασκέδαση, οι διακοπές, η υγεία, οι σπουδές, η θρησκεία, ο αθλητισμός, η οικογένεια» (Smith, 1988).

Παρατηρώντας την εξέλιξη και τη μορφή του τουρισμού τα τελευταία χρόνια, δε θα μπορούσε κανείς να αμφισβητήσει πως έχει πάρει τη μορφή μιας τεράστιας, παγκόσμιας βιομηχανίας. Έτσι, κατά τον Smith (1988), «ο τουρισμός είναι το σύνολο όλων των επιχειρήσεων λιανεμπορίου, που παρέχει αγαθά στους ταξιδιώτες ανεξάρτητα από το κίνητρο του ταξιδιού τους ή τα προσωπικά τους χαρακτηριστικά».

## 1.2 Ιστορική εξέλιξη

Αρχέτυπες μορφές τουρισμού συναντώνται από τα αρχαία χρόνια. Σύμφωνα με τον Friedlander (1965) ήδη από τη ρωμαϊκή εποχή παρατηρήθηκε η τάση των πλούσιων ρωμαίων πολιτών να διαθέτουν ένα δεύτερο σπίτι, ως εξοχικό, στις ακτές της Νάπολη (Tower, 1991). Αργότερα, το 19<sup>ο</sup> αιώνα, στην Αγγλία αναπτύσσεται ο τουρισμός σε εγκαταστάσεις, όπως τα ιαματικά λουτρά και τα παραθαλάσσια θέρετρα (Gilbert, 2008). Στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, στη βόρεια Αμερική υπήρχε η τάση για επισκέψεις σε πάρκα και γενικότερα την εξοχή (Tower, 1991). Το μοτίβο αυτό ακολούθησαν και αρκετές χώρες στα επόμενα χρόνια, με τις παραλίες, τα βουνά και τα νησιά να είναι στις προτιμήσεις των τουριστών έως τα μέσα της δεκαετίας του 1990 (Rahmafritria et al., 2020).

Έως εκείνη την εποχή, ο τουρισμός αποτελούσε μεν μια μορφή βιομηχανίας, τα μέρη της οποίας όμως δούλευαν ανεξάρτητα το ένα από το άλλο. Από το 1945 και μετά, οπότε και παρατηρείται η πρώτη σημαντική αύξηση των δράσεων που εντάσσονται στην τουριστική βιομηχανία, τα δεδομένα αλλάζουν. Αυξάνεται ο ελεύθερος χρόνος και η περίοδος διακοπών. Οι εμπλεκόμενοι στον τουρισμό αρχίζουν να επικεντρώνονται περισσότερο στις ανάγκες του τουρίστα και προσπαθούν να ικανοποιήσουν όλο και περισσότερες δυνητικές επιθυμίες του με αποτέλεσμα να αυξάνεται και η ποιότητα στην παροχή υπηρεσιών (Lickorish L. and Jenkins C., 2011).



Από το 1960 ο τουρισμός αρχίζει σταδιακά να μορφοποιείται, αποκτώντας μια περισσότερο ολοκληρωμένη λειτουργία, που βασίζεται, πλέον, σε μια ολιστική προσέγγιση, στη συμπερίληψη διαφόρων κλάδων της οικονομίας και στην αντιμετώπισή του ως έναν σημαντικό τομέα ανάπτυξης και οικονομικών ευκαιριών (Murphy, 2013). Κατά τους Archer & Cooper (1994) το ενδιαφέρον των σχεδιαστών και των κυβερνητικών εκπροσώπων στρέφεται σε αυτόν, με αποτέλεσμα να μετατρέπεται από περιφερειακός παράγοντας σε μοχλό ενίσχυσης των οικονομιών. Καθώς η παγκοσμιοποίηση θεωρείται ήδη δεδομένη οι άνθρωποι γίνονται ολοένα και περισσότερο «εκλεπτυσμένοι» ταξιδιώτες, ενώ οι αποστάσεις που διανύουν μεγαλώνουν (Lickorish L. and Jenkins C., 2011). Συνεπεία των ανωτέρω, αποτελεί η εμφάνιση του μαζικού τουρισμού, ο οποίος είναι πλέον εδραιωμένος (Rahmafritria et al., 2020).

Αν και τα ανεξάρτητα ταξίδια δεν σταματούν, η προσοχή και το ενδιαφέρον των περισσότερων στρέφεται στα αποκαλούμενα «all-inclusive tours». Ο παραπάνω όρος αναφέρεται σε πακέτα ταξιδιών που περιλαμβάνουν από τη μετακίνηση και τη διαμονή ως το φαγητό και τις διάφορες παροχές σε μία, ενιαία, τιμή (Bahattin O., Beykan G., Rabia B., 2012). Με το πέρασμα των χρόνων, τα εν λόγω πακέτα διαμορφώνονται ώστε να καλύπτουν κάθε ανάγκη αλλά και κάθε οικονομικό υπόβαθρο και γίνονται πιο ευέλικτα, προσφέροντας διαφοροποιημένες προτάσεις για κάθε διαφορετικό μέλος μιας ομάδας τουριστών (π.χ. εθελοντική συμμετοχή στο γενικό πρόγραμμα, διαμονή σε διαφορετικά ξενοδοχεία, κ.ά.) (Lickorish L. and Jenkins C., 2011).

Ο Getz (1986) αναφέρει χαρακτηριστικά πως η έκρηξη της μετακίνησης των μαζών των προηγούμενων δεκαετιών, είχε τόσο περιβαλλοντικό όσο και κοινωνικό-πολιτιστικό αντίκτυπο. Συνέπεια αυτού, ήταν η έκκληση των κυβερνήσεων και της επιστημονικής κοινότητας προς την ανάπτυξη και υιοθέτηση (τόσο από τις επιχειρήσεις του κλάδου όσο και από τους ίδιους τους τουρίστες) βιώσιμων μορφών τουρισμού, προς τις οποίες στρέφονται σήμερα, όλο και περισσότεροι τουρίστες. Έτσι, εμφανίζονται συνεχώς καινούρια είδη τουρισμού και ομάδες τουριστών με νέα





ή διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά και προτιμήσεις. Μερικά από αυτά μελετώνται στις ενότητες που ακολουθούν.

### 1.3 Τα είδη του τουρισμού

#### 1.3.1 Οικοτουρισμός

Σύμφωνα με τον Honey (1999), ο “Οικοτουρισμός” αναπτύχθηκε μαζί με το περιβαλλοντικό κίνημα τις δεκαετίες 1970-1980 (Blamey, 2001). Ο πρώτος επίσημος ορισμός διατυπώθηκε από τον Ceballos-Lascurain (1967), ο οποίος ορίζει τον οικοτουρισμό ως *«ένα ταξίδι που σχετίζεται με παρθένα τοπία με συγκεκριμένο αντικείμενο μελέτης, θαυμασμού και απόλαυσης του τοπίου και της άγριας χλωρίδας και πανίδας, όπως και κάθε υπάρχουσας πολιτιστικής εκδήλωσης (του παρόντος και του παρελθόντος) που υπάρχει στην περιοχή»* (Blamey, 2001). Ακολούθησαν και άλλοι ορισμοί από τους Steele (1995) και Wallace & Pierce (1996) οι οποίοι κινούνται στο ίδιο μοτίβο με τα παραπάνω, καθώς αναφέρονται σε φυσικά και μη επεμβατικά τοπία, στα οποία οι τουρίστες διασκεδάζουν και μελετούν το φυσικό κόσμο, τη χλωρίδα, τη γεωλογία, τα οικοσυστήματα, την κουλτούρα και τους ανθρώπους χωρίς να επεμβαίνουν σε αυτά, συμβάλλοντας έτσι στη διατήρηση της βιωσιμότητάς τους. Όπως αναφέρει ο Blamey (2001), ο οικοτουρισμός βασίζεται σε τρεις διαστάσεις:

- α) στη φύση
- β) στην περιβαλλοντική επιμόρφωση και
- γ) στη βιωσιμότητα.

Εμβαθύνοντας στην πρώτη από τις τρεις διαστάσεις του Blamey (2001), ο Whelam (1991) εστιάζει στην επαφή με τη φύση και την άγρια πανίδα και την ανακούφιση από την πίεση της καθημερινότητας που απορρέει μέσα από συγκεκριμένα ενδιαφέροντα και δραστηριότητες, όπως πεζοπορία, παρακολούθηση πουλιών, κανό και καγιάκ κ.ά..

Όσον αφορά τη διάσταση της περιβαλλοντικής επιμόρφωσης, αυτή αφορά τη δυνατότητα που προσφέρεται στον τουρίστα να αποκτήσει γνώσεις για τα φυτά, τα ζώα, τα τοπία και ό,τι είναι μοναδικό σε κάθε περιοχή. Άλλωστε, θα πρέπει να



αναφερθεί ότι οι ανάγκες για γνώση και εκπαίδευση κάθε τουρίστα διαφέρουν. Κάποιες φορές μπορεί να είναι περισσότερο παθητικές και άλλοτε πιο ενεργητικές (Blamey, 2001).

Τέλος, η διάσταση της βιωσιμότητας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη βιώσιμη χρήση των φυσικών πόρων, τη μείωση των ρύπων και των σκουπιδιών, τη διατήρηση της βιοποικιλότητας, την υποστήριξη των τοπικών οικονομιών και την ανάπτυξη του τουρισμού, σύμφωνα με συγκεκριμένο πλάνο και όχι αυθαίρετα (Blamey, 2001).

Οι βασικές αρχές στις οποίες στηρίζεται ο οικοτουρισμός συνιστούν (TheInternationalEcotourismSociety, 2021):

- Μείωση του σωματικού, κοινωνικού, συμπεριφορικού και ψυχολογικού αποτελέσματος.
- Οικοδόμηση περιβαλλοντικής και πολιτιστικής συνείδησης καθώς και του αντίστοιχου σεβασμού προς αυτό.
- Παροχή θετικών εμπειριών τόσο στους επισκέπτες όσο και στους οικοδεσπότες.
- Παροχή άμεσων οφελών για την προστασία και τη διατήρηση του φυσικού πλούτου.
- Δημιουργία οικονομικών οφελών, τόσο για τους κατοίκους του οικοτουριστικού προορισμού όσο και για τις επιχειρήσεις του ιδιωτικού κλάδου που δραστηριοποιούνται στην εκάστοτε περιοχή.
- Προσφορά αξέχαστων εμπειριών στους επισκέπτες, που συμβάλλουν στην αύξηση της ευαισθησίας στο πολιτιστικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό κλίμα των χωρών υποδοχής.
- Σχεδιασμός, κατασκευή και λειτουργία εγκαταστάσεων χαμηλού περιβαλλοντικού αντίκτυπου.



Εικόνα 1. Οικοτουρισμός  
Πηγή: (ThoughtCo. 2020)



- Αναγνώριση δικαιωμάτων και πνευματικών πεποιθήσεων των κατοίκων της περιοχής, με την ταυτόχρονη ενδυνάμωση των συνεργασιών.

Συνοψίζοντας τα ανωτέρω, είναι δυνατόν να ειπωθεί πως μέσα από αυτή την επαφή του ανθρώπου με το περιβάλλον και την τοπική κοινωνία στα πλαίσια του οικοτουρισμού, είναι δυνατή η δημιουργία καινούργιων σχέσεων μεταξύ του ανθρώπου και του περιβάλλοντος, μεταξύ ανθρώπων με διαφορετικό τρόπο ζωής και μεταξύ δυνάμεων που οδηγούν τόσο στην αλλαγή όσο και στη σταθερότητα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ακολουθία μιας πορείας, από το παγκόσμιο στο τοπικό (from global to local) (Wall, 1996).

### 1.3.2 Τουρισμός πόλεων

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WorldTourismOrganization (UNWTO), 2021), *“Τουρισμός Πόλεων”* ή αλλιώς αστικός τουρισμός είναι *«ο τύπος του τουρισμού που λαμβάνει χώρα σε αστικές περιοχές, που δεν χαρακτηρίζονται από αγροτική δραστηριότητα αλλά η οικονομία τους στηρίζεται στην μεταποίηση, το εμπόριο και τις μεταφορές»*. Υπάρχουν διάφορες δραστηριότητες για τις οποίες οι τουρίστες επιλέγουν τον κάθε προορισμό, όπως η επίσκεψη σε μουσεία και σε γκαλερί τέχνης, κτήρια και μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς, ακόμα και φεστιβάλ, παρελάσεις, συνέδρια ή τη νυχτερινή ζωή της πόλης.

Η αυξανόμενη τάση αυτού του είδους του τουρισμού τα τελευταία χρόνια οφείλεται κυρίως στο μεγάλο εύρος πολλών και διαφορετικών πολιτιστικών ευκαιριών που



Εικόνα 2. Τουρισμός πόλεων  
Πηγή: (Tripadvisor 2015)

προσφέρονται στο σχετικά μικρό και περιορισμένο χώρο των πόλεων (Bock, 2015). Επιπλέον, η έντονη αστικοποίηση του πληθυσμού τον ωθεί να επιλέγει άλλες πόλεις ως τουριστικούς προορισμούς (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), 2014). Η ευκολία στη μετακίνηση αποτελεί έναν ακόμη λόγο της ροπής των τουριστών προς



τον αστικό τουρισμό, καθώς το εκτεταμένο δίκτυο των πτήσεων και τα άλλα μέσα μαζικής μεταφοράς καθιστούν την πρόσβαση, μα και την μετακίνηση εντός των πόλεων, ευκολότερη και φθηνότερη, μειώνοντας ταυτόχρονα το χρόνο ταξιδιού (Bock, 2015).

Τα παραπάνω σε συνδυασμό με την τάση της αύξησης του αριθμού των ταξιδιών ανά έτος και τη μείωση της διάρκειάς τους ωθούν τους τουρίστες στο σχεδιασμό και την υλοποίηση περισσότερων ολιγοήμερων διακοπών κατά τη διάρκεια του έτους (Tripadvisor, 2015).

Όλα δείχνουν, πως ο αστικός τουρισμός θα συνεχίσει να διαγράφει ανοδική πορεία και τα επόμενα χρόνια, με αποτέλεσμα τα αστικά κέντρα να κληθούν να διαχειριστούν μεγάλα τουριστικά κύματα και να αντιμετωπίσουν τις όποιες συνέπειές τους (Inayatullah, 2011).

### **1.3.3 Πολιτιστικός τουρισμός**

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) ως “*Πολιτιστικός Τουρισμός*” χαρακτηρίζεται εκείνος που έχει ως κίνητρο εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και μνημεία, καθώς επίσης και την μελέτη του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης. Το γενικότερο πλαίσιο του πολιτιστικού τουρισμού περιγράφει τον επισκέπτη – τουρίστα ως ένα άτομο που έχει την ανάγκη να κατανοήσει και να εκτιμήσει τον χαρακτήρα ενός τόπου και τον πολιτισμό του. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό που κυμαίνεται στο 15% σε ετήσια βάση, καθώς και το ότι το 40% περίπου των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει τουλάχιστον ένα πολιτιστικό στοιχείο (UNWTO 2022).



Η Ελλάδα είναι μια χώρα με μεγάλη και υψηλής αξίας πολιτιστική κληρονομιά με πληθώρα αρχαίων μνημείων, μουσείων, αρχαιολογικών χώρων που της προσδίδουν συγκριτικό πλεονέκτημα όσον αφορά την δυνατότητα προσέλκυσης πολιτιστικών τουριστών, καθώς επίσης και τη διεκδίκηση ενός αξιόλογου μεριδίου της αγοράς αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού (Βενετσανοπούλου, 2006).



Εικόνα 3. Πολιτιστικός τουρισμός  
Πηγή: (AfricanPangolinSafaris.com 2023)

Συγκρινόμενος με τις λοιπές μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα, ο πολιτιστικός τουρισμός κερδίζει καθημερινά μεγαλύτερο μερίδιο στις προτιμήσεις των επισκεπτών και μάλιστα αποτελεί μια βιώσιμη μορφή τουριστικής ανάπτυξης των περιοχών, δίνοντας τους την δυνατότητα ολιστικής αναπτυξιακής θεώρησης στις σύγχρονες κοινωνίες (McKercher B. & Du Cros H., 2015).

### 1.3.4 Θαλάσσιος τουρισμός

Ο ορισμός του όρου “*θαλάσσιος Τουρισμός*”, αποτελεί ένα έργο εξίσου δύσκολο με την προσπάθεια ορισμού του όρου «τουρισμός». Ένας γενικά αποδεκτός ορισμός αναφέρεται στις «*ψυχαγωγικές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν ταξίδια μακριά από το μέρος διαμονής κάποιου και τα οποία επικεντρώνονται στο θαλάσσιο περιβάλλον και σε δραστηριότητες όπως το ψάρεμα, οι καταδύσεις, η ιστιοσανίδα, η παρακολούθηση θαλάσσιων θηλαστικών και πουλιών, οι κρουαζιέρες και όλες οι δραστηριότητες της παραλίας*» (Orams, 1999). Μεταγενέστεροι ορισμοί σχετίζονται με τις



Εικόνα 4. Θαλάσσιος τουρισμός  
Πηγή: (Blue-Growth.org 2023)



δραστηριότητες όπως «η παρακολούθηση φαλαινών, η εξερεύνηση κοραλλιογενών υφάλων, οι κρουαζιέρες και τα θαλάσσια γεγονότα» (Hall, 2001) ή «οι ναυτικές δραστηριότητες, ψυχαγωγικού ή αθλητικού χαρακτήρα, που λαμβάνουν χώρα σε μεγάλο όγκο νερού» (Bendmar, 2006).

Σύμφωνα με τον King (1993), ο θαλάσσιος τουρισμός ξεκίνησε από την υψηλή κοινωνία της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, τα μέλη της οποίας χρησιμοποιούσαν «τα νησιά της απόδρασης» για την ξεκούρασή τους (Basiron, 1997), συνεχίστηκε με τον παράκτιο τουρισμό στη δυτική Ευρώπη το 1750-1840 (Corbin, 1994) και κορυφώθηκε με τον μαζικό τουρισμό του 20<sup>ου</sup> αιώνα (Basiron, 1997). Πλέον συνιστά τον ταχύτερα αναπτυσσόμενο κλάδο του τουρισμού και σύμφωνα με μελέτες αναμένεται να αποτελεί το 26% της παγκόσμιας ωκεάνιας οικονομίας μέχρι το 2030 (Dwyer, 2018). Βέβαια, δε θα πρέπει να μη λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι τα οικονομικά πλεονεκτήματα που προσφέρει ο θαλάσσιος τουρισμός μπορούν να συνδυαστούν με την προστασία των οικοσυστημάτων που βρίσκονται σε κίνδυνο και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας, ώστε να επιτευχθεί η προώθηση του βιώσιμου θαλάσσιου τουρισμού (Hall, 2001).

### 1.3.5 Αθλητικός τουρισμός

Με τον όρο “Αθλητικός Τουρισμός” ορίζεται η συμμετοχή κάποιου - είτε αυτή είναι ενεργητική είτε είναι παθητική - σε αθλητικές δραστηριότητες που στοχεύουν είτε στην ψυχαγωγία είτε στην άθληση του ατόμου. Η συμμετοχή του ατόμου μπορεί να είναι είτε τυχαία είτε οργανωμένη, οι δε λόγοι συμμετοχής ενδέχεται να είναι επιχειρηματικοί ή άλλοι.

Ο αθλητικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο κατηγορίες ανάλογα με τον επιδιωκόμενο σκοπό. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει την συμμετοχή ή την παρακολούθηση ενός αθλητικού γεγονότος. Αναλυτικότερα, περιλαμβάνει τους αθλητές ή τις αθλητικές ομάδες που έχουν ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις και διαγωνισμούς, αλλά και τους τουρίστες που στόχο έχουν την παρακολούθηση αθλητικών αγώνων, τοπικής ή διεθνούς εμβέλειας, όπως είναι, για παράδειγμα, τα παγκόσμια



πρωταθλήματα και οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε αθλητικές δράσεις όπως είναι, για παράδειγμα, ο μαραθώνιος της Αθήνας. Η τρίτη και τελευταία κατηγορία περιλαμβάνει αποκλειστικά την αναψυχή, αφού οι τουρίστες στοχεύουν στη διασκέδαση αλλά και την βελτίωση της φυσικής τους κατάστασης. Έτσι η τελευταία αυτή κατηγορία σχετίζεται με δραστηριότητες όπως είναι το σκι, η ποδηλασία, το γκολφ κ.ά. (Ν.4582/2018 -Ειδικές Μορφές Τουρισμού- 2018).



Εικόνα 5. Αθλητικός τουρισμός  
Πηγή: (CBI Minister of Foreign Affairs 2023)

### 1.3.6 Τουρισμός περιπέτειας

Με τον όρο “Τουρισμός Περιπέτειας” ορίζεται η μορφή εκείνη τουρισμού, που έχει έντονο το στοιχείο του κινδύνου, του ρίσκου και της δράσης. Αναλυτικότερα, οι δραστηριότητες του τουρισμού περιπέτειας περιλαμβάνουν κάθε είδος δραστηριότητα ήπιας, έντονης ή ακόμη και ακραίας περιπέτειας που πραγματοποιείται άπαξ ή ακόμη και περιστασιακά. Οι δραστηριότητες αυτές πραγματοποιούνται τις περισσότερες φορές σε ένα απομονωμένο ή δυσπρόσιτο προορισμό, όπως είναι για παράδειγμα η θάλασσα, μια λίμνη, ένα ποτάμι, ημιορεινές ή ορεινές ζώνες κ.ά. (Ακαδημία Ιαματικής Ιατρικής 2020).



Κυριότερες δραστηριότητες του τουρισμού αυτής της κατηγορίας αποτελούν η πεζοπορία, η ορειβασία, η κατάβαση ποταμού (γνωστό και ως rafting), η διάσχιση φαραγγιού (canoying), σκι εκτός πίστας, το bungee jumping, το αλεξίπτωτο πλαγιάς, το κυνήγι, το σαφάρι, το ποδήλατο βουνού, η υποβρύχια κατάδυση, η ιππασία κ.ά.



Εικόνα 6. Τουρισμός περιπέτειας  
Πηγή: (Adventurati Outdoor.com 2023)

Η Ελλάδα είναι μια ορεινή χώρα με πολλά βουνά, άγρια τοπία, βραχώδεις περιοχές και δάση. Το γεγονός αυτό την καθιστά έναν δημοφιλή προορισμό για την ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού, μέσα από την υλοποίηση πολυάριθμων υπαίθριων δραστηριοτήτων. Έτσι τα τελευταία χρόνια δημιουργούνται ολοένα και περισσότερες σχολές, με έμπειρο προσωπικό και κατάλληλο εξοπλισμό προκειμένου να προσφέρουν νέα ερεθίσματα σε όποιον το επιθυμεί, μέσα από την παρακίνηση προς την άσκηση, χωρίς απαιτήσεις και προσδοκίες υψηλής απόδοσης. Με τον τρόπο αυτό, μέσα από την ικανοποίηση και την ευχαρίστηση των συμμετεχόντων, επιτυγχάνεται τόσο η σωματική και η κινητική όσο και η ψυχική βελτίωση. Ο τουρισμός περιπέτειας τα επόμενα χρόνια αναμένεται να αυξηθεί σε παγκόσμιο επίπεδο χάρη στην επιθυμία του ατόμου να εκτονωθεί από το έντονο στρες και την ρουτίνα της σύγχρονης ζωής (Ηγουμενάκης Ν. & Κραβαρίτης Κ., 2004).





### 1.3.7 Θρησκευτικός τουρισμός

Η έννοια του “Θρησκευτικού Τουρισμού” χρησιμοποιείται για την περιγραφή του συνόλου των τουριστικών δραστηριοτήτων, που περιλαμβάνουν το ταξίδι ενός μόνον επισκέπτη ή ακόμη και μιας ομάδας σε τόπους, χώρους και μνημεία με θρησκευτική σημασία. Ο σκοπός της επίσκεψης μπορεί να είναι θρησκευτικός (λατρευτικός), πολιτιστικός και εκπαιδευτικός, ακόμη και απλά ενημερωτικός.

Αυτό το είδος τουρισμού δεν είναι καινούργιο, αφού πρόκειται για την παλαιότερη και την επικρατέστερη μορφή μετακίνησης του ανθρώπου. Από την αρχαιότητα ακόμη, η ανάγκη του ανθρώπου για το Θείο τον οδήγησε σε θρησκευτικά κέντρα. Στην χώρα μας, μια χώρα με βαθιά πίστη και ευλάβεια στον Θεό, οι πιστοί συνήθιζαν εδώ και αιώνες να κατευθύνονται σε θρησκευτικά μνημεία με κεντρικό κίνητρο το προσκύνημα ή/και την συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις, ακόμη και στην εκπλήρωση κάποιου τάματος (Ν.4582/2018 -Ειδικές Μορφές Τουρισμού- 2018).

Σήμερα ο Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί ένα ειδικό τουριστικό προϊόν, που έχει την βάση του στο διακριτό πολιτιστικό υπόβαθρο, καθώς επίσης και στις πολλές παραδόσεις αυτού του τόπου. Σε πολλές περιοχές της Ελλάδας ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να επισκεφτεί πληθώρα κτισμάτων και μνημείων λατρείας, όχι μόνον της ορθοδοξίας αλλά και άλλων θρησκειών.

Οι βυζαντινοί και οι μεταβυζαντινοί ναοί με την ιδιαίτερη εικονογράφηση τους, τα ψηφιδωτά, οι τοιχογραφίες και οι σπάνιες εικόνες, τα μοναστήρια, τα θαυματουργά εξωκλήσια σε όλες τις γωνιές της χώρας και γενικότερα όλα τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας αποτελούν ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής κληρονομιάς. Ως εκ τούτου, κεντρίζουν το ενδιαφέρον όχι μόνο των Ελλήνων αλλά και των ξένων επισκεπτών.

Μερικά από τα θρησκευτικά κέντρα που συγκεντρώνουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών είναι το Άγιο Όρος, τα ιδιαίτερα μοναστήρια των Μετεώρων, η Παναγία της Τήνου, η Παναγία η Εκατονταπυλιανή στην Πάρο, η Παναγία Σουμελά, το Σπήλαιο της Αποκάλυψης και η Μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου στην Πάτμο, το μοναστήρι



του Αγίου Ιωάννη του Ρώσου στην Εύβοια, το μοναστήρι του Αγίου Ραφαήλ στην Μυτιλήνη κ.ά. (VisitGreece.gr 2023)

Σε όλη την διάρκεια του έτους τελούνται πανηγύρεις με τοπικό ή πανελλήνιο χαρακτήρα, με ήθη και έθιμα πολλών αιώνων που δίνουν την δυνατότητα στον επισκέπτη να τα παρακολουθήσει. Τέτοιες γιορτές είναι το Πάσχα, η Κοίμηση της Θεοτόκου στις 15 Αυγούστου, αλλά και γιορτές των αγίων της Ορθόδοξης εκκλησίας που τιμώνται με ιδιαίτερη λαμπρότητα. Αυτός ο τουρισμός έχει περιορισμένη διάρκεια που κυμαίνεται από μια έως τρεις ημέρες, ενώ αποτελεί ένα οικονομικό είδος τουρισμού, συγκριτικά με τις άλλες μορφές τουρισμού. Από την άλλη πλευρά τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν στους θρησκευτικούς αυτούς τόπους είναι ιδιαίτερα σημαντικά για την τοπική κοινωνία (Ανδριώτης, 2008).



Εικόνα 7. Θρησκευτικός τουρισμός  
Πηγή: (OrthodoxiaNewsAgency.gr 2022)

### 1.3.8 Συνεδριακός τουρισμός

Ο όρος «Επαγγελματικός Τουρισμός» περιλαμβάνει τα συνέδρια, τις εκθέσεις, τα επαγγελματικά ταξίδια, καθώς και την οργάνωση συνεδρίων, διεθνών εκθέσεων ή συναντήσεων με συμμετέχοντες από τοπικό μέχρι και διεθνές επίπεδο. Ο επαγγελματικός τουρισμός διακρίνεται σε συνεδριακό τουρισμό, σε εκθεσιακό τουρισμό και τέλος, σε ταξίδια κινήτρων (Βενετσανοπούλου, 2006)



Εικόνα 8. Συνεδριακός τουρισμός  
Πηγή: (Tour-Market.gr 2018)

Με τον όρο «Συνεδριακός Τουρισμός» ορίζονται όλες οι οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες, που στόχο έχουν την ενημέρωση των επισκεπτών γύρω από επιστημονικά θέματα, την ανταλλαγή γνώσεων και απόψεων μεταξύ των παρευρισκομένων, στο πλαίσιο ενός προκαθορισμένου προγράμματος. Από την άλλη πλευρά, ο *Εκθεσιακός Τουρισμός* περιλαμβάνει την διοργάνωση εκθέσεων από επιχειρήσεις, φορείς, ακόμη και κράτη, με στόχο να δημιουργηθούν οι ιδανικές προϋποθέσεις που θα ευνοούν την διάδοση πληροφοριών. Τέλος, τα *Ταξίδια Κινήτρων* είναι μια τελείως διαφορετική κατηγορία, καθώς πρόκειται για πολυτελή ταξίδια που πληρώνει η επιχείρηση με συγκεκριμένη διάρκεια και που στόχο έχουν να ανταμείψουν τον εργαζόμενο για την απόδοσή του κατά την εργασία του (Κραβαρίτης Κ & Παπαγεωργίου Ν., 2007).

Σε γενικές γραμμές είναι χρήσιμο να αναφερθεί πως ο επαγγελματικός τουρισμός πραγματοποιείται από ένα μικρό τμήμα του πληθυσμού, που χαρακτηρίζεται από διαφορετικά κίνητρα και συγκεκριμένους επιχειρηματικούς στόχους. Επίσης, αποτελεί μια υψηλής ποιότητας μορφή τουρισμού με προορισμούς συνήθως πόλεις και βιομηχανικές περιοχές, καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Με τον τρόπο αυτό διατηρείται η μόνιμη απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού, που επηρεάζεται σε πολύ λιγότερο βαθμό από πιθανές οικονομικές κρίσεις, καταστροφές ή επιδημίες συγκριτικά με τον τουρισμό αναψυχής. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το δεδομένο, ότι ο μέσος επαγγελματίας τουρίστας συγκριτικά με τον τουρίστα αναψυχής είναι σε



καλύτερη οικονομική κατάσταση, γεγονός που του δίνει την ικανότητα να ξοδέψει περισσότερα χρήματα στο ταξίδι του (Marin-Pantelescu, 2011).

### 1.3.9 Ιαματικός τουρισμός

Ο τουρισμός υγείας αποτελεί ένα ξεχωριστό είδος παροχής τουριστικών υπηρεσιών σύμφωνα με τον οποίο η πρόληψη ή η θεραπεία μιας ασθένειας - σωματικής ή ψυχικής - συνδυάζεται με τις διακοπές. Τρεις είναι οι κατηγορίες του τουρισμού υγείας: ο ιατρικός τουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας. Στην πρώτη περίπτωση, στον *ιατρικό τουρισμό*, ένα άτομο που αντιμετωπίζει ένα πρόβλημα υγείας μεταβαίνει στον τόπο που θα λάβει την ιατρική περίθαλψη για την αντιμετώπισή του. Στην περίπτωση αυτή, ο ασθενής, τις περισσότερες φορές, συνοδεύεται από ένα φίλο ή συγγενή του, ο οποίος διαμένει κοντά του, για όλο το διάστημα που θα διαρκέσει η θεραπεία του. Ο *τουρισμός ευεξίας* αποτελεί το άθροισμα όλων των σχέσεων και των φαινομένων που απορρέουν από ένα ταξίδι, που στόχο έχει να αποκαταστήσει ή να διατηρήσει τη σωματική και την πνευματική υγεία του ατόμου και να βελτιώσει την ποιότητα της ζωής του. Τέλος, ο *ιαματικός τουρισμός* αποτελεί ένα ξεχωριστό είδος παροχής τουριστικών υπηρεσιών σε περιοχές που υπάρχουν ιαματικοί φυσικοί πόροι και ειδικές εγκαταστάσεις (κέντρα θαλασσοθεραπείας, ιαματικά λουτρά, spa, κ.ά.) με στόχο τη θεραπεία του ατόμου από κάποια ασθένεια ή την επίσκεψη για λόγους ξεκούρασης και χαλάρωσης (N.4582/2018 -Ειδικές Μορφές Τουρισμού- 2018) .

Στην Ελλάδα, ο τουρισμός υγείας έχει συνδεθεί με τον ιαματικό τουρισμό, κυρίως χάρη στις πολλές ιαματικές πηγές πάνω στις οποίες βασίζονται μεγάλες τουριστικές μονάδες. Μέχρι πριν λίγα χρόνια ο ιαματικός τουρισμός απευθύνονταν σε άτομα τρίτης ηλικίας, οι οποίοι επισκέπτονταν τις ιαματικές πηγές μετά από την προτροπή του θεράποντα ιατρού τους (Βενετσανοπούλου, 2006).



Στην χώρα μας υπάρχουν 23 ιαματικές πηγές με τουριστικό ενδιαφέρον, από τις οποίες οι 11 λειτουργούν υπό την εποπτεία του Ε.Ο.Τ.. Μερικές από τις σπουδαιότερες ιαματικές πηγές της χώρας είναι αυτές της Αιδηψού, του Καιάφα, της Κύθνου, της Κυλλήνης, του Λουτρακίου, του Σμοκόβου, της Ικαρίας κ.ά.) (Σπάθης Σ., 2000).



Εικόνα 9. Ιαματικός τουρισμός  
Πηγή: (Yraithros.gr 2020)

### 1.3.10 Άλλες μορφές τουρισμού

Επιπλέον μορφές του τουρισμού συνιστούν:

➤ Εθελοντικός Τουρισμός: ο οποίος αποτελεί ένα σχετικά νέο είδος τουρισμού. Ο εθελοντικός τουρισμός απευθύνεται σε τουρίστες οι οποίοι σκοπεύουν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με την εθελοντική εργασία, στοχεύοντας στη συνδρομή τους σε διάφορες κοινωνικές ομάδες ή σε κάποιες περιοχές που αντιμετωπίζουν σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα. Εκτός από το οικονομικό όφελος για την περιοχή όπου αναπτύσσεται ο εθελοντικός τουρισμός υπάρχει και θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία και στο περιβάλλον (NatanU., ArieR. &AmosR., 2003).



Εικόνα 10. Εθελοντικός τουρισμός  
Πηγή: (GoHawaii.com 2022)

➤ Σκοτεινός Τουρισμός: αποτελεί μια νέα επίσης μορφή τουρισμού, σύμφωνα με την οποία οι τουριστικές περιοχές, που αποτελούν τους προορισμούς των τουριστών, έχουν συνδεθεί κατά το παρελθόν με καταστροφικά γεγονότα επιφέροντας τον ανθρώπινο πόνο. Τέτοιες περιοχές, αποτελούν στρατόπεδα συγκέντρωσης, ζώνες πολέμου, περιοχές όπου στο παρελθόν έχουν υποστεί πυρηνικές καταστροφές κ.ά..



Με τον τρόπο αυτό ο επισκέπτης είναι σε θέση να κατανοήσει καλύτερα τον κόσμο και γενικότερα γεγονότα που προκαλούν τον πόνο και τη δυστυχία. Τέτοια παραδείγματα είναι το Άουσβιτς στην Πολωνία, το Τσερνομπίλ στην Ουκρανία, το Peace Memorial Park στην Χιροσίμα, τα Μουσεία Γενοκτονίας στο Αφγανιστάν κ.ά. (Tarlow, 2005). Στην χώρα μας χαρακτηριστικά παραδείγματα σκοτεινού τουρισμού αποτελούν το νησί της Σπιναλόγκας, χώροι Ολοκαυτωμάτων, ιστορικών και στρατιωτικών νεκροταφείων.



Εικόνα 11. Σκοτεινός τουρισμός  
Πηγή: (CNNtravel.com 2019)

► Χειμερινός Τουρισμός: που συνιστά μια ήπια μορφή τουρισμού, η οποία αναπτύσσεται στην ύπαιθρο και δεν έχει αντίκτυπο στο περιβάλλον. Αποτελεί τουριστικό προϊόν για πολλές χώρες και είναι συνδεδεμένος με χειμερινά σπορ όπως το σκι, η χιονοσανίδα (snowboard), το έλκηθρο χιονιού, αλλά και δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε χιονοδρομικά κέντρα, ξενοδοχεία, σχολές εκμάθησης σπορ και εγκαταστάσεις τουρισμού υγείας σε ορεινούς οικισμούς (BichlerB. & PikkemaatB., 2021). Η Ελλάδα αποτελεί ιδανική περίπτωση χειμερινού προορισμού, καθώς οι κακοκαιρίες διαρκούν λίγο και ο ήλιος επικρατεί ακόμη και στο βαθύ χειμώνα. Ακόμη διαθέτει χιονοδρομικά κέντρα υψηλών προδιαγραφών. Βέβαια, θα πρέπει να τονισθεί πως η κλιματική αλλαγή των τελευταίων ετών αποτελεί κίνδυνο και προκαλεί ανησυχία για τον χειμερινό τουρισμό παγκοσμίως.



Εικόνα 12. Χειμερινός τουρισμός  
Πηγή: (Οικονομικός Ταχυδρόμος 2023)

► Οινικός και Γαστρονομικός τουρισμός: αποτελούν δύο ακόμη νέα είδη τουρισμού στην Ελλάδα, τα οποία αντιμετωπίζονται ως τρόποι διαφοροποίησης της αγροτικής βάσης της υπαίθρου όσον αφορά την παραγωγή, την κατανάλωση αλλά και την εισαγωγή της καινοτομίας. Είναι σχετικά καινούριοι όροι και συνδυάζουν το φαγητό και το ποτό με την τοπική ταυτότητα και την πολιτισμική κληρονομιά.



Περιλαμβάνουν δραστηριότητες όπως τα street food festivals, το φαγητό σε παραδοσιακά εστιατόρια, τις επισκέψεις σε τοπικές αγορές, τις επισκέψεις σε αμπελώνες, τη γευσιγνωσία κρασιού. Και τα δύο είναι είδη τουρισμού που δραστηριοποιούν και τις πέντε αισθήσεις και δημιουργούν έντονες αναμνήσεις (KivelaJ. &CrootsJ., 2005; Carlsen, 2004).



Εικόνα 14. Οινοτουρισμός  
Πηγή: (WineTourism.com 2018)



Εικόνα 13. Γαστρονομικός τουρισμός  
Πηγή: (LeCordonBleu 2023)

## 1.4 Κατηγορίες τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο. Η ταξινόμηση του τουρισμού διακρίνεται σε κάποιες κατηγορίες λόγω όχι μόνο του μεγάλου εύρους της τουριστικής αγοράς αλλά και των διαφορετικών κινήτρων των ταξιδιωτών.

### 1.4.1 Ατομικός τουρισμός

Με τον όρο «Ατομικός Τουρισμός» ορίζεται η διαδικασία της ατομικής οργάνωσης και εκτέλεσης ενός ταξιδιού με κύριο σκοπό την αναψυχή. Σε αυτή την περίπτωση, ο τουρίστας κάνει χρήση ατομικών - ιδιωτικών μέσων μετακίνησης (π.χ. αυτοκίνητο, τροχόσπιτο, σκάφος κ.ά.) όχι μόνο για την μετάβαση, αλλά και για την παραμονή του στον τόπο προορισμού του. Ο ατομικός τουρισμός στηρίζεται στην έννοια του ΙΙΤ (Individual Inclusive Tours), σύμφωνα με την οποία παρέχεται η δυνατότητα στον τουρίστα να προμηθευτεί και να χρησιμοποιήσει μεμονωμένα τουριστικά πακέτα, των οποίων η τιμή συνήθως είναι ακριβότερη από εκείνη των αντιστοίχων που προσφέρονται στην περίπτωση του GIT (Group Inclusive Tours). Σε ένα GIT, ο



τουρίστας ταξιδεύει στον προορισμό της επιλογής του ομαδικά, μέσω οργανωμένων τουριστικών πακέτων από επιχειρήσεις παροχής τουριστικών υπηρεσιών (Ηγουμενάκης Ν. & Κραβαρίτης Κ., 2004).

#### 1.4.2 Μαζικός τουρισμός

Στην περίπτωση του «*Μαζικού Τουρισμού*» ο ταξιδιώτης εντάσσεται σε ένα συλλογικό πλαίσιο με συγκεκριμένα σχήματα συμπεριφοράς για να πραγματοποιήσει το ταξίδι του με άλλα άτομα, ικανοποιώντας τις ανάγκες του σε επίπεδο αναψυχής, ξεκούρασης και άλλων δραστηριοτήτων. Χαρακτηρίζεται λοιπόν από ομαδικότητα και δεν σχετίζεται αποκλειστικά και μόνο με τον τύπο τουρισμού με στόχο την αναψυχή. Την βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί ένα σύστημα GIT (Group Inclusive Tours), το οποίο προσφέρει στους τουρίστες όλες τις αναγκαίες υπηρεσίες που σχετίζονται με το μεταφορικό μέσο, την διατροφή και τον χώρο διαμονής τους (Ηγουμενάκης Ν. & Κραβαρίτης Κ., 2004).

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφερθεί πως ο μαζικός τουρισμός άρχισε να αποκτά μεγαλύτερη συμμετοχή μετά την βιομηχανική επανάσταση, αναδεικνυόμενος, τελικά, στην περισσότερο προσοδοφόρα μορφή τουρισμού, έως και τα τέλη της προηγούμενης χιλιετίας. Σήμερα, τείνει να εκλείψει εξαιτίας των αρνητικών επιδράσεων που έχει τόσο στο περιβάλλον όσο και στην κοινωνία. Έτσι, άλλες μορφές τουρισμού (εναλλακτικός τουρισμός) κερδίζουν ολοένα και μεγαλύτερο έδαφος, όπως για παράδειγμα ο αγροτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός και ο επαγγελματικός τουρισμός.

Οι μορφές αυτές του τουρισμού αποτελούν αφενός περισσότερο βιώσιμες επιλογές και, αφετέρου, δεν συνιστούν εποχικές μορφές τουρισμού. Το γεγονός αυτό συμβάλει στη μείωση των προβλημάτων που εγκύπτουν συνήθως από την εποχικότητα, τόσο για την ίδια την επιχείρηση όσο και για την συνολική οικονομία ενός κράτους (π.χ. μειωμένα ή και καθόλου έσοδα, ανεργία, κ.ά.).





### 1.4.3 Εσωτερικός τουρισμός

Ο εσωτερικός τουρισμός (ή εθνικός τουρισμός, όπως ονομάζεται εναλλακτικά), περιλαμβάνει την μετακίνηση των τουριστών εντός των συνόρων της χώρας της οποίας κατοικούν. Ο εσωτερικός τουρισμός αναπτύσσεται κυρίως κατά περιόδους του έτους, όπως είναι τα Χριστούγεννα, το Πάσχα, οι αργίες και το καλοκαίρι. Από οικονομικής άποψης, η μορφή αυτού του τουρισμού είναι χρήσιμη για μια χώρα διότι δεν καταγράφεται εκροή συναλλάγματος, αφού ο πληθυσμός παραμένει εντός συνόρων και καταναλώνει εγχώρια προϊόντα και υπηρεσίες. Εκτός όμως από αυτό το στοιχείο θεωρείται ωφέλιμος καθώς η ροή του χρήματος διοχετεύεται από τα μεγάλα αστικά κέντρα στην περιφέρεια, αφού οι περισσότερες τουριστικές περιοχές βρίσκονται στην περιφέρεια της χώρας, συνδράμοντας με αυτόν τον τρόπο στην οικονομική τους ενίσχυση και ανάπτυξη.

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφερθεί, πως για να ανθίσει αυτή η μορφή τουρισμού είναι σημαντικό να πληρούνται δύο προϋποθέσεις: αφενός είναι ιδιαίτερα σημαντικό να αναπτυχθούν όχι μόνο κατάλληλα αλλά και οικονομικά καταλύματα και γενικότερα μέσα φιλοξενίας και, αφετέρου, είναι σημαντικό να βελτιωθούν και σε κάποιες περιπτώσεις να αναπτυχθούν τα διάφορα δίκτυα και μέσα συγκοινωνίας, έτσι ώστε να είναι εύκολη η πρόσβαση στην περιοχή που προσφέρει το κατά περίπτωση τουριστικό προϊόν (Ανδριώτης, 2008).

### 1.4.4 Εξωτερικός τουρισμός

Με τον όρο «*Εξωτερικός ή Διεθνής Τουρισμός*» ορίζεται η μετακίνηση των τουριστών εκτός των συνόρων της χώρας στην οποία κατοικούν. Υπάρχουν δύο είδη εξωτερικού τουρισμού: ο Ενεργητικός (γνωστός και ως incoming τουρισμός) και ο Παθητικός (γνωστός και ως outgoing τουρισμός). Στην πρώτη περίπτωση, οι κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν εκτός συνόρων για τουριστικούς λόγους με συνέπεια την εισροή συναλλάγματος. Από την άλλη πλευρά, στην περίπτωση που οι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη χαρακτηρίζεται ως παθητικός τουρισμός και αυτό έχει ως χαρακτηριστικό την εκροή συναλλάγματος. Βέβαια, πρόκειται για αλληλένδετες



μορφές τουρισμού, καθώς η εισροή κεφαλαίων για τη χώρα υποδοχής συνεπάγεται αυτομάτως και την εκροή του αντίστοιχου ποσού από την χώρα προέλευσης (Ηγουμενάκης Ν. & Κραβαρίτης Κ., 2004).

Ο εξωτερικός τουρισμός είναι ύψιστης σημασίας τόσο από οικονομική όσο και από κοινωνική άποψη. Η μετακίνηση συναλλάγματος που καταγράφεται σε αυτή την περίπτωση, έχει παίξει καθοριστικό ρόλο στην οικονομία πολλών χωρών του πλανήτη μεταξύ των οποίων και της Ελλάδας.

#### **1.4.5 Συνεχής τουρισμός**

Με τον όρο «*Συνεχής Τουρισμός*» περιγράφεται η κατηγορία του τουρισμού που δεν επηρεάζεται από κλιματολογικές ή άλλες συνθήκες που επικρατούν καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Οι μορφές τουρισμού που εντάσσονται στην εν λόγω κατηγορία αφορούν τον συνεδριακό τουρισμό, τον θρησκευτικό τουρισμό, τον αγροτουρισμό, τον τουρισμό της πόλης κ.ά. (Ηγουμενάκης Ν. & Κραβαρίτης Κ., 2004).

#### **1.4.6 Εποχικός τουρισμός**

Με τον όρο «*Εποχικός Τουρισμός*» ορίζεται ο τουρισμός, του οποίου η διάρκεια περιορίζεται σε μερικούς μόνο μήνες του έτους. Οι δραστηριότητές του σχετίζονται σε μεγάλο βαθμό με τις εποχές του έτους και γενικότερα τις κλιματολογικές συνθήκες, με αποτέλεσμα οι μορφές τουρισμού που εντάσσονται σε αυτή την κατηγορία να αναστέλλονται για ένα μικρό ή μεγαλύτερο χρονικό διάστημα κάθε χρόνο. Στην κατηγορία αυτή εντάσσεται ο γενικός τουρισμός του καλοκαιριού, ο τουρισμός χειμερινών σπορ κ.ά. (Ηγουμενάκης Ν. & Κραβαρίτης Κ., 2004).



## 2ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 2.1. Έννοια του Αγροτουρισμού



Εικόνα 15. Αγροτουρισμός

Πηγή: (Euracademy Thematic Guide Series 2003)

Η έρευνα και η μελέτη αναφορικά με τον αγροτουρισμό ξεκίνησε τη δεκαετία του 1980 (BarbieriC. , 2019) και επικεντρώθηκε στην αναγνώριση των προτιμήσεων των τουριστών και τα κίνητρα των αγροτών. (Nickerson, N., Black, R. &McCool, S., 2001). Ο όρος «Αγροτουρισμός» χρησιμοποιείται για να περιγράψει οποιαδήποτε δραστηριότητα εκτελεί ο επισκέπτης σε μια φάρμα ή σε οποιοδήποτε αγροτικό περιβάλλον για να συμμετέχει ενεργά σε αγροτικές δουλειές για ψυχαγωγικούς σκοπούς (Fleischer, A., &Tchetchik, A., 2005; Ilberry, B., Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., &ShawA., 1998; Veeck, G., Che, D., &Veeck, J., 2006). Ένας παλιότερος ορισμός αναφέρει τον αγροτουρισμό σαν ένα συνδυασμό αγροτικών επιχειρήσεων που ενσωματώνουν τόσο γεωργικά περιβάλλοντα όσο και τον εμπορικό τουρισμό (Weaver, D.B. &Fennell, D.A., 1997). Ως εκ τούτου, ο αγροτουρισμός μπορεί να έχει διάφορες μορφές, όπως η διαμονή σε αγρόκτημα, η παραγωγή προϊόντων, η συμμετοχή σε αγροτικά φεστιβάλ και οι ξεναγήσεις σε φάρμες (Bowleretal., 1996).

Σύμφωνα με το Υπουργείο Τουρισμού (2021), «Αγροτουρισμός, είναι η ειδική μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία αφορά στην παροχή υπηρεσιών υποδοχής και φιλοξενίας ή και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με αγροτικές εκμεταλλεύσεις, οι οποίες προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες που σχετίζονται με την αγροτική παραγωγή, όπως και με την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και ανθρωπογενούς αγροτικού τοπίου. Η δραστηριότητα του αγροτουρισμού συνδυάζεται υποχρεωτικά με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων» (Ν.4582/2018 -Ειδικές Μορφές Τουρισμού- 2018).



Ο Αγροτουρισμός, καθώς και ο Οικοτουρισμός, αποτελούν μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, που στηρίζονται στην ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς, της αγροτικής απασχόλησης, του τοπίου, της γαστρονομίας και του τουρισμού εμπειρίας. Τόσο ο Αγροτουρισμός όσο και ο Οικοτουρισμός ακολουθούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς: α) αναπτύσσουν δραστηριότητες ήπιας προσέγγισης, β) προβάλλουν, στηρίζουν και ενισχύουν την προστασία και διαχείριση του περιβάλλοντος, γ) σέβονται τις τοπικές κοινωνίες και την κουλτούρα τους, δ) υποστηρίζουν την τοπική τους οικονομία και τέλος, ε) προωθούν την ευαισθητοποίηση, την εκπαίδευση και τη συμμετοχή των επισκεπτών σε βιωματικές εμπειρίες.

## 2.2. Μορφές Αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός μπορεί να θεωρηθεί μια σύζευξη δύο περίπλοκων τομέων, της γεωργίας και του τουρισμού (Srikatanyoo & Campiranon, 2010). Οι Leeds & Barret (2004), κατηγοριοποίησαν τον αγροτουρισμό σε τρία επίπεδα (Srikatanyoo & Campiranon, 2010):

- Το πρώτο επίπεδο (**Level I**), αποτελεί και το πιο απλό. Σε αυτό, οι αγρότες έχουν ελάχιστη επαφή με τους πελάτες. Πρωταρχικό ρόλο στο πρώτο επίπεδο του αγροτουρισμού διαδραματίζει η ιδιότητα του «καλού αγρότη», καθώς και οι ικανότητες και οι δεξιότητές του, ενώ οι δραστηριότητες που προσφέρονται στους επισκέπτες περιορίζονται σε μικρές εκδρομές και επισκέψεις σε κάποιες περιστασιακές εκδηλώσεις.
- Το δεύτερο επίπεδο (**Level II**) περιλαμβάνει πιο άμεση επαφή του αγρότη – επιχειρηματία με τους τουρίστες και περισσότερες δραστηριότητες και υπηρεσίες, ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες των πελατών-επισκεπτών. Για παράδειγμα, σε αυτό το επίπεδο εμπειρικλείονται δραστηριότητες, όπως η φροντίδα ζώων, τα φεστιβάλ, η συγκομιδή καρπών κ.ά..



- Το τρίτο επίπεδο (**Level III**) αποτελεί μια πιο περίπλοκη και εκλεπτυσμένη μορφή του αγροτουρισμού, στην οποία εμπεριέχονται οι υπηρεσίες του προηγούμενου επιπέδου αλλά και πρόσθετες, όπως η διαμονή, οι ξεναγήσεις, η παρακολούθηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων κ.ά..

Μια άλλη θεωρητική ταξινόμηση των λειτουργιών του αγροτουρισμού πραγματοποιήθηκε από τους Phillip et al. (2010) και βασίζεται σε τρία κριτήρια - τη λειτουργικότητα του αγροκτήματος, το είδος της επαφής με τη γεωργική δραστηριότητα (π.χ. άμεση ή έμμεση, παθητική) και την αυθεντικότητα της εμπειρίας. Από τα παραπάνω προκύπτουν πέντε τύποι αγροτουρισμού:

1. Αγροτουρισμός σε εκτός λειτουργίας αγρόκτημα – Non working farm agrotourism (NWF): Είναι η διαμονή σε αγροκτήματα που δε χρησιμοποιούνται πια και η επαφή του τουρίστα με την αγροτική ζωή γίνεται μέσω εικόνων της πολιτισμικής κληρονομιάς (π.χ. επίδειξη αρμέγματος αγελάδας) ή δραστηριοτήτων, όπως η ιππασία και η επίσκεψη σε αγορές αγροτικών προϊόντων.
2. Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, παθητική επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες – Working farm, passive contact agritourism (WFPC): περιλαμβάνει διαμονή σε αγρόκτημα και κατά τη διάρκεια της παραμονής, χρησιμοποιούνται οι πόροι του αγροκτήματος (π.χ. εξωτερικές δραστηριότητες ή αχρησιμοποίητα κτίρια για διαμονή).
3. Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, έμμεση επαφή με αγροτικές δραστηριότητες – Working farm, indirect contact agritourism (WFIC): περιλαμβάνει την ενσωμάτωση των γεωργικών δραστηριοτήτων στο τουριστικό προϊόν (π.χ. κατανάλωση αγροτικών προϊόντων σε τουριστικά γεύματα, επίσκεψη σε ένα οινοποιείο ή η δημιουργία σχεδίων σε μεγάλες εκτάσεις καλλιεργειών σαν αξιοθέατο).
4. Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, άμεση επαφή με αγροτικές δραστηριότητες, σχεδιασμένος αγροτουρισμός – Working farm, direct contact, staged agritourism (WFDCS): οι τουρίστες συμμετέχουν σε δραστηριότητες που



έχουν σχεδιαστεί για τον τουρισμό (π.χ. αγροτικές επιδείξεις όπως, το άρμεγμα των αγελάδων ή φυσική επαφή με ζώα ( τάισμα ή περιποίηση).

5. Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, άμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες, αυθεντικός αγροτουρισμός – Working farm, direct contact, authentic agritourism (WFDCA): εδώ οι τουρίστες βιώνουν την πραγματική εμπειρία καθώς συμμετέχουν ενεργά σε δουλειές του αγροκτήματος όπως το μάζεμα μούρων, σταφυλιών ή ελιών με αντάλλαγμα τη διαμονή τους και το φαγητό τους (Marques, 2006; McIntosh, A.J., & Bonnemann, S.M., 2006).

Στα μέσα της δεκαετίας 2010, ο Mahaliyanaarachchi (2015), αναφέρει ότι ο αγροτουρισμός μπορεί να κατηγοριοποιηθεί με βάση το μέρος που λαμβάνει χώρα, τους ανθρώπους που συμμετέχουν στις δραστηριότητες, τα είδη των δραστηριοτήτων, τους τουρίστες και το κύριο αντικείμενο της αγροτουριστικής μονάδας. Βάσει της προσέγγισης αυτής, διακρίνονται οι εξής κατηγορίες:

1. Διαμονή σε φάρμα. Σε αυτό το είδος του αγροτουρισμού οι τουρίστες διανυκτερεύουν περισσότερα από ένα βράδια στη φάρμα και βιώνουν εμπειρίες από το περιβάλλον και τη ζωή εκεί. Υπάρχουν διάφορα είδη διαμονής. Το πιο γνωστό είναι το «Κρεβάτι και Πρωινό» (Bed and Breakfast) όπου η διαμονή προσφέρει στον τουρίστα ένα δωμάτιο για διανυκτέρευση και πρωινό γεύμα. Υπάρχουν και ορισμένα πιο ιδιαίτερα είδη όπως η διαμονή σε αχυρώνα ή ο ύπνος σε κρεβάτι από σανό, που όμως δεν μπορούν να γίνουν πράξη σε μεγάλη κλίμακα. Τα πιο διαδεδομένα είναι η διαμονή σε εξοχικές κατοικίες και η διαμονή στο ίδιο το αγρόκτημα. Στην πρώτη περίπτωση, προσφέρεται ιδιωτικότητα τόσο στην οικογένεια όσο και στους τουρίστες. Οι εγκαταστάσεις διαμονής μπορεί να είναι κοντά σε κάποιο αξιοθέατο όπως ένα δάσος, μια λίμνη, ένα ποτάμι. Επίσης μπορεί να παρέχεται και κουζίνα, ώστε οι τουρίστες να μαγειρεύουν μόνοι τους το φαγητό τους. Όσον αφορά τη διαμονή στο αγρόκτημα αυτή προσφέρει κάποιο δωμάτιο ή δωμάτια στη βασική κατοικία που οι τουρίστες μοιράζονται με την οικογένεια. Βέβαια, όπως προαναφέρεται, ο αγροτουρισμός δεν περιλαμβάνει μόνο τη διαμονή αλλά και την εμπλοκή σε αγροτικές δραστηριότητες, σε



επιμορφωτικά σεμινάρια και στη ζωή της φάρμας γενικότερα. Έτσι, προσφέρονται δραστηριότητες όπως η παρατήρηση των πουλιών, η ιππασία, η καλλιέργεια θερμοκηπίου κλπ..

2. Αγροτική εστίαση. Στην περίπτωση αυτή παρατηρούνται τρεις διαφορετικές κατηγορίες επισκεπτών. Οι επισκέπτες διακρίνονται σε εκείνους που διαμένουν στη φάρμα, σε εκείνους που επισκέπτονται τη φάρμα και καταναλώνουν φαγητό από αυτή, αφιερώνοντας αρκετές ώρες, χωρίς, ωστόσο, να διανυκτερεύσουν και, σε εκείνους που επισκέπτονται μόνο το εστιατόριο της φάρμας ώστε να απολαύσουν φρέσκους χυμούς φρούτων, τσάι βοτάνων ή σπιτικά γλυκά. Στην περίπτωση αυτή, διατίθενται υπηρεσίες παροχής έτοιμου γεύματος από το εστιατόριο, αλλά και προετοιμασίας των γευμάτων από τους ίδιους τους επισκέπτες, καθώς και συλλογής εκ μέρους των επισκεπτών των πρώτων υλών από το αγρόκτημα ώστε, ακολούθως, να μαγειρέψουν οι ίδιοι το φαγητό τους. Οι εναλλακτικές αυτές, παρέχουν δυνατότητα αύξησης του αγροτικού εισοδήματος, ενώ, ταυτόχρονα προσφέρουν στους επισκέπτες το αίσθημα ικανοποίησης που αναδύεται μέσα από την άμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες.
3. Ξενάγηση στο αγρόκτημα. Η ξενάγηση στο αγρόκτημα μπορεί να λειτουργήσει με πολλούς τρόπους. Μπορεί να περιλαμβάνει μια οικογένεια ή μια μικρή ομάδα λίγων ατόμων μέχρι ολόκληρο γκρουπ, να αποτελείται από ένα αγρόκτημα για περιήγηση ή ομάδα αγροκτημάτων της περιοχής. Επίσης μπορεί να συμπεριλαμβάνει και εργοστάσια επεξεργασίας τροφίμων ούτως ώστε οι τουρίστες να αποκτούν μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα της αλυσίδας τροφίμων. Για παράδειγμα, στην Τανζανία υπάρχει η ξενάγηση του καφέ, στην Κεντρική Αμερική η ξενάγηση της μπανάνας, στη Γαλλία η ξενάγηση του κρασιού. Οι εκδρομές αυτές μπορεί να είναι είτε μονοήμερες είτε να συνδυαστούν με διαμονή και φαγητό στο αγρόκτημα.
4. Λιανική πώληση προϊόντων του αγροκτήματος. Αυτό είναι γνωστό ως «κάτι να αγοράσουμε» (something to buy). Οι τουρίστες που διαμένουν σε ένα αγρόκτημα



και συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία, είναι συνήθως πιο πρόθυμοι να αγοράσουν προϊόντα του αγροκτήματος κατά την αποχώρησή τους. Αντίστοιχη συμπεριφορά καταναλωτή, είναι όμως δυνατόν να παρατηρηθεί και στις περιπτώσεις που οι επισκέπτες του αγροκτήματος δεν διαμένουν σε αυτό, αλλά είναι απλώς διερχόμενοι με κύριο σκοπό τη δοκιμή της κουζίνας και των φαγητών του αγροκτήματος. Μπορούν να αγοράσουν φρέσκα φρούτα και λαχανικά, μαρμελάδες, μέλι και διάφορα άλλα προϊόντα που παράγονται στο αγρόκτημα. Επίσης, υπάρχει και η δυνατότητα το αγρόκτημα να λειτουργεί ως «μάζεψέ το μόνος σου» («pick it up yourself»), δηλαδή οι τουρίστες να συλλέγουν μόνοι τους τα φρούτα ή τα λαχανικά που θέλουν να αγοράσουν.

### **2.3. Το προφίλ του Αγροτουρίστα**

Ο αγροτουρίστας είναι το είδος του τουρίστα που επιζητά τη χαλάρωση, την ηρεμία και την επαφή με τη φύση μακριά από την καθημερινότητα της πόλης. Θεωρείται πολυταξιδεμένος και έμπειρος. Χαρακτηρίζεται ως ένα άτομο, το οποίο πλέον δεν καλύπτεται από τους προορισμούς και τις παροχές του μαζικού τουρισμού και θέλει να εντυφώσει στην αγροτική ζωή, να έρθει σε επαφή με την παράδοση και τα στοιχεία του παρελθόντος (agrotourism.wordpress, 2022). Οι τουρίστες που προτιμούν αυτό το είδος του τουρισμού ανήκουν σε ευρύ ηλικιακό φάσμα με συχνότερες τις ηλικίες 18-49, ενώ οι περισσότεροι είναι γυναίκες (CheD., VeeckA. andVeeckG., 2006). Στην Ευρώπη, όπου ο αγροτουρισμός είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος, συνήθως συμμετέχει όλη η οικογένεια με τα παιδιά να είναι κυρίως κάτω των δεκατριών ετών (Speirs, 2003). Χαρακτηριστικό επίσης του αγροτουρίστα αποτελεί το υψηλό του ετήσιο εισόδημα αλλά και το υψηλό μορφωτικό του επίπεδο (Cheetal, 2006; Speirs, 2003). Συνήθως διαθέτει δικό του αυτοκίνητο και είναι διατεθειμένος να διανύσει μεγάλες αποστάσεις για τον προορισμό του (Speirs, 2003). Το υψηλό αίσθημα οικολογικού χαρακτήρα, τα ποικίλα ενδιαφέροντα και η διάθεση για μάθηση και μόρφωση, τον κατατάσσει στην κατηγορία των τουριστών που απαιτεί υψηλές προδιαγραφές στις παρεχόμενες υπηρεσίες και παράλληλα διαθέτει σημαντική αγοραστική δύναμη (agrotourism.wordpress, 2022).





## 2.4. Οι στόχοι του Αγροτουρισμού

Δύναται να ειπωθεί πως ο αγροτουρισμός συνδυάζει τις χαλαρωτικές διακοπές στη φύση, μακριά από το δόγμα του μαζικού τουρισμού για τον τουρίστα και παράλληλα ενισχύει το αγροτικό εισόδημα μέσω της εκμετάλλευσης καταλυμάτων, της χρήσης προϊόντων διατροφής ντόπιας παραγωγής, αλλά και της τοπικής λαϊκής τέχνης (agrotourism.wordpress, 2022). Γίνεται, επομένως, αντιληπτό, πως συνιστά μια κατηγορία τουριστικής ανάπτυξης με αξιοσημείωτη προσφορά που στοχεύει και προωθεί (agrotourism.wordpress, 2022; Barbieri C., 2009; 2010; McGehee&Kim, 2004; Nickersonetal., 2001; Ollenburg&Buckley, 2007; Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2019):

- ✓ Την επαφή του ανθρώπου με τη φύση και τις δραστηριότητες της υπαίθρου.
- ✓ Τον κοινωνικό δεσμό που αναπτύσσεται μεταξύ της αγροτικής οικογένειας και των επισκεπτών και τη δυνατότητα της πρώτης να εκπαιδεύσει και να μνήσει στον αγροτικό κόσμο το ευρύ κοινό.
- ✓ Την προώθηση της συνεργασίας του πρωτογενούς, δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα της χώρας.
- ✓ Την περιφερειακή ανάπτυξη μέσω των έργων υποδομής.
- ✓ Τη μείωση των περιβαλλοντικών και οικολογικών αποτυπωμάτων.
- ✓ Τη βελτίωση του επιπέδου ζωής και εργασίας των αγροτών μέσω της αύξησης του εισοδήματος.
- ✓ Τη διατήρηση των αγροτικών πληθυσμών στην περιφέρεια μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας αλλά και την ενίσχυσης επαγγελματιών που τείνουν να εξαφανιστούν στο πέρασμα του χρόνου.
- ✓ Την ανάπτυξη καναλιών διάθεσης της τοπικής παραγωγής.
- ✓ Την προβολή της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.



Εικόνα 16. Καλλιέργειες τουριστών σε αγροτουριστική φάρμα  
Πηγή: (Ypaithros.gr 2017)



- ✓ Την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που προσφέρουν τη δυνατότητα στον τοπικό πληθυσμό – και δη στους νέους- να εμπλακούν ενεργά στην ανάπτυξη του τόπου τους.

## 2.5. Το αγροτουριστικό προϊόν

Το αγροτουριστικό προϊόν περιλαμβάνει το σύνολο των υπηρεσιών που προσφέρονται ώστε να παρέχεται στον επισκέπτη μια εξατομικευμένη γνωριμία με το φυσικό περιβάλλον, στην οποία εμπειρικλείεται και η συμμετοχή του σε διάφορες δραστηριότητες που σχετίζονται με, την παράδοση και τον τρόπο ζωής των ντόπιων (Sznajder M. & Przezbórska L., 2004).

Πιο συγκεκριμένα, αφορά την επαφή με τη χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής, την επαφή με τα ήθη και τα έθιμα, τα υψηλής ποιότητας προϊόντα, τη συμμετοχή σε γεωργικές και πολιτιστικές δραστηριότητες. Το αγροτουριστικό προϊόν δύναται να διαχωριστεί σε εννέα κατηγορίες (Sznajder M. & Przezbórska L., 2004):

1. Διαμονή: Περιλαμβάνει τη διαμονή σε αγροκτήματα, εξοχικές κατοικίες και αχυρώνες.
2. Εστίαση: Η διατροφή αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του αγροτουρισμού. Οι τουρίστες μπορούν να προμηθευτούν το φαγητό τους από το εστιατόριο του αγροκτήματος ή να το φτιάξουν οι ίδιοι.
3. Πραγματικός αγροτουρισμός: Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται:
  - η παρατήρηση της γεωργικής παραγωγής, όπως η παραγωγή φυτικών και ζωικών προϊόντων, η μεταποίηση και οι ξεναγήσεις ή οι εκδρομές στο αγρόκτημα,
  - η ενεργός συμμετοχή στις παραπάνω εργασίες, όπως το άρμεγμα των αγελάδων,
  - οι επιδείξεις που παρουσιάζουν τις εργασίες που αφορούν τα ζώα, όπως το κούρεμα των προβάτων,



- τα μονοπάτια πεζοπορίας,
  - η άμεση επαφή με ζώα τόσο οικόσιτα όσο και άγρια μέσω των ζωολογικών κήπων και των σαφάρι.
4. Διανική πώληση: Αυτό μπορεί να γίνει είτε μέσω καταστημάτων ή υπαίθριων αγορών ή ακόμη και να μαζέψουν οι ίδιοι οι τουρίστες τα φρούτα και τα λαχανικά που θέλουν και να τα αγοράσουν.
5. Πολιτιστική ταυτότητα: Οι τοπικές αγροτικές κοινωνίες παράγουν συγκεκριμένα πολιτιστικά προϊόντα και αγαθά, διαφορετικά από άλλες κοινωνίες. Έτσι υπάρχουν διαφορές στην καθημερινότητα, στον τρόπο ζωής, τις θρησκευτικές γιορτές, τη λαϊκή τέχνη και την τοπική διάλεκτο.
6. Αθλητισμός και ενεργός τουρισμός: Αφορά δραστηριότητες με τη συμμετοχή ζώων, όπως η ιππασία ή αθλήματα όπως ποδηλασία, πεζοπορία κ.λπ.
7. Θεραπεία και προϊόντα που σχετίζονται με την υγεία: Μπορεί να περιλαμβάνει παροχές, όπως η θεραπευτική ιππασία, ειδική διατροφή, θεραπείες με τη χρήση φυτικών και μελισσοκομικών προϊόντων καθώς και σπα ή θέρετρα ευεξίας.
8. Ψυχαγωγία: αφορά την επίσκεψη σε πάρκα και κήπους, της ξεναγήσεις και δραστηριότητες όπως η δημιουργία λαβύρινθου σε χωράφια καλαμποκιού.

Οι δραστηριότητες που μπορούν να λάβουν χώρα στα πλαίσια του αγροτουρισμού είναι:

- Ορειβασία
- Πεζοπορία
- Ιππασία
- Κυνήγι/ψάρεμα
- Ποδηλασία
- Κωπηλασία
- Θαλάσσια σπορ



- Σκι
- Συμμετοχή σε γιορτές και πανηγύρια
- Περιήγηση σε μικρά χωριά
- Φωτογράφιση τοπίων
- Ιστορική και θρησκευτική ενημέρωση και ξενάγηση
- Αγορές τοπικών προϊόντων
- Συναυλίες/θέατρα
- Παραδοσιακοί και λαϊκοί χοροί

## 2.6. Κίνητρα ενασχόλησης με τον Αγροτουρισμό

Οι λόγοι για τους οποίους ένας αγρότης θα μπορούσε δυνητικά να ασχοληθεί με τον αγροτουρισμό είναι τόσο οικονομικοί όσο και κοινωνικοί. Αναλυτικότερα:

- Διακύμανση του αγροτικού εισοδήματος. Η αστάθεια που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στην αγροτική αγορά, συχνά αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα να ασχοληθεί περισσότερος κόσμος και κυρίως νέοι, με την αγροτική παραγωγή. Ο αγροτουρισμός θα μπορούσε να λειτουργήσει σαν συμπληρωματικό εισόδημα, συνδυάζοντας επιχειρηματικές δραστηριότητες όλο το χρόνο (Valdivia C., Dunn E., Jette C. 1996).
- Εργασία για τα μέλη της οικογένειας. Μια υγιής και κερδοφόρα επιχείρηση είναι ικανή να διατηρείται στο πέρασμα του χρόνου και να περνάει από γενιά σε γενιά (Evans N., Ilbery B. 1989). Με αυτόν τον τρόπο παρέχεται ένα κίνητρο στα νεότερα μέλη της οικογένειας να παραμείνουν στην ύπαιθρο και να ασχοληθούν με την αγροτική ζωή και τον αγροτουρισμό.
- Επιπρόσθετο εισόδημα. Το αγροτουριστικό προϊόν μπορεί να αποτελέσει συμπληρωματικό εισόδημα της αγροτικής οικογένειας και να δημιουργήσει μια συμβιωτική σχέση μεταξύ γεωργίας και τουρισμού. Με αυτόν τον τρόπο καθίσταται βιώσιμη η επιχείρηση και ικανή να αναπτυχθεί (Evans N., Ilbery B. 1989).



- Διακύμανση των προγραμμάτων για τη γεωργία. Οι αλλαγές που υφίστανται τα προγράμματα ενίσχυσης των αγροτών στο πέρασμα των χρόνων ώστε να συνάδουν με τις ανάγκες που προκύπτουν, δημιουργούν ένα αίσθημα ανασφάλειας και αμφιβολίας στον αγροτικό πληθυσμό, με αποτέλεσμα να αναζητούν συμπληρωματικές πηγές εσόδων (Nickerson, N., Black, R. and McCool, S. 2001).
- Ψυχαγωγία και διακοπές. Ο εναλλακτικός τουρισμός κερδίζει ολοένα και περισσότερους υποστηρικτές τα τελευταία χρόνια. Μπορούν λοιπόν οι αγρότες να εκμεταλλευτούν τη ζήτηση για τέτοιου είδους διακοπές και αναψυχή και να μπουν στην αγορά του τουρισμού (Nickerson et al., 2001).
- Φορολογικά κίνητρα. Τα φορολογικά κίνητρα αποτελούν κινητήρια δύναμη να ασχοληθούν οι αγρότες και οι κτηνοτρόφοι με επιχειρήσεις στον τομέα του αγροτουρισμού (Nickerson et al., 2001).
- Συντροφιά με τους επισκέπτες. Όπως προαναφέρεται, υπάρχουν και κοινωνικά κίνητρα. Η επαφή της αγροτικής οικογένειας με τους επισκέπτες δημιουργεί καινούριες ανθρώπινες σχέσεις, βοηθά στο να έρθει κάποιος σε επαφή με καινούριους πολιτισμούς και ιδιοσυγκρασίες και, τελικά, να εξελιχθεί σε πνευματικό επίπεδο (Nickerson et al., 2001).
- Ενδιαφέροντα / χόμπυ. Σύμφωνα με τους Young & Welsh (1993), για κάποιους ανθρώπους αποτελεί χόμπυ η ενασχόληση τους με την παροχή αγροτουριστικών καταλυμάτων (Nickerson et al., 2001).
- Καλύτερη χρήση των πόρων του αγροκτήματος. Λίγο πολύ όλες οι αγροτικές επιχειρήσεις διαθέτουν περισσότερους χώρους και μηχανήματα από αυτά που χρησιμοποιούν συνήθως στην πράξη. Οπότε είναι ευκαιρία να εκμεταλλευτούν το σύνολο των πόρων τους (Nickerson et al., 2001).



- Επιτυχία παρόμοιων επιχειρήσεων. Όταν η επιτυχία περνά από τη θεωρία στην πράξη, αποτελεί ίσως το ισχυρότερο κίνητρο να ασχοληθεί κανείς με οποιοδήποτε επιχειρηματικό σχέδιο. Έτσι, τα παραδείγματα φίλων, γνωστών ή ακόμη και συναδέλφων άλλων χωρών θα μπορούσαν να αποτελέσουν κίνητρο για να ασχοληθεί κανείς με τον αγροτουρισμό (Nickerson et al., 2001).
- Εκπαίδευση του καταναλωτή. Η επαφή με τη φύση και την αγροτική ζωή βοηθά τους επισκέπτες να κατανοήσουν καλύτερα τη ζωή στο αγρόκτημα και τις δυσκολίες που αυτή παρουσιάζει (Mahaliyanaarachchi, 2015). Με αυτόν τον τρόπο γίνονται πιο δεκτικοί και ανεκτικοί στο κόστος αγοράς και παράλληλα πιο υποστηρικτικοί στον τομέα της γεωργίας γενικότερα (Nickerson et al., 2001).

## 2.7. Κίνητρα ανάπτυξης Αγροτουρισμού

Η τάση της παγκόσμιας αγοράς, δείχνει πως ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός επισκεπτών επιλέγει τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ανοίγοντας έτσι νέες προοπτικές στην ελληνική αγορά, με την προϋπόθεση αυτή να στοχεύει στις αγορές του εξωτερικού. Αυτό συνεπάγεται την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών στην ύπαιθρο, την τόνωση της αγροτικής ζωής και του αγροτικού εισοδήματος, αλλά και την παραμονή των νέων στον τόπο τους. Δεν είναι άλλωστε σπάνιο φαινόμενο πολλές ορεινές περιοχές να κινδυνεύουν πλέον να «εξαφανιστούν από το χάρτη» λόγω της μεγάλης ηλικίας του πληθυσμού τους, που δεν ανανεώνεται ή της αντικατάστασής τους από μεταναστευτικούς πληθυσμούς άλλων χωρών με κίνδυνο την απώλεια της πολιτισμικής κληρονομιάς. Επίσης, η προσέλκυση επισκεπτών στην ύπαιθρο αποτελεί μια σημαντική ευκαιρία διατήρησης της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς μέσω της «εκμετάλλευσης» των σπιτιών και των αρχοντικών που έμειναν άδεια στο πέρασμα του χρόνου.

Παράλληλα, η ανάπτυξη του αγροτουρισμού, θα οδηγήσει και σε αύξηση της ζήτησης των τοπικών προϊόντων. Άμεσο αποτέλεσμα αυτού, αποτελεί η ενίσχυση της πρωτογενούς παραγωγής και η σύνδεσή της με τον δευτερογενή και τριτογενή τομέα,



αποτελώντας δυνατό εφόδιο στην άμβλυση του φαινομένου της ανεργίας. Έτσι, δημιουργούνται δίκτυα συνεργασίας σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Είναι μια ευκαιρία στήριξης των «μικρών» επιχειρήσεων μέσω της χρηματοδότησης Εθνικών αλλά και Ευρωπαϊκών κυρίως προγραμμάτων.

Τέλος, η ανάγκη προβολής και ψηφιακής διαφήμισης της εκάστοτε περιοχής του τόπου και των αξιοθέατων αλλά και των τεχνολογικών απαιτήσεων των επισκεπτών, μπορεί να οδηγήσει στην άρση της ψηφιακής απομόνωσης απομακρυσμένων περιοχών. Δεν μπορούμε να αμφισβητήσουμε ότι η Ελλάδα είναι συνυφασμένη με τον μαζικό τουρισμό και με δεδομένο ότι αυτός συμμετέχει στο 18,5% του ΑΕΠ της χώρας αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων. Ο κορεσμός όμως του μοντέλου του «Ηλιου και της Θάλασσα» και η στροφή σε έναν νέο τρόπο ζωής και μια νέα πραγματικότητα, μπορούν να αξιοποιηθούν ώστε να αναδειχτεί το εναλλακτικό πρόσωπο του ήπιου μοντέλου τουρισμού της Ελλάδας που στοχεύει στο αντίστοιχο τμήμα της αγοράς (Δολόγλου, 2017).

## **2.8. Τα πλεονεκτήματα του Αγροτουρισμού**

Η Ελλάδα, συγκριτικά με άλλες, και όχι μόνο, ευρωπαϊκές χώρες καταγράφει τη μικρότερη ανάπτυξη σε θέματα αγροτουρισμού. Παρόλα αυτά, διαθέτει μοναδικό φυσικό και πολιτισμικό υπόβαθρο, καθώς και ένα ποικιλόμορφο γεωγραφικό ανάγλυφο, χαρακτηριστικά, που την καθιστούν ιδανική για την προώθηση του αγροτουρισμού. Αναλυτικότερα, ο αγροτουρισμός μπορεί να επιφέρει τα εξής παρακάτω θετικά αποτελέσματα σε εγχώριο επίπεδο:

- 1. Οικονομική συμβολή:** Ο οικονομικός παράγοντας πάντα αποτελούσε κίνητρο ώστε ο άνθρωπος να δημιουργήσει ή να αναδείξει κάτι. Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα του αγροτουρισμού αποτελεί η ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος που έχει πληγεί πολύ τα τελευταία χρόνια. Για παράδειγμα, σε χρονιές που δεν είναι πολύ παραγωγικές ή που οι τιμές των προϊόντων δεν είναι ικανοποιητικές, οι προσέλευση των αγροτουριστών μπορεί να αποτελέσει μια



διέξοδο για εναλλακτικό ή συμπληρωματικό εισόδημα (Busby, G., & Rendle, S., 1999; Fisher, 2002; McGehee, 2007; Nickerson et al., 2001; Ollenburg & Buckley, 2007). Παράλληλα με τις αγροτικές οικογένειες όμως, ενισχύονται οικονομικά και οι ήδη υπάρχουσες τοπικές επιχειρήσεις. Ανάλογα με το μέγεθος της ανάπτυξης, μπορεί να προκύψει και η ανάγκη για ίδρυση νέων επιχειρήσεων ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες των τουριστών (π.χ. ταβέρνες, μαγαζιά με αναμνηστικά δώρα, καφενεία και ξενώνες), ενώ ταυτόχρονα δημιουργούνται και καινούριες θέσεις εργασίας όπως ξεναγών, οδηγών, προσωπικού ξενώνων κ.λπ. (Υπουργείο Ανάπτυξης ΕΟΤ, 2000). Επιπρόσθετα, μέσω των κατάλληλων καναλιών προώθησης και τη βοήθεια τόσο τοπικών και περιφερειακών φορέων, όσο και του τοπικού πληθυσμού, δίνεται η δυνατότητα να προωθηθούν τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα όχι μόνο σε όλη την Ελλάδα αλλά και σε χώρες του εξωτερικού. Δημιουργείται έτσι έμμεσα η ευκαιρία της ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας μέσω των γυναικείων συνεταιρισμών. Παρατηρείται λοιπόν, πως με τη συνεργασία των διαφόρων φορέων και τη συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών, μπορούν να δημιουργηθούν προϋποθέσεις για την ενίσχυση της περιφέρειας, τη διατήρηση του πληθυσμού της και την τόνωση της οικονομίας της (Υπουργείο Ανάπτυξης ΕΟΤ, 2000).

- 2. Κοινωνική συμβολή:** Ο αγροτουρισμός δίνει τη δυνατότητα σε κατοίκους που ζουν μακριά από την ύπαιθρο να έρθουν σε επαφή με την αγροτική ζωή, να γίνουν μέρος της τοπικής κοινωνίας και να συμμετάσχουν στις καθημερινές δραστηριότητές της. Η επαφή με τη φύση προσφέρει ένα αίσθημα ελευθερίας και ευεξίας και βοηθάει στην αποφόρτιση από την πίεση και το άγχος της καθημερινότητας. Επίσης, μειώνεται το αίσθημα απομόνωσης και δημιουργείται μια σύνδεση των απομακρυσμένων περιοχών με τα αστικά κέντρα (Υπουργείο Τουρισμού, 2021). Αυτό ενισχύει την κοινωνική και προσωπική ανάπτυξη τόσο των κατοίκων όσο και των τουριστών. Παράλληλα, δίνεται η δυνατότητα να τονωθεί η τοπική κοινότητα, να ενισχυθεί η διατήρηση του πληθυσμού και η δημιουργία υγιών κοινωνικών δομών (Υπουργείο Ανάπτυξης ΕΟΤ, 2000).





- 3. Πολιτιστική συμβολή:** Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού δεν έχει μόνο οικονομικά και κοινωνικά κίνητρα. Είναι αυτή που με έμμεσο τρόπο προωθεί την προστασία της πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Δίνει νόημα στη διατήρηση της ταυτότητας του τόπου, των τεχνών, των παραδοσιακών προϊόντων, την προβολή των εθίμων και των παραδοσιακών εκδηλώσεων, καθώς και των μνημείων, των οικημάτων, των λιθόστρωτων δρόμων, των μύλων και των διάφορων εργαλείων και αγροτικών κατασκευών (Υπουργείο Ανάπτυξης ΕΟΤ, 2000; Υπουργείο Τουρισμού, 2021).
- 4. Περιβαλλοντική συμβολή:** Δε θα ήταν δυνατόν να παραληφθεί η αναφορά της συμβολής του αγροτουρισμού στην ευαισθητοποίηση του ανθρώπου για την προστασία του περιβάλλοντος. Όπως ήδη έχει αναφερθεί, η ποικιλομορφία του ανάγλυφου της Ελλάδας αλλά και το κλίμα της την καθιστούν ιδανική για την ανάπτυξη και την εδραίωση του αγροτουρισμού όλο το χρόνο. Η επαφή του επισκέπτη με το φυσικό περιβάλλον, η οργανωμένη υποδομή και η ανάδειξη του φυσικού πλούτου μέσω πεζοποριών και δραστηριοτήτων για την γνωριμία της πανίδας και της χλωρίδας της χώρας, φαίνεται πως αυξάνουν την ευαισθησία και την ενσυναίσθηση του τουρίστα για το περιβάλλον. Ακόμη, το περιβάλλον αποκτά πλουτοπαραγωγική αξία, με αποτέλεσμα η ίδια η τοπική κοινωνία να προβαίνει στην προστασία του έναντι της υποβάθμισης και της υπερεκμετάλλευσής του. Γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό, ειδικά σε προστατευόμενες περιοχές όπου υπάρχουν γενικότεροι περιορισμοί στην αναπτυξιακή δραστηριότητα (π.χ. περιοχές Natura, Εθνικοί Δρυμοί, Υγρότοποι Ραμσάρ) (Υπουργείο Ανάπτυξης ΕΟΤ, 2000).



## 2.9. Μειονεκτήματα Αγροτουρισμού

Εκτός από τη θετική επίδραση που μπορεί να έχει ο αγροτουρισμός, παρουσιάζει και κάποια μειονεκτήματα. Για παράδειγμα, σε περιοχές που χαρακτηρίζονται από ευαισθησία και δεν έχει γίνει σωστός σχεδιασμός, η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια της φυσικής και πολιτισμικής τους ταυτότητας. Ακόμη, οι Έλληνες αγρότες που θέλουν να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό, έχουν να αντιμετωπίσουν τους ήδη εδραιωμένους ανταγωνιστές τους στην υπόλοιπη Ευρώπη, αλλά και τις μεγάλες, εδραιωμένες πλέον, τουριστικές μονάδες που λειτουργούν στην Ελλάδα. Απαιτεί λοιπόν μεγάλη επιμονή και υπομονή για να αναγνωρισθεί η προσπάθεια αυτή. Στην ήδη δύσκολη κατάσταση, έρχεται να προστεθεί και η έλλειψη σχεδίων, έργων και υποδομών στους δυνητικούς τουριστικούς προορισμούς, αλλά και η αργή κίνηση στα γρανάζια της γραφειοκρατίας, της πολύμορφης και ατελείωτης νομοθεσίας και των ελέγχων. Φυσικά δεν θα πρέπει να παραλειφθεί και η διαρκώς μεταβαλλόμενη φορολογία, που δημιουργεί ένα ασταθές επιχειρηματικό περιβάλλον με αμφίβολη κερδοφορία, εμποδίζοντας με τον τρόπο της την ανάδειξη και την εδραίωση προορισμών, ως αγροτουριστικών.

## 2.10. Περιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης του Αγροτουρισμού

Παρόλο που η χώρα μας διαθέτει ποικίλα και πολλά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, υφίστανται και πολλοί περιοριστικοί παράγοντες που χαρακτηρίζουν την ελληνική πραγματικότητα. Συγκεκριμένα (Υπουργείο Ανάπτυξης ΕΟΤ, 2000):

- Οδικό δίκτυο: το μεγαλύτερο μέρος του περιφερειακού οδικού δικτύου της χώρας είναι ανεπαρκές και κακοσυντηρημένο, χωρίς την απαραίτητη σήμανση, με αποτέλεσμα να δυσκολεύει τόσο τις μετακινήσεις των κατοίκων της εκάστοτε περιοχής όσο και των επισκεπτών της.



- Εναέριο δίκτυο: η ελλιπής σύνδεση και οι μεγάλες αποστάσεις από τα αεροδρόμια, δημιουργούν μεγάλο κόστος στις μετακινήσεις τόσο οικονομικά όσο και χρονικά. Είναι γνωστό, άλλωστε, πως η Ελλάδα δεν είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική σε αυτόν τον τομέα καθώς θεωρείται ακριβή και ιδιαίτερα εποχική.
- Κοινωνικές δομές: οι ελλείψεις σε βασικές κοινωνικές δομές, όπως τράπεζες, φαρμακεία, ιατρεία, κ.ά. είναι δυστυχώς ένα φαινόμενο που αντιμετωπίζουν οι κάτοικοι της περιφέρειας και αποτελεί συχνά αποτρεπτικό παράγοντα στο να επισκεφθεί κάποιος μια περιοχή.
- Ηλικία πληθυσμού: χαρακτηριστικό της ελληνικής υπαίθρου είναι η μεγάλη ηλικία που χαρακτηρίζει τους κατοίκους της, με αποτέλεσμα να υπάρχει χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και μειωμένη επιχειρηματική δραστηριότητα. Ακόμη απουσιάζει το όραμα και η διάθεση για ανάπτυξη.
- Κίνητρα παραμονής πληθυσμού στην ύπαιθρο: δυστυχώς στην επαρχία και κυρίως σε απομονωμένα μέρη, υπάρχει η τάση των νέων να φεύγουν για μεγάλα αστικά κέντρα, όχι τόσο λόγω των μειωμένων ευκαιριών για απασχόληση, αλλά κυρίως λόγω των δύσκολων συνθηκών διαβίωσης σε πολλά επίπεδα. Ο αγροτουρισμός επομένως, θα μπορούσε να αποτελέσει ένα ισχυρό κίνητρο και να λειτουργήσει συμπληρωματικά, ώστε, όχι μόνο να αποτραπεί η εγκατάλειψη της ελληνικής υπαίθρου αλλά αντίθετα να αναστραφεί και να δημιουργηθούν υγιείς κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες ανάπτυξης.
- Θεσμικό πλαίσιο: το θεσμικό πλαίσιο τόσο της προστασίας του περιβάλλοντος όσο του αγροτουρισμού στην Ελλάδα παρουσιάζει πολλά κενά είτε στη σύλληψη είτε στην εφαρμογή του. Σε αυτό, έρχεται να προστεθεί και η απουσία ελεγκτικού μηχανισμού, με αποτέλεσμα να υπάρχουν πολλές μικρές και ταυτόχρονα παράνομες επιχειρήσεις, που υποβιβάζουν το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχουν, δυσφημίζοντας εν τέλει το γενικότερο πλαίσιο του αγροτουρισμού στη χώρα μας.



- Έλλειψη υποδομής: η έλλειψη αυτή δεν αφορά μόνο το από κομμάτι της υποδομής αλλά κυρίως την έλλειψη εμπειρίας στο κομμάτι του αγροτουρισμού, των εργαλείων και της αξιολόγησής του, στοιχείων που αφορούν την κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα, για τη θέση της στην παγκόσμια αγορά αλλά και τις τάσεις που επικρατούν στην τελευταία. Στοιχεία που είναι απαραίτητα για την οργάνωση και την χάραξη μιας εθνικής στρατηγικής.
- Ενημέρωση και στατιστικά στοιχεία: Η απουσία στατιστικών και ενημερωτικών στοιχείων για τις υποδομές, τις δραστηριότητες και τις υπηρεσίες που προσφέρονται, δημιουργεί εμπόδια στο σωστό σχεδιασμό, την οργάνωση και την προώθησή του. Τα παραπάνω αποτελούν απόρροια της αδυναμίας συνεργασίας όλων των εμπλεκόμενων φορέων, από τον τοπικό πληθυσμό έως το εθνικό επίπεδο.
- Κοινό: Μέχρι τώρα το κοινό που απευθυνόταν ο αγροτουρισμός στην χώρα μας ήταν το ελληνικό. Η απουσία των εξωτερικών επισκεπτών και η οικονομική κρίση που ταλάνισε την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, είχε δυσμενή αποτελέσματα στους εμπλεκόμενους με αυτό το είδος τουρισμού. Είναι επιτακτική ανάγκη λοιπόν, να υπάρξει εξωστρέφεια, ώστε να προβληθεί και να προωθηθεί το ελληνικό αγροτουριστικό προϊόν στο εξωτερικό.
- Εποχικότητα: Δυστυχώς η χώρα μας έχει ταυτιστεί με το καλοκαίρι και τη θάλασσα, γεγονός που, σε συνδυασμό με τη δυσκολία στην πρόσβαση και την έλλειψη χειμερινών υποδομών, καθιστά δύσκολη την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- Κέρδος: η δυσκολία του αγροτουρισμού να συναγωνιστεί τον συμβατικό τουρισμό σε επίπεδο οικονομικού κέρδους αποτελεί σημαντικό αντικίνητρο για την ανάπτυξή του. Θα ήταν λοιπόν φρόνιμο, η ιδέα του αγροτουρισμού να περάσει στις τοπικές κοινωνίες ως ευκαιρία συμπληρωματικού εισοδήματος και όχι ως ευκαιρία άμεσου και γρήγορου πλουτισμού.



## 2.11. Ο Αγροτουρισμός σε διεθνές επίπεδο

Η μελέτη του αγροτουρισμού ξεκίνησε τη δεκαετία του 1980 υπό το πρίσμα της κοινωνιολογικής και τουριστικής προσέγγισης (Barbieri C. , 2019). Όμως, ο αγροτουρισμός υπό μία πιο ευρεία έννοια, δηλαδή των εξορμήσεων σε αγροτικές περιοχές, έκανε την εμφάνιση του περί τα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα.

Συγκεκριμένα, όπως αναφέρεται από έναν οδηγό που δημοσιεύτηκε από το University of Tennessee - UoT (2005) «*Η αναψυχή και ο τουρισμός που σχετίζονται με το αγρόκτημα εντοπίζονται στα τέλη του 1800, όταν οικογένειες επισκέπτονταν τους αγρότες συγγενείς τους σε μια προσπάθεια να ξεφύγουν από την καλοκαιρινή ζέστη της πόλης*». Στο ίδιο έργο, αναφέρεται, πως περαιτέρω ανάπτυξη επί του συγκεκριμένου τομέα ήρθε μετά τη δεκαετία του 1920, όταν και βελτιώθηκαν οι συνθήκες των μετακινήσεων μεταξύ των περιοχών χάρη τη γραμμή παραγωγής του Henry Ford που οδήγησε στην διεύρυνση της χρήσης του αυτοκινήτου (University of Tennessee, 2005). Υπό τη σημερινή του μορφή, δηλαδή αυτή της εναλλακτικής μορφής οργανωμένου τουρισμού, ο αγροτουρισμός άρχισε να διαμορφώνεται μετά το Β' Π.Π. και κυρίως μέσα στη δεκαετία του 1960 στην Αμερική υπό την ονομασία "*Farm and Ranch Hospitality*" (Παπακωνσταντίνου, 2022). Οι δύο μορφές που λάμβανε τότε ο αγροτουρισμός και εξακολουθούν να υφίστανται έως και σήμερα είναι:

- **Farm - Ranch based Tourism:** Οι τουρίστες εντάσσονται στο καθημερινό αγροτικό πρόγραμμα και βιώνουν πρακτικά την αγροτική ζωή, συμμετέχοντας στις ημερήσιες δραστηριότητες των οικοδεσποτών τους.
- **Hotel - Resort based Tourism:** Οι τουρίστες διαμένουν σε συγκεκριμένο αγροτικού τύπου κατάλυμα ως πελάτες και τους παρέχονται υπηρεσίες ψυχαγωγίας, ευεξίας, κ.λπ. σε συνδυασμό με παράγοντες του φυσικού περιβάλλοντος.

Όπως αναφέρει η έκθεση της εταιρείας ερευνών Allied Market Research για τον αγροτουρισμό, η παγκόσμια αγορά του κλάδου εκτιμάται στα \$42,46 δισεκατομμύρια, με τους αναμενόμενους ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης για τα



επόμενα 8-10 χρόνια να αγγίζουν το 13,4%, φθάνοντας έτσι τα \$62,98 δισεκατομμύρια του 2027 (Kamble A. & Deshmukh R., 2021). Σύμφωνα με τα δεδομένα, ο συγκεκριμένος κλάδος τουρισμού αποτελεί έναν από τους πιο ανερχόμενους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που υπάρχει, με τη δημοτικότητα του να αυξάνεται σταθερά κατά τα τελευταία χρόνια. Μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν καταλυτικά την ανάπτυξη αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού είναι:

- Παροχή κρατικών ενισχύσεων οικονομικής φύσεως για την προστασία του περιβάλλοντος.
- Αύξηση του ενδιαφέροντος του κόσμου για την ενημέρωση σχετικά με παραδοσιακές μορφές παραγωγής ή την πολιτιστική κληρονομιά.
- Εθνικές καμπάνιες για την ευαισθητοποίηση των πολιτών προς τα οφέλη αναψυχής και υγείας από την επαφή με τη φύση.
- Αύξηση της καινοτομίας των παρεχόμενων υπηρεσιών/προϊόντων.

## **2.12. Ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα**

Ο αγροτουρισμός στην χώρα μας έκανε την εμφάνιση του τα τελευταία χρόνια και ακόμη και σήμερα τελεί υπό διαμόρφωση. Αρχικά, μεταφέρθηκε στις αγροτικές περιοχές και συνδέθηκε με τον αγροτικό χώρο και τη ζωή στο χωριό και όχι με τη μορφή που συναντάται στις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης, δηλαδή με τις τουριστικές δραστηριότητες στα πλαίσια της γεωργικής εκμετάλλευσης. Σε γενικές γραμμές σε όλες τις χώρες της Μεσογείου ο αγροτουρισμός έκανε την εμφάνιση του την δεκαετία του '80 και πιο συγκεκριμένα, στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού Κανονισμού Ε.Ε.2088/85 της Ευρωπαϊκής Ένωσης που αφορά τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα (Μ.Ο.Π.). Ωστόσο η αρχική του μορφή, η οποία διατηρήθηκε κατά τα πρώτα χρόνια από την εμφάνισή του, ήταν διαφορετική (Τσάρτας Π. και Θανόπουλος Μ., 1994). Ο αγροτουρισμός σε εκείνη την φάση είχε ως στόχο να βοηθήσει στα προβλήματα οικονομικής και κοινωνικής φύσης σε περιοχές που ο πρωτογενής τομέας αποτελεί τον σημαντικότερο κλάδο της οικονομίας και κυρίως σε ορεινές και οικονομικά μειονεκτικές περιοχές. Την εποχή αυτή δημιουργούνται αγροτουριστικές μονάδες



τόσο από ιδιώτες όσο και από φορείς και Γυναικείους Αγροτικούς Συνεταιρισμούς, κυρίως σε ήδη τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές, οι περισσότερες από τις οποίες ενισχύθηκαν από χρηματοδοτικά προγράμματα. Δυστυχώς όμως, στις περισσότερες περιπτώσεις, δεν πληρούν τις προδιαγραφές του παγκόσμιου αγροτουρισμού.

Τα επόμενα χρόνια οι Κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης 797/85, 2328/91, 950/97, τα Π.Ε.Π. (1994-1999), οι Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader I (1991-1993), Leader II (1994-1999), αλλά και το Leader Plus (2000-2006), καθώς επίσης και κάποιες δράσεις φορέων της Δημόσιας Διοίκησης ενθάρρυναν τις επενδύσεις στα πλαίσια του αγροτουρισμού. Αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών ήταν να γίνουν αξιόλογες επενδύσεις για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού (Τσάρτας Π. και Θανόπουλος Μ., 1994). Σήμερα, αυξάνεται ολοένα και περισσότερο ο αριθμός των εργαζομένων στον αγροτουρισμό και μάλιστα το επίπεδο των παροχών βρίσκεται σε αρκετά υψηλό επίπεδο, ενώ ταυτόχρονα καταγράφεται αύξηση και στην κατασκευή παραδοσιακών τουριστικών καταλυμάτων (Kizos T. & Iosifides T., 2007).

### **2.13. Ο αγροτουρισμός την εποχή του Covid-19**

Ο ιός «SARS-COV-2» ή «νέος Κορονοϊός», που προκαλεί λοίμωξη του ανώτερου αναπνευστικού συστήματος, έκανε την εμφάνιση του στην Wuhan της Κίνας τον Δεκέμβριο του 2019. Η λοίμωξη αυτή έγινε γνωστή παγκοσμίως ως «Covid-19» και τα συμπτώματα της περιλαμβάνουν ρινική συμφόρηση, βήχα, κόπωση, πυρετό. Παρόλο που το 80% των ατόμων που θα προσβληθούν από τον Covid θα αναρρώσουν από την ασθένεια χωρίς να χρειαστούν νοσοκομειακή περίθαλψη, ένας στους πέντε θα νοσήσουν σοβαρά και θα χρειαστούν νοσοκομειακή περίθαλψη εξαιτίας σημαντικών δυσκολιών στην αναπνοή. Η εξάπλωση της ασθένειας γίνεται με αναπνευστικά σταγονίδια και, για τον λόγο αυτό, είναι σημαντικό να τηρούνται οι κανόνες υγιεινής και οι αποστάσεις τουλάχιστον του ενός μέτρου μεταξύ των ατόμων (World Health Organization, 2020).



Όπως είναι λογικό, η πρόσφατη υγειονομική κρίση, η οποία χαρακτηρίστηκε πανδημία από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας στις 11 Μαρτίου του 2020, έχει επιδράσει σε μεγάλο βαθμό στον τρόπο με τον οποίο συμπεριφέρονται πλέον οι άνθρωποι και κατ' επέκταση στις οικονομίες του πλανήτη.

Ο τομέας του τουρισμού και η συνεισφορά αυτού τόσο στον κλάδο της οικονομίας όσο και στον κλάδο της απασχόλησης έχει πληγεί σοβαρά από τον Covid-19. Η ελληνική κυβέρνηση προκειμένου να στηρίξει τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού έλαβε μια σειρά από μέτρα. Τα σημαντικότερα από αυτά περιελάμβαναν αναστολή φόρων και ασφαλιστικών εισφορών με προϋπόθεση να μην χαθούν οι θέσεις εργασίας (Υπουργείο Τουρισμού, 2022).

Οι επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου, προκειμένου να επιβιώσουν την περίοδο της πανδημικής κρίσης έλαβαν όλα τα απαιτούμενα μέτρα που αφορούσαν θέματα υγιεινής και ασφάλειας, ώστε να αποπνέουν εμπιστοσύνη στους επισκέπτες, ενώ ταυτόχρονα οι επαγγελματίες του κλάδου έπρεπε να ήταν σε θέση να διαχειριστούν πιθανά περιστατικά στις τουριστικές τους επιχειρήσεις, γεγονός που επιβάρυνε ακόμη περισσότερο την ανάπτυξη του τουρισμού.

Στην χώρα μας, ήδη από τις αρχές της πανδημίας, έγιναν πολλές ακυρώσεις κρατήσεων από τουρίστες του εξωτερικού αλλά και της εγχώριας αγοράς, με αποτέλεσμα να πληγεί και ο κλάδος του αγροτουρισμού. Σε γενικές γραμμές, είναι δυνατόν να ειπωθεί, ότι, παρόλο που δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στον αντίκτυπο της Covid-19 στον κλάδο του τουρισμού, στον αγροτουρισμό ίσχυσε ό,τι και στις άλλες μορφές τουρισμού και δεν δόθηκε η ανάλογη προσοχή. Οι επαγγελματίες του κλάδου υποστηρίζουν ότι ο αγροτουρισμός θα μπορούσε να συνεχιστεί και να εξεταστεί χωριστά από τον υπόλοιπο τουρισμό κατά την διάρκεια της πανδημίας υπό προϋποθέσεις (AgroCapital.gr 2020).





## 2.14. Προγράμματα Ενίσχυσης Αγροτουρισμού στην Ελλάδα

Στον τομέα του τουρισμού υπάρχουν πολλά και ποικίλα χρηματοδοτικά προγράμματα (Ευρωπαϊκά και Εθνικά) τα οποία συμβάλλουν στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Ορισμένα από τα σημαντικότερα αποτελούν:

### ❖ **LEADER**

Η προσέγγιση LEADER εισήχθη ως απάντηση στην αποτυχία των παραδοσιακών πολιτικών στην «από πάνω προς τα κάτω» αντιμετώπιση προβλημάτων που απαντώνται σε πολλές αγροτικές περιοχές στην Ευρώπη. Το αρκτικόλεξο «LEADER» προέρχεται από τη γαλλική φράση «*Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale*» που σημαίνει «Σύνδεσμοι μεταξύ δραστηριοτήτων για την ανάπτυξη της αγροτικής οικονομίας» (Ευρωπαϊκό Δίκτυο Αγροτικής Ανάπτυξης, 2022). Αποτελεί ένα καινοτόμο, για την εποχή, πρόγραμμα καθώς στόχευε στη λύση των προβλημάτων που προκύπτουν στη γεωργία «από τη βάση προς την κορυφή», στην οποία συμμετέχουν γεωργοί, αγροτικές επιχειρήσεις, τοπικές οργανώσεις δημόσιες αρχές και άτομα από διάφορους τομείς που συγκροτούν τις Ομάδες Τοπικής Δράσης (ΟΤΔ). Οι ΟΤΔ σχεδιάζουν τις δικές τους στρατηγικές που αφορούν την τοπική ανάπτυξη και διαχειρίζονται οι ίδιες τους αντίστοιχους προϋπολογισμούς. Η μέθοδος LEADER ενισχύει τους δεσμούς στις τοπικές κοινότητες, ενθαρρύνει τις καινοτομίες σε όλους τους τομείς και διευκολύνει την ανταλλαγή γνώσεων μεταξύ των ΟΤΔ σε εθνικό και ενωσιακό επίπεδο (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2022)

Το πρόγραμμα **LEADER I** εφαρμόστηκε πειραματικά κατά την περίοδο 1991-1993. Αφορούσε την ενεργοποίηση τοπικών πόρων μειονεκτικών αγροτικών περιοχών ή περιοχών με πληθυσμό 5.000-100.000 άτομα. Σκοπός του ήταν η δραστηριοποίηση της αγροτικής ανάπτυξης, η επαγγελματική κατάρτιση, η αξιοποίηση των γεωργικών προϊόντων και η δικτύωση των ομάδων. Εφαρμόστηκε σε 217 περιοχές της Ε.Ε. και σε 25 ορεινές και νησιωτικές περιοχές της Ελλάδας (Ευρωπαϊκό Δίκτυο Αγροτικής Ανάπτυξης, 2022). Η χρηματοδότησή του προήλθε τόσο από την Ε.Ε. όσο και από τα κράτη – μέλη της, αλλά και κάποιους ιδιώτες που συμμετείχαν σε αυτό. Πιο συγκεκριμένα, το Μέτρο 3 αφορά τον Αγροτουρισμό και τα κονδύλια που δόθηκαν για την υλοποίηση έργων σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας (Πρόγραμμα Αγροτικής



Ανάπτυξης, 2022). Έτσι, επιτεύχθηκε η δημιουργία συνεργασιών μεταξύ των τοπικών φορέων και η δυνατότητα να προταθούν λύσεις για την ανάπτυξη της περιοχής τους.

Τα ενθαρρυντικά αποτελέσματα οδήγησαν στο πρόγραμμα LEADER II που υλοποιήθηκε την περίοδο 1994-1999. Με την εφαρμογή και υλοποίησή του ο αριθμός των ΟΤΔ αυξήθηκε σε περίπου 900 (Ευρωπαϊκό Δίκτυο Αγροτικής Ανάπτυξης, 2022). Κατά τη 2<sup>η</sup> Προγραμματική Περίοδο το πρόγραμμα στόχευε στην παρακίνηση του τοπικού πληθυσμού για καινοτόμες δράσεις, στην χρηματική αυτάρκεια και τον πολυτομεακό χαρακτήρα της ανάπτυξης. Οι διάφορες συνιστώσες του LEADER II περιστρέφονται γύρω από ένα «Ευρωπαϊκό δίκτυο αγροτικής ανάπτυξης», το οποίο επιτρέπει μία διάδοση σε ευρεία κλίμακα (σεμινάρια, ανταλλαγές, δημοσιεύσεις) καινοτόμων δράσεων που διεξάγονται προς όφελος του αγροτικού κόσμου και διευκολύνουν τις διακρατικές συνεργασίες. Το «Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο του LEADER» είναι υπεύθυνο για τη διοργάνωση του δικτύου αυτού (Ε.Τ.Α.Α Α.Ε, 2022).

Κατά την 3<sup>η</sup> Προγραμματική Περίοδο μέσω του LEADER+, έγινε μια προσπάθεια ενδυνάμωσης των συνεργασιών μεταξύ τοπικών φορέων και κοινωνικών ομάδων και επεκτάθηκε σε όλες τις αγροτικές περιοχές, ενώ, δικαιούχοι ήταν πλέον οι Ο.Τ.Α. (Ευρωπαϊκό Δίκτυο Αγροτικής Ανάπτυξης, 2022). Μετά την εφαρμογή της σε τρεις προγραμματικές περιόδους και τα θετικά αποτελέσματα, εφαρμόστηκε στο πλαίσιο του Άξονα 4 του ΠΠΑ 2007-2013. Την προγραμματική περίοδο 2014-2022, η προσέγγιση LEADER συνδυάζεται με την πολυταμειακή προσέγγιση (CLLD) και τη διεύρυνση των περιοχών εφαρμογής της, χωρίς όμως να χάνει τον χαρακτήρα της «από κάτω προς τα πάνω» προσέγγισης στο σχεδιασμό (1η Πρόσκληση Ενδιαφέροντος CLLD, 2016).

#### ❖ Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου (ΟΠΑΑΧ)

Τα ΟΠΑΑΧ αποτελούν παρεμβάσεις του προγράμματος Αγροτική Ανάπτυξη – Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000-2006. Σκοπός τους ήταν η ολοκληρωμένη και βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών ορεινών και μειονεκτικών περιοχών. Ο σχεδιασμός τους ξεκίνησε το 1999 από το Υπουργείο Γεωργίας με την επιλογή 40 περιοχών της Ελλάδας και τη δημιουργία 13<sup>ων</sup> Δομών Στήριξης για την εφαρμογή του. Εξυπηρετούσε 14 Μέτρα του Άξονα 7. Δικαιούχοι του προγράμματος ήταν φυσικά



πρόσωπα, εταιρείες, συνεταιριστικές οργανώσεις, Ο.Τ.Α., πολιτιστικοί σύλλογοι, διεπαγγελματικές οργανώσεις, με το ποσοστό των επιχορηγήσεων στις ιδιωτικές επενδύσεις να αγγίζει το ποσοστό του 45-100%.

Στόχοι του προγράμματος ήταν:

- Η στήριξη των λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών.
- Η άμβλυση της απομόνωσης των ορεινών περιοχών.
- Η μείωση των ανισοτήτων μεταξύ περιφερειών.
- Η ανάδειξη των τοπικών πλεονεκτημάτων της κάθε περιοχής.
- Η δημιουργία βιώσιμων συνθηκών για τους πληθυσμούς των περιοχών.

Το τελευταίο Πρόγραμμα ΟΠΑΑΧ του Άξονα 3, ξεκίνησε το 2013. Οι στόχοι του αφορούσαν τη διαφοροποίηση προς μη γεωργικές δραστηριότητες (Μέτρο 3.1.1), τη στήριξη της δημιουργίας και ανάπτυξης πολύ μικρών επιχειρήσεων (Μέτρο 3.1.2) και την ενθάρρυνση των τουριστικών δραστηριοτήτων (Μέτρο 3.1.3) ([www.gkps.agrotikianaptixi.gr](http://www.gkps.agrotikianaptixi.gr), 2022).

#### ❖ **Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΣΣΑΑ) 2007-2013**

Το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης εφαρμόστηκε μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) 2007-2013 και καθόριζε τις προτεραιότητες της Ελλάδας για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης μέσω του Ευρωπαϊκού Γεωργικού Ταμείου Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ).

Οι τρεις βασικοί άξονες που εστίαζε ήταν:

- Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας στον τομέα της γεωργίας και της δασοκομίας.
- Η βελτίωση του περιβάλλοντος και της υπαίθρου.
- Η βελτίωση της ποιότητας ζωής στην ύπαιθρο.

Όλα αυτά υποβοηθούμενα από έναν τέταρτο οριζόντιο άξονα LEADER (Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΣΣΑΑ) 2007-2013, 2006).



❖ **INTERREG I,II,III,IV**

Τα προγράμματα Interreg I (1989-1995), Interreg II (1994-1999) και Interreg III αποτελούν προγράμματα διμερών ή πολυμερών συμφωνιών μεταξύ των κρατών-μελών της Ε.Ε. και περιελάμβαναν υποδομές, κατασκευές, αθλητικά τουριστικά κέντρα, πολιτισμική συνεργασία και προώθηση του αγροτουρισμού. Βασικός στόχος τους αποτελούσε η αειφόρος ανάπτυξη των Βαλκανίων. Το τελευταίο πρόγραμμα της προγραμματικής περιόδου αποτέλεσε το Interreg IV που είχε σκοπό την προώθηση συνεργασίας μεταξύ των μελών, την ανταλλαγή ιδεών, απόψεων και γνώσεων μέσα από κοινά έργα ([www.interreg.gr](http://www.interreg.gr)).



### 3<sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΓΡΕΒΕΝΩΝ

#### 3.1. Γεωμορφολογικά και Δημογραφικά στοιχεία της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών

Η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών καταλαμβάνει το νοτιοδυτικό τμήμα της Περιφέρειας της Δυτικής Μακεδονίας και συνορεύει βορειοανατολικά με το νομό Κοζάνης, ανατολικά με το νομό Λάρισας, νότια με το νομό Τρικάλων, νοτιοδυτικά με το νομό Ιωαννίνων και βορειοδυτικά με το νομό Καστοριάς.



Εικόνα 17. Χάρτης Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών  
Πηγή: (Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών 2023)

Η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών εκτείνεται σε 2.291τ.χλμ., ενώ το σύνολο του εδάφους της είναι ορεινό και ημιορεινό (85% περίπου) με το 70% των εδαφών του να βρίσκονται σε υψόμετρο πάνω από 1000μ. (Τζιόλας, 2010). Αποτελεί την πλέον δασοσκεπή περιφέρεια της Ελλάδας (43,2%), ενώ το ανάγλυφό της αποτελείται από πολλές οροσειρές, όπως του Βούρινου, των Καμβουνίων, των Χασίων και της Βόρειας Πίνδου. Η οροσειρά με τις ψηλότερες κορυφές εκτείνεται στο δυτικό τμήμα της Περιφερειακής Ενότητας και δημιουργεί ένα αδιαπέραστο τοίχος, δυσκολεύοντας την επικοινωνία με την Ήπειρο. Μερικές από τις κορυφές της αποτελούν η Βασιλίτσα της



οποίας το υψόμετρο αγγίζει τα 2.249μ., η Φλέγκα με υψόμετρο τα 2.158μ., ο Όρλιακας με υψόμετρο τα 1.433μ. κ.ά. (Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών 2023).

Διαρρέεται από τον ποταμό Αλιάκμονα και τους παραποτάμους του, με τους σημαντικότερους να είναι: 1) ο Γρεβενιώτικος ή Γρεβενίτης ή Γρεβενιώτικο ποτάμι που διασχίζει την πόλη, 2) ο Βενέτικος που αποτελεί και τον μεγαλύτερο παραπόταμο του Αλιάκμονα και 3) ο Σταυροπόταμος. Στο δυτικό κομμάτι της Περιφερειακής Ενότητας, μέσα από την οροσειρά της Πίνδου αναβλύζει και ο ποταμός Αώος. Το κλίμα χαρακτηρίζεται ως Υπο-Μεσογειακό ενώ θεωρείται ως πιο κρύα κλιματολογικά Περιφέρεια της Ελλάδας (Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών, 2022).

Διοικητικά χωρίζεται σε δύο δήμους με συνολικό πληθυσμό 31.757 κατοίκους (σύμφωνα με την απογραφή του 2011), τον Δήμο Γρεβενών και τον Δήμο Δεσκάτης. Ο Δήμος Γρεβενών συστάθηκε το 2011 σύμφωνα με το Ν.3852 (ΦΕΚ Α'87/7.6.2010 2010) και δημιουργήθηκε από την ένωση των Καποδιστριακών Δήμων των Γρεβενών, του Βεντζίου, της Γόργιανης, των Ηρακλεωτών, της Ζιάκας, του Κοσμά Αιτωλού και άλλων επτά ανεξάρτητων Καποδιστριακών Κοινοτήτων. Αποτελείται σήμερα από συνολικά 97 οικισμούς, έχει συνολική έκταση 1.859τ.χλμ. και οι μόνιμοι κάτοικοί του ανέρχονται σε 25.905 (Δήμος Γρεβενών 2020). Ο Δήμος Δεσκάτης συστάθηκε και αυτός το 2011 βάσει του Ν.3852 (ΦΕΚ Α'87/7.6.2010 2010) και δημιουργήθηκε από τη συνένωση των προϋπαρχόντων δήμων της Δεσκάτης και των Χασίων. Η έκτασή του δεν ξεπερνά τα 432τ.χλμ. και οι μόνιμοι κάτοικοί του, σύμφωνα με την απογραφή του 2011, ανέρχονται στους 5.852 (Δήμος Δεσκάτης 2016), (Αποστόλου, 2018).

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί πως η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών αποτελεί την πιο αραιοκατοικημένη ενότητα της ελληνικής επικράτειας, ενώ το 1/3 του συνολικού πληθυσμού της ασχολείται με τον πρωτογενή τομέα (Συκάς, 2006), (Τζιόλας, 2010).



## 3.2. Προσβασιμότητα τουριστικών προορισμών της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών

### 3.2.1. Οδικό δίκτυο

Η πρόσβαση στην πόλη των Γρεβενών γίνεται μόνο οδικώς. Απέχει 484 χλμ. από την Αθήνα, 170 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη, 140 χλμ. από τη Λάρισα, 100 χλμ. από τα Ιωάννινα και 87 χλμ. από τα Τρίκαλα. Λόγω του ανάγλυφου του νομού και των ορεινών όγκων που το κατακλύζουν, η πρόσβαση ήταν πάντα δυσχερής. Η δημιουργία της Εγνατίας Οδού έδωσε άλλη πνοή στην ανάπτυξη του τουριστικού κομματιού κάνοντάς τη πιο εύκολη (Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών, 2022). Παρόλα αυτά, το ορεινό τμήμα της Περιφέρειας συνεχίζει να διασχίζεται από ένα κακοσυντηρημένο επαρχιακό οδικό δίκτυο, το οποίο παρουσιάζει διαρκώς προβλήματα βατότητας λόγω των καιρικών συνθηκών κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου, ενώ η συγκοινωνία μπορεί να χαρακτηριστεί από ελλιπής το καλοκαίρι έως ανύπαρκτη το χειμώνα.

### 3.2.2. Σιδηροδρομικό και Συγκοινωνιακό δίκτυο

Η σιδηροδρομική σύνδεση των Γρεβενών στη γραμμή Καλαμπάκας – Βέροιας αποτελούσε όραμα και διαχρονικό αίτημα των κατοίκων του νομού. Την κατασκευή της εν λόγω σιδηροδρομικής γραμμής ανέλαβε μια βέλγικη εταιρία το 1932, όμως οι οικονομικές διαφορές με το ελληνικό δημόσιο και η οικονομική κρίση της εποχής είχε ως αποτέλεσμα να μην επιτευχθεί ποτέ η ολοκλήρωση του έργου (Αποστόλου, 2018). Η συγκοινωνία της περιοχής σήμερα περιλαμβάνει τα δρομολόγια τόσο των ΚΤΕΛ τόσο σε τοπικό όσο και σε υπερτοπικό επίπεδο, εξυπηρετώντας τις αστικές και υπεραστικές μετακινήσεις



Εικόνα 18. Σιδηροδρομικός σταθμός στο Καρπερό Γρεβενών

Πηγή: (ΓΕΛ Καρπερού Γρεβενών 2013)



του κοινού. Ωστόσο, τα δρομολόγια που εκτελούνται σε καθημερινή βάση είναι ελάχιστα και προφανώς δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες των μόνιμων κατοίκων, πολλώ δε μάλλον των τουριστών (Δήμος Γρεβενών 2020).

### 3.3. Παραδοσιακά χωριά

#### 3.3.1. Τα βλαχοχώρια

Στη νότια Ελλάδα, η λέξη «βλάχος» σημαίνει απλά κτηνοτρόφος. Στην Πίνδο όμως, η λέξη «βλάχος» είναι συνυφασμένη με τη μετακίνηση και τη νομαδική ζωή και αναφέρεται σε ένα από τα πιο αυθεντικά βαλκανικά φύλλα. Πέρα από τα ελληνικά, μιλούν τη δική τους ιδιωματική λατινογενή γλώσσα, τα βλάχικα και είναι χριστιανοί. Ασχολούνται κυρίως με την κτηνοτροφία σε μια ιδιαίτερη μορφή. Διαμένουν σε σταθερά χειμαδιά το χειμώνα, ενώ το καλοκαίρι μετακινούνται σε θερινά βοσκοτόπια στα βουνά της Πίνδου όπου και διατηρούν σπίτια. Η παρουσία των Βλάχων διαφαίνεται ήδη από το 10<sup>ο</sup> μ.Χ. αιώνα, γίνεται όμως ιδιαίτερα αισθητή το 17<sup>ο</sup> μ.Χ. αιώνα, καθώς έχουν καταφέρει να οργανώσουν δίκτυα συνεργασιών και μεταφορών με την Ευρώπη και να αποκτήσουν σημαντική οικονομική δύναμη μέσω της ενασχόλησής τους με την μεταποίηση (Αδαμακόπουλος Τ. & Ματσούκα Π., 2004). Τα σημαντικότερα σήμερα βλαχοχώρια είναι:

#### ► Σαμαρίνα

Είναι χτισμένη αμφιθεατρικά, στη βορειοανατολική πλευρά του Σμόλικα, ανάμεσα σε δάση οξιάς, πεύκου και πυξαριού, με έντονο το υδάτινο στοιχείο και σε υψόμετρο 1.450 μ.. Η Σαμαρίνα αποτελεί τον υψηλότερο οικισμό της Ελλάδας, αλλά και όλων των Βαλκανίων (Αποστόλου, 2018). Στους παλιότερους χάρτες αναφέρεται ως «Santa Maria di Praetoria» γι' αυτό και πολλοί θεωρούν ότι το όνομά της προέρχεται από εκεί. Άλλες εκδοχές αναφέρουν ότι προήλθε από την τοποθεσία της, που είναι σαν σαμάρι ή από την ασχολία των κατοίκων με την κατασκευή σαμαριών ([www.samarina.gr](http://www.samarina.gr), 2022). Οι Σαμαρινιώτες μέσα από τα κοπάδια, το εμπόριο αλλά





και την αγιογράφιση, έφεραν το χωριό σε μεγάλη οικονομική άνθηση στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα (Γρεβενά, 2006). Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το χειμώνα είναι ακατοίκητη, ενώ το καλοκαίρι ο πληθυσμός της ανέρχεται στους 3.000 κατοίκους και την περίοδο πριν και μετά το Δεκαπενταύγουστο μπορεί να φτάσει έως και 10.000-15.000 (www.samarina.gr, 2022).



Εικόνα 19. Σαμαρίνα Γρεβενών  
Πηγή: (Samarina.gr 2023)

### ► Σμίξη

Κάποιοι λένε ότι η Σμίξη πήρε το όνομά της από το σμίξιμο δύο ποταμών, ενώ οι ντόπιοι ισχυρίζονται ότι πρόκειται για το σμίξιμο των οικισμών Πινακάδες και Μπίγκα που έσβησαν στα τέλη του 15<sup>ου</sup> αιώνα (Γρεβενά, 2006). Χτισμένη σε υψόμετρο 1.236 μ., στις πλαγιές της Βασιλίτσας χαρακτηρίζεται από τα πολλά γάργαρα νερά που αναβλύζουν από τις πηγές της (Αποστόλου, 2018). Το 1943 πυρπολήθηκε από τους Γερμανούς, οπότε από το 1950 και μετά ξεκίνησε η ανοικοδόμησή της. Η Σμίξη αποτελεί πλέον χειμερινό πόλο έλξης για τους τουρίστες (www.vlaxoxoria.gr, 2022).



Εικόνα 20. Σμίξη Γρεβενών  
Πηγή: (Στεργιόπουλος Β. 2021)



### ► Αβδέλλα

Χτισμένη σε υψόμετρο 1266 μέτρων, στους πρόποδες της Βασιλίτσας είναι το δεύτερο ψηλότερο χωριό μετά τη Σαμαρίνα (Αποστόλου, 2018). Η Αβδέλλα έχει πλούσια αρχιτεκτονική κληρονομιά με τα παραδοσιακά αρχοντικά της σπίτια, τις όμορφες εκκλησίες, τις αγέρωχες βρύσες της και το κρυφό σχολείο από την εποχή της Τουρκοκρατίας. Εκτός από την αρχιτεκτονική της όμως ξεχωρίζει και για τον φυσικό της πλούτο



Εικόνα 21. Αβδέλλα Γρεβενών  
Πηγή: (Στεργιόπουλος Β. 2022)

με τα καταπράσινα βουνά, τις χαράδρες, τα ποτάμια και τους καταρράκτες. Αποτελεί γενέτειρα πολλών σημαντικών προσωπικοτήτων όπως του Διονύσιου του Φιλοσόφου, των αδερφών Μίλτου και Γιάννη Μανάκια, οι οποίοι είναι οι πρώτοι Έλληνες και Βαλκάνιοι Κινηματογραφιστές, αλλά και Μακεδονομάχων οπλαρχηγών (www.vlaxoxoria.gr, 2022).

### ► Περιβόλι

Το Περιβόλι αποτελεί και αυτό ένα ορεινό χωριό που είναι χτισμένο σε υψόμετρο 1.380μ. και ιστορικά αναφέρεται ότι σε αυτό το 1930 λειτουργούσαν 29 υδροπρίονα. Ακόμη και σήμερα, διασώζεται ένα τμήμα της βασιλικής Ρωμαϊκής οδού που συνέδεε τη Δύση με την Ανατολή. Υπήρξε σημείο αναφοράς των αρματολών και των κλεφτών



Εικόνα 22. Περιβόλι Γρεβενών  
Πηγή: (Vlaxoxoria.gr 2022)

κατά τη διάρκεια της Τουρκοκρατίας (Τζιόλας, 2010). Λέγεται ότι ο Ρήγας Φεραίος καταγόταν από το Περιβόλι και εδώ ακούστηκε για πρώτη φορά «Ο Θούριος» (Συκάς, Τα Γρεβενά στο δρόμη της Εγνατίας, 2006). Το χωριό κάηκε το 1944 από τους Γερμανούς και με τη λήξη του πολέμου ξεκίνησε η ανοικοδόμησή του (Τζιόλας, 2010).



### ► Κρανιά

Κατά την παράδοση το χωριό Κρανιά δημιουργήθηκε από τη συνένωση δύο οικισμών σε υψόμετρο 950μ.. Το χωριό πήρε το όνομά του από την κοιλάδα που βρίσκεται κτισμένο και είναι γεμάτη από τους θάμνους κρανιάς (Αποστόλου, 2018). Είναι το μοναδικό από τα βλαχοχώρια που έχει μόνιμους κατοίκους. Είναι γνωστό για το γεφύρι του Σπανού, που είναι το μεγαλύτερο σωζόμενο πέτρινο γεφύρι και το γεφύρι του Σταυροπόταμου που χτίστηκε το 1900 (Vlaxoxoria.gr 2022). Τα δάση του είναι απaráμιλλης ομορφιάς ενώ υπάρχει και πλούσια παραποτάμια βλάστηση. Νοτιοδυτικά του χωριού υπάρχει η κορυφή Μπάλτσες, όπου αποτελείται από γέρικα διάσπαρτα ρόμπολα και παρέχει θέα ολόκληρης της Περιφερειακής ενότητας, των Ιωαννίνων και του Ολύμπου (Τζιόλας, 2010).



Εικόνα 23. Κρανιά Γρεβενών  
Πηγή: (Vlaxoxoria.gr 2022)

### 3.3.2. Τα Κουπατσαραίικα χωριά

Η ανάγκη μεταφοράς των αγαθών που παράγονται και η μικρή απορροφησιμότητα των κατοίκων στις αγροτικές δραστηριότητες, ώθησε τους Κουπατσαραίους να δημιουργήσουν στους πρόποδες της Πίνδου, τις πρώτες μεταφορικές συντροφίες. Τα χωριά αυτά δημιουργούν μια ζώνη κάτω από τα Βλαχοχώρια. Το όνομά τους προέρχεται από τη λέξη «κουπάτς» που στα τούρκικα σημαίνει η χαμηλή βλάστηση γύρω από τους κορμούς στα δρυοδάση. Χτισμένα στους ορεινούς όγκους Όρλιακα και Τσούργιακα, τα χωριά αυτά διαθέτουν απaráμιλλη φυσική ομορφιά καθώς χαρακτηρίζονται από φαράγγια και ορθοπλαγιές (Αδαμακόπουλος Τ. & Ματσούκα Π., 2004). Τα Κουπατσαραίικα χωριά είναι:



### ► Ζιάκας

Είναι ένα χωριό με στρατηγική σημασία λόγω της θέσης του, καθώς διαδραματίζει κομβικό ρόλο στις μετακινήσεις της ευρύτερης περιοχής, αφού αποτελεί αναγκαστικό πέρασμα των κτηνοτρόφων για το Περιβόλι, την Αβδέλλα αλλά και το ανατολικό Ζαγόρι.



Εικόνα 24. Ζιάκας Γρεβενών

Πηγή: (TravelMagic.gr 2017)

Τόπος ανυπότακτων κατοίκων έβγαλε μεγάλους οπλαρχηγούς, ανάμεσα τους ο Θεόδωρος Ζιάκας. Στα χρόνια του Εμφυλίου πολέμου, όλος σχεδόν ο πληθυσμός του διάφυγε στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης (Αδαμακόπουλος Τ. & Ματσούκα Π., 2004).

### ► Σπήλαιο

Χτισμένο σε υψόμετρο 1.000μ. σε ένα «μπαλκόνι» του βουνού Όρλιακα. Το Σπήλαιο αποτελεί έναν τόπο με σημαντική ιστορία και ιδιαίτερο φυσικό κάλλος. Ένα από τα ομορφότερα φαράγγια της Ελλάδας, το φαράγγι της Πορτίτσας, που οφείλει την ύπαρξή του στον ποταμό Περιβολιώτικο (παραπόταμος του Αλιάκμονα) ([www.spileo.gr](http://www.spileo.gr)).



Εικόνα 25. Σπήλαιο Γρεβενών

Πηγή: (Views of Greece 2018)

Είναι το μοναδικό χωριό των Γρεβενών που βρίσκεται σε φυσικά οχυρή τοποθεσία (Αδαμακόπουλος Τ. & Ματσούκα Π., 2004).



► **Τρίκωμο**

Το Τρίκωμο είναι ένα χωριό που προήλθε από τη συγχώνευση τριών οικισμών (Καλογριά, Ζιάννη και Ελευθεροχώρι). Βρίσκεται στις πλαγιές του όρους Όρλιακα και εντός του Εθνικού Πάρκου Βόρειας Πίνδου.



Εικόνα 26. Τρίκωμο Γρεβενών  
Πηγή: (Trikomogrebenon.blogspot.com 2013)

Οι απέραντες εκτάσεις αμπελιών, έδωσαν τη φήμη της παραγωγής του καλού κρασιού και δυνατού τσίπουρου στο χωριό και οι κάτοικοί του ως επί το πλείστον ασχολούνται με την παραγωγή κρασιού και τσίπουρου (Αδαμακόπουλος Τ. & Ματσούκα Π., 2004).

► **Αλατόπετρα**

Σε υψόμετρο 940 μ. βρίσκεται στις πλαγιές του Όρλιακα, στα βοριοανατολικά όρια του Εθνικού Πάρκου της Βόρειας Πίνδου. Τα σπάνια είδη χλωρίδας και το δάσος βελανιδιάς συνθέτουν ένα μαγικό τοπίο για το λόγο αυτό και η γύρω περιοχή έχει χαρακτηριστεί ως “Άλλος Βιότοπος”.



Η γεωγραφική του θέση, καθώς απέχει μόλις 28,5χλμ. από την πόλη των Γρεβενών και 22χλμ. από το χιονοδρομικό κέντρο της Βασιλίτσας, έχει συντελέσει στο να εξελιχθεί σε ένα οργανωμένο χειμερινό θέρετρο.

Αναφορικά με τη χρονολογία κτίσης του χωριού δεν υπάρχουν στοιχεία που να την τεκμηριώνουν. Ωστόσο, η παλαιότερη αναφορά που υπάρχει κάνει λόγο πως το χωριό κτίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1690 με την ονομασία χωριό Τούζι, που στα τούρκικα σημαίνει αλάτι. Τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, και συγκεκριμένα το 1927 το χωριό μετονομάστηκε σε Αλατόπετρα, όνομα που διατηρεί έως και σήμερα (Καραγιάννης, 2008).



Εικόνα 27. Αλατόπετρα Γρεβενών  
Πηγή: (Ellinika-xwria.blogspot.com 2018)

### ► Δοτσικό

Σε υψόμετρο 1.100μ. το χωριό έχει κρατήσει τον παραδοσιακό του χαρακτήρα και τα περισσότερα σπίτια του είναι πέτρινα, ενώ περιτριγυρίζεται από ερείπια παλιών οικισμών. Η λιθόστρωτη πλατεία του διακοσμείται από το μονότοξο πέτρινο γεφύρι, το οποίο από το 1990 χαρακτηρίστηκε ως διατηρητέο μνημείο από το Υπουργείο Πολιτισμού. Η κατασκευή του θεωρείται ότι έγινε από Γιαννιώτες μαστόρους το 1804 και στη νότια όψη του υπάρχει μια λθανάγλυφη μορφή, πιθανόν για την αποτροπή του κακού.



Εικόνα 28. Δοτσικό Γρεβενών  
Πηγή: (Greece-from-air.gr 2019)



Χαρακτηριστική φυσικά είναι και η πέτρινη βρύση της κεντρικής πλατείας του χωριού, καθώς και ο αιωνόβιος πλάτανος που χαρίζει τη σκιά του στους περαστικούς και τους κατοίκους. Την αρχιτεκτονική ομορφιά ενισχύει και το φυσικό τοπίο που αποτελείται από ποτάμια και δάση μαύρης πεύκης και δρυός (τουριστικός οδηγός) (Greece-from-air.gr 2019).

### ► Φιλιππαιοί

Αποτελεί ένα ακόμη ορεινό χωριό της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών και είναι χτισμένο σε υψόμετρο 1.220μ. Η ονομασία του κατά πάσα πιθανότητα προέρχεται από τον Βασικά Φίλιππο της Μακεδονίας, με την παράδοση να ισχυρίζεται ότι εκεί κάλπαζαν τα μαύρα άλογα της Μακεδονικής Αυλής.



Εικόνα 29. Φιλιππαιοί Γρεβενών  
Πηγή: (Aetos-grevena.blogspot.com 2023)

Την εποχή της τουρκοκρατίας το χωριό υπέστη μεγάλες καταστροφές και λεηλασίες και αποτέλεσε τσιφλίκι του Τούρκου Ραγίτ Μπέη, αλλά το 1872 κάποιοι από τους κατοίκους του αγόρασαν όλη την έκταση του χωριού με αποτέλεσμα ο πληθυσμός του να αυξηθεί. Οι σημερινοί του κάτοικοι, περίπου 200, ασχολούνται κυρίως με την κτηνοτροφία και τον τουρισμό, αφού το χωριό βρίσκεται σε ιδιαίτερα πλεονεκτική θέση (Aristeia.news 2020), (Γρεβενά, 2006).



### ➤ **Μικρολίβαδο**

Περιβάλλεται από καταπράσινα λιβάδια και πυκνά δάση με τον ποταμό Βενέτικο να κυλά ορμητικά δίπλα του. Το χωριό κοσμούν και όμορφες πέτρινες βρύσες και η κύρια ασχολία των κατοίκων είναι η καλλιέργεια φασολιών, σιτηρών και πατάτας. Πολλοί φυσικά από τους περίπου 100 μόνιμους κατοίκους του χωριού ασχολούνται και με την κτηνοτροφία (Γρεβενά, 2006).



Εικόνα 30. Μικρολίβαδο Γρεβενών  
Πηγή: (Elliniko-panorama.gr 2003)

### ➤ **Μοναχίτι**

Βρίσκεται Νοτιοδυτικά της πόλης των Γρεβενών σε υψόμετρο περίπου 1.010μ.. Η περιοχή διαρέεται από τον ποταμό Βενέτικο και χαρακτηρίζεται από τα ατελείωτα δάση μαύρης πεύκης, ελάτων, οξιών, ρόμπολας και βελανιδιών. Στην περιοχή επίσης φύεται ένα είδος ορχιδέας από το οποίο βγαίνει το σαλέπι (www.visit-grevena.gr, 2022).



Εικόνα 31. Μοναχίτι Γρεβενών  
Πηγή: (Ellinika-xwria.blogspot.com 2018)

### ➤ **Κηπουρειό**

Το Κηπουρειό έλαβε το όνομά του από τους πολλούς κήπους που υπήρχαν στην περιοχή λόγω της ύπαρξης πολλών νερών. Η περιοχή έχει ανακηρυχθεί βιότοπος της καφέ αρκούδας. Επίσης στην περιοχή συναντώνται πολλές πηγές (www.visit-grevena.gr, 2022).



Εικόνα 32. Κηπουρειό Γρεβενών  
Πηγή: Kipourio.gr (2020)





Φυσικά, στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών υπάρχουν και άλλα χωριά, όπως το Παρόρειο, η Λάβδα, το Πολυνέρι, το Κοσμάτι στα οποία δεν θα γίνει αναφορά λόγω συντομίας και περιορισμού της έκτασης της εργασίας.

### 3.3.3. Μαστοροχώρια

Χτισμένα πάνω στις ράχες των λόφων τα χωριά αυτά, γνωστά και ως χωριά του Βοΐου. Προσφέρουν ανεμπόδιση θέα στις γύρω περιοχές και στα χωριά του Ν. Κοζάνης. Στα τέλη του 18<sup>ου</sup> αιώνα στην περιοχή, δημιουργούνται τα πρώτα οργανωμένα σχήματα μαστόρων, οι οποίοι άρχισαν να μετακινούνται σε διάφορες περιοχές κτίζοντας πέτρινα σπίτια, εκκλησίες και άλλα δημόσια κτίρια. Από τους μαστορες της περιοχής τα χωριά αυτά έλαβαν και την ονομασία Μαστροροχώρια.

#### ► Καλλονή

Η Καλλονή ή Λούντζι, όπως ονομαζόταν, αποτελεί ένα από τα πιο γραφικά χωριά της περιφερειακής ενότητας και είναι το πιο φημισμένο από τα Μαστοροχώρια (Γρεβενά, 2006). Με πέτρινα σπίτια και πλακόστρωτους δρόμους το χωριό περιτριγυρίζεται από λόφους, δάση ποικίλης σύνθεσης και ελικοειδή μονοπάτια. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι πετρόχτιστες βρύσες, η πλατεία αλλά και η εκκλησία του Αγ. Νικολάου που χτίστηκε το 1864 (Τζημουράκας, 1979).



Εικόνα 33. Καλλονή Γρεβενών  
Πηγή: (TravelStyle.gr 2020)



### ► Κυδωνιές

Τα πετρόχτιστα σπίτια, το σχολείο και η εκκλησία αποτελούν σημεία αναφοράς του χωριού, προσφέροντας στους επισκέπτες εικόνες μοναδικής ομορφιάς. Οι Κυδωνιές δημιουργήθηκαν από τη συνένωση άλλων οικισμών, ενώ επί Τουρκοκρατίας αποτέλεσε τσιφλίκι του Αλή Πασά. Το 1944 κήκε από τους Γερμανούς καθώς από αυτό κατάγονταν πολλά στελέχη του ΕΛ.ΑΣ (Τζιόλας, 2010).



Εικόνα 34. Κυδωνιές  
Πηγή: (toVoion.gr 2020)

### ► Κυπαρίσσι

Σύμφωνα με γραπτές μαρτυρίες η ύπαρξη του χωριού χρονολογείται πριν από το 1.700. Παλαιότερα ονομαζόταν Μπίσοβο, λέξη που στα τούρκικα σημαίνει «πέντε σπίτια – πέντε φαμίλιες». Το 1927 το χωριό μετονομάστηκε σε Δύσβατο, όμως η ονομασία αυτή δεν άρεσε καθόλου στους κατοίκους του, οι οποίοι και αντέδρασαν πριν τη νομιμοποίηση της μετονομασίας. Έτσι το χωριό ονομάστηκε τελικά Κυπαρίσσι, όνομα που διατηρεί έως και σήμερα. Αν και το όνομά του θα μπορούσε να παραπέμπει στην ύπαρξη πολλών κυπαρισσιών στο χωριό, αυτό είναι περιτριγυρισμένο από δάσος βελανιδιάς και βρίσκεται σε υψόμετρο 940μ.. Τα σπίτια του χωριού είναι κυρίως πέτρινα και διώροφα, ενώ στο χωριό υπάρχει και ένα πέτρινο μονότοξο γεφύρι (Συκάς, Τα Γρεβενά στο δρόμη της Εγνατίας, 2006).



Εικόνα 35. Κυπαρίσσι  
Πηγή: (Greece.com 2022)

Άλλα Μαστοροχώρια είναι: το Τρίκορφο, η Ροδιά, το Μέγαρο, ο Άγιος Γεώργιος, το Μέγαρο, ο Ταξιάρχης, το Πολύδενδρο, το Δασύλλιο κ.ά..



### 3.3.4. Τα Χάσια

Τα Χάσια αποτελούσαν πάντα μια περίεργη περιοχή, καθώς το νότιο τμήμα τους θυμίζει θεσσαλικά τοπία, ενώ το βόρειο μακεδονικά. Δίχως κέντρο, τόπος ληστών και φόβου, ανοχύρωτων ραχών, αλλά και ταυτόχρονα αδιέξοδος, ώθησε πολλούς κατοίκους του να εγκαταλείψουν τις όχθες των ποταμών και να αναζητήσουν την ασφάλεια στις ορεινές περιοχές (Αδαμακόπουλος Τ. & Ματσούκα Π., 2004).

Η ονομασία Χάσια, που λαμβάνει η περιοχή, πηγάζει από τα παρακείμενα βουνά που αποτελούν κομμάτι της οροσειράς της Πίνδου, τα οποία με υψόμετρο 1.564 μ., λειτουργούν ως ένα φυσικό σύνορο μεταξύ των νομών Γρεβενών και Τρικάλων.



Εικόνα 36. Καρπερό Γρεβενών

Πηγή: (Greece-from-air.gr 2019)

Το μεγαλύτερο χωριό στα Χάσια είναι το Καρπερό, που παλαιότερα ονομαζόταν Δημηνίτσα. Το Καρπερό είναι χτισμένο στο κέντρο του κάμπου και για πολλά χρόνια αποτέλεσε την έδρα του πρώην Δήμου Χασιών. Η περιοχή χαρακτηρίζεται από την έντονη βιοποικιλότητα, που οφείλεται αφενός στο ποτάμι του Αλιάκμονα και αφετέρου στην τεχνητή λίμνη του Ιλαρίωνα. Επιπλέον, το Καρπερό έχει έντονη ιστορία που εκτείνεται από την αρχαιότητα, με ευρήματα αγγείων, εργαλείων και σπιτιών, έως και τη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα.

### 3.4. Πέτρινα γεφύρια

Τα περισσότερα μακεδονικά γεφύρια τα έχτισαν σπουδαίοι λαϊκοί αρχιτέκτονες που προέρχονται από τα λεγόμενα «Μαστοροχώρια». Οργανωμένοι σε μικρές ομάδες, γνωστές ως «μπουλούκια» ή «εσνάφια», τριγύριζαν όχι μόνο στις περιοχές της Μακεδονίας και της Ηπείρου αλλά και ολόκληρης της Βαλκανικής, χτίζοντας γεφύρια, αρχοντικά, κρήνες, εκκλησίες, πανύψηλα καμπαναριά, τζάμια και σεράγια. Σιγά σιγά δημιουργήθηκαν τα «μπουλούκια» που αποτελούνταν αποκλειστικά από τεχνίτες

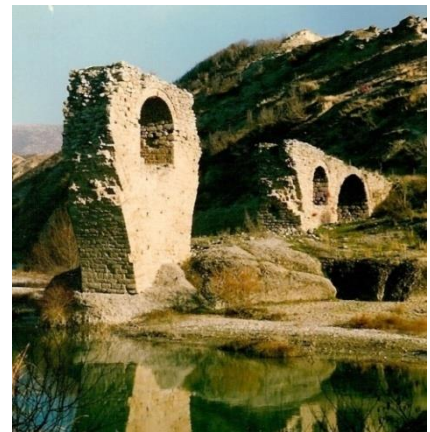


ειδικευμένους στην ανέγερση γεφυριών, τους περίφημους «κιοπρούληδες», δηλαδή γεφυροποιούς. Τα γεφύρια των Γρεβενών, τα μεγαλύτερα και εντυπωσιακότερα όλης της Μακεδονίας, χτίστηκαν στην πλειονότητάς τους επί τουρκοκρατίας, όταν οι κάτοικοι της περιοχής, προκειμένου να αποφύγουν τις αγριότητες των κατακτητών κατέφευγαν στα ορεινά (Γρεβενά, 2006).

Τα γεφύρια των Γρεβενών είναι τα μεγαλύτερα της Μακεδονίας και αποτελούν εντυπωσιακά αξιοθέατα. Συνολικά έχουν καταγραφεί 25 τοξωτά γεφύρια, 7 από τα οποία δυστυχώς δεν υπάρχουν πια. Παρόλα αυτά, ο αριθμός τους είναι αξιοσημείωτος, αν αναλογιστεί κανείς το ανάγλυφο και την οικονομία της περιοχής (Συκάς, Τα Γρεβενά στο δρόμη της Εγνατίας, 2006). Το 1995 ανακηρύχθηκαν διατηρητέα μνημεία από την Εφορεία Βυζαντινών Μνημείων ([www.visit-grevena.gr](http://www.visit-grevena.gr), 2022)

- **Το γεφύρι του Πασά**

Το μισογκρεμισμένο “γεφύρι του Πασά” πάνω από τον Αλιάκμονα θα μπορούσε να συγκριθεί σε μήκος με τα μεγάλα ηπειρώτικα γεφύρια όπως της Άρτας ή ακόμη και τα μεγαλύτερα της Αλβανίας όπως του Δρίνου και του Γενούσου. Ο Άγγλος περιηγητής το περιέγραψε το 1810 ως «ψηλό και στενό με έξι τόξα». Η ιστορία του είναι παρόμοια με αυτή του γεφυριού της Άρτας καθώς ο πρωτομάστορας χρειάστηκε να χτίσει τη γυναίκα του στα θεμέλια για να μπορέσει να στεριώσει (Γρεβενά, 2006).



Εικόνα 37. Το γεφύρι του Πασά  
Πηγή: (Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας  
2020)



- **Το γεφύρι του Σταυροπόταμου**

Το “γεφύρι του Σταυροπόταμου”, με τις τέσσερις καμάρες και 47μ. μήκος, είναι από τα νεότερα γεφύρια του νομού. Χτίστηκε λίγο πριν το 1900 στο Σταυροπόταμο, παραπόταμο του Βενέτικου και απέχει ελάχιστα από το γεφύρι του Σπανού (Γ. & Γ. Ζαρζώνης & Κ. Πλακογιάννης, 2001).



Εικόνα 38. Γεφύρι του Σταυροποτάμου  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)

- **Το γεφύρι του Κυπαρισσίου**

Το “γεφύρι του Κυπαρισσίου” χτίστηκε το 1920 και βρίσκεται ανάμεσα στα χωριά Κυπαρίσσι και Άγιος Κοσμάς. Ο χρόνος δυστυχώς κατέστρεψε το πάνω ξύλινο τμήμα του και έτσι σώζεται μόνο η πέτρινη καμάρα (Γρεβενά, 2006).



Εικόνα 39. Γεφύρι του Κυπαρισσίου  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)

- **Το γεφύρι της Πραμόριτσας**

Σύμφωνα με την παράδοση, ένας βλάχος τσέλιγκας έχασε την κόρη του στον ποταμό Πραμόριτσα, όταν το ποτάμι κατέβασε απότομα νερά. Εκεί, γύρω στα 1800, έχτισε το “γεφύρι της Πραμόριτσας” που το μήκος του φτάνει τα 42μ. (Γρεβενά, 2006).



Εικόνα 38. Το Γεφύρι της Πραμόριτσας  
Πηγή: (AllOverGreece.gr 2023)



- **Το γεφύρι του Ζιάκα**

Το “γεφύρι του Ζιάκα” χτίστηκε στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα, στον ποταμό Βελονιά με τη χρηματοδότηση κάποιου Τούρκου. Κάποτε, από πάνω του περνούσε η «Βασιλική Στράτα», καθώς αποτελούσε τη βασική αρτηρία για τα βλάχικα караβάνια που κινούνταν προς τη Θεσσαλία (Τζιόλας, 2010).



Εικόνα 40. Το γεφύρι του Ζιάκα  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)

- **Το γεφύρι του Προσβόρου**

Το “γεφύρι του Προσβόρου” χαρακτηρίζεται από ως μοναδικό κατασκευαστικά, λόγω της ελλειψοειδούς του καμάρας, του μεγέθους των λίθων και της τέλειας λάξευσής του. Στην καμάρα δεν υπάρχει ημερομηνία κατασκευής αλλά υπολογίζεται ότι χτίστηκε στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα (Τζιόλας, 2010).

- **Το γεφύρι στα Καγκέλια**

Το “γεφύρι στα Καγκέλια” είναι δίτοξο, χτισμένο στον ποταμό Βενέτικο το 19<sup>ο</sup> αιώνα. Υπήρξε το βασικό πέρασμα για τα χωριά Μικρολίβαδο και Μοναχίτι αλλά σήμερα σπάνια χρησιμοποιείται καθώς η πρόσβασή του είναι πάρα πολύ δύσκολη (Γ. & Γ. Ζαρζώνης & Κ. Πλακογιάννης, 2001)



Εικόνα 41. Το γεφύρι στα Καγκέλια  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)



- **Το γεφύρι στο Δασύλλιο**

Το “γεφύρι του Δασυλλίου” είναι μονότοξο και χτίστηκε το 1.910. Σήμερα δεν χρησιμοποιείται πια (Γ. & Γ. Ζαρζώνης & Κ. Πλακογιάννης, 2001).



Εικόνα 40. Το Γεφύρι του Παλιομάγερου  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)

- **Το γεφύρι του Αζίζ Αγά**

Το “γεφύρι του Αζίζ Αγά” βρίσκεται κοντά στο χωριό Τρίκωμο. Χτίστηκε το 1.727 και γεφυρώνει τον ποταμό Βενέτικο. Είναι τρίτοξο με μήκος 70μ. και ύψος 15μ. Το πέτρινο τόξο του γεφυριού είναι το μεγαλύτερο στη Μακεδονία. Η παράδοση λέει ότι ο Αζίζ αγάς ανέθεσε σε έναν γνωστό πρωτομάστορα την κατασκευή του γεφυριού. Λόγω όμως του μεγάλου ύψους και μήκους του έπεσε δύο φορές μόλις έβγαιναν τα καλούπια. Ο Αζίζ Αγάς απείλησε τον πρωτομάστορα ότι θα του πάρει το κεφάλι αν το γεφύρι ξαναπέσει. Την τρίτη φορά, ο πρωτομάστορας καθόταν σε μια ράχη απέναντι παρακολουθώντας έντρομος. Το γεφύρι τελικά στάθηκε.



Εικόνα 45. Το γεφύρι του Αζίζ Αγά  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)

- **Το γεφύρι του Δοτσικού**

Το “γεφύρι του Δοτσικού” είναι το μοναδικό γεφύρι του νομού Γρεβενών που βρίσκεται μέσα σε χωριό. Χτίστηκε το 1904 από Γιαννιώτες μαστόρους πάνω σε παραπόταμο του Βενέτικου. Στην κεντρική πέτρα του τόξου υπάρχει σκαλισμένο ένα κεφάλι.



Εικόνα 42. Το Γεφύρι του Δοτσικού  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)



- **Το γεφύρι του Κουτσογιάννη**

Απέναντι από τις πλαγιές του Όρλιακα, πάνω από τα νερά του Βελονιά, στέκει το “γεφύρι του Κουτσογιάννη”. Χτίστηκε κοντά στο 1.800 με τρία τόξα αλλά σήμερα σώζονται μόνο τα δύο. Το τρίτο ανακατασκευάστηκε με μπετόν. Ονομάζεται και «γεφύρι στο μύλο» επειδή βρίσκεται δίπλα στον παλιό νερόμυλο της περιοχής (Γ. & Γ. Ζαρζώνης & Κ. Πλακογιάννης, 2001).



Εικόνα 43. Το Γεφύρι του Κουτσογιάννη  
Πηγή: (Pamegrevena.gr 2018)

- **Το γεφύρι του Κάστρου**

Το “γεφύρι του Κάστρου”, είναι μονότοξο, χτισμένο στο παλιό μονοπάτι ανάμεσα στα χωριά Μέγαρο και Κάστρο. Σχηματίζει τέλειο ημικύκλιο ύψους 8μ. πάνω από το Γρεβενίτη. Κρυμμένο στις συστάδες των δέντρων δύσκολα γίνεται ορατό.



Εικόνα 44. Το Γεφύρι του Κάστρου  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)

- **Το γεφύρι της Πορτίτσας**

Το “γεφύρι της Πορτίτσας” χτισμένο το 1743 στη ρίζα του φαραγγιού, κάτω από το χωριό Σπήλαιο. Είναι δίτοξο και έχει μήκος 34 μ.. Κάποτε ήταν ο μοναδικός δρόμος επικοινωνίας για τα χωριά Σπήλαιο και Μοναχίτη (Τζιόλας, 2010).



Εικόνα 45. Το Γεφύρι της Πορτίτσας  
Πηγή: (Dysi.gr 2019)





- **Το γεφύρι του Σπανού**

Το “γεφύρι του Σπανού” χτίστηκε το 1864 στον ποταμό Βενέτικο και έχει μήκος 84μ. και μέγιστο ύψος 10μ. Είναι πεντάτοξο και χρηματοδοτήθηκε από τον Μουσταφά Πασά, γνωστό και ως «Σπανό» ο οποίος θάφτηκε δίπλα στο δημιούργημά του (Γρεβενά, 2006).



Εικόνα 46. Το Γεφύρι του Σπανού  
Πηγή: (Dysi.gr 2019)

### 3.5. Παλιές εκκλησίες

- **Μονή Μεταμορφώσεως του Σωτήρος (Οσίου Νικάνορος) στη Ζάβορδα**

Απέναντι από το όρος Βουνάσα, στην κορυφή του Καλλίστρατου και σε υψόμετρο 650 μ. στέκεται η Μονή της Ζάβορδας. Ιδρύθηκε από το Θεσσαλονικιό Όσιο Νικάνορα το 1.534. Αρχικά μόνασε στην απρόσιτη σήμερα σκίτη του Αγ. Γεωργίου κάτω από το μοναστήρι. Ένα βράδυ κατά την προσευχή του, άκουσε μια φωνή που του υπέδειξε να σκάψει στην κορυφή του όρους. Έτσι, το 1.527 βρίσκει την εικόνα του Χριστού και χτίζει τη Μονή Μεταμορφώσεως του Σωτήρος.



Εικόνα 47. Μονή Μεταμορφώσεως του Σωτήρος Ζάβορδα  
Πηγή: (NewsAgency 2019)



Η Μονή διαθέτει πολλές αγιογραφίες εξαιρετικής τεχνοτροπίας που αποδίδονται στον περίφημο ζωγράφο Φράγκο Καστελάνο. Απέκτησε μεγάλη περιουσία και η επιρροή της ξεπέρασε τα όρια του Νομού Γρεβενών (NewsAgency 2019).

➤ **Μονή Ευαγγελισμού της Θεοτόκου στη Μπουνάσια**

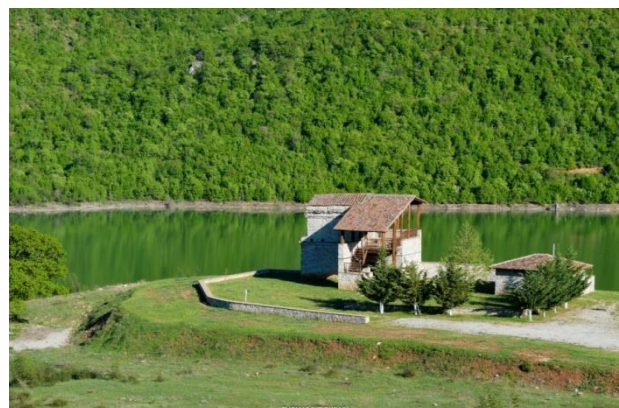
Χτισμένη σε ένα φυσικό θρόνο ύψους 1.100μ. έχει πανοραμική θέα τον Μπούρινο, τον Όλυμπο, τη Βασιλίτσα και όλο τον κάμπο που απλώνεται από κάτω της. Η ίδρυση της μονής χρονολογείται το 14<sup>ο</sup> αιώνα όπου λειτούργησε ως γυναικεία μονή. Το 18<sup>ο</sup> αιώνα μετατράπηκε σε ανδρώνα, ενώ επί Τουρκοκρατίας λειτούργησε ως κρυφό σχολειό. Περιέχει σπάνιες τοιχογραφίες αναλόγιο από ελεφαντόδοντο και ένα από τα ομορφότερα σκαλιστά τέμπλα (Συκάς, 2006).



Εικόνα 48. Μονή Ευαγγελισμού Θεοτόκου  
Πηγή: (imgre.gr 2021)

➤ **Μονή Παναγίας Τουρνικίου**

Μονή με ενδιαφέρουσα τεχνοτροπία που ανήκει σε ένα σπάνιο είδος δώροφου ναού κατασκευάστηκε το 1.400. Το 2011, λόγω της δημιουργίας της τεχνητής λίμνης του Ιλαρίωνα αναγκάστηκε να μετακινηθεί 140 μέτρα περίπου σε μια πλαγιά με αποτέλεσμα η σημερινή θέα προς τη λίμνη να είναι μαγική (VisitMacedonia.gr 2022).

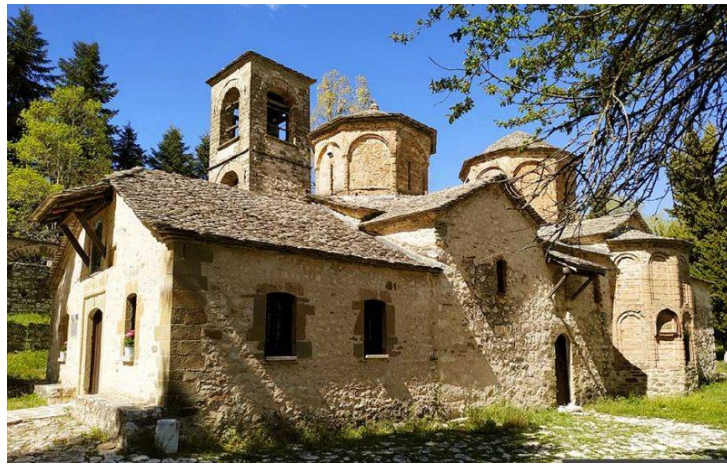


Εικόνα 49. Μονή Παναγίας Τουρνικίου  
Πηγή: (VisitMacedonia.gr 2022)



► **Μονή Παναγίας Σπηλαίου**

Στην είσοδο του Σπηλαίου στέκεται από το 1633 η Ιερά Μονή της Παναγίας. Χρειάστηκαν τρία χρόνια για να ολοκληρωθεί η διακόσμηση της. Τα βαριά ξυλόγλυπτα θυρόφυλλα της εισόδου οδηγούν σε ένα εξαιρετικό ξύλινο τέμπλο, επιχρυσωμένο και ζωγραφισμένο με εικόνες του Αγίου Αχιλλείου και του Αγίου Δημητρίου του Μυροβλήτη του 17<sup>ου</sup> αιώνα (Τζιόλας, 2010).



Εικόνα 50. Μονή Παναγίας Σπηλαίου  
Πηγή: (VisitMacedonia.gr 2022)

► **Μονή Αγίας Παρασκευής Σαμαρίνας**

Η Ι.Μ. Αγίας Παρασκευής ιδρύθηκε στη Σαμαρίνα το 1713. Μοναχοί από το Άγιο Όρος ίδρυσαν εκεί μια τοπική σχολή αγιογράφων (Τζιόλας, 2010).



Εικόνα 55. Μονή Παναγίας Σαμαρίνα  
Πηγή: (Visit-Grevena.gr 2022)



Στην Περιφερειακή ενότητα υπάρχουν ακόμη πάρα πολλές παλιές και ιστορικές εκκλησίες. Ορισμένες από αυτές είναι: 1) ο Άγιος Νικόλαος στο Περιβόλι που χτίστηκε το 1.803, 2) ο Άγιος Νικόλαος στην Καλλονή που χτίστηκε το 1.864, 3) ο Άγιος Γεώργιος στο Κυπαρίσσι που χτίστηκε το 1.867, 4) ο Άγιος Δημήτριος στον Ταξιάρχη που χτίστηκε το 1.610, 5) ο Άγιος Νικόλαος στη Σμίξη που χτίστηκε το 1.750, 5) η Κοίμησις της Θεοτόκου στη Σαμαρίνα που κατασκευάστηκε το 1.800 κ.ά. (Μουτσόπουλος, 2006).

### **3.6. Δημοφιλείς προορισμοί του Νομού Γρεβενών**

Η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών αποτελεί μια από τις ομορφότερες περιφέρειες της Ελλάδας. Συνιστά μία σύζευξη φυσικής ομορφιάς, με έντονες εναλλαγές τοπίου - καταπράσινο το καλοκαίρι και κατάλευκο το χειμώνα - ποτάμια, χαράδρες καταρράκτες, απέραντους βοσκότοπους και καλλιεργήσιμη γη, αλλά και ιδιαίτερης πολιτισμικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Διαθέτει με λίγα λόγια τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός, καθώς υπάρχουν αρκετοί προορισμοί, που μπορεί να επισκεφτεί κανείς, καλύπτοντας μια ευρεία ποικιλία προτιμήσεων.

#### **3.6.1. Το Εθνικό Πάρκο Βόρειας Πίνδου**

Η Βόρεια Πίνδος είναι μια μεγάλη οροσειρά με άγρια βουνά που απλώνεται από τη βόρεια Ήπειρο ως και το Μέτσοβο. Το βορειότερο βουνό της είναι η Μοράβα στην Αλβανία και συνεχίζει ο Γράμμος, το Βόιο, ο Σμόλικας και η Βασιλίτσα. Νοτιότερα υπάρχουν οι κορυφές της Τύμφης και της Βασιλίτσας (Συκάς, 2005).

Το Εθνικό Πάρκο της Βόρειας Πίνδου θεσμοθετήθηκε το 2005 και αποτελεί το μεγαλύτερο χερσαίο Εθνικό Πάρκο της χώρας. Με έκταση που αγγίζει τα 2.000.000 στρέμματα, περιλαμβάνει τους ([www.visit-grevena.gr](http://www.visit-grevena.gr), 2022):



1. Τους Εθνικούς Δρυμούς Βίκου-Αώου και Πίνδου (Βάλια Κάλντα),
2. 11 περιοχές του Πανευρωπαϊκού Δικτύου Προστατευόμενων Περιοχών «ΦΥΣΗ 2000» (NATURA 2000), όπως το όρος Βασιλίτσα, η Βάλια Κάλντα, η τεχνητή λίμνη Αώου, τα όρη Όρλιακας και Τζούργιακας, κορυφές του όρους Σμόλικά, όρη Τύμφη και Μιτσικέλι, ολόκληρη σχεδόν την περιοχή του Ζαγορίου, ένα τμήμα της Κόνιτσας και του Μετσόβου και το δυτικό τμήμα του Νομού Γρεβενών.
3. 11 Καταφύγια Άγριας Ζωής.
4. Ένα σημαντικό τμήμα του Γεωπάρκου Βίκου-Αώου.
5. Ένα Βιογενετικό Απόθεμα στον πυρήνα της Βάλια Κάλντα.

Διαθέτει ένα πολυδαίδαλο δίκτυο μονοπατιών, που χρησιμοποιούνταν από τους κατοίκους για τις μετακινήσεις τους. Κατά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα οι αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας οδήγησαν στην εγκατάλειψη πολλών από τις διαδρομές αυτές. Τις τελευταίες δεκαετίες όμως, έγινε αντιληπτή από τους ορειβατικούς συλλόγους και τις τοπικές κοινωνίες η ανάγκη διατήρησής τους, τόσο για ιστορικούς όσο και για πρακτικούς λόγους. Έτσι λοιπόν, αρκετά από αυτά τα μονοπάτια μπορούν πλέον να χρησιμοποιηθούν από τους ορειβάτες και τους πεζοπόρους (Τζιόλας, 2010).

Ο συνδυασμός του φυσικού με το ανθρωπογενές περιβάλλον, προσδίδουν στο πάρκο σπουδαία οικολογική και περιβαλλοντική αξία τόσο σε εθνικό όσο και ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο (Visit-Grevena.gr 2022). Στα οικοσυστήματά του, μπορεί κανείς να συναντήσει 2.100 περίπου είδη φυτών, μερικά από τα οποία είναι σπάνια και ενδημικά, αριθμός που αντιστοιχεί στο 1/3 των φυτών της χώρας μας (Τζιόλας, 2010). Ανάμεσά τους διακρίνονται πέντε (5) είδη άγριου κρίνου, ένα, μάλιστα, εκ των οποίων συναντάται μόνο στην Ελλάδα.

Πλούσια είναι και η μυκοχλωρίδα του Πάρκου με τα χιλιάδες είδη μανιταριών που περιλαμβάνει, ενώ εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι έχουν καταγραφεί μέχρι σήμερα μόνο στην περιοχή των Γρεβενών περίπου 2.000 είδη, μερικά από τα οποία θεωρούνται σπάνια στην Ευρώπη και άλλα που έχουν εξαφανιστεί ή κινδυνεύουν με εξαφάνιση (Τζιόλας, 2010).



Το ίδιο εντυπωσιακή όμως είναι και η πανίδα του Εθνικού Πάρκου, που αποτελείται από 60 είδη θηλαστικών, ορισμένα από τα οποία σπάνια και προστατευόμενα, όπως η καφέ αρκούδα (*Ursus arctos*), ο λύκος (*Canis lupus*), ο αγριόγατος (*Felis sylvestris*), η βίδρα, το αγριόγιδο και το ζαρκάδι. Επίσης, συναντώνται και άλλα θηλαστικά, πιο κοινά, όπως το αγριογούρουνο, η αλεπού, ο λαγός, κ.ά.. Στο Πάρκο, υπάρχουν επίσης, περισσότερα από 180 είδη πουλιών με πιο ενδιαφέροντα τα αρπακτικά, 30 είδη ερπετών και 14 είδη αμφιβίων. Στα ποτάμια και τα ρέματα του Εθνικού Πάρκου διαβιούν 17 είδη ψαριών μεταξύ των οποίων το ενδημικό Πινδοβίνο (*Oxynoemacheilus pinus*) και το σπάνιο για την Ελλάδα, Χειλά (*Pachyphilon pictum*) (Εθνικό Πάρκο Βόρειας Πίνδου, 2022).

### 3.6.2. Ο Εθνικός Δρυμός της «Βάλια Κάλντα»

Ο Εθνικός Δρυμός της Πίνδου, της μεγαλύτερης ελληνικής οροσειράς, ξετυλίγεται στα Γρεβενά και αποτελείται από την κοιλάδα της Βάλια Κάλντα, το ρέμα Αρκουδόρεμα και τα βουνά Λύγγος και Μαυροβούνι. Ιδρύθηκε το 1966 και δέχεται μεγάλο αριθμό επισκεπτών ετησίως, καθώς τα πυκνά δάση της ενώνονται με τις βραχώδεις εκτάσεις, τους μεγάλους γκρεμούς και το υγρό στοιχείο συνθέτοντας ένα μαγευτικό τοπίο (Τζιόλας, 2010).

Από τα βόρεια, η κορυφή Αυγό με υψόμετρο 2.177μ. και από τα νότια το Μαυροβούνι με υψόμετρο 2.160μ, δημιουργούν δύο αντικριστά πέταλα που μέσα τους κλείνουν τη Βάλια Κάλντα που στη βλάχικη διάλεκτο σημαίνει «ζεστή κοιλάδα» αν και στην πραγματικότητα αποτελεί μια από τις πιο κρύες και υγρές περιοχές της χώρας μας (Visit-Grevena.gr 2022). Το ρέμα της Αρκούδας ή αλλιώς Αρκουδόρεμα, είναι παραπόταμος του ποταμού Αώου και τροφοδοτείται από το ρέμα της Σαλατούρας και το Ζεστό ρέμα. Η χαλικώδης κοίτη του και η ορμητική πορεία των νερών, σαηνεύουν τον επισκέπτη του Δριμού. Στα αφρισμένα νερά κολυμπάνε δύο είδη πέστροφας, η *Trutta fario* και η *Salvelinus fontinalis* καθώς και το σπάνιο είδος *Lutra lutra* που βρίσκεται εκεί καταφύγιο (Visit-Grevena.gr 2022). Στην περιοχή σχηματίζονται τρεις μικρές αλπικές λίμνες. Η μια ανατολικά της κορυφής Αυγό, η λίμνη Λάκκος και οι άλλες



δύο βόρεια της κορυφής Φλέγγα, γνωστές ως Λίμνες της Φλέγγας (Συκάς, 2005). Δημιουργήθηκε με σκοπό την προστασία της άγριας πανίδας και χλωρίδας και αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς Εθνικούς Δρυμούς. Η έκτασή της φτάνει τα 69.000 στρέμματα.

Το κλίμα της είναι ορεινό-μεσογειακό και δέχεται μεγάλες ποσότητες βροχής και χιονιού, με το τελευταίο να έχει διάρκεια κάλυψης έως και οκτώ μήνες το χρόνο. Η σύσταση του εδάφους είναι αργιλώδης, όξινη και πλούσια σε μαγνήσιο και σίδηρο ενώ μπορεί να περιέχει τοξικές συγκεντρώσεις χρωμίου, νικελίου, μαγγανίου και αλουμινίου.

Συνιστά έναν από τους τελευταίους βιότοπους της καφέ αρκούδας, όμως εκεί βρίσκουν καταφύγιο άλλα είδη, όπως αγριόγιδα, ζαρκάδια, αγριογούρουνα, γύπες, δρυοκολάπτες, χρυσαετοί, μαυροπελαργοί, αρπακτικά νυκτόβια πουλιά. Έχουν καταγραφεί περίπου 72 είδη πουλιών, 6 είδη αμφιβίων και 7 είδη ερπετών.

Το ίδιο πλούσια όμως είναι και η πανίδα του Εθνικού Δρυμού της Βάλια Κάλντα. Το μεγαλύτερο μέρος του οποίου καλύπτεται από πυκνά δάση μαύρης και λευκής πεύκης και οξιάς, ενώ μπορεί να συναντήσει κανείς και άλλα είδη όπως ελάτη, δρύς και σφένδαμο καθώς και μικρές συστάδες κόκκινης πεύκης. Κοντά στις όχθες των ποταμών υπάρχουν πλατάνια, ιτιές και σκλήθρα. Το πυξάρι είναι το κυρίαρχο είδος της χαμηλής βλάστησης. Γενικά ο Δρυμός φιλοξενεί μεγάλη ποικιλία ενδημικών και σπάνιων φυτικών ειδών.

Βέβαια, δε θα μπορούσε να παραληφθεί η αναφορά στην πολυποίκιλη μυκοχλωρίδα, που έδωσε την ιδιότητα στην πόλη των Γρεβενών να χαρακτηριστεί ως «η πόλη των μανιταριών» (Τζιόλας 2010), (Visit-Grevena.gr 2022).

### **3.6.3. Το Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας**

Το Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο της Βασιλίτσας ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1991 και από τότε ως και σήμερα γίνονται συνεχώς προσπάθειες βελτίωσης και ανάπτυξης του (δημιουργία νέων αναβατήρων, κατασκευές έργων υποδομής, σαλέ κλπ.),



δίνοντάς του νέες προοπτικές και δυνατότητες. Το χιονοδρομικό Κέντρο βρίσκεται στο βορειοδυτικό τμήμα του νομού, σε απόσταση 42χλμ. από την πόλη των Γρεβενών και σε υψόμετρο 2.249μ. Σήμερα το εν λόγω χιονοδρομικό κέντρο θεωρείται ως ένα από τα καλύτερα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας και δύο από τις πίστες του έχουν χαρακτηριστεί από τη F.I.S ως Ολυμπιακών Προδιαγραφών, η πίστα Δίας και η πίστα Τυμφαία. Αποτελείται από επτά αναβατήρες και 20.000 μ<sup>2</sup>. συνολικών πιστών, ενώ κάθε χρόνο το επισκέπτονται περίπου 60.000 επισκέπτες. Το 1995 δημιουργήθηκε ο πρώτος συρόμενος αναβατήρας στο διάσελο Βασιλίτσας – Γομάρας με μήκος 1.060μ. και σε υψόμετρο 1.788-2.060μ., που μπορεί να μεταφέρει έως και 800 χιονοδρόμους την ώρα. Παρά τις δυσκολίες (χωματόδρομοι, απάτητες πίστες, μεγάλη χιονόπτωση, ελάχιστες κτηριακές εγκαταστάσεις), το χιονοδρομικό καταφέρνει να συγκεντρώνει ολοένα και περισσότερους επισκέπτες από όλα τα μέρη της Ελλάδας (Vasilitsa.com, 2022).

#### **3.6.4. Καταφύγιο στη Βουνάσια**

Το καταφύγιο του ορειβατικού συλλόγου Δεσκάτης, βρίσκεται στη Βουνάσια σε υψόμετρο 1.415μ. και έχει χωρητικότητα 70 ατόμων. Φιλοξενεί όλο το χρόνο ορειβάτες ή/και πεζοπόρους, οι οποίοι μπορούν να απολαύσουν την Ξηρολίμνη, την κορυφή Πρίονος, τη λίμνη Πολυφύτου, αλλά και τον κάμπο των Γρεβενών και τη τεχνητή λίμνη του Ιλαρίωνα που κατασκεύασε η ΔΕΗ. Από το καταφύγιο περνούν δύο σηματοδοτημένα μονοπάτια, που μπορούν να διασχίσουν οι πεζοπόροι, καθώς και ένα μικρό χιονοδρομικό κέντρο κάτω από τον Πρίονο. Φυσικά στο καταφύγιο μπορούν οι επισκέπτες και κάνουν και αναρρίχηση. Επίσης, μπορεί κανείς να θαυμάσει την πλούσια πανίδα και χλωρίδα της Βουνάσας, αλλά και να συμμετάσχει σε δραστηριότητες όπως το κανό-καγιάκ, το ράφτινγκ, κ.ά. (Visit-Grevena.gr 2022).





### 3.6.5. Ανασκαφές στο Καστρί

Ανάμεσα στα Κουπατσαραίικα χωριά Πολυνέρι και Αλατόπετρα, στην περιοχή Καστρί, ξεκίνησαν το 1998 οι ανασκαφές που έφεραν στο φως μια οχυρωμένη ακρόπολη της αρχαίας χώρας των Τυμφαίων. Χρονολογείται περίπου στα τέλη του 4<sup>ου</sup> με αρχές του 3<sup>ου</sup> αιώνα π.Χ.. Ακόμη δεν έχει ανακαλυφθεί η θεότητα στην οποία αναφέρεται. Παρόλα αυτά, χτισμένη σε στρατηγική θέση, στο σταυροδρόμι της Μακεδονίας, της Ηπείρου και της Θεσσαλίας, μας αποκαλύπτει τη σπουδαιότητα της, ενώ παράλληλα μαγεύει τον επισκέπτη με το υπέροχο φυσικό της τοπίο (Συκάς, 2006).

### 3.6.6. Μνημείο Αννίτσας

Στην περιοχή Σταυρού Σμίξης, στη θέση Αννίτσα και σε υψόμετρο 1.700μ. βρίσκεται το Μνημείο των πεσόντων Αξιωματικών και Οπλιτών Νομού Γρεβενών 1940-1941 έναντι των Ιταλών επιδρομέων. Το Μνημείο αναγέρθηκε το 1978 για να τιμήσει τη θυσία των μάχιμων Γρεβενιωτών και, κατ' επέκταση, όλων των Ελλήνων και να μας θυμίζει την συντριβή της Μεραρχίας «ΤΖΟΥΛΙΑ», από τις ελάχιστες δυνάμεις του ελληνικού στρατού (Visit-Grevena.gr 2022).

### 3.6.7. Μουσείο Φυσικής Ιστορίας στη Μηλιά

Το 1990 ξεκίνησαν οι έρευνες του Τμήματος Γεωλογίας του Α.Π.Θ. από ομάδα φοιτητών και συνεργατών με επικεφαλής την Επίκουρη Καθηγήτρια Ευαγγελία Τσουκαλά. Αρχικά στη θέση «Αμπέλια» ανακαλύφθηκε ο πρώτος γίγαντας 200.000 ετών, ένας υπερήλικας ελέφαντας, με ύψος 4,2μ. και βάρος πάνω από 12 τόνους (Συκάς, 2006). Ακολούθησε η ανακάλυψη ενός υπεργίγαντα της Μηλιάς 3.000.000 χρόνων, δηλαδή τεράστιοι μαστόδοντες (πρόγονοι των σημερινών ελεφάντων) με ύψος 3,5μ. και βάρος 6,5 τόνους. Τα παραπάνω ευρήματα δείχνουν πως η περιοχή καλυπτόταν από αχανείς εκτάσεις σαβάνας με πλούσια και πυκνά δάση (Visit-Grevena.gr 2022).



Το 1997 ανακαλύπτεται το πρώτο ζευγάρι χαυλιοδόντων μήκους 4,39 μ., οι οποίοι είναι οι μεγαλύτεροι του είδους που ανακαλύπτονται σε παγκόσμιο επίπεδο (Συκάς, 2006). Η συνέχεια της έρευνας, αποκάλυψε στην ομάδα την κάτω γνάθο του ζώου και οστά από τον υπόλοιπο σκελετό. Τα ευρήματα αυτά έχουν κινήσει το ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας, καθώς παρέχουν μοναδικά στοιχεία για την εξέλιξη του είδους σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά και την ευρύτερη εικόνα της Φυσικής Ιστορίας τόσο της περιοχής όσο και της Ν.Α. Ευρώπης (Visit-Grevena.gr 2022).

### **3.7. Ο θεματικός τουρισμός του μανιταριού**

Αναφορές για τη χρήση των μανιταριών στην ιατρική υπάρχουν 2.500 χρόνια πριν από τον Ιπποκράτη, ενώ 4.000 χρόνια πριν χρονολογούνται τα μεγαλύτερα ομοιώματα μανιταριών που βρέθηκαν στη Γουατεμάλα, το Ελ Σαλβαδόρ και το Μεξικό (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Γρεβενών, 2010). Η μυθολογία θέλει τους Σατύρους, τους Κενταύρους και τους Μαινάδες να τρέφονται με μανιτάρια παραισθησιογόνα, όπως το Phallusimpudicus - γνωστό και ως «βρωμομανίταρο» για τους ντόπιους - και το Amanita muscaria ή αλλιώς «ζουρλομάνταρο» (Γρεβενά, 2006). Υπάρχουν πολλές αναφορές για τη χρήση των μανιταριών στην αρχαιότητα για τις παραισθησιογόνες τους ιδιότητες κυρίως σε θρησκευτικές τελετές. Εκτός όμως από αυτό, σημαντική ήταν και η χρήση τους στη διατροφή λαών όπως οι Αιγύπτιοι, οι Βαβυλώνιοι, οι Έλληνες και οι Ρωμαίοι (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Γρεβενών, 2010).

Η επιστήμη κατατάσσει τα μανιτάρια ως παράσιτα, που η ανάπτυξή τους εξαρτάται από την οργανική ύλη ή από άλλους οργανισμούς που λειτουργούν ως ξενιστές. Αν και με μια πρώτη ματιά αυτό δείχνει πως η ύπαρξή τους δεν είναι και τόσο σημαντική, εν τούτοις η συμβολή στον κύκλο του άνθρακα και των ανόργανων αλάτων είναι υψίστης σημασίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός πως εάν δεν υπήρχαν οι μύκητες και άλλοι μικροοργανισμοί, ολόκληρα δάση θα είχαν θαφτεί κάτω από σωρούς πεσμένων φύλλων (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Γρεβενών, 2010).

Τα τελευταία είκοσι χρόνια έχει αναπτυχθεί ένα κίνημα μανιταρογνωσίας και μανιταροφιλίας στη χώρα μας. Εκτός από τρόφιμο όμως χρησιμοποιούνται ως πρώτη



ύλη σε προϊόντα διατροφής, αποτελούν πόλο έλξης και πηγή έμπνευσης καλλιτεχνών, ενισχύουν τη βιοποικιλότητα, αποτελούν αφορμή για τη διοργάνωση πολιτιστικών δρώμενων και την ανάπτυξη συλλογικής δράσης, καθώς και ευκαιρία γνωριμίας και συνεργασίας με άλλους λαούς, αλλά και αφορμή τοπικής ανάπτυξης και οικονομικής δραστηριότητας (Visit-Grevena.gr 2022) .

Η πόλη των Γρεβενών είναι γνωστή και ως «η πόλη των μανιταριών» καθώς έχει σημαντική παράδοση στην συλλογή και κατανάλωση άγριων μανιταριών. Η αναζήτηση, η συλλογή, ο τρόπος συντήρησης και μαγειρέματος, οι τοπικές ονομασίες, οι παροιμίες και οι μύθοι που έχουν αναπτυχθεί γύρω από αυτά, αποτελούν μέρος της τοπικής παράδοσης, της ιστορίας και της οικονομίας (Κωνσταντινίδης, 2009). Τα μανιτάρια κατέχουν σημαντική θέση στην καθημερινότητα των Γρεβενιωτών τόσο μέσω της χρήσης τους στο διαιτολόγιο όσο και της χρήσης τους στην κουζίνα τοπικών εστιατορίων και της έκθεσής τους στα ράφια των καταστημάτων. Μέχρι σήμερα έχουν καταγραφεί πάνω από 2.500 είδη μανιταριών στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών. Από αυτά έχουν ταυτοποιηθεί περίπου τα 1.250, εκ των οποίων τα 26 είναι υπόγεια. Πολλά από τα μανιτάρια της περιοχής θεωρούνται πρώτες πανελλήνιες καταγραφές, άλλα είδη είναι σπάνια στην Ευρώπη και ορισμένα είδη είτε είναι ήδη εξαφανισμένα ή αποτελούν είδη υπό εξαφάνιση (Κωνσταντινίδης, 2009).

Η “Γιορτή του Μανιταριού” αποτελεί σπουδαίο γεγονός, καθώς προσελκύει κάθε χρόνο επισκέπτες όχι μόνο από την Ελλάδα, αλλά και από την Κύπρο, τα Βαλκάνια, την Ευρώπη, την Αμερική ακόμη και από την Αυστραλία. Ο θεσμός της “Γιορτής του Μανιταριού” ξεκίνησε το 2003 στις όχθες του ποταμού Βενέτικου. Ακολούθησε η διοργάνωση στα χωριά Φιλιππαιούς και Ζιάκα Γρεβενών, στην Καστοριά και στη Φλώρινα. Από το 2017 η γιορτή πραγματοποιείται στο πάρκο μανιταριών των Γρεβενών (Visit-Grevena.gr 2022).

Το 2011 στο χωριό Λάβδα Γρεβενών ιδρύθηκε το Μουσείο Μανιταριών. Το μουσείο στεγάζεται σε ένα παραδοσιακό πέτρινο κτίριο και εκθέτει αποξηραμένα άγρια μανιτάρια, και γλυπτά τα οποία συνοδεύονται από πλούσιο οπτικοακουστικό υλικό.

Ο χώρος είναι επισκέψιμος από σχολεία και μπορεί να φιλοξενήσει ημερίδες και σεμινάρια. Έτσι, δημιουργήθηκε και η ιδέα της διοργάνωσης της εκδήλωσης οι «Δρόμοι



του Μανιταριού». η εκδήλωση αυτή αποτελεί πλέον ένα τριήμερο φεστιβάλ, στο οποίο πραγματοποιούνται σεμινάρια σχετικά με τα μανιτάρια, μα και άλλες εκδηλώσεις, όπως πεζοπορία στον ορεινό όγκο και συλλογή άγριων μανιταριών, καθώς και δημιουργία γεύματος με τα μανιτάρια που μαζεύτηκαν (Visit-Grevena.gr 2022).

### 3.8. Γυναικείοι Συνεταιρισμοί Προϊόντων Τοπικής Παραγωγής

#### 1. Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Καρπερού

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Καρπερού ιδρύθηκε το 2004 από τις γυναίκες του χωριού. Σκοπός της ίδρυσης του Συνεταιρισμού ήταν να καταστούν γνωστά τα προϊόντα της περιοχής, κρατώντας παράλληλα ζωντανή τη διατροφική παράδοση της ευρύτερης περιοχής. Τα προϊόντα που παρήγαγε ο Συνεταιρισμός ήταν διάφορα γλυκά του κουταλιού, καθώς και ζυμαρικά, όπως ο τραχανάς και οι χυλοπίτες. Δυστυχώς, ο συνεταιρισμός διέκοψε τη λειτουργία του το 2013 (GynaikesKarperou.blogspot.com 2012).



Εικόνα 51. Αγροτικός Συνεταιρισμός Καρπερού  
Πηγή: (GynaikesKarperou.blogspot.com 2012)

#### 2. Αγροτικός Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αγίου Γεωργίου

Ο Συνεταιρισμός Γυναικών Αγίου Γεωργίου ιδρύθηκε το 1992 από είκοσι γυναίκες και αποτελεί ένα «επιτυχημένο πείραμα» - όπως το αποκαλούν οι ίδιες - καθώς μετράει ήδη είκοσι πέντε χρόνια λειτουργίας. Με πρώτη ύλη από τους παραγωγούς του τόπου του και χωρίς συντηρητικά και χρωστικές, παράγουν ζυμαρικά προϊόντα που βασίζονται σε τοπικές παραδοσιακές σπιτικές συνταγές. Αξίζει επίσης να αναφερθεί



Εικόνα 52. Συνεταιρισμός Γυναικών Αγίου Γεωργίου  
Πηγή: (Συνεταιρισμός Άγιος Γεώργιος 2022)



πως ο εν λόγω Συνεταιρισμός επιδεικνύει υψηλό αίσθημα περιβαλλοντικής ευθύνης, καθώς επαναχρησιμοποιεί τα χαρτοκιβώτια των συσκευασιών και τα υλικά με τα οποία συσκευάζει τα προϊόντα του είναι όλα ανακυκλώσιμα, όπως γυαλί, χαρτί αφής κλπ. (Συναιτηρισμός Άγιος Γεώργιος 2022).

### **3.9. Αγροτουριστική Επιχειρηματικότητα στο Νομό Γρεβενών**

Σύμφωνα με όσο αναφέρθηκαν προηγουμένως, γίνεται αντιληπτό πως η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών αποτελεί μία γεωγραφική περιοχή, η οποία ενδείκνυται για την ανάπτυξη της, ως κατεξοχήν προορισμός αγροτουριστικού ενδιαφέροντος. Βέβαια, παρόλα τα ιστορικά, τοπογραφικά, γαστρονομικά και λαογραφικά χαρακτηριστικά που διαθέτει, παρατηρείται πως η αξιοποίησή τους υστερεί συγκριτικά με τις δυνατότητες που υπάρχουν, ενώ η ανάδειξή της ως τουριστικό προορισμό δυσχεραίνεται λόγω των προβλημάτων προσβασιμότητας, συνδεσιμότητας και απουσίας του θαλάσσιου στοιχείου. Επί του παρόντος, οι επιχειρήσεις αγροτουριστικού ενδιαφέροντος αφορούν κατά το πλείστον καταλύματα κάθε είδους (π.χ. ξενοδοχεία, ξενώνες κλπ.) εγκατεστημένα συνήθως σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, με έμφαση στα ορεινά χωριά. Τα καταλύματα αυτά συχνά αποτελούν ορμητήρια για τους επισκέπτες, αφενός κατά τους χειμερινούς μήνες προς το χιονοδρομικό κέντρο της Βασιλίτσας αλλά και για έτερες δραστηριότητες, όπως π.χ. κυνήγι, φυσιολατρία κλπ. και αφετέρου το καλοκαίρι για ψυχαγωγικές δραστηριότητες όπως π.χ. πεζοπορία, ορειβασία κλπ..

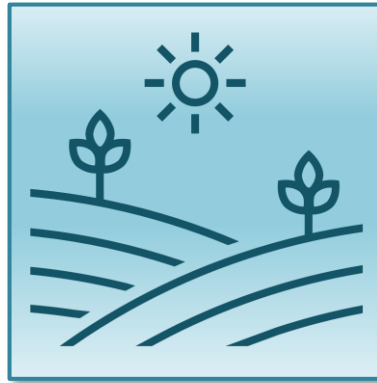
Επιπλέον, στην περιοχή δραστηριοποιείται ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων, συγκεκριμένα 3, που ασχολούνται με τη διοργάνωση εξορμήσεων και λοιπών δραστηριοτήτων αγροτουριστικού ενδιαφέροντος. Χάρη στις ενέργειες τους (π.χ. εκδρομές στον Εθνικό Δρυμό, trekking, ράφτινγκ, επίσκεψη σε χωριά και σημεία ιδιαίτερου ενδιαφέροντος) αναδεικνύεται σημαντικά η φυσική ομορφιά, η έντονη βιοποικιλότητα και η πλούσια ιστορία της περιοχής. Βέβαια, η ενίσχυση της αγροτουριστικής επιχειρηματικότητας και η έξυπνη εκμετάλλευση των αγροτουριστικών δυνατοτήτων της περιοχής οφείλει να αποτελεί κυρίαρχο μέλημα τόσο στους αιρετούς παράγοντες της τοπικής αυτοδιοίκησης όσο και στους ιδιώτες-επιχειρηματίες μεμονωμένα, καθώς είναι σε θέση να δώσει νέα πνοή στην οικονομία της περιοχής.



## 4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΙΔΡΥΣΗΣ ΜΙΑΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΣΤΑ ΓΡΕΒΕΝΑ

### **Business Plan**

Της Αγροτουριστικής Εταιρείας  
“Κ. Παπαδόπουλος & Χ. Παπαδοπούλου Ι.Κ.Ε.”  
με διακριτικό τίτλο:  
**«Δρυάδες»**



### **Επιχειρηματίες:**

Κώστας Παπαδόπουλος & Χαρά Παπαδοπούλου

Στοιχεία Επικοινωνίας:  
Δ/ση: Καρπερό – Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών  
Κιν.Τηλ.: 69069 112233  
e-mail: [Info@driades.gr](mailto:Info@driades.gr)

Σκοπός σύνταξης: *Εύρεση χρηματοδότησης*

Γρεβενά, 10 Ιουλίου 2022



## Πίνακας Περιεχομένων

<b>4.1 Ανάλυση Εσωτερικού Περιβάλλοντος</b> .....	σελ. 96
4.1.1 Περιγραφή και διαδικασία ίδρυσης της εταιρείας.....	σελ. 98
4.1.2 Αποστολή – Όραμα – Στόχοι.....	σελ. 103
4.1.3 Προϊόντα/Υπηρεσίες.....	σελ. 104
4.1.4 Οργανωτικά & Διοικητικά Θέματα.....	σελ. 107
4.1.5 Κτιριακές Υποδομές.....	σελ. 112
<b>4.2 Ανάλυση Εξωτερικού Περιβάλλοντος</b> .....	σελ. 117
4.2.1 Ανάλυση Αγοράς.....	σελ. 117
4.2.2 Ανάλυση PEST-DG και εξωτερικό μάκρο-περιβάλλον.....	σελ. 120
4.2.3 Ανάλυση πέντε δυνάμεων του Porter και εξωτερικό μικρο-περιβάλλον.....	σελ. 127
<b>4.4 Ανάλυση SWOT</b> .....	σελ. 129
<b>4.5 Στρατηγική Εταιρείας</b> .....	σελ. 134
<b>4.6 Σχεδιασμός Marketing</b> .....	σελ. 137
4.6.1 Στόχοι Marketing.....	σελ. 137
4.6.2 Τμηματοποίηση και στοχοθέτηση αγοράς.....	σελ. 138
4.6.3 Τοποθέτηση των προϊόντων στην αγορά.....	σελ. 139
4.6.4 Μείγμα marketing.....	σελ. 142
<b>4.7 Χρηματοοικονομική ανάλυση επιχειρηματικού σχεδίου</b> .....	σελ. 148
<b>4.8 Συμπεράσματα</b> .....	σελ. 160



## 4.1. Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος

### 4.1.1. Περιγραφή και διαδικασία ίδρυσης της εταιρείας

#### **Επιχειρηματική Ιδέα**

Η ιδέα ανάπτυξης ενός αμιγώς αγροτουριστικού καταλύματος στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών ελήφθη λόγω της διαρκούς αυξανόμενης ζήτησης ολοκληρωμένων αγροτουριστικών υπηρεσιών τόσο από τους εγχώριους όσο και από τους ξένους τουρίστες, σε συνδυασμό με όλα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που διαθέτει η ευρύτερη περιφέρεια, τόσο σε φυσικό/περιβαλλοντικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο ιστορίας, κουλτούρας, θρησκείας κλπ..

Η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών της Δυτικής Μακεδονίας αποτελεί την πλέον δασοσκεπή περιφέρεια της Ελλάδας, ενώ οι οροσειρές της διαθέτουν μοναδικό κάλλος και πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Είναι ένας τόπος με μεγάλη ιστορία, πλούσια παράδοση και προσφορά ζωής. Συνιστά σημαντικό κομμάτι της αρχαίας Ελιμείας και κοιτίδα των Δωριέων, με έντονη ιστορική, κοινωνική και πολιτιστική ζωή. Σε ολόκληρη την περιοχή υπάρχουν διάσπαρτα αρχαιολογικά ευρήματα και μνημεία, καθώς η περιοχή θεωρούνταν ιδιαίτερης γεωστρατηγικής σημασίας. Η περιοχή διαρρέεται από τον μεγαλύτερο ποταμό της χώρας, τον Αλιάκμονα, ο οποίος σε συνδυασμό με το δυτικό μέρος της οροσειράς της Πίνδου δημιουργούν ένα μοναδικό μικροκλίμα, που συμβάλλει στην ανάπτυξη της καλλιέργειας σιτηρών, οσπρίων, ντομάτας και άλλων αγροτικών προϊόντων.

Στην ευρύτερη περιφέρεια βρίσκονται διάσπαρτα πολλά παραδοσιακά χωριά μοναδικής ομορφιάς, όπως τα Βλαχοχώρια, τα Κουπατσαραίικα, τα Μαστροχώρια κ.ά., που το καθένα έχει τη δική του ιστορία και πολιτιστική κληρονομιά. Διάσπαρτα επίσης βρίσκονται πολλά πέτρινα μακεδονικά γεφύρια, όπως το γεφύρι του Πασά, του Στραυτοπόταμου, της Πραμόριτσας κ.ά., που κατασκευάστηκαν από λαϊκούς αρχιτέκτονες και αποτελούν σημαντικό τουριστικό πόλο έλξης. Τα μοναστήρια και οι ιστορικές εκκλησίες της περιοχής, με ορισμένες εξ αυτών να διαθέτουν αγιογραφίας εξαιρετικής τεχνοτροπίας, όπως η Μονή Μεταμορφώσεως του Σωτήρος, προσελκύουν το ενδιαφέρον ακόμη και των πιο απαιτητικών επισκεπτών.





Η περιοχή συνιστά μία σύζευξη φυσικής ομορφιάς, με έντονες εναλλαγές τοπίου, διαθέτοντας τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός, καθώς υπάρχουν αρκετοί προορισμοί, που μπορεί να επισκεφτεί κανείς, καλύπτοντας μια ευρεία ποικιλία προτιμήσεων. Για παράδειγμα στην περιοχή υπάρχει το Εθνικό Πάρκο της Βόρειας Πίνδου που θεσμοθετήθηκε το 2005 και αποτελεί το μεγαλύτερο χερσαίο Εθνικό Πάρκο της χώρας, με έκταση που αγγίζει τα 2.000.000 στρέμματα. Στο εν λόγω Εθνικό Πάρκο περιλαμβάνονται: α) οι Εθνικοί Δρυμοί του Βίκου – Αώου, β) 11 περιοχές του Πανευρωπαϊκού Δικτύου Προστατευόμενων Περιοχών «ΦΥΣΗ 2000», γ) 11 καταφύγια Άγριας Ζωής, δ) ένα σημαντικό τμήμα του Γεωπάρκου Βίκου-Αώου και ε) ένα Βιογενετικό Απόθεμα στην Βάλια Κάλντα, στα οποία συναντά κανείς περίπου 2.100 είδη φυτών, 2.000 είδη μανιταριών, 60 είδη θηλαστικών, περισσότερα από 180 είδη πουλιών, πολλά είδη ερπετών και αμφίβιων.

Αξίζει επίσης να αναφερθεί πως στα ποτάμια και τα ρέματα του Εθνικού Πάρκου διαβιούν περί τα 17 είδη ψαριών με ορισμένα εξ αυτών να είναι σπάνια ή/και υπό εξαφάνιση. Διαθέτει ένα πολυδαίδαλο δίκτυο μονοπατιών που χρησιμοποιούνται από τους ορειβάτες και τους πεζοπόρους, ενώ για τους λάτρεις των χειμερινών σπορ στην περιοχή λειτουργεί το Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο της Βασιλίτσας, που διαθέτει δύο πίστες χαρακτηρισμένες από την F.I.S ως Ολυμπιακών Προδιαγραφών και θεωρείται ένα από τα καλύτερα της Ελλάδας. Επίσης, στην περιοχή υπάρχει το Μνημείο της Αννίτσας που ανεγέρθηκε το 1978 για να τιμήσει τον αγώνα των Γρεβενιωτών εναντίον των Ιταλών επιδρομέων, το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας στη Μηλιά, και στην περιοχή υπάρχουν σημαντικά αρχαιολογικά ευρήματα, όπως ο υπεργίγαντας 3<sup>ων</sup> εκατομμυρίων χρόνων, που αποτελεί πρόγονο των σημερινών ελεφάντων, ύψους 3,5μ. και βάρους 6,5τόνων.

Κλείνοντας, αξίζει να επισημανθεί πως σημαντική θέση στη ζωή των κατοίκων έχουν τα μανιτάρια, με την πόλη των Γρεβενών είναι γνωστή και ως «η πόλη των μανιταριών», καθώς έχει σημαντική παράδοση στην συλλογή και κατανάλωση άγριων μανιταριών. Κατά τη μυθολογία οι Σάτυροι, οι Κένταυροι και οι Μαινάδες τρέφονταν με παραισθησιογόνα μανιτάρια κατά τη διάρκεια θρησκευτικών και



άλλων τελετών. Σήμερα στην πόλη η «Γιορτή του Μανιταριού» αποτελεί σπουδαίο πολιτιστικό γεγονός, προσελκύοντας επισκέπτες όχι μόνο από την Ελλάδα, αλλά και από την Κύπρο, τα Βαλκάνια, την Ευρώπη, την Αμερική ακόμη και από την Αυστραλία. Από το 2011 στο χωριό Λάβδα Γρεβενών υπάρχει το Μουσείο Μανιταριών, η λειτουργία του οποίου αποτέλεσε το θεμέλιο λίθο για τη δημιουργία και τη διοργάνωση της εκδήλωσης οι «*Δρόμοι του Μανιταριού*». Σήμερα η εν λόγω εκδήλωση αυτή αποτελεί πλέον ένα τριήμερο φεστιβάλ, στο οποίο πραγματοποιούνται σεμινάρια σχετικά με τα μανιτάρια, μα και άλλες εκδηλώσεις, όπως πεζοπορία στον ορεινό όγκο και συλλογή άγριων μανιταριών, καθώς και δημιουργία γεύματος με τα μανιτάρια που μαζεύτηκαν.

Σύμφωνα λοιπόν με τη φυσική ομορφιά, την περιβαλλοντική ποικιλομορφία, την ιστορία και τη μυθολογία της περιοχής, η ιδέα της ίδρυσης και λειτουργίας μιας ολοκληρωμένης και αμιγώς αγροτουριστικής μονάδας, που θα παρέχει ποιοτικά ανώτερες υπηρεσίες, αποτέλεσε την αρχή δημιουργίας του επιχειρηματικού πλάνου.

### **Περιγραφή εταιρείας – αγροτουριστικής μονάδας**

Με το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο σκιαγραφείται η διαδικασία κατασκευής και λειτουργίας ενός αμιγώς αγροτουριστικού καταλύματος στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών της Δυτικής Μακεδονίας, με την επωνυμία «Κ. Παπαδόπουλος & Χ. Παπαδοπούλου Ι.Κ.Ε.» και το διακριτικό τίτλο «**Δρυάδες**». Ο διακριτικός τίτλος της εταιρείας στηρίζεται στους αρχαίους μύθους που συνέδεαν τα ποτάμια, τις λίμνες και τα δάση με την παρουσία μυθικών νυμφών, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι στη Δυτική Μακεδονία υπάρχουν τα περισσότερα ποτάμια και λίμνες συνολικά στη χώρα.

Στόχος του επιχειρηματικού σχεδίου είναι να οριστεί ένα γενικό πλαίσιο και ένα διαδικαστικό σχέδιο, προκειμένου να επιτευχθεί η καθιέρωση της εταιρείας στον κλάδο του εναλλακτικού τουρισμού και ειδικότερα του αγροτουρισμού τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς. Η επιτυχία της στηρίζεται στην καταγεγραμμένη στροφή ολοένα και περισσότερων τουριστών παγκοσμίως στον εναλλακτικό τουρισμό και συνάδει απόλυτα με τη βιώσιμη αναπτυξιακή στρατηγική της ΕΕ στον τομέα του



τουρισμού. Επισημαίνεται, ότι η εν λόγω επιχειρηματική ιδέα συμβαδίζει πλήρως με τους στόχους της Ε.Ε. ως προς την υιοθέτηση πράσινων πολιτικών και τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των επιχειρήσεων, δεδομένου ότι το πλαίσιο λειτουργίας και διαφοροποίησης της στηρίζεται στον αγροτικό τρόπο ζωής, ενώ ταυτόχρονα οι κτιριακές της εγκαταστάσεις του αγροτουριστικού καταλύματος έχουν σχεδιαστεί-προγραμματιστεί, ώστε να είναι χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης με σχεδόν μηδενικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Παράλληλα, η επιτυχία του εν λόγω εγχειρήματος στηρίζεται στην κάλυψη του υφιστάμενου τοπικού και πανελλαδικού επιχειρηματικού κενού, αναφορικά με την ύπαρξη και λειτουργία αμιγώς αγροτουριστικών καταλυμάτων, που προσφέρουν διαφοροποιημένες, εξατομικευμένες και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες διαμονής και συμμετοχής σε αγροτικές και άλλες δραστηριότητες διαφόρων μορφών του εναλλακτικού τουρισμού.

Η επίτευξη των στόχων του εν λόγω καινοτόμου και αμιγώς αγροτουριστικού καταλύματος στηρίζεται σε σημαντικό βαθμό στις γνώσεις και την εμπειρία των ιδρυτών του, καθώς ο μεν πρώτος, κ. Κ. Παπαδόπουλος, ασχολείται με τον πρωτογενή τομέα και την παραγωγή αγροτικών και άλλων γεωργικών προϊόντων για περισσότερα από είκοσι χρόνια, ενώ παράλληλα έχει ιδρύσει και λειτουργεί μια πλήρως καθετοποιημένη βιοτεχνική μονάδα καθαρισμού και τυποποίησης οσπρίων, παραγωγής και τυποποίησης χειροποίητων ζυμαρικών και παρασκευής και τυποποίησης σάλτσας ντομάτας. Επίσης, είναι ήδη εγγεγραμμένος στο Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων (ΜΑΑΕ) του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, γεγονός που θα διευκολύνει στην απόκτηση του Ειδικού Σήματος Αγροτουρισμού από την κατά τόπους αρμόδια υπηρεσία. Η δεύτερη ιδρύτρια του καταλύματος την κ. Χ. Παπαδοπούλου, είναι απόφοιτη της Γεωπονικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου και από το 2018 είναι υπεύθυνη γεωπόνος στις καλλιέργειες μιας ομάδας τοπικών παραγωγών. Παράλληλα, είναι υπεύθυνη παραγωγής και ποιοτικού ελέγχου στην προαναφερθείσα βιοτεχνική μονάδα του πρώτου ιδρυτή κ. Κ. Παπαδόπουλου. Η κ. Χ. Παπαδοπούλου επίσης, αναμένεται να ολοκληρώσει τις μεταπτυχιακές της σπουδές στο Διατμηματικό Πρόγραμμα



Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Π.Μ.Σ.) του Τμήματος Αγροτικής Οικονομίας & Ανάπτυξης και του Τμήματος Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Γ.Π.Α.) «*Επιχειρηματικότητα & Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη*», προκειμένου να είναι σε θέση να παρέχει ολοκληρωμένες συμβουλές και λύσεις στους παραγωγούς αγροτικών και άλλων προϊόντων του πρωτογενή τομέα.

Το καινοτόμο και αμιγώς αγροτουριστικό κατάλυμα θα ανεγερθεί και θα λειτουργεί σε ιδιόκτητη έκταση -αγροτεμάχιο μήκους 150 στρεμμάτων περίπου, το οποίο απέχει 30 χλμ. από την πόλη των Γρεβενών και βρίσκεται πλησίον του ποταμού Αλιάκμονα. Επίσης, απέχει μόλις 28 χλμ. από την Εγνατία Οδό και 15 χλμ. από την Ευρωπαϊκή Οδό E65, οι οποίες συνδέονται μεταξύ τους, γεγονός που καθιστά την πρόσβαση στο αγροτουριστικό κατάλυμα ιδιαίτερα εύκολη για τους επισκέπτες του.

Η επιχειρηματική ιδέα των επενδυτών στηρίζεται στη δημιουργία ενός καινοτόμου - βιώσιμου αγροτουριστικού καταλύματος, το οποίο θα διαθέτει το Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού (Ε.Σ.Α.) και θα λειτουργεί σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία του Τμήματος Ποιοτικού Ελέγχου και Διαμόρφωσης Προτύπων Ποιότητας του Υπουργείου Τουρισμού (Υπουργείο Τουρισμού 2021).

Οι δραστηριότητες αγροτουρισμού που θα υλοποιούνται στη μονάδα έγκεινται στην:

- Παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών υποδοχής, φιλοξενίας ή/και εστίασης, όπου θα προσφέρονται προς κατανάλωση προϊόντα από το “Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων”.
- Προσφορά αμιγώς αγροτικών δραστηριοτήτων, εντός του χώρου του καταλύματος, όπως: α) υπηρεσίες συμμετοχής διάφορες αγροτικές, καλλιεργητικές κ.ά. δραστηριότητες (π.χ. καλλιέργεια οπωροκηπευτικών προϊόντων ή/και σιτηρών, συγκομιδή καρπών και κηπευτικών ειδών, πότισμα ή/και τη φύτευση οπωροκηπευτικών και άλλων προϊόντων κ.ά., ανάλογα με την εποχή επίσκεψής του, β) ενασχόληση με την παραγωγή χειροποίητων γλυκών του κουταλιού και μαρμελάδας, στο μικρής κλίμακας εργαστήριο, που έχει



σχεδιαστεί να κατασκευαστεί εντός του χώρου φιλοξενίας, και γ) προετοιμασία γευμάτων στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο εστίασης και παραγωγής γευμάτων που θα διαθέτει το κατάλυμα.

### **Διαδικασία Ίδρυσης**

Με την ψήφιση του Ν.4072/2012 (ΦΕΚ Α'86/11.4.2012 2012) θεσπίστηκε μια νέα για τα ελληνικά δεδομένα εταιρική μορφή, η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.), η οποία έχει καταστεί ιδιαίτερα δημοφιλής στον ελληνικό επιχειρηματικό χώρο. Η Ι.Κ.Ε. συνιστά μια κεφαλαιουχική εταιρεία, που διαθέτει Νομική Προσωπικότητα και κατατάσσεται στις εμπορικές εταιρείες, ακόμη και αν ο σκοπός ίδρυσής της δεν είναι εμπορικός. Η επιλογή της εν λόγω Νομικής Μορφής για την ίδρυση της εταιρείας του τουριστικού καταλύματος έγινε για τους εξής παρακάτω λόγους:

- i. Έχει μικρό κόστος ίδρυσης, λειτουργίας και διαχείρισης. Τα τέλη για την ίδρυση μιας Ι.Κ.Ε. δεν ξεπερνούν τα 125€, αφού απαιτείται η καταβολή μόλις 10€ για την καταχώρησή της στο ΓΕΜΗ, 41€ για την εγγραφή της στο κατά τόπους επιμελητήριο (ΕΒΕΑ), και ένα γραμματίο ύψους περίπου 70€ για τη σύστασή της. Επίσης, μια Ι.Κ.Ε. μπορεί πλέον να συσταθεί και μέσω υπολογιστή σε μια μόλις ώρα μέσω των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής πλατφόρμας μιας Στάσης.
- ii. Για τη σύσταση μιας Ι.Κ.Ε. δεν υπάρχει συγκεκριμένο ύψος κεφαλαίου, καθώς αυτό μπορεί να ανέρχεται ακόμη και σε μόλις 1€ (για το λόγο αυτό στον επιχειρηματικό και νομικό κόσμο αποκαλούνται εταιρείες του ενός ευρώ), λαμβάνοντας κανείς υπόψη ότι για την ίδρυση μιας Α.Ε. απαιτείται κεφάλαιο τουλάχιστον 24.000€. Επομένως, η καταβολή του φόρου συγκέντρωσης κεφαλαίου στην αρμόδια ΔΟΥ περιορίζεται αυτομάτως στο 1 λεπτό του ευρώ.
- iii. Η σύνταξη του καταστατικού δεν απαιτεί την παρουσία συμβολαιογράφου, ωστόσο για την ομαλή της λειτουργία κρίνεται καλό να έχουν προαποφασιστεί δικλείδες ασφαλείας της λειτουργίας της, καθώς και οι κύριες κατευθύνσεις της.



- iv. Οι εταίροι που επιθυμούν να αποκτήσουν ποσοστό επί του κεφαλαίου έχουν το δικαίωμα να εισφέρουν χρήμα, προσωπική εργασία που αποτιμάται σε χρήμα, τραπεζική εγγύηση κλπ..
- v. Οι μέτοχοι της Ι.Κ.Ε., δεν έχουν καμία υποχρέωση ασφάλισης στον ΕΦΚΑ (υποχρέωση ασφάλισης έχει μόνο ο Διαχειριστής της εταιρείας), σε περίπτωση χρεοκοπίας η προσωπική τους περιουσία είναι θωρακισμένη, καθώς για χρέη της εταιρείας ευθύνεται μόνο η ίδια (το Νομικό Πρόσωπο) με την περιουσία της και οι μέτοχοί της δεν φέρουν ευθύνη για χρέη της εταιρείας με την προσωπική τους περιουσία.
- vi. Οι αποφάσεις σε μια Ι.Κ.Ε. λαμβάνονται με απλή πλειοψηφία του 51%, ωστόσο ο εταίρος με το μεγαλύτερο μερίδιο είναι και αυτός που λαμβάνει τις αποφάσεις.
- vii. Ο Φορολογικός Συντελεστής με τον οποίο φορολογούνται οι Ι.Κ.Ε. είναι σταθερός, επομένως δύναται να επιτευχθεί καλύτερος προγραμματισμός των φορολογικών της υποχρεώσεων.

Επιπροσθέτως, οι Ι.Κ.Ε. είναι υποχρεωμένες να τηρούν διπλογραφικά βιβλία, να τηρούν ταμείο και να συντάσσουν Ισολογισμό και να το δημοσιεύουν στο ΓΕΜΗ, μέσω της ιστοσελίδας τους, η ύπαρξη και λειτουργία της οποίας είναι υποχρεωτική. Το ύψος της φορολόγησής τους είναι το ίδιο με τις Α.Ε. και καταβάλλουν φόρο 26% επί του συνόλου των κερδών τους και επιπλέον ένα 10% επί των κερδών που διανέμονται ως μέρισμα στους μετόχους τους (Σαββίδου Ο. & Συνεργάτες 2023) .

Σύμφωνα με τις παραπάνω πληροφορίες, οι εν δυνάμει επιχειρηματίες κ. Κ. Παπαδόπουλος & Χ. Παπαδοπούλου θα προβούν στις παραπάνω ενέργειες για τη σύσταση της αγροτουριστικής εταιρείας “Κ. Παπαδόπουλος & Χ. Παπαδοπούλου Ι.Κ.Ε.” με διακριτικό τίτλο: «**Δρυάδες**». Οι ιδρυτές-εταίροι-μέτοχοι της Ι.Κ.Ε. θα προσφέρουν ίσης αξίας κεφάλαια, σε χρήμα, προσωπική εργασία αποτιμημένη σε χρήμα, όπως και το αγροτεμάχιο στο οποίο θα κατασκευαστούν οι εγκαταστάσεις και θα λειτουργεί το αγροτουριστικό κατάλυμα. Εκτός των άλλων, αναφέρεται πως η επιλογή της εν λόγω Νομικής Μορφής επιλέχθηκε και για λόγους συνεργασιών με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου ή/και δημόσιους ή ιδιωτικούς τουριστικούς φορείς, καθώς επίσης και για την προσέλκυση άλλων επενδυτών, εφόσον υφίσταται ευελιξία



ως προς τη συμμετοχή επιπλέον εταίρων και την κατανομή του μετοχικού-εταιρικού κεφαλαίου.

Επίσης, ο ιδρυτής κ. Κ. Παπαδόπουλος, που είναι ήδη εγγεγραμμένος στο Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων (ΜΑΑΕ), θα προβεί σε όλες τις απαραίτητες ενέργειες (υποβολή αιτήσεων, κατάθεση απαιτούμενων δικαιολογητικών, πληρωμή παραβόλου κλπ.) για την έκδοση του Εδικού Σήματος Αγροτουρισμού (Ε.Σ.Α.) του καταλύματος από την οικεία Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού (Π.Υ.Τ.) του Υπουργείου Τουρισμού, όταν ολοκληρωθούν όλες οι απαιτούμενες διαδικασίες, ώστε η εταιρεία να πληροί όλους τους ισχύοντες εφάπαξ όρους.

#### 4.1.2. Αποστολή -Όραμα -Στόχοι

Κύριος **στόχος** του αμιγώς αγροτουριστικού καταλύματος «Δρυάδες» είναι, από την έναρξη των δραστηριοτήτων του και έπειτα, να καταστεί ένα από τα καλύτερα εγχώρια αγροτουριστικά καταλύματα, με μηδενικό περιβαλλοντικό και χαμηλό ενεργειακό αποτύπωμα, μέσω της παροχής διαφοροποιημένων και ολοκληρωμένων υπηρεσιών φιλοξενίας/διαμονής υψηλής ποιότητας και της παράλληλης συμμετοχής των επισκεπτών σε αγροτικές και άλλες δραστηριότητες. Σημαντικός επίσης στόχος, του εν λόγω αγροτουριστικού καταλύματος, αποτελεί η μεγιστοποίηση της ικανοποίησης των πελατών της, μέσω της αποκόμισης μοναδικών εμπειριών, γεγονός που θα ενισχύσει την πιστότητά τους, θα προσδώσει στην εταιρεία ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και θα ενισχύσει το brandname της τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η επαφή με τη φύση, η ενασχόληση με αγροτικές και άλλες εργασίες του πρωτογενή τομέα, η συμμετοχή στην παραγωγή τοπικών προϊόντων και γευμάτων, η διαμονή σε ένα ήσυχο και ήρεμο περιβάλλον, η πραγματοποίηση οργανωμένων εκδρομών και επισκέψεων σε ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους κλπ., ενισχύει και βελτιστοποιεί την κάθε προσφερόμενη υπηρεσία του καταλύματος.

Ως μοναδική αμιγώς αγροτουριστική και καινοτόμα εταιρεία, σε συνδυασμό με το εξαιρετικού κάλλους φυσικό τοπίο, στοχεύει στο να προσελκύσει σημαντικό αριθμό αγροτουριστών, οι οποίοι ενδιαφέρονται να εντρυφήσουν στον αγροτικό τρόπο ζωής,



σεβόμενοι το περιβάλλον, τη βιοποικιλότητα και την ομορφιά της φύσης. Το γεγονός επίσης ότι δεν θα παρέχει απλώς κατάλυμα αλλά και ταυτόχρονη ενασχόληση με αγροτικές και άλλες παραγωγικές διαδικασίες, τη διαφοροποιεί σε σημαντικό βαθμό, εντάσσοντάς την στον εναλλακτικό τουρισμό, δημιουργώντας παράλληλα όλες τις απαραίτητες συνθήκες επιτυχίας ενός καινοτόμου και ενδιαφέροντος τουριστικού προϊόντος.

**Αποστολή της εταιρείας:** *Το αμιγώς αγροτουριστικό κατάλυμα «Δρυάδες» αποσκοπεί στην παροχή διαφοροποιημένων, ολοκληρωμένων και υψηλής ποιότητας αγροτουριστικών υπηρεσιών, σε έναν μοναδικό και φιλικό προς το περιβάλλον χώρο, που θα δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες του να βιώνουν μοναδικές εμπειρίες, μακριά από το θόρυβο και το άγχος της καθημερινότητας, αποκομίζοντας παράλληλα ποικίλες και σε διαφορετικούς τομείς γνώσεις.*

**Όραμα της εταιρείας:** *Όραμά μας είναι να διευρύνουμε διαρκώς το πελατολόγιό μας και μέσω της σχέσης αλληλεπίδρασης και εμπιστοσύνης με τους πελάτες μας να αναβαθμίζουμε την ποιότητα των υπηρεσιών μας, προκειμένου να καταστούν οι «Δρυάδες» ένα από τα καλύτερα αμιγώς αγροτουριστικά καταλύματα στην Ελλάδα.*

#### **4.1.3. Προϊόντα/Υπηρεσίες**

Η επιχειρηματική ιδέα των επενδυτών στηρίζεται στη δημιουργία ενός καινοτόμου - βιώσιμου αγροτουριστικού καταλύματος, το οποίο θα διαθέτει το Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού (Ε.Σ.Α.) και θα λειτουργεί σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία του Τμήματος Ποιοτικού Ελέγχου και Διαμόρφωσης Προτύπων Ποιότητας του Υπουργείου Τουρισμού, καθώς ο ένας εκ των δύο επενδυτών είναι ήδη εγγεγραμμένος στο Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων (ΜΑΑΕ) (Υπουργείο Τουρισμού 2021).

Στο εν λόγω αγροτουριστικό κατάλυμα, πέραν της παροχής υψηλής ποιότητας υπηρεσιών φιλοξενίας που θα προσφέρονται στους επισκέπτες, θα δίνεται σε αυτούς η ευκαιρία να βιώσουν την εμπειρία ενός πραγματικού αγρότη - παραγωγού, καθώς στον χώρο το κατάλυμα θα υπάρχει ένα ιδιωτικό αγρόκτημα. Οι επισκέπτες,





διαμένοντας σε ένα ήσυχο περιβάλλον, μακριά από μεγάλα αστικά κέντρα και δίχως το άγχος της καθημερινότητας, θα έχουν τη δυνατότητα είτε να συμμετέχουν ενεργά σε όλες τις αγροτικές εργασίες του αγροκτήματος είτε απλά να τις παρακολουθούν, εφόσον οι ίδιοι το επιθυμούν, λαμβάνοντας πληροφορίες για τον τρόπο καλλιέργειας, τις εποχές και τις εργασίες που πρέπει να πραγματοποιηθούν, τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθηθούν ώστε η παραγωγή να έχει τη βέλτιστη ποιότητα κλπ..

Αναλυτικότερα, οι κύριες υπηρεσίες αγροτουρισμού που θα προσφέρονται από το κατάλυμα εντοπίζονται στην(ν):

- Συμμετοχή σε διάφορες αγροτικές, καλλιεργητικές κ.ά. δραστηριότητες, όπως καλλιέργεια οπωροκηπευτικών προϊόντων ή/και σιτηρών, συγκομιδή καρπών και κηπευτικών ειδών, πότισμα ή/και τη φύτευση οπωροκηπευτικών και άλλων προϊόντων κ.ά., ανάλογα με την εποχή.
- Ενασχόληση με την παραγωγή χειροποίητων γλυκών του κουταλιού και μαρμελάδας, στο μικρής κλίμακας εργαστήριο, που έχει σχεδιαστεί να κατασκευαστεί και να λειτουργεί εντός του χώρου φιλοξενίας/διαμονής.
- Ενασχόληση με τη διαδικασία συλλογής και προετοιμασίας γευμάτων που επιθυμούν να καταναλώσουν.

Οι παραπάνω υπηρεσίες καθώς και η ενεργός συμμετοχή των επισκεπτών στις διάφορες αγροτικές δραστηριότητες θα πραγματοποιείται παρουσία εξειδικευμένου προσωπικού της μονάδας, ώστε να παρέχονται σε αυτούς χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τη διαδικασία της καλλιέργειας των προϊόντων, το χρόνο και τον τρόπο συγκομιδής τους, τη διαδικασία τυποποίησης, αποθήκευσης ή/και μαγειρέματός τους, τα θρεπτικά τους συστατικά κ.ά..

Αξίζει επίσης να τονιστεί, πως σημαντικό παράγοντα διαφοροποίησης της αγροτουριστικής μονάδας θα αποτελεί η λειτουργία της και ως επισκέψιμης μονάδας, που θα παρέχει όλες τις προαναφερθείσες υπηρεσίες σε απλούς επισκέπτες, δίχως να απαιτείται δηλαδή η διαμονή/διανυκτέρευσή τους σε αυτή.



Παράλληλα, θα προσφέρεται η δυνατότητα στους επισκέπτες του καταλύματος να συμμετέχουν στις διαδικασίες: α) καθαρισμού και τυποποίησης οσπρίων, β) παραγωγής και τυποποίησης χειροποίητων ζυμαρικών, και γ) παρασκευής και τυποποίησης σάλτσας ντομάτας. Η ενεργός συμμετοχή των επισκεπτών στις προαναφερθείσες δραστηριότητες είναι διασφαλισμένες, καθώς ο ένας εκ των δύο επενδυτών, για περισσότερο από μια εικοσαετία διαθέτει και λειτουργεί στην περιοχή, μια σχετική βιοτεχνική μονάδα με μεγάλη επιτυχία, με την οποία το αγροτουριστική εταιρεία θα συνεργαστεί πλήρως.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφερθεί, πως η εν λόγω βιοτεχνική μονάδα την τελευταία τριετία έχει καταφέρει να υπέρ-τετραπλασιάσει τις πωλήσεις της, οι οποίες από 32.961€ που ήταν το 2020 άγγιξαν τις 144.305€ το 2022. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την έξαρση της πανδημικής κρίσης του Covid-19 και τα μέτρα που ελήφθησαν για την αντιμετώπισή του (π.χ. αναστολή λειτουργίας των επιχειρήσεων), επιτρέπει να συμπεράνουμε πως πρόκειται για μια επιτυχημένη επιχείρηση στον κλάδο της, η συνεργασία με την οποία θα προσδώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην υπό σύσταση εταιρεία του αγροτουριστικού καταλύματος.

Σημειώνεται επίσης, πως στο εσωτερικό της επιχείρησης θα λειτουργεί ένα μικρό και ειδικά διαμορφωμένο κατάστημα λιανικής πώλησης όλων των προϊόντων που θα παράγονται τόσο στο αγρόκτημα της τουριστικής μονάδας όσο και της υφιστάμενης βιοτεχνίας (με την οποία θα συνεργάζεται το τουριστικό κατάλυμα), που θα φέρει την ονομασία “*Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων*”, ώστε όλοι οι επισκέπτες, που διαμένουν ή όχι στην μονάδα, να μπορούν να αγοράσουν τα εν λόγω προϊόντα. Η λειτουργία του μικρού καταστήματος λιανικής αναμένεται να συμβάλλει στην αύξηση των εσόδων της εταιρείας, μα και στην επίτευξη της διάχυσης της αναγνωρισιμότητας των προϊόντων της στο ευρύτερο κοινό.

Επιπλέον, οι επιχειρηματίες σε συνεργασία με έμπειρους αγρότες και γεωπόνους θα σχεδιάζουν και θα υλοποιούν -σύντομα- εκπαιδευτικά/ενημερωτικά προγράμματα, στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο της εταιρείας, ώστε τόσο οι επισκέπτες που διαμένουν στην αγροτουριστική μονάδα όσο και άλλες κοινωνικές ομάδες (π.χ. μαθητές σχολείων, φοιτητές, εργαζόμενοι σε εταιρείες του αγροτικού κλάδου κλπ.) να



μπορούν να τα παρακολουθήσουν αποκομίζοντας σημαντικές πληροφορίες και γνώσεις αναφορικά με την παραγωγική διαδικασία, την πανίδα, τη χλωρίδα και το μικροκλίμα της ευρύτερης περιοχής της περιφέρειας. Με αυτόν τον τρόπο η αγροτουριστική μονάδα θα καταφέρει να προσελκύσει και άλλους επαγγελματίες του τουριστικού τομέα, καθώς και συλλογικούς φορείς, όπως σχολεία, συλλόγους κλπ. που πραγματοποιούν οργανωμένες εκδρομικές εξορμήσεις που θα εστιάζουν κυρίως στον αγροτικό τρόπο ζωής και στην ύπαιθρο γενικότερα.

Εκτός των άλλων, θα προσφέρεται η δυνατότητα στους επισκέπτες της μονάδας η επίσκεψη σε κοντινούς προορισμούς, χρησιμοποιώντας το κατάλυμα ως ορμητήριο για εκδρομές σε σημαντικά ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία της περιοχής, καθώς σε διάφορες εκδηλώσεις, όπως της «Οι Δρόμοι του Μανιταριού» ανάλογα με την εποχή, συνδυάζοντας τον αγροτουρισμό με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Για παράδειγμα οι επισκέπτες θα μπορούν να συμμετάσχουν σε οργανωμένες επισκέψεις στα Μετέωρα, στο Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας και να κάνουν σκι, να κάνουν πεζοπορία στο Εθνικό Πάρκο της Πίνδου και στη Βάλια Κάλντα και να γνωρίσουν την χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής. Επίσης, σε συνεργασία με άλλες τοπικές επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών σπορ θα μπορούν, εφόσον το επιθυμούν, να κάνουν rafting και canoe kayak στους ποταμούς της περιοχής, να αναρριχηθούν στις κορυφές των βουνών, να κάνουν ιππασία ή ακόμη και να συμμετέχουν στη διαδικασία συλλογής και κατανάλωσης μανιταριών, που ανέδειξαν την πόλη των Γρεβενών την μοναδική παγκοσμίως “Πόλη των μανιταριών”.

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί πως η θέση του αγροτεμαχίου στο οποίο θα εδρεύει το αγροτουριστικό κατάλυμα, διευκολύνει τον συνδυασμό δραστηριοτήτων του αγροτουρισμού με τις άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που προσφέρει η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών.

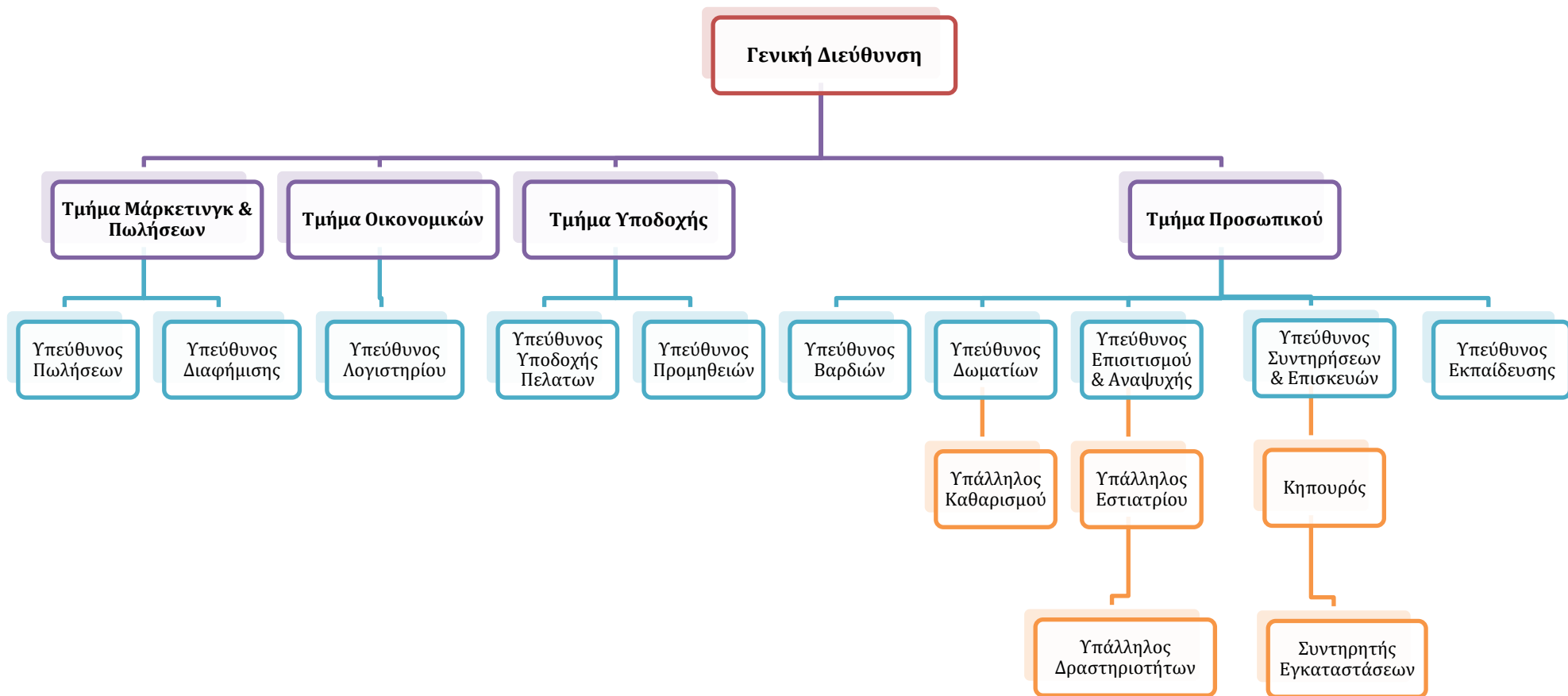
#### **4.1.4. Οργανωτικά & διοικητικά θέματα**

Η οργάνωση και ο τρόπος διοίκησης ενός οργανισμού κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για οργανισμούς που παρέχουν όχι μόνο υπηρεσίες



φιλοξενίας αλλά κ.ά.. Στόχος της υπό σύστασης εταιρείας “Κ. Παπαδόπουλος & Χ. Παπαδοπούλου Ι.Κ.Ε.” είναι να παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες υψηλής ποιότητας στον κλάδο του αγροτουρισμού. Ο εν λόγω στόχος θα επιτευχθεί από τις μεθόδους και τις τεχνικές διαχείρισης και διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού από τη διοίκηση τόσο κατά τη διαδικασία της πρόσληψης όσο και κατά τη διάρκεια της εργασίας του, μέσω της εσωτερικής και της εξωτερικής παρακίνησης, καθώς και μέσω της διαρκούς εκπαίδευσης και ανάπτυξής του.

Ακολουθεί το οργανόγραμμα της εταιρείας, σύμφωνα με το οποίο αποτυπώνεται η ιεραρχική δομή και τα επιμέρους τμήματα αυτής σύμφωνα με τη λειτουργία τους.





Αναλυτικότερα, η Γενική Διεύθυνση θα ασκείται από τους δύο εταίρους της εταιρείας, οι οποίοι θα αναλάβουν την εύρυθμη λειτουργία της και την επίβλεψη όλων των επιμέρους Διευθύνσεων και Τμημάτων της αγροτουριστικής μονάδας.

Ο Υπεύθυνος Πωλήσεων θα απασχολείται με τον προγραμματισμό και τις συναλλαγές B2C και B2B που αφορούν τις κρατήσεις των δωματίων και της αίθουσας εκδηλώσεων, ενώ ο Υπεύθυνος Διαφήμισης, θα ασχοληθεί με την εφαρμογή της Στρατηγικής Μάρκετινγκ και Προώθησης που θα εφαρμόσει η εταιρεία (π.χ. ψηφιακή και συμβατή προβολή της εταιρείας, προωθητικές ενέργειες κλπ.) τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο, ώστε αυτό να καταστεί αναγνωρίσιμο και να αποκτήσει ένα ισχυρό Brandname.

Ο Υπεύθυνος Λογιστηρίου θα αναλάβει την διεκπεραίωση όλων των εσόδων, εξόδων και άλλων συναλλαγών της εταιρείας, με την καταγραφή των ανάλογων λογιστικών εγγραφών και την τήρηση των απαιτούμενων λογιστικών βιβλίων (π.χ. τήρηση βιβλίου ταμείου, σύνταξη Ισολογισμού και Αποτελεσμάτων Χρήσης κλπ.).

Ο Υπεύθυνος Βαρδιών θα προγραμματίζει και θα καταρτίζει το εβδομαδιαίο πρόγραμμα εργασίας των υπαλλήλων της εταιρείας που σχετίζονται άμεσα με την εξυπηρέτηση των πελατών και την παροχή υπηρεσιών (π.χ. καθαρίστριες, receptionist, μάγειρες, σερβιτόροι, κηπουρός κλπ.).

Ο Υπεύθυνος Δωματίων θα είναι υπεύθυνος για τους υπαλλήλους καθαρισμού, καθώς θα ελέγχει αν οι υπηρεσίες καθαριότητας που προσφέρουν είναι ικανοποιητικές και ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του καταλύματος, θα διασφαλίζει την επάρκεια των προϊόντων καθαριότητας και θα μεταφέρει τις ανάγκες προμήθειας στον Υπεύθυνο Προμηθειών, ώστε να υπάρχει πάντα ένα επαρκές απόθεμά τους κλπ..

Ο Υπεύθυνος Επισιτισμού & Αναψυχής θα οργανώνει και θα επιβλέπει όλους τους υπαλλήλους του εστιατορίου (μάγειρες, σερβιτόροι κλπ.), καθώς και τους υπαλλήλους των δραστηριοτήτων που θα πραγματοποιούνται τόσο στο εσωτερικό περιβάλλον της εταιρείας όσο και έξω από αυτό (π.χ. ημερήσιες εκδρομές σε ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία, επίσκεψη στον Εθνικό Δρυμό Πίνδου κλπ.).



Ο Υπεύθυνος Συντηρήσεων & Επισκευών, θα οργανώνει και θα επιβλέπει το έργο του κηπουρού-αγρότη που θα απασχολείται με την περιποίηση του πράσινου περιβάλλοντα χώρου της μονάδας, καθώς και με το θερμοκήπιο, τα δέντρα και το λαχανόκηπό της. Επιπλέον, θα διασφαλίζει την ορθή λειτουργία των εγκαταστάσεων της μονάδας και θα συντονίζει τους συντηρητές, ώστε οι εγκαταστάσεις της μονάδας να λειτουργούν πλήρως και άριστα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Τέλος, αναφέρεται ότι ο Υπεύθυνος Εκπαίδευση θα προσληφθεί μελλοντικά, καθώς κατά τη διαδικασία της έναρξης των δραστηριοτήτων της εταιρείας όλα τα τμήματα θα στελεχωθούν επαρκώς, με άτομα που θα διαθέτουν εμπειρία στον τουριστικό κλάδο και θα έχουν όλες τις απαιτούμενες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες, ώστε να ανταπεξέλθουν πλήρως στις ανάγκες του κάθε τμήματος και να προσφέρονται υψηλής ποιότητας υπηρεσίες.

Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται το κόστος μισθοδοσίας του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας για ένα έτος. Ο παρακάτω πίνακας είναι ενδεικτικός και σε περίπτωση που κατά τη λειτουργία κριθεί αναγκαίος μεγαλύτερος αριθμός απασχολούμενων σε κάποιο τμήμα η Γενική Διεύθυνση θα φροντίσει άμεσα για την πλήρωση των κενών.

**Πίνακας 1. Ετήσιο Κόστος Μισθοδοσίας «Δρυάδες»**

A/A	Ειδικότητα	Αριθμός απασχολούμενων	Μηνιαίος Μισθός (σε €)	Μήνες εργασίας ανά έτος	Ετήσιο Κόστος (σε €)
1	Υπεύθυνος Πωλήσεων	1	1.200	12	14.400
2	Υπεύθυνος Διαφήμισης	1	1.200	12	14.400
3	Υπεύθυνος Λογιστηρίου	2	1.200	12	14.400
4	Υπεύθυνος Υποδοχής Πελατών	2	1.200	10	12.000
5	Υπεύθυνος Προμηθειών	1	1.200	12	14.400
6	Υπεύθυνος Βαρδιών	1	1.000	10	10.000
7	Υπεύθυνος Δωματίων	1	1.000	10	10.000
8	Υπεύθυνος Επισιτισμού & Αναψυχής	1	1.300	12	15.600
9	Υπεύθυνος Συντηρήσεων & Επισκευών	1	1.100	12	13.200
10	Υπάλληλος Καθαρισμού	4	800	12	9.600
11	Υπάλληλος Εστιατορίου	6	800	12	9.600



12	Υπάλληλος Δραστηριοτήτων	3	1.000	12	12.000
13	Κηπουρός	3	1.100	12	13.200
14	Συντηρητής Εγκαταστάσεων	3	1.100	12	13.200
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑΣ:</b>					<b>176.000</b>

#### 4.1.5. Κτιριακές υποδομές

Το αγροτουριστικό κατάλυμα, όπως προαναφέρθηκε, θα ανεγερθεί και θα λειτουργεί σε ιδιόκτητη έκταση -αγροτεμάχιο μήκους 150 στρεμμάτων περίπου, το οποίο απέχει 30 χλμ. από την πόλη των Γρεβενών και βρίσκεται πλησίον του ποταμού Αλιάκμονα. Επίσης, απέχει μόλις 28 χλμ. από την Εγνατία Οδό και 15 χλμ. από την Ευρωπαϊκή Οδό Ε65, οι οποίες συνδέονται μεταξύ τους, γεγονός που καθιστά την πρόσβαση στο αγροτουριστικό κατάλυμα ιδιαίτερα εύκολη για τους επισκέπτες του.

Οι κτιριακές του εγκαταστάσεις, καθώς και ο περιβάλλοντας χώρος έχει ήδη σχεδιαστεί από αρχιτέκτονες μηχανικούς. Η αρχιτεκτονική της μονάδας στο σύνολό της θα είναι παραδοσιακή, στοχεύοντας στην ενσωμάτωση και το συνδυασμό φυσικών υλικών, όπως πέτρα και ξύλο, σεβόμενη το περιβάλλον, την ιστορία και τον πολιτισμό της περιοχής. Στο χώρο του αγροκτήματος περιλαμβάνονται ήδη ορισμένα καρποφόρα δέντρα, που θα ενοποιηθούν με τις άλλες εγκαταστάσεις της μονάδας, και θα αξιοποιηθούν για τη συλλογή των καρπών τους και την παρασκευή εδεσμάτων για τους επισκέπτες της. Αναλυτικότερα οι κτιριακές εγκαταστάσεις του αγροτουριστικού καταλύματος θα αποτελούνται από:

1. Ένα αυτόνομο κτίριο υποδοχής των επισκεπτών (Reception), στον οποίο οι επισκέπτες θα έχουν τη δυνατότητα αναμονής ή/και ξεκούρασης απολαμβάνοντας ένα ρόφημα της αρεσκείας τους (Κτίριο περιοχής Α του Υπομνήματος).
2. Μια εγκατάσταση που θα στεγάζεται η τραπεζαρία του καταλύματος, η οποία θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως χώρος πραγματοποίησης διαφόρων εκδηλώσεων. Η τραπεζαρία του καταλύματος θα έχει άμεση πρόσβαση στο εργαστήριο παραγωγής τοπικών-παραδοσιακών προϊόντων, μικρής κλίμακας,





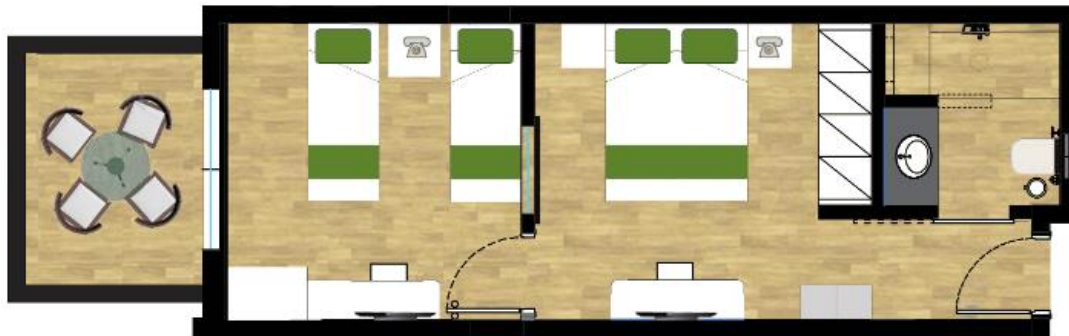
παρέχοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες αφού συμμετάσχουν στην παραγωγική διαδικασία να απολαύσουν το προϊόν που παρήγαγαν στην τραπεζαρία (Κτίριο περιοχής Β του Υπομνήματος)

3. Ένα αυτόνομο κτίριο βοηθητικών χώρων, στο οποίο θα υπάρχει μια κοινόχρηστη κουζίνα πλήρως εξοπλισμένη με συσκευές χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης και άλλα σκεύη μαγειρικής, καθώς και ειδικά διαμορφωμένος χώρος πλυντηρίου, σιδερωτηρίου και λινοθήκης (Κτίριο περιοχής Β του Υπομνήματος).
4. Έντεκα (11) αυτόνομα κτίρια, τα οποία θα αποτελούν τους ξενώνες του αγροτουριστικού καταλύματος. Οι Ξενώνες θα φέρουν ονόματα Δρυάδων, όπως Δάφνη, Ευρυδίκη, Ηχώ, Τιθορέα, Αρέθουσα κλπ.. Δύο από τους Ξενώνες, ο 4ος και ο 8ος, θα μπορούν να φιλοξενήσουν οικογένειες ή και ομάδες ατόμων, με μέγιστη δυναμικότητα τα 4 άτομα. Οι υπόλοιποι εννέα ξενώνες θα διαχωρίζονται σε δύο ξεχωριστά δωμάτια με διαφορετικές εισόδους, μέγιστης δυναμικότητας δύο ατόμων. Συνολικά στο κατάλυμα θα μπορούν να φιλοξενηθούν έως και 40 επισκέπτες, αριθμός που αντιστοιχεί στο μέγιστο της δυναμικότητας βάσει του Τμήματος Ποιοτικού Ελέγχου και Διαμόρφωσης Προτύπων Ποιότητας του Υπουργείου Τουρισμού για τη λήψη του Ε.Σ.Α.. Όλοι οι ξενώνες θα κατασκευαστούν με οικολογικά υλικά, θα διαθέτουν έντονο το φυσικό στοιχείο, όπως ξύλο και πέτρα, ενώ το εσωτερικό τους θα είναι κατάλληλα διαμορφωμένο, ώστε να ικανοποιεί και τον πιο απαιτητικό πελάτη.

Στις παρακάτω εικόνες παρουσιάζονται οι κατόψεις ενός δίκλινου και ενός τετράκλινου δωματίου.



Εικόνα 53. Κάτοψη Δίκλινου Δωματίου



Εικόνα 54. Κάτοψη Τετράκλινου Δωματίου



Σε όλες τις κτιριακές εγκαταστάσεις της μονάδας θα τοποθετηθεί ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης ενέργειας BEMS “Building Energy Management System”, από το οποίο έχει υπολογιστεί ότι θα επιτυγχάνεται εξοικονόμηση ενέργειας έως και 50%. Επίσης, υπό συζήτηση βρίσκεται η σκέψη τοποθέτησης φωτοβολταϊκών συστημάτων NET METERING, τα οποία θα καταστήσουν τη μονάδα ενεργειακά ουδέτερη μειώνοντας περαιτέρω το ενεργειακό και περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Η απόφαση δεν έχει ακόμη ληφθεί, καθώς θα πρέπει να γίνουν οι απαραίτητες μελέτες για τη θέση τοποθέτησής τους, ώστε να επιτυγχάνεται η μέγιστη απόδοση, δίχως όμως να αλλοιώνεται η φυσικότητα των εγκαταστάσεων και του περιβάλλοντα χώρου.

Παράλληλα, στις εγκαταστάσεις έχει προβλεφθεί να τοποθετηθούν ηλιακοί θερμοσίφωνες, κλιματιστικά χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης, και λαμπτήρες LED, ώστε να μειωθεί ακόμη περισσότερο η ενεργειακή κατανάλωση και κατ’ επέκταση το περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Σημαντικό επίσης δομικό στοιχείο της μονάδας αποτελεί η εγκατάσταση ολοκληρωμένου συστήματος βιολογικού καθαρισμού, μέσω του οποίου θα καθαρίζονται τα λύματά της (υδραυλικά και άλλα ρυπαντικά φορτία), τα οποία θα μπορούν στη συνέχεια να διατεθούν για το πότισμα είτε του πράσινου περιβάλλοντα χώρου των εγκαταστάσεων είτε του οπωρώνα και του θερμοκηπίου.

Στον περιβάλλοντα χώρο του αγροτουριστικού καταλύματος θα δημιουργηθούν πέτρινοι διάδρομοι που θα έχουν παρτέρια με αρωματικούς θάμνους (π.χ. θυμάρι, ρίγανη) και άλλα φυτά και δέντρα. Η παιδική χαρά θα είναι κατασκευασμένη με αμιγώς ξύλινα παιχνίδια, όπως κούνιες, τσουλήθρα, σπιτάκι κλπ., όπου θα δίνει τη δυνατότητα απασχόλησης των παιδιών, όταν οι γονείς τους ασχολούνται με την παραγωγή τοπικών προϊόντων στο μικρής κλίμακας εργαστήριο του καταλύματος, μα και σε άλλες περιπτώσεις. Επίσης, ο οπωρώνας και ο λαχανόκηπος θα διαχωρίζονται τόσο μεταξύ τους όσο και με τον υπόλοιπο περιβάλλοντα χώρο από φυσικό πυκνό φράχτη, διασφαλίζοντας την ομαλή συμμετοχή των επισκεπτών, την καλλιέργειά τους και εν τέλει την ομαλή ροή της καλλιεργητικής και παραγωγικής διαδικασίας. Στην εικόνα που ακολουθεί αποτυπώνεται η κάτοψη της αγροτουριστικής μονάδας, με το σχετικό υπόμνημα των κτιριακών κ.ά. εγκαταστάσεών της.



#### ΥΠΟΜΝΗΜΑ

**A:** Χώρος Υποδοχής Επισκεπτών

**Δ:** Παιδική Χαρά

**B:** Τραπεζαρία - Χώρος Εκδηλώσεων -  
Εργαστήριο - Βοηθητικοί χώροι

**Ε:** Χώρος Στάθμευσης

**Γ:** Ξενώνες

**Z:** Οπωρώνες

**H:** Λαχανόκηποι & Θερμοκήπιο



## 4.2. Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος

### 4.2.1. Ανάλυση αγοράς

Αν και την τριετία 2016-2019 οι τουριστικές επισκέψεις στην ελληνική επικράτεια κατέγραψαν αύξηση κατά +29%, μόνο η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας αποτέλεσε εξαίρεση, καθώς σε απόλυτους αριθμούς οι επισκέψεις μειώθηκαν σε 304χιλ. το 2019 από τις 330 χιλ. που ήταν το 2016. Την περίοδο 2019-2021, λαμβάνοντας υπόψη το ξέσπασμα της παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης και των επαναλαμβανόμενων καθολικών lockdowns που επιβλήθηκαν οι τουριστικές επισκέψεις στην Ελλάδα μειώθηκαν περισσότερο από το μισό, καταγράφοντας πτώση της τάξεως του -55%. Η Περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας την εν λόγω διετία παρουσίασε τη μεγαλύτερη πτώση, με το ποσοστό των επισκέψεων να κατακρημνίζεται κατά -71%.

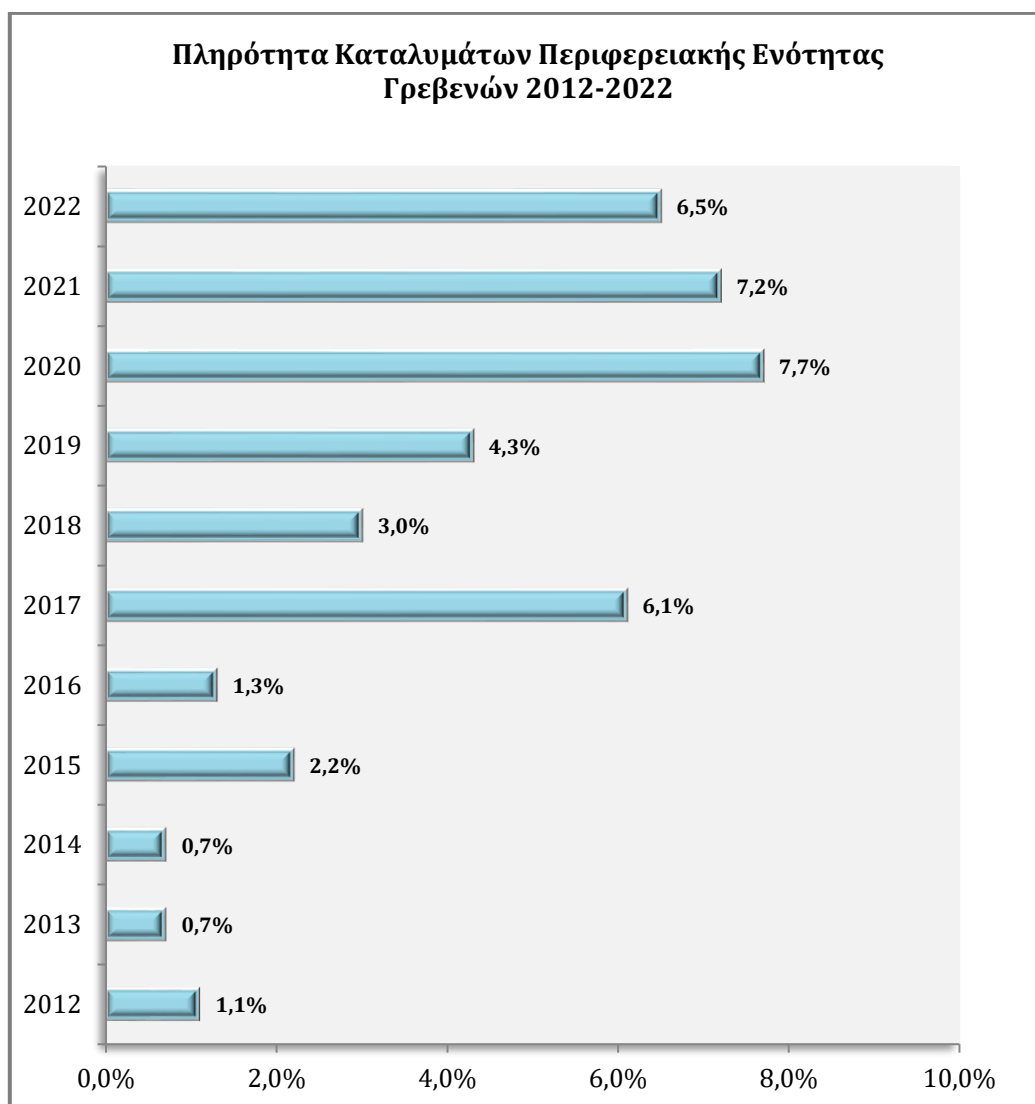
Αναλυτικότερα οι αφίξεις στα τουριστικά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών τη δεκαετία 2012-2022 αν και κατέγραψαν σημαντικές αυξομειώσεις αυξήθηκαν συνολικά κατά 327%, καθώς από τις μόλις 1.577 που ήταν το 2012, ανήλθαν σε 6.736 το 2022. Ανάλογη εικόνα εμφανίζουν και οι συνολικές διανυκτερεύσεις που πραγματοποιήθηκαν στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών την ίδια περίοδο, οι οποίες από τις 3.437 που ήταν το 2012 άγγιξαν τις 10.909 το 2022, καταγράφοντας αύξηση της τάξεως του +217%. (INSETE 2022). Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών τη δεκαετία 2012-2022.

**Πίνακας 2. Στοιχεία αφίξεων και διανυκτερεύσεων Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών (2012-2022)**

Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών: στοιχεία αφίξεων, διανυκτερεύσεων και πληρότητας σε ξενοδοχειακά καταλύματα (2012-2022)											
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Αφίξεις αλλοδαπών	0	4	42	177	99	937	635	946	524	80	820
Αφίξεις ημεδαπών	1.577	971	1.111	3.531	2.363	6.418	5.106	6.785	3.931	3.653	5.916
<b>Συνολικές Αφίξεις</b>	<b>1.577</b>	<b>975</b>	<b>1.153</b>	<b>3.708</b>	<b>2.462</b>	<b>7.355</b>	<b>5.741</b>	<b>7.731</b>	<b>4.455</b>	<b>3.733</b>	<b>6.736</b>
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	0	4	70	296	160	9.981	876	1.530	986	306	1.036
Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	3.437	2.150	2.163	7.057	4.243	11.592	8.420	12.120	7.732	6.061	9.873
<b>Συνολικές Διανυκτερεύσεις</b>	<b>3.437</b>	<b>2.154</b>	<b>2.233</b>	<b>7.353</b>	<b>4.403</b>	<b>21.573</b>	<b>9.296</b>	<b>13.650</b>	<b>8.718</b>	<b>6.367</b>	<b>10.909</b>



Όσον αφορά την πληρότητα των καταλυμάτων την ίδια δεκαετία, και αυτές παρουσίασαν ιδιαίτερα σημαντική αύξηση, καθώς από το 1,1% που ήταν το 2012, το 2022 έφτασε στο 6,5% (INSETE 2022). Στο διάγραμμα που ακολουθεί αποτυπώνεται η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην εν λόγω Περιφερειακή Ενότητα, η οποία παρουσιάζει αρκετές διακυμάνσεις. Η αρνητική πορεία στην πληρότητα την περίοδο 2020-2021 οφείλεται στην υγειονομική κρίση του COVID-19, που είχε ως αποτέλεσμα να πληγεί ο τουρισμός τόσο σε πανελλαδικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο.



**Διάγραμμα 1. Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών (2012-2022)**



Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί πως η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών άγγιξε μόλις το 7% το έτος 2021, συγκριτικά με το 23% και το 15% που καταγράφηκε για την Περιφερειακή Ενότητα Κοζάνης και Καστοριάς (INSETE 2022).

Όσον αφορά τον αγροτουρισμό και σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της Fortune Business Insights το μέγεθος της παγκόσμιας αγοράς του αποτιμήθηκε στα 69,24 δις δολάρια το 2019 και αναμένεται να ξεπεράσει τα 117 δις δολάρια έως το 2027. Κινητήρια δύναμη της παγκόσμιας αγοράς στον αγροτουριστικό τομέα αποτελούν τόσο οι εθνικές-κυβερνητικές στρατηγικές που υιοθετούνται στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης όσο και από τους ίδιους τους καταναλωτές που αναζητούν ένα διαφοροποιημένο τουρισμό προσανατολισμένο στη φύση και στις ξεκούραστες διακοπές σε καταπράσινα αγροκτήματα, βιώνοντας εμπειρίες κοντά στη φύση. Η Ευρώπη, έως και σήμερα, κατέχει κυρίαρχο μερίδιο στην παγκόσμια αγορά του αγροτουρισμού, με τη Γαλλία, την Ιταλία και το Βέλγιο να κρατούν τα σκήπτρα ως προς την ανάπτυξη του, με την ανάπτυξη και τη λειτουργία διάσπαρτων και μικρής κλίμακας αγροτουριστικών καταλυμάτων (Fortune Business Insights 2019). Κλείνοντας, αξίζει να αναφερθεί πως επειδή οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στη φύση ενέχουν χαμηλότερο επίπεδο κινδύνου έχουν πλέον καταστεί δημοφιλείς στους millennials, γεγονός που αναμένεται να επιταχύνει ακόμη περισσότερο την ανάπτυξη της αγοράς.

Αν και ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα βρίσκεται ακόμη σε εμβρυακό στάδιο εμφανίζει διαρκώς σημαντικά στοιχεία ανάπτυξης, με τη ζήτηση για αγροτουριστικά καταλύματα, ιδιαίτερα από επισκέπτες του εξωτερικού, να καταγράφει ιδιαίτερη δυναμική. Κύριες χώρες προέλευσης των επισκεπτών αποτελούν η Αγγλία, η Γερμανία και η Γαλλία, ενώ ακολουθούν η Ιταλία, η Ρωσία και το Βέλγιο. Αναφορικά με τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις επισημαίνεται ότι οι περισσότερες έχουν ιδρυθεί εντός της τελευταίας δεκαετίας και είναι ως επί το πλείστον οικογενειακές (Υπουργείο Τουρισμού 2021).



#### 4.2.2. Ανάλυση PEST-DG και εξωτερικό μάκρο-περιβάλλον

Η PEST – DG Analysis περιγράφει την κατάσταση στο εξωτερικό μάκρο-περιβάλλον ενός οργανισμού, καθώς και τον τρόπο που οι παράγοντές του επιδρούν τόσο στη στρατηγική όσο και στη δραστηριότητά του.

- **Πολιτικοί Παράγοντες (P-Political)**

Μετά την έξοδο της ελληνικής οικονομίας από την οικονομική κρίση, φαίνεται πως το πολιτικό περιβάλλον έχει εισέλθει σε μια πολιτική σταθερότητα, προάγοντας την ανάπτυξη σε πολλούς τομείς της οικονομίας, όπως και αυτός του τουρισμού. Η ύπαρξη ενός ολοκληρωμένου νομοθετικού πλαισίου για τον Αγροτουρισμό με την ψήφιση της ΚΥΑ στις 30/07/2018, του Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 3089-B'/30-07-2018 2018) αποδεικνύει την κρατική βούληση για τη σταθερή και ποιοτική ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ελλάδα. Η σταθερότητα επίσης που προσφέρει η συμμετοχή της χώρας στην Ε.Ε., καθώς και σε διάφορους ευρωπαϊκούς φορείς, όπως η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Τουρισμού Υπαίθρου EUROGITES, δίνει τη δυνατότητα να μην επηρεάζεται ιδιαίτερα η πορεία μίας τουριστικής μονάδας από τις εσωτερικές πολιτικές αλλαγές, αφού σε μεγάλο βαθμό νομοθετικά μέτρα που αφορούν τον τουριστικό κλάδο και ιδιαίτερα τον αγροτουρισμό, προέρχονται απ' ευθείας από την Ε.Ε.. Παράλληλα, κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη και ενδυνάμωση του εναλλακτικού τουρισμού, ενώ, οι σύγχρονες και παγκοσμίως συντονισμένες προσπάθειες για την προστασία του περιβάλλοντος, μέσα από την υιοθέτηση «πράσινων πολιτικών» ευνοούν την όλη έννοια και φύση του αγροτουρισμού (HellasAgroToursim.org 2018).

- **Οικονομικοί Παράγοντες (E-Economics)**

Η ελληνική οικονομία φαίνεται πως την τελευταία πενταετία, όπου και εξήλθε από τα μνημόνια συνεργασίας με τους θεσμούς διαγράφει αναπτυξιακή πορεία. Ωστόσο, η επιβάρυνση τόσο της παγκόσμιας όσο και της ελληνικής οικονομίας από τον Ρώσο-Ουκρανικό πόλεμο, η ενεργειακή κρίση και ο υψηλός πληθωρισμός ανέκοψαν βίαια τον ταχύτατο ρυθμό αύξησης του ελληνικού ΑΕΠ. Παρόλα αυτά το έτος 2022 το





ελληνικό ΑΕΠ αυξήθηκε σε πραγματικές τιμές κατά 5,9%, ξεπερνώντας τα προ πανδημίας επίπεδα λόγω της ιδιωτικής κατανάλωσης, παρότι το διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών μειώθηκε. Θετικά στην ανάπτυξη συνέβαλαν οι εξαγωγές υπηρεσιών, κυρίως λόγω των θετικών επιδόσεων του τουριστικού κλάδου. Η αυστηροποίηση της ενιαίας νομισματικής πολιτικής, καθώς και η αύξηση των επιτοκίων είχαν ως αποτέλεσμα την αύξηση του μεσοσταθμικού επιτοκίου των επιχειρηματικών δανείων στο 1<sup>ο</sup> τετράμηνο του 2023 στο 5,4% έναντι του 3% που ήταν το 2022, επιβραδύνοντας και επηρεάζοντας αρνητικά την επιχειρηματικότητα στην ελληνική οικονομία. Τέλος, και σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Ταξιδιών, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 4<sup>η</sup> θέση ανάμεσα στους 10 κορυφαίους ευρωπαϊκούς τουριστικούς προορισμούς, έπειτα από τη Γαλλία, την Ισπανία και την Ιταλία, γεγονός που διαμορφώνει ένα θετικό κλίμα για την ανάπτυξη τόσο του τουρισμού όσο και του εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα (Τράπεζα της Ελλάδος 2023).

- **Κοινωνικοί Παράγοντες (S-Social)**

Παρότι ο μαζικός τουρισμός εξακολουθεί να αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους εσόδων στην ελληνική οικονομία, το προφίλ τόσο του Έλληνα όσο και των ξένων τουριστών φαίνεται να αλλάζει συγκριτικά με τις προηγούμενες δεκαετίες. Η κλιματική αλλαγή και οι επιπτώσεις της, ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η ανάγκη για ηρεμία και επαφή με τη φύση, έχουν ενισχύσει την περιβαλλοντική συνείδηση των τουριστών, οι οποίοι στρέφουν το ενδιαφέρον τους ολοένα και περισσότερο σε 'βιώσιμα' προϊόντα και υπηρεσίες. Παράλληλα, η αναδυόμενη τάση της επιστήμης της γεωργίας, τα ομαδικά, τα σχολικά ακόμη και τα φοιτητικά προγράμματα όπως το Erasmus+ του Τομέα Εκπαίδευσης και Επαγγελματικής Κατάρτισης της Ε.Ε., που στοχεύουν στην αποκόμιση γνώσεων, πέραν του αγροτικού τομέα, σχετικά με τα πολιτιστικά, κοινωνικά και ιστορικά στοιχεία μιας περιοχής, συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του αγροτουρισμού τόσο σε εγχώριο όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο (TourismToday 2020), (HellasAgroToursim.org 2018).



- **Τεχνολογικοί Παράγοντες (T-Technological)**

Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις σε όλους τους τομείς (ΤΠΕ, συστήματα διαχείρισης κατανάλωσης ενέργειας, βιολογική διαχείριση λυμάτων κλπ.) επηρεάζουν αδιαμφισβήτητα τη λειτουργία όλων των επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων και των τουριστικών. Για παράδειγμα η χρήση ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων δύνανται να συμβάλλουν τα μέγιστα στον προγραμματισμό, τον συντονισμό και τη διαχείριση τόσο των δωματίων της μονάδας τους όσο και των άλλων δραστηριοτήτων (π.χ. αγροτικών εργασιών, επισκέψεων, παρακολούθηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων κλπ.) που θα πραγματοποιούνται, κατά τη διάρκεια παραμονής των επισκεπτών τους. Ακόμη και η εγκατάσταση και η λειτουργία σύγχρονων συστημάτων διαχείρισης κατανάλωσης ενέργειας μπορούν να συνδράμουν στη μείωση του λειτουργικού τους κόστους και την αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Επίσης, η χρήση των τεχνολογιών της πληροφορικής και της επικοινωνίας επιδρούν σε σημαντικό βαθμό θετικά στη λειτουργία τους. Με τη χρήση τους οι τουριστικές μονάδες μπορούν να προβάλλονται άμεσα στο τμήμα της αγοράς που απευθύνονται (αγροτουρίστες), χωρίς υψηλή εξειδίκευση και με μειωμένα έξοδα, μέσω του διαδικτύου και των φορητών συσκευών των τουριστών (π.χ. χρήση του διαδικτύου για προβολή της μονάδας και των υπηρεσιών που παρέχονται από αυτή, χρήση εφαρμογών κινητών συσκευών για την άμεση επικοινωνία και πληροφόρησή τους αναφορικά με το ωράριο των δραστηριοτήτων και των αγροτικών εργασιών κλπ.), συνδράμοντας θετικά στις πωλήσεις της μονάδας.

- **Δημογραφικοί Παράγοντες (D-Demographic)**

Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat την 20ετία 2001-2020 ο πληθυσμός της ΕΕ αυξήθηκε κατά 4% και από τα 429 εκατομμύρια που ήταν το 2001, ανήλθε σε 447 εκατομμύρια το 2020. Ωστόσο, σε δέκα κράτη-μέλη παρατηρήθηκε μείωση του πληθυσμού, με την μεγαλύτερη να καταγράφεται στη Λιθουανία και τη Λετονία, όπου η πτώση του πληθυσμού άγγιξε περίπου το 20%. Στην Ελλάδα, παρατηρείται μια διαχρονική μείωση του πληθυσμού, όπου την τελευταία μόνο δεκαετία ήταν της τάξεως του 4%, ποσοστό που αντιστοιχεί σε περίπου 500 χιλιάδες άτομα (GreeceInFigures.com 2023 ). Παρά τη συνολική αύξηση του πληθυσμού στην ΕΕ σε



απόλυτους αριθμούς παρατηρείται πως αυτός γηράσκει διαρκώς, καθώς το ποσοστό των ηλικιωμένων το 2020 ανήλθε σε 21% του συνολικού πληθυσμού, σε αντίθεση με το 2001 που το ποσοστό των ηλικιωμένων αντιστοιχούσε σε μόλις 16% του συνολικού της πληθυσμού. Το μεγαλύτερο ποσοστό της ηλικιακής ομάδας άνω των 65 ετών παρουσιάζεται στην Ιταλία (23%), ενώ ακολουθεί η Ελλάδα, η Φιλανδία, η Πορτογαλία, η Γερμανία και η Βουλγαρία με ποσοστό 22%. Στην ίδια μελέτη αναφέρεται επίσης το ποσοστό των παιδιών και των εφήβων στην ΕΕ τις τελευταίες δύο δεκαετίες μειώθηκε κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες, ενισχύοντας τον προβληματισμό των ειδικών στη γηραία ήπειρο. Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι τα άτομα της πληθυσμιακής ομάδας 20-64 ετών επέλεξαν σε μεγαλύτερο ποσοστό (=60%) να ζουν και να εργάζονται σε αστικές περιοχές, σε σχέση με τις αγροτικές (=58%) θεωρείται πως επηρεάζουν αρνητικά την ανάπτυξη του αγροτουρισμού και κατ' επέκταση τη μακροχρόνια βιωσιμότητα αγροτουριστικών μονάδων (Eurostat 2021).

- **Παγκόσμιοι Παράγοντες (G-Global)**

Το παγκοσμιοποιημένο οικονομικό – επιχειρηματικό – πολιτικό – κοινωνικό περιβάλλον, στο οποίο δραστηριοποιούνται σήμερα όλες οι επιχειρήσεις επιδρά αδιαμφισβήτητα στη λειτουργία τους, στην ανταγωνιστικότητά τους και κατ' επέκταση στη βιωσιμότητά τους. Αποφάσεις που λαμβάνονται τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και σε Διεθνές κυβερνητικό επίπεδο αναφορικά με την κλιματική αλλαγή, την ενεργειακή κρίση, που βιώνουμε σήμερα ή ακόμη και την υγειονομική κρίση που βιώσαμε, η διαρκώς αυξανόμενη οικολογική συνείδηση του παγκόσμιου πληθυσμού, η ροπή προς έναν υγιεινότερο τρόπο ζωής κοντά στη φύση, ο σχεδιασμός και η υλοποίηση Ευρωπαϊκών και Εθνικών αναπτυξιακών προγραμμάτων για τη χρηματοδότηση υφιστάμενων και δυνητικών αγροτουριστικών προγραμμάτων κ.ά., αποτελούν παράγοντες που συμβάλλουν θετικά στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού και κατ' επέκταση στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον τομέα, καθώς ο αγροτουρισμός συνάδει απόλυτα με όλες τις αρχές και τις αξίες που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος, διευκολύνοντας την εφαρμογή και υιοθέτηση των, απαραίτητων για τη βιωσιμότητα του πλανήτη, «πράσινων»



πολιτικών. Ακολουθεί ένας συνοπτικός πίνακας της παραπάνω PEST-DG Ανάλυσης του εξωτερικού μάκρο-περιβάλλοντος της αγροτουριστικής μονάδας.

**Πίνακας 3. Ανάλυση PEST - DG**

<b>Πολιτικοί Παράγοντες (Political)</b>	<b>Οικονομικοί Παράγοντες (Economic)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Πολιτική Σταθερότητα την τελευταία 5ετία.</li><li>• Ύπαρξη ενός ολοκληρωμένου νομοθετικού πλαισίου για τον Αγροτουρισμό (Ν. 4276/2014).</li><li>• Συμμετοχή της χώρας στην Ε.Ε., καθώς και σε διάφορους ευρωπαϊκούς φορείς, όπως η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Τουρισμού Υπαίθρου EUROGITES.</li><li>• Υλοποίηση Εθνικών και Ευρωπαϊκών προγραμμάτων χρηματοδότησης αγροτουριστικών επιχειρήσεων.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Αύξηση του εγχώριου ΑΕΠ, παρά την υγειονομική και ενεργειακή κρίση, έστω και με χαμηλούς ρυθμούς.</li><li>• Μείωση του ποσοστού της Ανεργίας.</li><li>• Αύξηση των επιτοκίων, που επιδρά αρνητικά στην επιχειρηματικότητα.</li><li>• Πληθωριστικές πιέσεις/αυξήσεις λόγω της ενεργειακής κρίσης και του Ρώσο-Ουκρανικού πολέμου που επιδρούν αρνητικά στο επιχειρηματικό περιβάλλον.</li></ul>
<b>Κοινωνικοί Παράγοντες (Social)</b>	<b>Τεχνολογικοί Παράγοντες (Technological)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Διαρκώς αυξανόμενη περιβαλλοντική συνείδηση των τουριστών και η κατανάλωση οικολογικών προϊόντων και υπηρεσιών.</li><li>• Η τάση του πληθυσμού προς έναν περισσότερο υγιεινό τρόπο ζωής.</li><li>• Η αλλαγή του προφίλ των τουριστών που στρέφονται σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού.</li><li>• Η αναδυόμενη τάση της επιστήμης της γεωργίας</li><li>• Η υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων (π.χ. Erasmus+) που στοχεύουν στην αποκόμιση γνώσεων, πέραν του αγροτικού τομέα, σχετικά με τα πολιτιστικά, κοινωνικά και ιστορικά στοιχεία μιας περιοχής.</li><li>• Η προώθηση της υγείας και της ευεξίας.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Τεχνολογικές καινοτομίες διαχείρισης και εξοικονόμησης ενέργειας (π.χ. σύστημα BEMS “Building Energy Management System”).</li><li>• Συστήματα επεξεργασίας λυμάτων.</li><li>• Ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα.</li><li>• Κινητές συσκευές (π.χ. Smartphones) που επιτρέπουν την σε πραγματικό χρόνο επικοινωνία και πληροφόρηση.</li></ul>



Δημογραφικοί Παράγοντες (Demographic)	Παγκόσμιοι Παράγοντες (Global)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Μείωση του πληθυσμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην Ελλάδα η μείωση του πληθυσμού την τελευταία 10ετία ανέρχεται στο -4%.</li><li>• Διαρκής γήρανση του πληθυσμού (π.χ. στην Ευρώπη το 2020 οι ηλικιωμένοι αποτελούσαν το 21% του συνολικού της πληθυσμού).</li><li>• Μείωση του ποσοστού των παιδιών και των εφήβων (π.χ. στην ΕΕ την τελευταία δεκαετία το ποσοστό αυτών μειώθηκε κατά -2%).</li><li>• Τα άτομα της πληθυσμιακής ομάδας 20-64 ετών επιλέγουν σε μεγάλο ποσοστό να ζουν και να εργάζονται σε αστικές περιοχές συγκριτικά με τις αγροτικές.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Αποφάσεις που λαμβάνονται τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και σε Διεθνές κυβερνητικό επίπεδο αναφορικά με την κλιματική αλλαγή και την ενεργειακή κρίση.</li><li>• Υλοποίηση Κυβερνητικών Στρατηγικών προς την βιώσιμη ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.</li><li>• Αντιμετώπιση της πανδημικής κρίσης του COVID-19 που επηρέασε τη λειτουργία των επιχειρήσεων σε όλους τους κλάδους.</li></ul>

#### 4.2.3. Ανάλυση των πέντε δυνάμεων του Porter και εξωτερικό μικρο-περιβάλλον

Οι πέντε σημαντικότερες δυνάμεις ενός κλάδου που ορίζουν τη φύση και τον ανταγωνισμό εξετάζονται από το υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων του Porter. Με το εν λόγω υπόδειγμα οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να βοηθηθούν ώστε να πάρουν τη σωστή απόφαση, να αντλήσουν σημαντικές πληροφορίες, και να εφαρμόσουν τη καλύτερη για αυτές ανταγωνιστική στρατηγική (Παπαδάκης Β. , 2016). Στον κλάδο του τουρισμού και ιδιαίτερα του αγροτουρισμού αναφορικά με τη φύση και το επίπεδο του ανταγωνισμού, ισχύουν τα εξής:

1. **Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων:** καθώς ο κλάδος του τουρισμού χαρακτηρίζεται από αποδόσεις κεφαλαίου και αρκετά μεγάλα περιθώρια κέρδους, είναι λογικό να προσελκύει νέες επιχειρήσεις. Αν και: α) οι οικονομίες κλίμακας που επιτυγχάνουν οι υφιστάμενες επιχειρήσεις, β) τα υψηλά απαιτούμενα κεφάλαια για την έναρξη μιας τουριστικής μονάδας, γ) τα κοστολογικά πλεονεκτήματα των υφιστάμενων τουριστικών μονάδων λόγω know-how, brand-name, συνεργασιών με δίκτυα τουριστικών πρακτόρων και δ) των γνώσεων που



έχουν αποκομίσει οι υφιστάμενες επιχειρήσεις του κλάδου, λειτουργούν ως φραγμοί – εμπόδια εισόδου, δεν αποτρέπουν την είσοδο στην αγορά νέων επιχειρήσεων, λόγω πολλών και ποικίλων παραγόντων (π.χ. ύπαρξη επενδυτών μεγάλων κεφαλαίων που εισέρχονται στον κλάδο μέσω Άμεσων Ξένων Επενδύσεων), αυξάνοντας την ένταση της απειλής εισόδου νέων επιχειρήσεων. Ωστόσο, η διαφοροποίηση του προϊόντος/υπηρεσίας που δύναται να παρέχεται από τις αγροτουριστικές μονάδες, η οποία απαιτεί εξειδίκευση και γνώσεις, η πρόσβαση σε διαφοροποιημένα κανάλια διανομής (π.χ. ιστοσελίδες και blogs σχετικά με τον αγροτουρισμό) μειώνουν την ένταση της απειλής νέων επιχειρήσεων στον τομέα του αγροτουρισμού.

**2. Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών:** Η ένταση της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών εξαρτάται από: α) τον αριθμό τους, β) το μέγεθος και τη σημασία του αγοραστή, γ) το βαθμό διαφοροποίησης των προϊόντων των προμηθευτών, και δ) τη δυνατότητα υποκατάστασης των προϊόντων τους. Στην περίπτωση του εν δυνάμει αγροτουριστικού καταλύματος που μελετάμε μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής:

- Ο αριθμός των προμηθευτών (ειδών καθαριότητας, τροφίμων, αναψυκτικών κλπ.) είναι αρκετά μεγάλος, αφού η εταιρεία μπορεί να επιλέξει προμηθευτές από την ευρύτερη περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας, και ταυτόχρονα ο βαθμός διαφοροποίησης των προϊόντων τους είναι μικρός, η ένταση της διαπραγματευτικής τους δύναμης μειώνεται.
- Το εν δυνάμει αγροτουριστικό κατάλυμα θα έχει μεγαλύτερη δυναμικότητα από τα υφιστάμενα τουριστικά καταλύματα της περιοχής (για τα οποία γίνεται λόγος παρακάτω), γεγονός που αυξάνει τη σημασία του ως αγοραστή, μειώνοντας παράλληλα τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών.

**3. Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών:** εξαρτάται τόσο από το μέγεθος του αγοραστή και τον αριθμό των προμηθευτών όσο και από την ευαισθησία των



αγοραστών στην τιμή και τα χαρακτηριστικά του/της προϊόντος/υπηρεσίας που προσφέρονται. Στην περίπτωση του εν δυνάμει αγροτουριστικού καταλύματος που μελετάμε μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής:

- Στην περίπτωση των μεμονωμένων τουριστών ή/και των πολύ μικρών ομάδων επισκεπτών, η ένταση της διαπραγματευτικής τους δύναμης είναι μειωμένη. Στην περίπτωση όμως, των τουριστικών πρακτορείων, των σχολείων, των πανεπιστημίων, των συλλόγων, σωματείων και άλλων μεγάλων ομάδων επισκεπτών, η διαπραγματευτική τους δύναμη αυξάνεται, καθώς το μέγεθός τους ως αγοραστές είναι σαφώς μεγαλύτερο.
- Η ευαισθησία των αγοραστών στην τιμή, κρίνεται έως πολύ μικρή, αφού οι αγροτουρίστες είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω, προκειμένου να λάβουν τις ανάλογες υπηρεσίες σύμφωνα πάντα με την ανάλογη ποιότητα και διαφοροποίηση.

**4. Απειλή υποκατάστατων προϊόντων/υπηρεσιών:** απειλή από υποκατάστατα προϊόντα/υπηρεσίες δύνανται να χαρακτηριστεί η απειλή από άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο χειμερινός, ο θαλάσσιος, ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός κλπ.. Ωστόσο, ένας επισκέπτης σε ένα αγροτουριστικό κατάλυμα μπορεί αν το επιθυμεί να πραγματοποιήσει και άλλες δραστηριότητες που συνάδουν με τις άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως να συμμετέχει σε ημερήσιες εκδρομές σε αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους, να παραστεί σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.ά.. Επομένως, η ένταση της απειλής από υποκατάστατα προϊόντα/υπηρεσίες θεωρείται χαμηλή.

**5. Ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων:** στην ελληνική επικράτεια δραστηριοποιείται μικρός αριθμός επιχειρήσεων που διαθέτουν το Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού (Ε.Σ.Α.), οι οποίες είναι κυρίως μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις που βρίσκονται σε διάφορες περιφέρειες, γεγονός που μειώνει την ένταση του μεταξύ τους ανταγωνισμού. Όσον αφορά την Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών, αναφέρεται ότι στην ευρύτερη περιοχή δραστηριοποιείται ένας μικρός αριθμός ξενοδοχειακών μονάδων, κυρίως με τη



μορφή τουριστικών καταλυμάτων. Εκτός των άλλων, καμία από τις προαναφερθείσες μονάδες της εγγύς περιοχής δεν λειτουργεί με αμιγώς αγροτουριστική μορφή, ενώ ταυτόχρονα είναι μικρής δυναμικότητας, γεγονός που δεν τους επιτρέπει να παρέχουν υπηρεσίες φιλοξενίας σε μεγάλες οργανωμένες τουριστικές ομάδες, όπως σχολικές εκδρομές, εκδρομές συλλόγων και σωματείων. Δεδομένης λοιπόν της δυναμικότητας της εξεταζόμενης αγροτουριστικής μονάδας, η οποία θα είναι έως και 40 κλίνες, θα μπορεί να φιλοξενεί μεγάλες ομάδες εκδρομέων εναλλακτικού τουρισμού. Ως εκ τούτου, η ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων του κλάδου κρίνεται πολύ μικρή.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών:

**Πίνακας 4: Τουριστικά καταλύματα Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών**

<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ ΓΡΕΒΕΝΩΝ</b>		
<b>Επωνυμία</b>	<b>Αστέρια (*)</b>	<b>Περιοχή</b>
Valia Nostra Escape Hotel	3	Βασιλίτσα πλησίον Πίνδου
La Moara	3	Κρανιά
Kerasies Guesthouse	3	Βουρβούσα πλησίον χιονοδρομικού κέντρου
Pindos Resort	3	Κρανιά
La Noi Traditional Guesthouse	3	Σαμαρίνα





### 4.3. Ανάλυση SWOT

Η Ανάλυση SWOT αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο ανάπτυξης και βιωσιμότητας των οργανισμών. Με τη χρήση της διερευνάται τόσο το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό περιβάλλον ενός οργανισμού, προσδιορίζοντας τις δυνάμεις της (Strengths), τις αδυναμίες της (Weaknesses), τις ευκαιρίες που δύναται να εκμεταλλευτεί (Opportunities), καθώς και τις απειλές (Threats) που προέρχονται από το εξωτερικό της περιβάλλον. Βάσει των συμπερασμάτων που εξάγονται από την εν λόγω ανάλυση ο οργανισμός σχεδιάζει και υλοποιεί τη στρατηγική του. Η SWOT Ανάλυση κρίνεται σκόπιμο να συντάσσεται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, καθώς το περιβάλλον των οργανισμών (εσωτερικό και εξωτερικό) είναι δυναμικό και διαρκώς αλλάζει.

Ακολουθεί η SWOT Ανάλυση για το αγροτουριστικό κατάλυμα “Δρυάδες” σύμφωνα με όσα έχουν αναφερθεί σε προηγούμενες υποενότητες:

**Δυνατά σημεία:** Τα δυνατά σημεία της υπό σύστασης αγροτουριστικής μονάδας έγκεινται στη(ν):

- i. Πλεονεκτική θέση και έκταση του αγροτεμαχίου στο οποίο θα κατασκευαστεί, αφού απέχει μόλις 15χλμ. από την Ευρωπαϊκή Οδό E65, 28χλμ. από την Εγνατία Οδό και 30χλμ. από την πόλη των Γρεβενών και το οποίο ανήκει στους ιδρυτές της.
- ii. Ισχυρή κεφαλαιακή επάρκεια των ιδρυτών της μονάδας, μέσω της οποίας θα διασφαλιστεί τόσο η ομαλή κατασκευή των εγκαταστάσεων της όσο και την εύρυθμη λειτουργία της, τουλάχιστον μεσοπρόθεσμα.
- iii. Φέρουσα δυναμικότητα του αγροτουριστικού καταλύματος, που θα είναι σημαντικά μεγαλύτερη από αυτήν των ανταγωνιστών της (ξενοδοχειακών μονάδων που λειτουργούν στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών).



- iv. Πλήρη διαφοροποίηση των υπηρεσιών διαμονής που θα προσφέρει, μα και στο εύρος και την ποικιλομορφία αυτών, λαμβάνοντας υπόψη και το υψηλό επίπεδο ποιότητάς τους, σε ένα ήσυχο και φυσικό και φιλικό προς το περιβάλλον μέρος.
- v. Διάθεση του Ειδικού Σήματος Αγροτουρισμού (Ε.Σ.Α.), γεγονός που θα την καταστήσει ως μια από τις αναγνωρισμένες και πιστοποιημένες αγροτουριστικές μονάδες στην ελληνική επικράτεια.
- vi. Διασφαλισμένη συνεργασία με την τοπική πλήρως καθετοποιημένη βιοτεχνική μονάδα καθαρισμού και τυποποίησης οσπρίων, παραγωγής και τυποποίησης χειροποίητων ζυμαρικών και παρασκευή και τυποποίηση σάλτσας ντομάτας.
- vii. Τοποθέτηση και λειτουργία ενός ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης ενέργειας “BEMS”, ηλιακούς θερμοσίφωνες, κλιματιστικά χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης και λαμπτήρες LED, με τη λειτουργία των οποίων θα επιτυγχάνεται τόσο η μείωση ενεργειακού κόστους του καταλύματος όσο και το ενεργειακό του αποτύπωμα, αποτέλεσμα που σχετίζεται άμεσα τις «πράσινες-βιώσιμες» πολιτικές που έχουν υιοθετηθεί στην Ε.Ε. και κατ’ επέκταση και στην Ελλάδα.
- viii. Εγκατάσταση και η λειτουργία ενός ολοκληρωμένου συστήματος βιολογικού καθαρισμού, που θα της επιτρέπει τον καθαρισμό των λυμάτων και άλλων ρυπαντικών φορτίων της, με τη δυνατότητα επαναχρησιμοποίησής τους (π.χ. για πότισμα του οπωρώνα), γεγονός που σχετίζεται με τη βιώσιμη ανάπτυξη, τη μείωση της ρύπανσης του εδάφους και της υπερκατανάλωσης ύδατος.
- ix. Διαμόρφωση του περιβάλλοντα χώρου, στον αρμονικό συνδυασμό διαφορετικών φυσικών υλικών, στην ύπαρξη παιδικής χαράς και στη λειτουργία εργαστηρίου μικρής κλίμακας παραγωγής, που θα τη διαφοροποιήσουν από τους ανταγωνιστές της και που αναμένεται να συμβάλλουν στην επιτυχία της.



- x. Πραγματοποίηση οργανωμένων εκδρομών-επισκέψεων σε κοντινούς προορισμούς, δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες της τη δυνατότητα να συμμετέχουν και σε άλλες δραστηριότητες διαφορετικών μορφών εναλλακτικού τουρισμού.

**Αδύνατα σημεία:** Τα αδύνατα σημεία της υπό σύστασης αγροτουριστικής μονάδας εντοπίζονται στη(ν):

- i. Έλλειψη φήμης και αναγνωρισιμότητάς του κατά τα πρώτα έτη λειτουργίας του, τα οποία είναι δυνατόν να μην επιφέρουν τα επιθυμητά επίπεδα πληρότητας και κατ' επέκταση τα αναμενόμενα έσοδα, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν προβλήματα ρευστότητας.
- ii. Απειρία και η έλλειψη τεχνογνωσίας των ιδρυτών αναφορικά με τη διαχείριση και τη λειτουργία μιας αγροτουριστικής μονάδας, παρά τη θέληση και την όρεξή τους για -σκληρή δουλειά-.
- iii. Υψηλή ανάγκη για προβολή και προώθηση του αγροτουριστικού καταλύματος προκειμένου να καταστεί αναγνωρίσιμο και να προσελκύσει άμεσα επισκέπτες.
- iv. Προσβασιμότητα στο κατάλυμα, λόγω της κακής ποιότητας των υφιστάμενων συγκοινωνιακών συνδέσεων και των επαρχιακών οδών που συνδέουν το κατάλυμα με τις πόλεις της ευρύτερης περιοχής της Περιφέρειας.



**Ευκαιρίες:** Οι ευκαιρίες που δύναται να εκμεταλλευτεί το υπό σύσταση αγροτουριστικό κατάλυμα έγκεινται στη(ν):

- i. Διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση (εγχώρια και διεθνή) για αγροτουριστικές υπηρεσίες που συνδυάζονται με υπηρεσίες διαμονής και φιλοξενίας.
- ii. Δυνατότητα απόκτησης μεγάλου μεριδίου της αγοράς, λαμβάνοντας υπόψη και τη διάθεση του Ειδικού Σήματος Αγροτουρισμού (Ε.Σ.Α).
- iii. Δυνατότητα προβολής του καταλύματος σε Διεθνείς Εκθέσεις που αφορούν τόσο τον τομέα του τουρισμού και των διαφόρων εναλλακτικών μορφών του όσο και του αγροτικού τομέα.
- iv. Διεύρυνση του πελατολογίου της μέσω καταχωρίσεων του καταλύματος σε ειδικά blogs και ιστοσελίδες που αφορούν τον αγροτουρισμό, μα και σε άλλες πλατφόρμες, όπως το Kayak, το Booking, hotels line κλπ..
- v. Διαφοροποίηση από τα υφιστάμενα καταλύματα.

**Απειλές:** Οι απειλές που δύναται να αντιμετωπίσει η υπό σύσταση αγροτουριστική μονάδα εντοπίζονται στη(ν):

- i. Πιθανότητα επανεμφάνισης μιας υγειονομικής κρίσης, όπως αυτή του COVID-19, η οποία θα επιφέρει γενικευμένα lockdowns και προσωρινή αναστολή της λειτουργίας των επιχειρήσεων.
- ii. Οικονομική και Ενεργειακή κρίση λόγω του Ρώσο-Ουκρανικού πολέμου, που έχει επιφέρει πληθωριστικές πιέσεις, με αποτέλεσμα την αύξηση του λειτουργικού κόστους των επιχειρήσεων και τη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών, που επηρεάζει άμεσα και τον τουριστικό κλάδο.



- iii. Πιθανότητα λειτουργίας νέων αγροτουριστικών μονάδων στην περιοχή, με αποτέλεσμα την αύξηση της έντασης του ανταγωνισμού και τη μείωση του μεριδίου αγοράς.
- iv. Αύξηση του δανειακού κόστους σε περίπτωση δανεισμού, λόγω συνεχούς αύξησης των επιτοκίων.
- v. Πιθανότητα αντιμετώπισης φυσικών καταστροφών λόγω κλιματικής αλλαγής, που θα έχουν σοβαρό αντίκτυπο στη λειτουργία του αγροκτήματος.

Ακολουθεί ο πίνακας της SWOT Ανάλυσης:

<b>ΔΥΝΑΜΕΙΣ - STRENGTHS</b>	<b>ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ - WEAKNESSES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Πλεονεκτική θέση, μεγάλη έκταση και αγροτεμάχιο</li><li>- Υπάρχον &amp; Ιδιόκτητο αγροτεμάχιο για την κατασκευή των εγκαταστάσεων</li><li>- Ισχυρή κεφαλαιακή επάρκεια</li><li>- Μεγάλη φέρουσα δυναμικότητα</li><li>- Διαφοροποίηση παρεχόμενων υπηρεσιών υψηλής ποιότητας</li><li>- Διάθεση του Ειδικού Σήματος Αγροτουρισμού (Ε.Σ.Α.)</li><li>- Συνεργασία με τοπική βιοτεχνική μονάδα για πραγματοποίηση δραστηριοτήτων των επισκεπτών</li><li>- Λειτουργία συστήματος "BEMS" κ.ά. στοιχείων με αποτέλεσμα τη μείωση ενεργειακού κόστους και του περιβαλλοντικού αποτυπώματος του καταλύματος</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Έλλειψη φήμης και αναγνωρισιμότητάς του κατά τα πρώτα έτη λειτουργίας</li><li>- Απειρία και η έλλειψη τεχνογνωσίας αναφορικά με τη διαχείριση και λειτουργία μιας αγροτουριστικής μονάδας</li><li>- Υψηλή ανάγκη προβολής &amp; προώθησης αγροτουριστικού καταλύματος προκειμένου να καταστεί αναγνωρίσιμο εγχωρίως και διεθνώς</li><li>- Προσβασιμότητα λόγω της κακής ποιότητας των υφιστάμενων συγκοινωνιακών συνδέσεων και επαρχιακών οδών που συνδέουν το κατάλυμα με τις πόλεις της ευρύτερης περιοχής</li></ul>



- Λειτουργία συστήματος βιολογικού καθαρισμού	
<b>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ - OPPORTUNITIES</b>	<b>ΑΠΕΙΛΕΣ - THREATS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Διαρκής αύξηση του μεριδίου αγοράς λόγω αυξανόμενης αγροτουριστικής ζήτησης (εγχώριας και διεθνούς)</li><li>- Διεύρυνση του πελατολογίου μέσω του διαδικτύου και ειδικών blogs – πλατφορμών και ιστοσελίδων αμιγώς αγροτουριστικών</li><li>- Δυνατότητα προβολής του καταλύματος σε Διεθνείς Εκθέσεις τουρισμού, αγροτουρισμού</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Πιθανότητα επανεμφάνισης μιας νέας παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης, όπως αυτή του COVID-19</li><li>- Οικονομική και Ενεργειακή κρίση που αυξάνει το λειτουργικό κόστος των επιχειρήσεων και μειώνει το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών</li><li>- Είσοδος νέων αγροτουριστικών μονάδων, με αποτέλεσμα την αύξηση της έντασης του ανταγωνισμού και τη μείωση του μεριδίου αγοράς</li><li>- Αύξηση του δανειακού κόστους σε περίπτωση δανεισμού, λόγω συνεχούς αύξησης των επιτοκίων</li><li>- Αντιμετώπιση φυσικών καταστροφών λόγω κλιματικής αλλαγής</li></ul>

Πίνακας 5. Ανάλυση SWOT

#### 4.4. Στρατηγική εταιρείας

Η ανάπτυξη και η υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδίου αποτελεί κύριο παράγοντα επιτυχίας των οργανισμών. Μέσου ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδίου απορρέουν όλες οι κατευθυντήριες γραμμές για τις μελλοντικές δραστηριότητες των οργανισμών, καθώς μέσω αυτού σχεδιάζεται τόσο η εταιρική όσο και η ανταγωνιστική στρατηγική που θα υλοποιηθούν κατά τη διάρκεια της λειτουργίας ενός οργανισμού.



Αναφορικά με το καινοτόμο και αμιγώς αγροτουριστικό κατάλυμα «Δρυάδες» και σύμφωνα με τις Αναλύσεις PEST-DG και SWOT η Εταιρική Στρατηγική που θα ακολουθήσει είναι Αναπτυξιακή. Η **Αναπτυξιακή Στρατηγική** του καταλύματος θα βασιστεί στην (προσπάθεια) επίτευξης Μακροχρόνιων Στρατηγικών Συνεργασιών, στοχεύοντας τόσο στη διείσδυση όσο και στην αύξηση του μεριδίου της αγοράς, με:

- Τοπικές βιοτεχνικές-παραγωγικές μονάδες διαφόρων αγροτικών και άλλων πρωτογενών προϊόντων, πέραν της συνεργασίας με την υφιστάμενη βιοτεχνική μονάδα που ανήκει στον έναν εταίρο του, προκειμένου να διευρύνει το πλήθος των δραστηριοτήτων στις οποίες θα μπορούν να συμμετέχουν οι επισκέπτες της.
- Τοπικές επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, όπως επιχειρήσεις ενοικιάσεων ποδηλάτων, εστίασης, canoe kayak, ιππασίας κ.ά..
- Τουριστικούς πράκτορες τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο.
- Περιπατητικούς-Πεζοπορικούς, Αναρριχητικούς, Πολιτιστικούς Συλλόγους, Σωματεία και άλλους φορείς, προκειμένου οι επισκέπτες του καταλύματος να έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν και σε άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.
- Διαδικτυακές πλατφόρμες, Ιστότοπους και άλλες e-επιχειρήσεις που σχετίζονται τόσο με τον αγροτουρισμό όσο και άλλες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, ώστε να αναπτύξει με τον καλύτερο τρόπο την αγορά στην οποία απευθύνεται.

Φυσικά, η επιτυχής υλοποίηση μιας αναπτυξιακής στρατηγικής είναι δυναμικό φαινόμενο, καθώς ο κάθε οργανισμός βρίσκεται σε συνεχή αλληλεπίδραση με το εξωτερικό του περιβάλλον, το οποίο μεταβάλλεται διαρκώς. Ως εκ τούτου, ανά τακτά χρονικά διαστήματα η διοίκηση του καταλύματος θα προβαίνει σε εκ νέου σύνταξη αναλύσεων PEST-DG και SWOT και μέσω του feedback που θα έχει θα αναπροσαρμόζει τη στρατηγική της. Σε κάθε περίπτωση η ευελιξία και η ταχεία



προσαρμογή στα νέα δεδομένα του κλάδου, αποτελούν σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας και μακροχρόνιας βιωσιμότητας κάθε οργανισμού και κατ' επέκταση και του αγροτουριστικού καταλύματος που μελετάμε.

Όσον αφορά την **Ανταγωνιστική Στρατηγική** του αγροτουριστικού καταλύματος «Δρυάδες», προκειμένου να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό στον τουριστικό κλάδο και σύμφωνα με τις ανταγωνιστικές στρατηγικές του Porter αυτή που έχει σχεδιαστεί να ακολουθηθεί από τους ιδρυτές της εταιρείας είναι η **Στρατηγική Διαφοροποίησης**. Το εν δυνάμει **ανταγωνιστικό πλεονέκτημα** της αγροτουριστικής μονάδας, στηρίζεται, όπως έχει προαναφερθεί, στην παραγωγή και τη διάθεση διαφοροποιημένων υπηρεσιών σε σχέση με τους ανταγωνιστές, που θα γίνονται αντιληπτά από τους εν δυνάμει πελάτες ως μοναδικά. Πηγές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος του αγροκτήματος συνιστούν:

- ✓ Η εξαιρετική ποιότητα και η ποικιλία των αγροτουριστικών υπηρεσιών που θα προσφέρονται από το κατάλυμα.
- ✓ Η εξατομίκευση των παραπάνω υπηρεσιών, καθώς ο κάθε πελάτης θα έχει τη δυνατότητα να επιλέγει από μόνος του σε ποιες από τις δραστηριότητες θα συμμετέχει, για πόση ώρα και πότε.
- ✓ Η ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού που θα κατατοπίζει τους επισκέπτες για τις αγροτικές δραστηριότητες, θα τους παρέχει πληροφορίες για τον τρόπο καλλιέργειας, συγκομιδής των καρπών κλπ..
- ✓ Ο εξωτερικός και εσωτερικός περιβάλλοντας χώρος του καταλύματος, που θα κατασκευαστεί με φυσικά υλικά, διατηρώντας παράλληλα την παραδοσιακή αρχιτεκτονική.
- ✓ Η έλλειψη παρόμοιων αγροτουριστικών καταλυμάτων στην ευρύτερη περιοχή.





Ανταγωνιστικό επίσης πλεονέκτημα του καταλύματος αποτελεί η διάθεση του Ε.Σ.Α., η εξοικονόμηση λειτουργικού κόστους, καθώς και η περιβαλλοντική και πράσινη ταυτότητά του.

Η διατήρηση φυσικά των ανταγωνιστικών του πλεονεκτημάτων, μέσω της εφαρμογής της στρατηγικής διαφοροποίησης, όπως και η εταιρική στρατηγική, θα πρέπει διαρκώς να ελέγχεται και να επαναπροσδιορίζεται, καθώς στην περιοχή μπορεί να κατασκευαστούν και να λειτουργήσουν παρόμοιες αγροτουριστικές μονάδες που θα αυξήσουν την ένταση του ανταγωνισμού και ενδεχομένως να μειώσουν το μερίδιο της αγοράς του υπό σύσταση καταλύματος. Επομένως, οι ιδρυτές της εταιρείας σκοπεύουν να εξελίσσουν και να αναπτύξουν περαιτέρω το κατάλυμα, προσθέτοντας νέες δραστηριότητες του αγροτουρισμού και γενικότερα του εναλλακτικού τουρισμού, παραμένοντας όμως σταθεροί στην αφοσίωση της εξυπηρέτησης των πελατών της.

## **4.5. Σχεδιασμός Marketing**

### **4.5.1. Στόχοι Marketing**

Ο σχεδιασμός και η εφαρμογή ενός Marketing Plan αποτελεί καθοριστικό παράγοντα επιτυχίας, ιδιαίτερα για οργανισμούς παροχής υπηρεσιών, καθώς μέσω αυτού καθορίζεται ο χρόνος, το ύψος και ο τρόπος που θα καταμεριστούν οι διαθέσιμοι πόροι, ώστε να επιτευχθεί το βέλτιστο αποτέλεσμα. Με την υιοθέτηση των βασικών αρχών του Marketing μια επιχείρηση μπορεί να: α) κατανοήσει καλύτερα την αγορά-στόχο στην οποία απευθύνεται και να προβληθεί σε αυτήν με τον καταλληλότερο τρόπο, και β) οργανώσει με αποτελεσματικότερο και αποδοτικότερο τρόπο τις ενέργειες προβολής και προώθησής της, αποκτώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άμεσων και των έμμεσων ανταγωνιστών της, γεγονός που θα της επιτρέψει τη μελλοντική της ανάπτυξη και επιβίωση.

Για το υπό εξέταση καινοτόμο και αμιγώς αγροτουριστικό κατάλυμα οι στόχοι του μάρκετινγκ είναι σε πλήρη συνάφεια με τους στρατηγικούς στόχους της εταιρείας. Αναλυτικότερα, η μεγιστοποίηση της αξίας για τους πελάτες του, το χτίσιμο ισχυρών



σχέσεων εμπιστοσύνης και η επίτευξη της μέγιστης ικανοποίησης αυτών, αποτελούν τους πρωταρχικούς στόχους μάρκετινγκ του καταλύματος. Η πιστότητα των πελατών, η απόκτηση και η διατήρηση μεγάλου μεριδίου αγοράς, η προώθηση των δυνατών στοιχείων, καθώς και η διαφοροποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών, αποτελούν επιπλέον σημαντικούς στόχους του μάρκετινγκ του υπό εξέταση αγροτουριστικού καταλύματος. Φυσικά, στους στόχους του μάρκετινγκ προς επίτευξη συμπεριλαμβάνονται και οι συνεργασίες στρατηγικής σημασίας τόσο με άλλες επιχειρήσεις του τουριστικού και αγροτουριστικού κλάδου όσο και με εγχώρια και διεθνή ταξιδιωτικά πρακτορεία.

Το αγροτουριστικό κατάλυμα «Δρυάδες» θα σχεδιάσει και θα υλοποιήσει ένα ολοκληρωμένο marketing plan, το οποίο σε συνδυασμό με τη χρήση των τεχνικών του άμεσου μάρκετινγκ (π.χ. άμεσες πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις, συμμετοχή σε εγχώριες και διεθνείς εκθέσεις κλπ.) αναμένεται να δημιουργήσει ένα ισχυρό brandname, απόρροια του οποίου θα είναι η αύξηση της αναγνωρισιμότητάς του και κατ' επέκταση των πωλήσεών του.

#### **4.5.2. Τμηματοποίηση και στοχοθέτηση της αγοράς**

Η τμηματοποίηση της αγοράς δεν αποτελεί αυτόνομη διαδικασία, αλλά συμπεριλαμβάνεται στο πλαίσιο της στρατηγικής μάρκετινγκ. Οι υπεύθυνοι του μάρκετινγκ οφείλουν να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν στοχευμένα προγράμματα δράσης προκειμένου να προσεγγίσουν την αγορά στόχο και να αυξήσουν τις πιθανότητες επιτυχίας.

Κύριος στόχος της τμηματοποίησης της αγοράς συνιστά η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε διακριτά τμήματα της αγοράς. Τα περισσότερο δημοφιλή κριτήρια τμηματοποίησης της αγοράς είναι: 1) Γεωγραφικά, όπως τμηματοποίηση βάσει γεωγραφικής περιοχής, τμηματοποίηση βάσει πυκνότητας πληθυσμού κ.ά., 2) Δημογραφικά, όπως τμηματοποίηση βάσει ηλικίας, επαγγέλματος, κοινωνικό-οικονομική ομάδα κ.ά., 3) Ψυχογραφικά, όπως τμηματοποίηση βάσει κοινωνικής τάξης, βάσει τρόπου ζωής κ.ά., και 4) Συμπεριφορικά, όπως τμηματοποίηση βάσει



στάσης απέναντι στο προϊόν/υπηρεσία, βάσει αναμενόμενου οφέλους από τη χρήση του προϊόντος/υπηρεσίας κ.ά..

Στην περίπτωση που εξετάζεται, οι υπεύθυνοι του τμήματος μάρκετινγκ θα πρέπει να προβούν σε τμηματοποίηση της αγοράς, σύμφωνα με τα παραπάνω κριτήρια, προκειμένου να προσελκύσουν τους τουρίστες αγορά-στόχο, οι οποίοι όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενη ενότητα έχουν ένα συγκεκριμένο προφίλ με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Για παράδειγμα οι αγροτουρίστες επιζητούν τη χαλάρωση, την ηρεμία και την επαφή με τη φύση. Οι περισσότεροι εξ αυτών είναι πολυταξιδεμένοι και οι ανάγκες τους δεν καλύπτονται από τις υπηρεσίες του μαζικού τουρισμού. Επίσης, επιθυμούν να εντρυφήσουν στην αγροτική ζωή, να έρθουν σε επαφή με την πολιτιστική παράδοση και κληρονομιά του τόπου που θα επισκεφτούν, καθώς και να βιώσουν εμπειρίες άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού (π.χ. να κάνουν πεζοπορία, να παρευρεθούν σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, να επισκεφτούν ιστορικούς ναούς κλπ.). Τέλος, το υψηλό αίσθημα οικολογικού χαρακτήρα, τα ποικίλα ενδιαφέροντα και η διάθεση για μάθηση και μόρφωση, τον κατατάσσει στην κατηγορία των τουριστών που απαιτεί υψηλές προδιαγραφές στις παρεχόμενες υπηρεσίες και παράλληλα διαθέτει σημαντική αγοραστική δύναμη.

#### **4.5.3. Τοποθέτηση των προϊόντων στην αγορά**

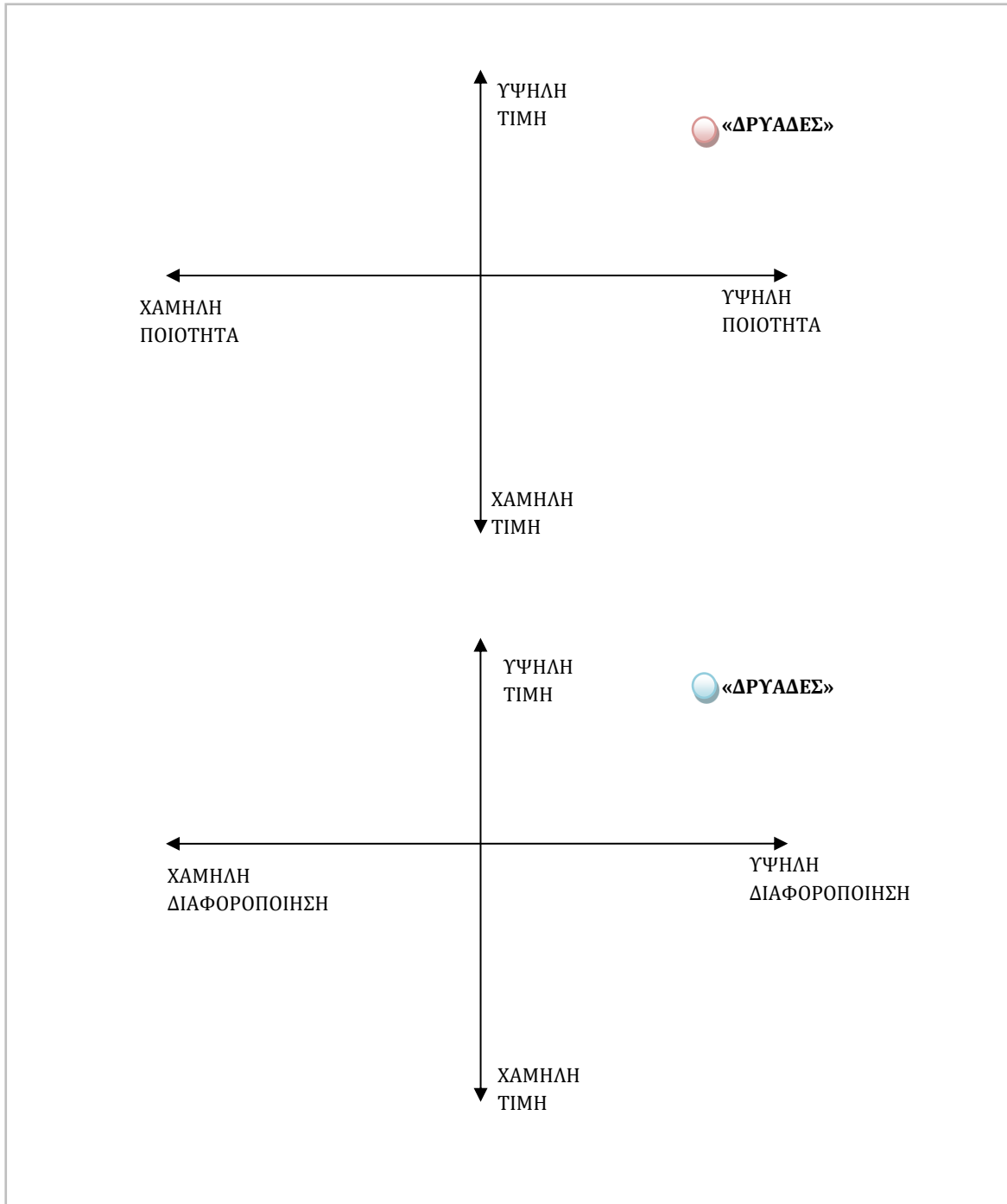
Η τοποθέτηση ενός οργανισμού αποτελεί μια σημαντική διαδικασία που συμβάλλει στη δημιουργία μιας εικόνας και ενός brandname, που αποτελεί ένα ειδικό και ξεχωριστό μέρος στη συνείδηση της αγοράς – στόχου. Η διαδικασία της τοποθέτησης πραγματοποιείται συνήθως βάσει της σχέσης ανάμεσα στην Τιμή-Ποιότητα, την κατηγορία του προϊόντος/υπηρεσίας που προσφέρεται, τη χρήση του προϊόντος/υπηρεσίας, συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του προϊόντος/υπηρεσίας, και τους ανταγωνιστές.

Η τοποθέτηση των παρεχόμενων υπηρεσιών/προϊόντων του αγροτουριστικού καταλύματος «Δρυάδες» θα πραγματοποιηθεί με το πέρας των παρακάτω διαδικασιών:



- ✓ Αναγνώρισης υφιστάμενων ανταγωνιστικών υπηρεσιών/προϊόντων που στοχεύουν στην ίδια αγορά – στόχο, καθώς και των στοιχείων που τις/τα διαφοροποιούν.
- ✓ Αναγνώρισης του “προϊοντικού/υπηρεσιακού χώρου” στον οποίο βρίσκονται οι ανταγωνιστές.
- ✓ Συλλογής πληροφοριών από ένα δείγμα υφιστάμενων και εν δυνάμει πελατών, αναφορικά με τις αντιλήψεις τους για τις υφιστάμενες υπηρεσίες/προϊόντα σε σχέση με τα χαρακτηριστικά τους, ώστε να αποφασιστεί ο συνδυασμός των χαρακτηριστικών που προτιμάται περισσότερο από τους πελάτες και να προβεί η εταιρεία στην τοποθέτηση των δικών της υπηρεσιών/προϊόντων.

Στόχος της εταιρείας αποτελεί η τοποθέτηση των υπηρεσιών/προϊόντων που θα προσφέρονται από τις «Δρυάδες» στον αντιληπτικό χάρτη των πελατών να είναι αυτή της προσφοράς σχετικά υψηλής τιμής ολοκληρωμένων και διαφοροποιημένων υπηρεσιών του αγροτουρισμού, αλλά ταυτόχρονα υψηλής ποιότητας. Ακολουθεί η τοποθέτηση της εταιρείας στον αντιληπτικό χάρτη του πελάτη σύμφωνα με τη σχέση Τιμής – Ποιότητας και Τιμής - Διαφοροποίησης Υπηρεσιών/Προϊόντων.



Διάγραμμα 2. Αντιληπτικός χάρτης πελατών Τιμής-Ποιότητας & Τιμής-Διαφοροποίησης Υπηρεσιών/Προϊόντων



#### 4.5.4. Μείγμα μάρκετινγκ

Οι τέσσερις άξονες του μείγματος μάρκετινγκ που θα εξεταστούν για το υπό σύσταση αγροτουριστικό κατάλυμα έγκεινται:

- 1) Στις υπηρεσίες/προϊόντα που θα προσφέρονται στους επισκέπτες του καταλύματος.
- 2) Στην τιμολογιακή πολιτική για τις προσφερόμενες υπηρεσίες/προϊόντα.
- 3) Στα κανάλια διάθεσης των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- 4) Στις ενέργειες προβολής και προώθησης στην αγορά-στόχο.

#### Υπηρεσίες/προϊόντα

Πέραν των υπηρεσιών φιλοξενίας/διανυκτέρευσης στο αγροτουριστικό κατάλυμα «Δρυάδες», του οποίου η αρχιτεκτονική θα είναι παραδοσιακή και θα συνδυάζει αρμονικά διαφορετικά φυσικά στοιχεία, όπως πράσινο, πέτρα και ξύλο, θα προσφέρεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να συμμετέχουν είτε ενεργά είτε όχι σε δραστηριότητες αγροτουρισμού που θα υλοποιούνται στο κατάλυμα, όπως α) υπηρεσίες συμμετοχής σε διάφορες αγροτικές, καλλιεργητικές κ.ά. δραστηριότητες (π.χ. καλλιέργεια οπωροκηπευτικών προϊόντων ή/και σιτηρών, συγκομιδή καρπών και κηπευτικών ειδών, πότισμα ή/και τη φύτευση οπωροκηπευτικών και άλλων προϊόντων κ.ά., ανάλογα με την εποχή επίσκεψής του, β) ενασχόληση με την παραγωγή χειροποίητων γλυκών του κουταλιού και μαρμελάδας, στο μικρής κλίμακας εργαστήριο, που έχει σχεδιαστεί να κατασκευαστεί εντός του χώρου φιλοξενίας, και γ) προετοιμασία γευμάτων στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο εστίασης και παραγωγής γευμάτων που θα διαθέτει το κατάλυμα. Οι παραπάνω υπηρεσίες καθώς και η ενεργός συμμετοχή των επισκεπτών στις διάφορες αγροτικές δραστηριότητες θα πραγματοποιείται παρουσία εξειδικευμένου προσωπικού της μονάδας, ώστε να παρέχονται σε αυτούς χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τη διαδικασία της καλλιέργειας των προϊόντων, το χρόνο και τον τρόπο συγκομιδής τους, τη διαδικασία τυποποίησης, αποθήκευσης ή/και μαγειρέματός τους, τα θρεπτικά τους συστατικά κ.ά..



Παράλληλα, θα προσφέρεται η δυνατότητα στους επισκέπτες του καταλύματος να συμμετέχουν στις διαδικασίες: α) καθαρισμού και τυποποίησης οσπρίων, β) παραγωγής και τυποποίησης χειροποίητων ζυμαρικών, και γ) παρασκευής και τυποποίησης σάλτσας ντομάτας. Η ενεργός συμμετοχή των επισκεπτών στις προαναφερθείσες δραστηριότητες είναι διασφαλισμένες, καθώς ο ένας εκ των δύο επενδυτών, για περισσότερο από μια εικοσαετία διαθέτει και λειτουργεί στην περιοχή, μια σχετική βιοτεχνική μονάδα με μεγάλη επιτυχία, με την οποία το αγροτουριστική εταιρεία θα συνεργαστεί πλήρως.

Σημειώνεται επίσης, πως στο εσωτερικό της επιχείρησης θα λειτουργεί ένα μικρό και ειδικά διαμορφωμένο κατάστημα λιανικής πώλησης όλων των προϊόντων που θα παράγονται τόσο στο αγρόκτημα της τουριστικής μονάδας όσο και της υφιστάμενης βιοτεχνίας (με την οποία θα συνεργάζεται το τουριστικό κατάλυμα), που θα φέρει την ονομασία *“Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων”*, ώστε όλοι οι επισκέπτες, που διαμένουν ή όχι στην μονάδα, να μπορούν να αγοράσουν τα εν λόγω προϊόντα.

Επιπλέον, οι επιχειρηματίες σε συνεργασία με έμπειρους αγρότες και γεωπόνους θα σχεδιάζουν και θα υλοποιούν -σύντομα- εκπαιδευτικά/ενημερωτικά προγράμματα, στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο της εταιρείας, ώστε τόσο οι επισκέπτες που διαμένουν στην αγροτουριστική μονάδα όσο και άλλες κοινωνικές ομάδες (π.χ. μαθητές σχολείων, φοιτητές, εργαζόμενοι σε εταιρείες του αγροτικού κλάδου κλπ.) να μπορούν να τα παρακολουθήσουν αποκομίζοντας σημαντικές πληροφορίες και γνώσεις αναφορικά με την παραγωγική διαδικασία, την πανίδα, τη χλωρίδα και το μικροκλίμα της ευρύτερης περιοχής της περιφέρειας. Με αυτόν τον τρόπο η αγροτουριστική μονάδα θα καταφέρει να προσελκύσει και άλλους επαγγελματίες του τουριστικού τομέα, καθώς και συλλογικούς φορείς, όπως σχολεία, συλλόγους κλπ. που πραγματοποιούν οργανωμένες εκδρομικές εξορμήσεις που θα εστιάζουν κυρίως στον αγροτικό τρόπο ζωής και στην ύπαιθρο γενικότερα.

Εκτός των άλλων, θα προσφέρεται η δυνατότητα στους επισκέπτες της μονάδας η επίσκεψη σε κοντινούς προορισμούς, χρησιμοποιώντας το κατάλυμα ως ορμητήριο για εκδρομές σε σημαντικά ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία της περιοχής, καθώς σε διάφορες εκδηλώσεις, όπως της «Οι Δρόμοι του Μανιταριού» ανάλογα με την εποχή,



συνδυάζοντας τον αγροτουρισμό με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Για παράδειγμα οι επισκέπτες θα μπορούν να συμμετάσχουν σε οργανωμένες επισκέψεις στα Μετέωρα, στο Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας και να κάνουν σκι, να κάνουν πεζοπορία στο Εθνικό Πάρκο της Πίνδου και στη Βάλια Κάλντα και να γνωρίσουν την χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής. Επίσης, σε συνεργασία με άλλες τοπικές επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών σπορ θα μπορούν, εφόσον το επιθυμούν, να κάνουν rafting και canoe kayak στους ποταμούς της περιοχής, να αναρριχηθούν στις κορυφές των βουνών, να κάνουν ιππασία ή ακόμη και να συμμετέχουν στη διαδικασία συλλογής και κατανάλωσης μανιταριών, που ανέδειξαν την πόλη των Γρεβενών την μοναδική παγκοσμίως “Πόλη των μανιταριών”.

Εν κατακλείδι, όλες οι προαναφερθείσες υπηρεσίες του αγροτουριστικού καταλύματος αναμένεται να καλύψουν με επάρκεια τις απαιτήσεις και τις ανάγκες των αγροτουριστών-επισκεπτών της, σε έναν παραδοσιακής αισθητικής χώρο, βιώνοντας αξέχαστες εμπειρίες που θα θελήσουν να επαναλάβουν.

### **Τιμολογιακή Πολιτική**

Η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί από το κατάλυμα θα βασιστεί σε κυμαινόμενες τιμές βάσει εποχής/μήνα του έτους (Χαμηλή-Μεσαία-Υψηλή Σεζόν), καθώς και σύμφωνα με τις κατηγορίες των δωματίων βάσει κλινών (Δίκλινα-Τετράκλινα). Οι τιμές θα διαμορφωθούν σύμφωνα με τις μέσες υψηλότερες τιμές που ισχύουν σε υφιστάμενα αγροτουριστικά καταλύματα της Ελλάδας και διεθνώς, όπως αυτές προκύπτουν έπειτα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε. Με αυτόν τον τρόπο θα συνδεθεί η τιμή, η υψηλή ποιότητα και η διαφοροποίηση των υπηρεσιών/προϊόντων που θα προσφέρονται. Ακολουθεί ο σχετικός πίνακας χρεώσεων των δωματίων του αγροτουριστικού καταλύματος βάσει αριθμού κλινών και εποχής.





Πίνακας 6. Τιμές χρέωσης δωματίων το αγροτουριστικού καταλύματος «Δρυάδες»

	Δίκλινα Δωμάτια (σε €)	Τετράκλινα Δωμάτια (σε €)
Χαμηλή Σεζόν	100	120
Μεσαία Σεζόν	120	150
Υψηλή Σεζόν	150	170

Στους μήνες Χαμηλής Σεζόν περιλαμβάνονται οι μήνες Ιανουάριος, Φεβρουάριος, Μάρτιος και Δεκέμβριος, καθώς αυτοί παρουσιάζουν γενικότερα τη χαμηλότερη πληρότητα. Στους μήνες Μεσαίας Σεζόν περιλαμβάνονται οι μήνες Απρίλιος, Μάιος, Ιούνιος, Οκτώβριος και Νοέμβριος, καθώς αυτοί παρουσιάζουν γενικότερα μια μέση πληρότητα. Και τέλος, στους μήνες της Υψηλής Σεζόν περιλαμβάνονται οι μήνες Ιούλιος, Αύγουστος και Σεπτέμβριος, δεδομένου ότι αυτοί παρουσιάζουν γενικότερα μια υψηλή πληρότητα. Αξίζει επίσης να αναφερθεί πως στις παραπάνω τιμές συμπεριλαμβάνεται μόνο το πρωινό, ενώ τα άλλα γεύματα (μεσημεριανό ή βραδινό) θα χρεώνονται ανάλογα με το τι θα καταναλώνει ο επισκέπτης, αν έχει συμμετάσχει στη διαδικασία παραγωγής του γεύματος και άλλους παράγοντες που δεν έχουν ακόμη οριστικοποιηθεί και αναλυθεί.

### Κανάλια διάθεσης των προσφερόμενων υπηρεσιών

Η επιλογή των καναλιών διάθεσης των προσφερόμενων υπηρεσιών/προϊόντων αποτελεί σημαντικό παράγοντα επίτευξης υψηλών πωλήσεων για όλους τους οργανισμούς, πολλώ δε μάλλον για νεοσύστατους, όπως το αγροτουριστικό κατάλυμα που μελετάται.

Κύριο κανάλι μέσω του οποίου θα πραγματοποιούνται κρατήσεις για το εν λόγω κατάλυμα θα συνιστούν συμφωνίες με ταξιδιωτικούς πράκτορες που δραστηριοποιούνται τόσο στο εσωτερικό όσο και σε άλλες χώρες του εξωτερικού, όπως το Versus travel, το Cosmorama, το Signature travel κ.ά.. Επίσης, σχεδιάζεται να υπογραφούν συμφωνίες με διαδικτυακές πλατφόρμες που παρέχουν υπηρεσίες



προβολής και κρατήσεων, όπως την Agrotourism.gr, την exormiseis.gr, την Booking.com κ.ά..

Επίσης, οι δυνητικοί επισκέπτες θα μπορούν να πραγματοποιήσουν κρατήσεις είτε μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του καταλύματος συμπληρώνοντας την ανάλογη φόρμα κρατήσεων είτε μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας είτε ακόμη και μέσω των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης, στα οποία η εταιρία θα έχει παρουσία. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί πως στην εταιρική ιστοσελίδα, πέραν της προβολής της αγροτουριστικής μονάδας και των υπηρεσιών που θα παρέχονται, θα προβάλλονται τόσο τα προϊόντα που θα παράγονται, οι «πράσινες πολιτικές» που θα υιοθετηθούν, οι αξιολογήσεις και τα σχόλια επισκεπτών της, συνταγές με βάση τα αγροτικά προϊόντα που θα παράγονται στο κατάλυμα κ.ά.. Οι γλώσσες που θα υποστηρίζονται στην ιστοσελίδα αρχικά θα είναι τα ελληνικά και τα αγγλικά, ενώ αναμένεται να προστεθούν και άλλες μελλοντικά, ενώ θα είναι προσβάσιμη και από ΑμεΑ π.χ. μέσω φωνητικής πρόσβασης κλπ..

Ο σχεδιασμός, η οργάνωση και η υποστήριξη της ιστοσελίδας θα πραγματοποιείται από εξειδικευμένη εταιρεία, ώστε να διασφαλιστεί η άμεση ενημέρωση των νέων πελατών της εταιρείας σχετικά με τις προσφερόμενες και διαφοροποιημένες υπηρεσίες της, τη θέση και τα προνόμια της νέας αγροτουριστικής μονάδας, σε συνδυασμό πάντα με το τοπικό φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον.

### **Ενέργειες προβολής και προώθησης στην αγορά-στόχο.**

Οι δραστηριότητες προβολής και προώθησης του αγροτουριστικού καταλύματος «Δρυάδες» θα περιλαμβάνει τη διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις και τις προωθητικές προσφορές, στοιχεία απαραίτητα για τη δημοσιότητά της και την αύξηση των κρατήσεών της. Η εταιρεία σε συνεργασία με εξειδικευμένες εταιρείες ανάπτυξης και παροχής υπηρεσιών επικοινωνίας και δημοσιότητας θα αναπτύξει και θα υλοποιήσει ένα στρατηγικά σχεδιασμένο πλάνο επικοινωνίας και δημοσιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών της, στις αγορές – στόχους της και το οποίο θα υλοποιηθεί σε πολλαπλά συμβατικά και ψηφιακά κανάλια. Αναλυτικότερα:



### **Ενέργειες Συμβατικού Marketing**

Η εταιρεία πρόκειται να προβληθεί με διαφημιστικές καταχωρήσεις τόσο στον περιφερειακό όσο και στον εθνικό έντυπο ημερήσιο και περιοδικό τύπο επιλεκτικά. Επίσης, έχει σχεδιαστεί σε περιόδους πριν την υψηλή περίοδο ζήτησης-κρατήσεων να διαφημίζεται τόσο σε τοπικά όσο και σε εθνικά τηλεοπτικά κανάλια, προκειμένου να ενισχυθεί η αναγνωρισιμότητά της και να επιτευχθεί υψηλότερο ποσοστό κρατήσεων. Η δημιουργία φυλλαδίων και διαφημιστικών εντύπων, αποτελεί μέρος των προωθητικών ενεργειών της εταιρείας, τα οποία θα δίδονται επιλεκτικά σε υφιστάμενους και δυνητικούς πελάτες και θα αφορούν προωθητικές ενέργειες προσφορών της εταιρείας, τα οποία αναμένεται να συμβάλλουν στην ανάδειξη των πλεονεκτημάτων της έναντι άλλων ομοειδών αγροτουριστικών καταλυμάτων, στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της αναγνωρισιμότητάς της.

### **Ενέργειες Ψηφιακού Marketing**

Ο κύριος όγκος του δυνητικού πελατειακού δυναμικού της αγροτουριστικής μονάδας αναμένεται να προέρχεται από κατοίκους άλλων περιοχών της χώρας και από το εξωτερικό. Επομένως, η προσέγγισή τους μέσω του διαδικτύου είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι προωθητικές ενέργειες που θα στηρίζονται στον “ψηφιακό κόσμο” έγκεινται στην:

- εκτενή χρήση ψηφιακών διαφημιστικών μηνυμάτων σε τακτική βάση μέσω των social media (π.χ. Facebook, LinkedIn, Instagram κ.ά.), της ιστοσελίδας της και ευρύτερα του διαδικτύου, ώστε να διαφημίζονται οι παρεχόμενες υπηρεσίες της σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια και σε χώρες του εξωτερικού, με τη χρήση οπτικοακουστικού υλικού.
- Καταχωρήσεις της εταιρίας σε ιστότοπους εγχώριας και διεθνούς εμβέλειας με εφαρμογή του Affiliate Marketing.



- Καταχώρηση στο Google My Business, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στις αναρτημένες φωτογραφίες και στο περιεχόμενο των δραστηριοτήτων που θα πραγματοποιούνται στο κατάλυμα.
- Χρήση διαφημιστικών μηνυμάτων μέσω e-ακουστικών μέσων μαζικής ενημέρωσης (π.χ. e-ραδιόφωνο, e-εφημερίδες κ.ά.), υψηλής ακροαματικότητας πανελλαδικής εμβέλειας κ.ά..

Στο πλάνο της ψηφιακής προβολής της περιλαμβάνονται επίσης ενέργειες που αφορούν τη μαζική αποστολή διαφημιστικών e-mails, newsletters, web banners, Google Ads κ.ά.. Με τις εν λόγω ενέργειες προβολής η εταιρεία θα αποκτήσει παγκόσμια ψηφιακή παρουσία, θα προσεγγίζει και θα αλληλεπιδρά αποτελεσματικότερα με τους υφιστάμενους και τους δυνητικούς πελάτες και συνεργάτες της προσαρμόζοντας τη στρατηγική της και τις διαφημιστικές της καμπάνιες, ώστε να παραμείνει ανταγωνιστική, να πετύχει καλύτερα αποτελέσματα και ως εκ τούτου να αυξήσει τη φήμη της και την αναγνωρισιμότητά της επεκτείνοντας το δίκτυο της πελατειακής της βάσης και των συνεργατών της, αυξάνοντας ταυτόχρονα τα κέρδη της.

Εκτός των άλλων, η εταιρεία σκοπεύει να συμμετάσχει σε εγχώριες και διεθνείς εκθέσεις του αγροτουρισμού και γενικότερα του αγροτικού κλάδου, ως εκθέτης, καθώς επίσης και σε ποικίλες ενημερωτικές εκδηλώσεις του αγροτουρισμού. Παράλληλα, σκοπεύει η ίδια, πέραν της διοργάνωσης του Event Εγκαινίων της, να διοργανώσει εξειδικευμένες και στοχευμένες εκδηλώσεις, προκειμένου να ενημερώσει τους πελάτες της (B2C & B2B) για τις νέες της δυνατότητες και τις νέες της υπηρεσίες.

#### **4.6. Χρηματοοικονομική Ανάλυση επιχειρηματικού σχεδίου**

Οι ιδρυτές της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας (IKE) θα προσφέρουν το αγροτεμάχιο στο οποίο θα κατασκευαστούν οι κτιριακές και λοιπές εγκαταστάσεις του αγροτουριστικού καταλύματος. Η αντικειμενική αξία του εν λόγω αγροτεμαχίου



ανέρχεται στις 150.000€. Επιπλέον, αμφότεροι οι ιδρυτές θα συνεισφέρουν συνολικό κεφάλαιο ύψους περίπου 1.000.000€. Για την κάλυψη του υπόλοιπου αρχικού προϋπολογισμού, ύψους 520.000€, σκοπεύουν να απευθυνθούν σε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα με το οποίο ο ενός εκ των δύο ήδη συνεργάζεται και ανήκει στους πελάτες υψηλής πιστοληπτικής ικανότητας – φερεγγυότητας, καθώς ο έως σήμερα δανεισμός του είναι μηδενικός. Επίσης, η δεύτερη ιδρύτρια της εταιρείας έχει και αυτή έως και σήμερα μηδενικό δανεισμό και διατηρεί προσωπικό λογαριασμό στο ίδιο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα.

Παράλληλα, οι ιδρυτές στοχεύουν στην ένταξη της υπό σύστασης εταιρείας «Δρυάδες» στον τρέχοντα Αναπτυξιακό Νόμο 4887/2022 (ΦΕΚ Α' 16/4.2.2022 2022) και συγκεκριμένα στον 1<sup>ο</sup> κύκλο «*Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*». Με την ένταξη της εταιρείας στον εν λόγω νόμο η αγροτουριστική μονάδα θα μπορέσει να λάβει επιδότηση ύψους έως και 90% του συνολικού της προϋπολογισμού της επένδυσης, λαμβάνοντας υπόψη ότι στην επιδότηση περιλαμβάνονται επιχορηγήσεις, φοροαπαλλαγές και ενισχύσεις του κόστους μισθοδοσίας των απασχολούμενων σε αυτήν. Με δεδομένο επίσης το γεγονός ότι υπάρχει η πιθανότητα από τη νομοθεσία να παραταθεί η περίοδος υπολογισμού των αποσβέσεων για τα τρία πρώτα έτη της λειτουργίας της, θεωρείται ότι η εταιρεία μπορεί να παρουσιάσει ικανοποιητικά κέρδη ήδη από το δεύτερο έτος της λειτουργίας της.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση τον παρόντος επενδυτικού σχεδίου, που ακολουθεί, στηρίζεται σε ορισμένες γενικές παραδοχές, που απαιτούνται για την εξαγωγή των οικονομικών αποτελεσμάτων της αγροτουριστικής μονάδας «Δρυάδες».

### **1<sup>η</sup> Παραδοχή:**

Εκτιμάται ότι το *ύψος της αρχικής επένδυσης*, προκειμένου να καταστεί πλήρως λειτουργήσιμη η αγροτουριστική ανέρχεται σε:

- |                             |            |
|-----------------------------|------------|
| • Αξία αγροτεμαχίου:        | 150.000€   |
| • Κτίρια και Εγκαταστάσεις: | 1.200.000€ |



- Εξοπλισμός Δωματίων και Κοινόχρηστων χώρων: 300.000€
  - Άυλα στοιχεία ενεργητικού: 20.000€
- Συνολικό ύψος αρχικής επένδυσης: 1.670.000€**

## **2<sup>η</sup> Παραδοχή:**

Εκτιμάται ότι το **ετήσιο κόστος μισθοδοσίας** θα παραμείνει σταθερό για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας της μονάδας, και σύμφωνα με όσα έχουν αναφερθεί σε προηγούμενη ενότητα θα ανέρχεται σε 176.000€.

Το ύψος των λειτουργικών δαπανών, ηλεκτρισμού και αναλωσίμων, εκτιμάται ότι θα αυξάνεται κατά 20% σε ετήσια βάση, για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας της αγροτουριστικής μονάδας. Κατά το πρώτο έτος οι δαπάνες ηλεκτρισμού αναμένεται να ανέλθουν σε 1.500€, ενώ οι δαπάνες των αναλωσίμων σε 1.000€. Το γεγονός ότι το ύψος της δαπάνης του ηλεκτρισμού είναι τόσο χαμηλό οφείλεται στη λειτουργία τόσο του ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης ενέργειας όσο και σε άλλους παράγοντες εξοικονόμησής της, όπως για παράδειγμα η χρήση κλιματιστικών χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης, η λειτουργία ηλιακών θερμοσιφώνων κλπ..

Εκτιμάται ότι το ύψος των δαπανών προβολής και προώθησης κατά το πρώτο έτος της λειτουργίας θα ανέλθουν σε 7.000€, τα οποία αναμένεται να αυξάνονται κατά 10% σε ετήσια βάση για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας του αγροτουριστικού καταλύματος. Επίσης, τα γενικά έξοδα εκτιμάται ότι θα ανέρχονται σε 2.000€ κατά το πρώτο έτος λειτουργίας του καταλύματος και αναμένεται να αυξάνονται κατά 10% σε ετήσια βάση. Τέλος, οι δαπάνες που αφορούν τα Δημοτικά Τέλη έχουν υπολογιστεί βάσει τετραγωνικών του αγροτεμαχίου στα 500€ για το πρώτο έτος λειτουργία του καταλύματος και αναμένεται να αυξάνονται κατά 10% σε ετήσια βάση.



### **3<sup>η</sup> Παραδοχή:**

Για τον υπολογισμό των κερδών προ φόρων και αποσβέσεων του αγροτουριστικού καταλύματος για πέντε έτη ακολουθούνται τα παρακάτω βήματα, τα οποία αποτυπώνονται και από έναν πίνακα:

- Το ποσοστό μέσης πληρότητας του καταλύματος για κάθε έτος και κάθε μήνα.
- Η τιμή ανά κατηγορία δωματίου για κάθε μήνα του έτους. Ακολούθως υπολογίζεται η ανηγμένη τιμή ανά μήνα.
- Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις για την προβλεπόμενη πληρότητα του καταλύματος, μετατρέπονται τα αντίστοιχα ποσοστά ανά μήνα σε ημέρες πληρότητας, πολλαπλασιάζοντας τα ποσοστά με 30 ημέρες το μήνα κατά μέσο όρο.
- Υπολογίζεται ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων, πολλαπλασιάζοντας τον συνολικό αριθμό ημερών πληρότητας ανά μήνα με τον αριθμό των συνολικών κλινών που διαθέτει το κατάλυμα.
- Γνωρίζοντας τον συνολικό αριθμό των διανυκτερεύσεων, καθώς επίσης και τη χρέωση της διανυκτέρευσης ανά ημέρα, υπολογίζονται τα συνολικά έσοδα από τις διανυκτερεύσεις.
- Υπολογίζονται τα κέρδη προ αποσβέσεων και φόρων.

Για την κατάρτιση του προϋπολογισμού των κερδών προ αποσβέσεων και φόρων του καταλύματος θα παρουσιαστούν τρία (2) εναλλακτικά σενάρια, ένα Αισιόδοξο και ένα απαισιόδοξο βάσει του ύψους-ποσοστού των κρατήσεων.



## 1) ΑΙΣΙΟΔΟΞΟ ΣΕΝΑΡΙΟ

Πίνακας 7. Ποσοστό μέσης πληρότητας/Έτος/Μήνα - Αισιόδοξο Σενάριο

ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΕΣΗΣ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ / ΕΤΟΣ / ΜΗΝΑ					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΜΗΝΑΣ	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	30,00%	35,00%	45,00%	50,00%	60,00%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	30,00%	35,00%	45,00%	50,00%	60,00%
ΜΑΡΤΙΟΣ	35,00%	40,00%	50,00%	60,00%	70,00%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	35,00%	40,00%	60,00%	65,00%	80,00%
ΜΑΙΟΣ	40,00%	45,00%	60,00%	70,00%	90,00%
ΙΟΥΝΙΟΣ	40,00%	45,00%	65,00%	75,00%	100,00%
ΙΟΥΛΙΟΣ	50,00%	55,00%	65,00%	80,00%	100,00%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	55,00%	60,00%	75,00%	90,00%	100,00%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	50,00%	60,00%	70,00%	80,00%	90,00%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	50,00%	55,00%	60,00%	70,00%	80,00%
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	30,00%	45,00%	50,00%	60,00%	70,00%
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	30,00%	35,00%	45,00%	50,00%	60,00%

Πίνακας 8. Τιμή σε ευρώ/Κατηγορία δωματίου/κλίνη/διανυκτέρευση - Αισιόδοξο Σενάριο

ΤΙΜΗ ΣΕ € ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ / ΚΛΙΝΗ / ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗ			
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΙΚΛΙΝΑ	ΤΕΤΡΑΚΛΙΝΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΙΝΩΝ
<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>40</b>
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	100,00 €	120,00 €	46,00 €
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	100,00 €	120,00 €	46,00 €
ΜΑΡΤΙΟΣ	100,00 €	120,00 €	46,00 €
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΜΑΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΙΟΥΝΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΙΟΥΛΙΟΣ	150,00 €	170,00 €	68,50 €
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	150,00 €	170,00 €	68,50 €
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	150,00 €	170,00 €	68,50 €
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	100,00 €	120,00 €	46,00 €

ΑΝΗΓΜΕΝΗ ΤΙΜΗ





Πίνακας 9. Προβλεπόμενες ημέρες πληρότητας ανά μήνα και έτος - Αισιόδοξο Σενάριο

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ ΚΑΙ ΕΤΟΣ					
ΜΕΣΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΗΜΕΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΜΗΝΑΣ	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	9,00	10,50	13,50	15,00	18,00
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	9,00	10,50	13,50	15,00	18,00
ΜΑΡΤΙΟΣ	10,50	12,00	15,00	18,00	21,00
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	10,50	12,00	18,00	19,50	24,00
ΜΑΙΟΣ	12,00	13,50	18,00	21,00	27,00
ΙΟΥΝΙΟΣ	12,00	13,50	19,50	22,50	30,00
ΙΟΥΛΙΟΣ	15,00	16,50	19,50	24,00	30,00
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	16,50	18,00	22,50	27,00	30,00
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	15,00	18,00	21,00	24,00	27,00
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	15,00	16,50	18,00	21,00	24,00
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	9,00	13,50	15,00	18,00	21,00
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	9,00	10,50	13,50	15,00	18,00

Πίνακας 10. Συνολικός αριθμός προβλεπόμενων διανυκτερεύσεων ανά μήνα και έτος - Αισιόδοξο Σενάριο

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΩΝ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΑΝΑ ΜΗΝΑ ΚΑΙ ΕΤΟΣ					
ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΜΗΝΑΣ	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	360,00	420,00	540,00	600,00	720,00
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	360,00	420,00	540,00	600,00	720,00
ΜΑΡΤΙΟΣ	420,00	480,00	600,00	720,00	840,00
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	420,00	480,00	720,00	780,00	960,00
ΜΑΙΟΣ	480,00	540,00	720,00	840,00	1.080,00
ΙΟΥΝΙΟΣ	480,00	540,00	780,00	900,00	1.200,00
ΙΟΥΛΙΟΣ	600,00	660,00	780,00	960,00	1.200,00
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	660,00	720,00	900,00	1.080,00	1.200,00
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	600,00	720,00	840,00	960,00	1.080,00
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	600,00	660,00	720,00	840,00	960,00
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	360,00	540,00	600,00	720,00	840,00
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	360,00	420,00	540,00	600,00	720,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>	<b>5.700,00</b>	<b>6.600,00</b>	<b>8.280,00</b>	<b>9.600,00</b>	<b>11.520,00</b>



Πίνακας 11. Προβλεπόμενα έσοδα από διανυκτερεύσεις - Αισιόδοξο Σενάριο

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ					
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ					
ΜΗΝΑΣ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	16.560,00 €	19.320,00 €	24.840,00 €	27.600,00 €	33.120,00 €
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	16.560,00 €	19.320,00 €	24.840,00 €	27.600,00 €	33.120,00 €
ΜΑΡΤΙΟΣ	19.320,00 €	22.080,00 €	27.600,00 €	33.120,00 €	38.640,00 €
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	23.310,00 €	26.640,00 €	39.960,00 €	43.290,00 €	53.280,00 €
ΜΑΙΟΣ	26.640,00 €	29.970,00 €	39.960,00 €	46.620,00 €	59.940,00 €
ΙΟΥΝΙΟΣ	26.640,00 €	29.970,00 €	43.290,00 €	49.950,00 €	66.600,00 €
ΙΟΥΛΙΟΣ	41.100,00 €	45.210,00 €	53.430,00 €	65.760,00 €	82.200,00 €
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	45.210,00 €	49.320,00 €	61.650,00 €	73.980,00 €	82.200,00 €
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	41.100,00 €	49.320,00 €	57.540,00 €	65.760,00 €	73.980,00 €
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	33.300,00 €	36.630,00 €	39.960,00 €	46.620,00 €	53.280,00 €
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	19.980,00 €	29.970,00 €	33.300,00 €	39.960,00 €	46.620,00 €
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	16.560,00 €	19.320,00 €	24.840,00 €	27.600,00 €	33.120,00 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>	<b>326.280,00 €</b>	<b>377.070,00 €</b>	<b>471.210,00 €</b>	<b>547.860,00 €</b>	<b>656.100,00 €</b>

Πίνακας 12. Κέρδη προ φόρων και αποσβέσεων - Αισιόδοξο Σενάριο

ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ					
ΕΣΟΔΑ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
	326.280,0	377.070,0	471.210,0	547.860,0	656.100,0
<b>ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ</b>	<b>326.280,0</b>	<b>377.070,0</b>	<b>471.210,0</b>	<b>547.860,0</b>	<b>656.100,0</b>
ΕΞΟΔΑ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
<b>Κόστος μισθοδοσίας</b>	176.000,0	176.000,0	176.000,0	176.000,0	176.000,0
<b>Λειτουργικές δαπάνες</b>					
Μισθώματα ενοίκια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Δαπάνες ηλεκτρισμού	1.500,0	1.530,0	1.560,6	1.591,8	1.623,6
Αναλώσιμα	1.000,0	1.020,0	1.040,4	1.061,2	1.082,4
<b>Έξοδα διοίκησης</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Εξοδα συντήρησης</b>	1.500,0	1.545,0	1.591,4	1.639,1	1.688,3
<b>Γενικά έξοδα</b>	2.000,0	2.060,0	2.121,8	2.185,5	2.251,0
<b>Έξοδα προβολής</b>	7.000,0	7.700,0	8.470,0	9.317,0	10.248,70
<b>Άλλα έξοδα (ανάλυση)</b>					
Δημοτικά τέλη	500,0	505,0	510,1	515,2	520,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ</b>	<b>189.500,0</b>	<b>190.360,0</b>	<b>191.294,3</b>	<b>192.309,8</b>	<b>193.414,3</b>
ΚΕΡΔΗ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
<b>ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΩΝ</b>	<b>136.780,0</b>	<b>186.710,0</b>	<b>279.915,7</b>	<b>355.550,2</b>	<b>462.685,7</b>



## 2) ΑΠΑΙΣΙΟΔΟΞΟ ΣΕΝΑΡΙΟ

Πίνακας 13. Ποσοστό μέσης πληρότητας/Έτος/Μήνα - Απαισιόδοξο Σενάριο

ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΕΣΗΣ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ / ΕΤΟΣ / ΜΗΝΑ					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΜΗΝΑΣ	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	15,00%	20,00%	35,00%	45,00%	55,00%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	15,00%	20,00%	35,00%	45,00%	55,00%
ΜΑΡΤΙΟΣ	20,00%	30,00%	40,00%	50,00%	60,00%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	20,00%	30,00%	45,00%	55,00%	70,00%
ΜΑΙΟΣ	30,00%	40,00%	50,00%	60,00%	75,00%
ΙΟΥΝΙΟΣ	30,00%	40,00%	50,00%	70,00%	80,00%
ΙΟΥΛΙΟΣ	40,00%	50,00%	60,00%	75,00%	90,00%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	45,00%	55,00%	65,00%	80,00%	100,00%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	45,00%	50,00%	60,00%	75,00%	75,00%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	25,00%	40,00%	40,00%	60,00%	70,00%
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	15,00%	20,00%	35,00%	45,00%	60,00%
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	15,00%	20,00%	35,00%	45,00%	55,00%

Πίνακας 14. Τιμή σε ευρώ/Κατηγορία δωματίου/κλίνη/διανυκτέρευση - Απαισιόδοξο Σενάριο

ΤΙΜΗ ΣΕ € ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ / ΚΛΙΝΗ / ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗ			
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΙΚΛΙΝΑ	ΤΕΤΡΑΚΛΙΝΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΙΝΩΝ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ	16	2	40
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	100,00 €	120,00 €	46,00 €
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	100,00 €	120,00 €	46,00 €
ΜΑΡΤΙΟΣ	100,00 €	120,00 €	46,00 €
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΜΑΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΙΟΥΝΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΙΟΥΛΙΟΣ	150,00 €	170,00 €	68,50 €
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	150,00 €	170,00 €	68,50 €
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	150,00 €	170,00 €	68,50 €
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	120,00 €	150,00 €	55,50 €
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	100,00 €	120,00 €	46,00 €

ΑΝΗΓΜΕΝΗ ΤΙΜΗ



Πίνακας 15. Προβλεπόμενες ημέρες πληρότητας ανά μήνα και έτος - Αισιόδοξο Σενάριο

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ ΚΑΙ ΕΤΟΣ					
ΜΕΣΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΗΜΕΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΜΗΝΑΣ	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	4,50	6,00	10,50	13,50	16,50
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	4,50	6,00	10,50	13,50	16,50
ΜΑΡΤΙΟΣ	6,00	9,00	12,00	15,00	18,00
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	6,00	9,00	13,50	16,50	21,00
ΜΑΙΟΣ	9,00	12,00	15,00	18,00	22,50
ΙΟΥΝΙΟΣ	9,00	12,00	15,00	21,00	24,00
ΙΟΥΛΙΟΣ	12,00	15,00	18,00	22,50	27,00
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	13,50	16,50	19,50	24,00	30,00
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	13,50	15,00	18,00	22,50	22,50
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	7,50	12,00	12,00	18,00	21,00
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	4,50	6,00	10,50	13,50	18,00
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	4,50	6,00	10,50	13,50	16,50

Πίνακας 16. Συνολικός αριθμός προβλεπόμενων διανυκτερεύσεων ανά μήνα και έτος - Απαισιόδοξο Σενάριο

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΩΝ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΑΝΑ ΜΗΝΑ ΚΑΙ ΕΤΟΣ					
ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΜΗΝΑΣ	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %	ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	180,00	240,00	420,00	540,00	660,00
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	180,00	240,00	420,00	540,00	660,00
ΜΑΡΤΙΟΣ	240,00	360,00	480,00	600,00	720,00
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	240,00	360,00	540,00	660,00	840,00
ΜΑΙΟΣ	360,00	480,00	600,00	720,00	900,00
ΙΟΥΝΙΟΣ	360,00	480,00	600,00	840,00	960,00
ΙΟΥΛΙΟΣ	480,00	600,00	720,00	900,00	1.080,00
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	540,00	660,00	780,00	960,00	1.200,00
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	540,00	600,00	720,00	900,00	900,00
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	300,00	480,00	480,00	720,00	840,00
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	180,00	240,00	420,00	540,00	720,00
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	180,00	240,00	420,00	540,00	660,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>	<b>3.780,00</b>	<b>4.980,00</b>	<b>6.600,00</b>	<b>8.460,00</b>	<b>10.140,00</b>

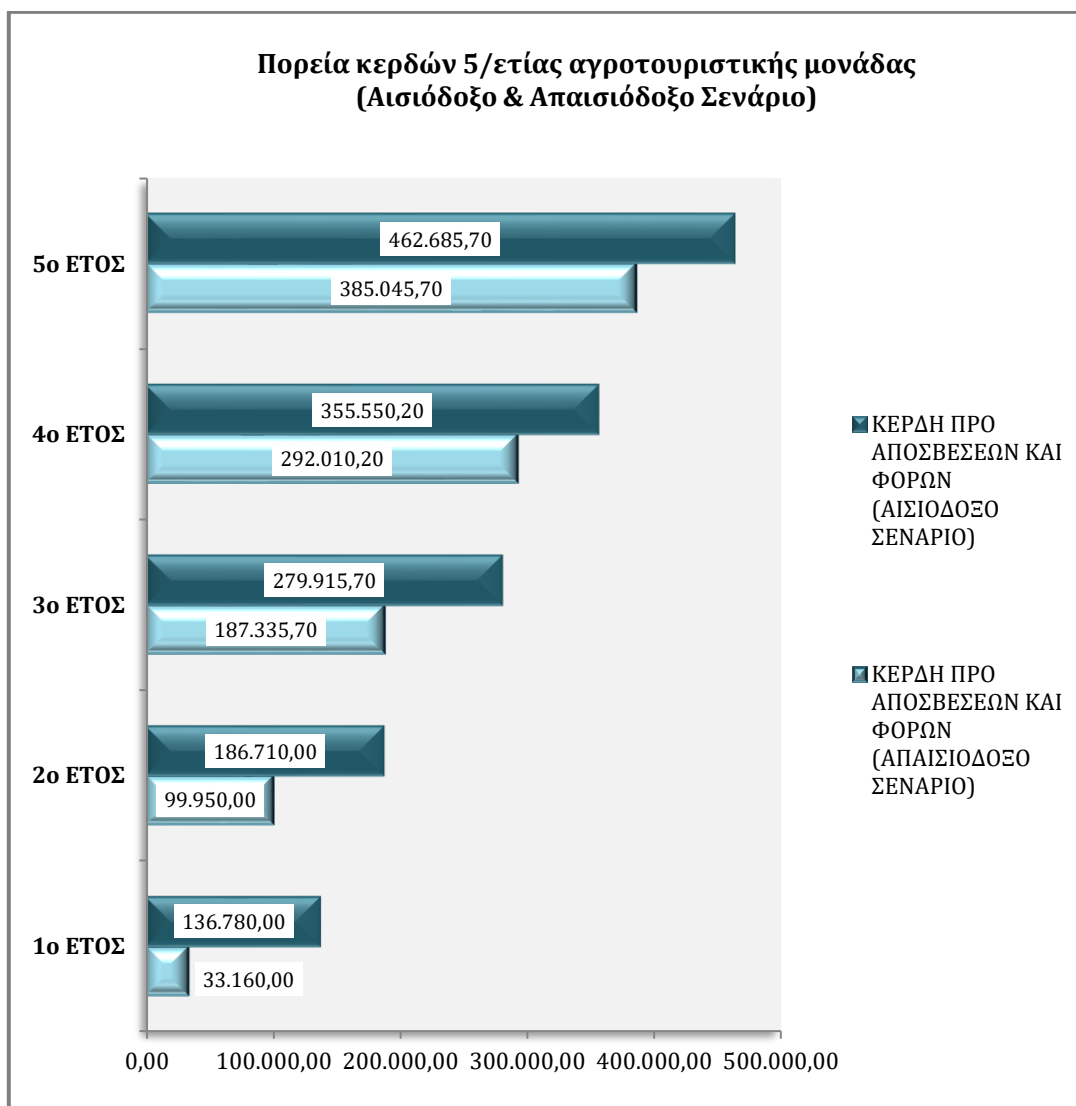


Πίνακας 17. Προβλεπόμενα έσοδα από διανυκτερεύσεις - Αισιόδοξο Σενάριο

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ					
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ					
ΜΗΝΑΣ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	8.280,00 €	11.040,00 €	19.320,00 €	24.840,00 €	30.360,00 €
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	8.280,00 €	11.040,00 €	19.320,00 €	24.840,00 €	30.360,00 €
ΜΑΡΤΙΟΣ	11.040,00 €	16.560,00 €	22.080,00 €	27.600,00 €	33.120,00 €
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	13.320,00 €	19.980,00 €	29.970,00 €	36.630,00 €	46.620,00 €
ΜΑΙΟΣ	19.980,00 €	26.640,00 €	33.300,00 €	39.960,00 €	49.950,00 €
ΙΟΥΝΙΟΣ	19.980,00 €	26.640,00 €	33.300,00 €	46.620,00 €	53.280,00 €
ΙΟΥΛΙΟΣ	32.880,00 €	41.100,00 €	49.320,00 €	61.650,00 €	73.980,00 €
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	36.990,00 €	45.210,00 €	53.430,00 €	65.760,00 €	82.200,00 €
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	36.990,00 €	41.100,00 €	49.320,00 €	61.650,00 €	61.650,00 €
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	16.650,00 €	26.640,00 €	26.640,00 €	39.960,00 €	46.620,00 €
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	9.990,00 €	13.320,00 €	23.310,00 €	29.970,00 €	39.960,00 €
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	8.280,00 €	11.040,00 €	19.320,00 €	24.840,00 €	30.360,00 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>	<b>222.660,00 €</b>	<b>290.310,00 €</b>	<b>378.630,00 €</b>	<b>484.320,00 €</b>	<b>578.460,00 €</b>

Πίνακας 18. Κέρδη προ φόρων και αποσβέσεων - Απαισιόδοξο Σενάριο

ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ					
ΕΣΟΔΑ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
	222.660,0	290.310,0	378.630,0	484.320,0	578.460,0
<b>ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ</b>	<b>222.660,0</b>	<b>290.310,0</b>	<b>378.630,0</b>	<b>484.320,0</b>	<b>578.460,0</b>
ΕΣΟΔΑ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
<b>Κόστος μισθοδοσίας</b>	176.000,0	176.000,0	176.000,0	176.000,0	176.000,0
<b>Λειτουργικές δαπάνες</b>					
Μισθώματα ενοίκια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Δαπάνες ηλεκτρισμού	1.500,0	1.530,0	1.560,6	1.591,8	1.623,6
Αναλώσιμα	1.000,0	1.020,0	1.040,4	1.061,2	1.082,4
<b>Έξοδα διοίκησης</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Έξοδα συντήρησης</b>	1.500,0	1.545,0	1.591,4	1.639,1	1.688,3
<b>Γενικά έξοδα</b>	2.000,0	2.060,0	2.121,8	2.185,5	2.251,0
<b>Έξοδα προβολής</b>	7.000,0	7.700,0	8.470,0	9.317,0	10.248,7
<b>Άλλα έξοδα (ανάλυση)</b>					
Δημοτικά τέλη	500,0	505,0	510,1	515,2	520,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ</b>	<b>189.500,0</b>	<b>190.360,0</b>	<b>191.294,3</b>	<b>192.309,8</b>	<b>193.414,3</b>
ΚΕΡΔΗ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
<b>ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΩΝ</b>	<b>33.160,0</b>	<b>99.950,0</b>	<b>187.335,7</b>	<b>292.010,2</b>	<b>385.045,7</b>



Διάγραμμα 3. Πορεία κερδών 5/ετίας προ φόρων & αποσβέσεων (Αισιόδοξο & Απαισιόδοξο Σενάριο)

Σύμφωνα με τους παραπάνω υπολογισμούς και δεδομένου ότι ο προϋπολογισμός της επένδυσης ανέρχεται στα 1.670.000€ μπορούμε να υπολογίσουμε τον Εσωτερικό Βαθμό Απόδοσης (EBA) αυτής. Ο EBA χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση χρηματοοικονομικών και παραγωγικών επενδύσεων, προκειμένου να διαπιστώσουμε τον αναμενόμενο βαθμό απόδοσης μιας επένδυσης, γεγονός που επιτρέπει την εξαγωγή συμπερασμάτων αναφορικά με την ανάκτηση του αρχικού κεφαλαίου μιας επένδυσης και την επίτευξη μιας επιπλέον ικανοποιητικής απόδοσης. Ο EBA υπολογίζεται αλγεβρικά από τη σχέση:



$$EBA = \sum_1^n \frac{KTP_n}{(1+r)^n} - Ko = 0$$

Όπου:

$KTP_n$  = Καθαρές Ταμειακές Ροές για n έτη της επένδυσης

r = Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (EBA) της επένδυσης

$Ko$  = το αρχικό κεφάλαιο της επένδυσης

Ακολουθεί ο αλγεβρικός υπολογισμός του EBA, για την επένδυση του αγροτουριστικού καταλύματος που μελετάται τόσο για το αισιόδοξο όσο και για το απαισιόδοξο σενάριο:

**i. EBA - Αισιόδοξο Σενάριο:**

$$EBA_{\text{Αισιόδοξο Σενάριο}} = \sum_1^n \frac{KTP_n}{(1+r)^n} - Ko = 0 \rightarrow$$

$$\frac{136.780,0}{(1+r)^1} + \frac{186.710,0}{(1+r)^2} + \frac{279.915,7}{(1+r)^3} + \frac{355.550,2}{(1+r)^4} + \frac{462.685,7}{(1+r)^5} - 1.650.000 = 0 \rightarrow \dots$$

$$\rightarrow EBA_{\text{Αισιόδοξο Σενάριο}} = 6,71\%$$

Εφόσον ο EBA του αισιόδοξου σεναρίου είναι 6,71% που είναι μεγαλύτερο από την απόδοση 5% που επιθυμούν οι επενδυτές για την παρούσα επένδυση. Επομένως, η υπό εξέταση επένδυση καθίσταται περισσότερο αποδοτική και κρίνεται σκόπιμο να υλοποιηθεί από τους επενδυτές.



**ii. EBA – Απαισιόδοξο Σενάριο:**

$$EBA_{\text{Απαισιόδοξο Σενάριο}} = \sum_1^n \frac{KTP_n}{(1+r)^n} - K_0 = 0 \rightarrow$$

$$\frac{33.160,0}{(1+r)^1} + \frac{99.950,0}{(1+r)^2} + \frac{187.335,7}{(1+r)^3} + \frac{292.010,2}{(1+r)^4} + \frac{385.045,7}{(1+r)^5} - 1.650.000 = 0 \rightarrow \dots$$

$$\rightarrow EBA_{\text{Απαισιόδοξο Σενάριο}} = 25,67\%$$

Εφόσον ο EBA του αισιόδοξου σεναρίου είναι 25,67% που είναι μεγαλύτερο από την απόδοση 5% που επιθυμούν οι επενδυτές για την παρούσα επένδυση. Επομένως, η υπό εξέταση επένδυση καθίσταται περισσότερο αποδοτική και κρίνεται σκόπιμο να υλοποιηθεί από τους επενδυτές.

Από τα παραπάνω συνάγεται ότι η υπό εξέταση επένδυση θα επιτύχει υψηλό βαθμό εσωτερικής απόδοσης, γεγονός που θα επιτρέψει στους επενδυτές με το πέρας της πενταετίας να ανακτήσουν το αρχικό επενδυτικό κεφάλαιο και επιπλέον να πετύχουν μια ικανοποιητική απόδοση.

#### **4.7. Συμπεράσματα**

Το εν λόγω επιχειρηματικό πλάνο εκπονήθηκε τόσο για τις ανάγκες της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας όσο και για την παρουσίαση της επιχειρηματικής ιδέας, της λειτουργίας ενός καινοτόμου και αμιγώς αγροτουριστικού καταλύματος που θα δραστηριοποιείται στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών, σε πιθανούς επενδυτές και σε χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Από την ανάλυση του επιχειρηματικού πλάνου συμπεραίνεται, πως η νέα Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία με τον διακριτικό τίτλο «Δρυάδες» δύναται να καταστεί άμεσα σε μία κερδοφόρα και με προοπτικές ανάπτυξης εταιρεία, άρρηκτα συνδεδεμένη με το αγροτουριστικό προϊόν.





Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός πως ο χώρος που θα κατασκευαστούν οι κτιριακές και άλλες εγκαταστάσεις του καταλύματος, καθώς επίσης και το γεγονός πως οι ιδρυτές της διαθέτουν σημαντικά επενδυτικά κεφάλαια, προκειμένου να ξεκινήσουν τόσο οι κατασκευαστικές όσο και άλλες εργασίες για την υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας, οι κίνδυνοι αποτυχίας καθίστανται μικροί.

Η καινοτομία, η διάθεση του Ε.Σ.Α., οι αμιγώς αγροτουριστικές υπηρεσίες καθώς οι λοιπές υπηρεσίες που θα προσφέρονται από την εταιρεία, σε συνεργασία με το εξειδικευμένο προσωπικό και άλλες επιχειρήσεις του κλάδου αποτελούν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, που θα συμβάλλουν στην ταχεία αύξηση της αναγνωρισιμότητάς της, στην αύξηση της ικανοποίησης και της πιστότητας των πελατών της και ως εκ τούτου και στην επιτυχία της.

Η εταιρία θα μπορέσει άμεσα με τη λειτουργία της να δώσει πίσω τα έξοδα πρώτης εγκατάστασης και να προσφέρει γρήγορα κερδοφορία στους ιδρυτές. Επίσης υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες βελτίωσης και αύξησης των δραστηριοτήτων, ώστε άμεσα να αυξηθούν και άλλο οι εισπράξεις με μικρές επενδύσεις και κόστος ενσωμάτωσης και άλλων δραστηριοτήτων όπως το glamping.

Τα αποτελέσματα από την υλοποίηση της εν λόγω τουριστικής επένδυσης αναμένονται σημαντικά, τόσο για την ίδια την εταιρεία όσο και για τα κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον της ευρύτερης περιοχής της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών. Η εταιρεία μέσω της δραστηριοποίησής της αναμένεται να αυξήσει τα ενεργά οικονομικά της στοιχεία και να ενισχυθεί έναντι του τοπικού και περιφερειακού ανταγωνισμού, προσφέροντας διαφοροποιημένες, ποιοτικές και ανταγωνιστικές υπηρεσίες. Τα αναμενόμενα αποτελέσματα στο κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον είναι επίσης σημαντικά. Η υλοποίηση της επένδυσης θα συμβάλει στην αύξηση της επισκεψιμότητας στην περιοχή εγκατάστασης, στην βελτίωση του τοπικού εισοδήματος και στην ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω των συνεργασιών και συνεργειών με τοπικές επιχειρήσεις, όπως του γαστρονομικού και οινικού τομέα, με τις οποίες η τουριστική επιχείρηση θα αναπτύξει συνεργασίες, ώστε να προσφέρονται συνδυαστικές υπηρεσίες δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού, εστίασης και



διαμονής στους πελάτες της εταιρείας. Ο συνδυασμός αυτός και η ανάπτυξη συνεργασιών με τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις αποτελεί και στρατηγικό στόχο της διοίκησης της εταιρείας για την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στους πελάτες της.

Επιπλέον, οι «πράσινες» πολιτικές που θα ακολουθηθούν από την εταιρεία βρίσκονται σε απόλυτη συνάφεια με τη στρατηγική της ΕΕ και της Ελλάδας, για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος.

Για τους παραπάνω λόγους, η υλοποίηση της παρούσας επένδυσης κρίνεται σκόπιμο να πραγματοποιηθεί, καθώς οι ευκαιρίες είναι σημαντικές, προσθέτοντας επίσης, πως στην ευρύτερη περιοχή δεν λειτουργεί ανάλογο κατάλυμα (εστιασμένο στον αγροτουρισμό) και γενικότερα τα ανταγωνιστικά καταλύματα είναι ελάχιστα με μικρή δυναμικότητα.

Οι ιδρυτές, επομένως, θα πρέπει να επιτύχουν μία ισχυρή χρηματοδότηση, ώστε να εξασφαλίσουν τη ρευστότητα της εταιρείας, για τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της, προκειμένου να καθιερωθούν στον χώρο του αγροτουρισμού. Οι κρίσεις που έχουν αντιμετωπιστεί, σε παγκόσμιο επίπεδο, φαίνεται πως δεν έχουν επιφέρει σοβαρές επιπτώσεις στα αγροτουριστικά καταλύματα, σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό, γι' αυτό άλλωστε προωθείται αυτή η μορφή τουρισμού από την ΕΕ.

Εν κατακλείδι, τόσο από τα πλεονεκτήματα της επένδυσης όσο και από τα προβλεπόμενα οικονομικά στοιχεία που παρουσιάστηκαν στη χρηματοοικονομική ανάλυση, συνάγεται ότι η υλοποίηση της παρούσας επένδυσης θα έχει θετικό πρόσημο και πρέπει να πραγματοποιηθεί.



## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

### ΞΕΝΕΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

1. Adventurati Outdoor.com. 2023. <https://www.adventurati-outdoor.com/en/adventuretourism>.
2. Aetos-grevena.blogspot.com. 2023. <https://aetos-grevena.blogspot.com/search/label/%CE%A6%CE%99%CE%9B%CE%99%CE%A0%CE%A0%CE%91%CE%99%CE%9F%CE%99>.
3. AgroCapital.gr. *Ο αγροτουριστικός τομέας επλήγη από την κρίση Covid-19* . 2020. <https://www.agrocapital.gr/news/42611/o-agrotoyristikos-tomeas-epligi-apo-tin-krisi-covid-19->.
4. *agrotourism.wordpress*. 2022. <https://agrotourism.wordpress.com/%ce%a3%cf%84%cf%8c%cf%87%ce%bf%ce%b9-%cf%84%ce%bf%cf%85-%ce%b1%ce%b3%cf%81%ce%bf%cf%84%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b9%cf%83%ce%bc%ce%bf%cf%8d/> (πρόσβαση January 15, 2022).
5. AllOverGreece.gr. 2023. <https://www.allovergreece.com/Stone-Bridge/Descr/57/el>.
6. Aristeia.news. 2020. <https://aristeia.news/%CE%BF%CE%B9-%CF%86%CE%B9%CE%BB%CE%B9%CF%80%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%BF%CE%B9-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B3%CF%81%CE%B5%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CF%8E%CE%BD/>.
7. Bahattin O., Beykan G., Rabia B. «Satisfaction with All-Inclusive Tourism Resorts: The Effects of Satisfaction with Destination and Destination Loyalty.» *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 2012.
8. Barbieri, C. «A comparison of agritourism and other farm entrepreneurs: implications for future tourism and sociological research on agritourism.» In D. B. Klenosky, & C. L. Fisher (Eds.), *Proceedings of the 2008 northeastern recreation research symposium*, 2009: 343-349.
9. «An importance-performance analysis of the motivations behind.» *Journal of Rural*, 2010: 1-20.
10. Barbieri, Carla. «Agrotourism research: a perspective article.» *Tourism Review*, 2019: 149-152.



11. Basiron, Mohd Nizam. *MARINE TOURISM INDUSTRY - trends and prospects*. Langkawi: National Seminar on the Development of Marine Tourism Industry in South East Asia, 1997.
12. Bendmar, C. *Evaluación financiera de la inversión en un puerto deportivo*. Barcelona, Spain: Universidad Politécnica de Cataluña, 2006.
13. Bichler B. & Pikkemaat B. «Winter sports tourism to urban destinations: Identifying potential and comparing motivational differences across skier groups.» *Journal of Outdoors Recreation and Tourism*, 2021.
14. Blamey, R. *Principals of Ecotourism. The Encyclopedia of Ecotourism*. Weaver, 2001.
15. Blue-Growth.org. 2023. [https://www.blue-growth.org/Coastal\\_Tourism.htm](https://www.blue-growth.org/Coastal_Tourism.htm).
16. Bock, Kerstin. «The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities.» *European Journal of Future Research*, 2015: 1-8.
17. Busby, G., & Rendle, S. «Transition from tourism on farms to farm tourism.» *Tourism Management*, 1999: 635-642.
18. Carlsen, Jack. «A Review of Global Wine Tourism Research.» *Journal of Wine Research*, 2004: 5-13.
19. CBI Minister of Foreign Affairs. 2023. <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/sport-tourism/market-potential>.
20. Che D., Veeck A. and Veeck G. «Demographic Characteristics And Motivations Of Michigan Agritourists.» *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium*. 2006.
21. CNNtravel.com. 2019. <https://edition.cnn.com/travel/article/dark-tourism-chernobyl/index.html>.
22. Corbin, Alain. *The Lure of the Sea*. Paris: Polity Press, 1994.
23. *Cretetravel*. [https://www.cretetravel.com/en/hotel/26/Milia\\_Traditional\\_Village](https://www.cretetravel.com/en/hotel/26/Milia_Traditional_Village) (πρόσβαση May 8, 2021).
24. Dwyer, L. «Emerging ocean industries: Implications for sustainable tourism development.» *Tourism in Marine Environments*, 2018: 25-40.
25. Dysi.gr. 2019. <https://dysi.gr/listings/%CE%B3%CE%B5%CF%86%CF%8D%CF%81%CE%B9-%CF%80%CE%BF%CF%81%CF%84%CE%AF%CF%84%CF%83%CE%B1%CF%82/>.



26. Ellinika-xwria.blogspot.com. 2018. [http://ellinika-xwria.blogspot.com/2016/02/blog-post\\_125.html](http://ellinika-xwria.blogspot.com/2016/02/blog-post_125.html).
27. Elliniko-panorama.gr. 2003. <https://www.elliniko-panorama.gr/articles/764/1,5,6/mikrolivado-grevenwn.html>.
28. Ellinismos.gr. 2022. <https://ellinismos.gr/istoria-ellinismoy/topikes-istories/rodia-grevenon/>.
29. *Enterprise Greece - Invest & Trade*. <https://www.enterprisegreece.gov.gr/ependyste-sthn-ellada/kladoi-aixmhs/toyrismos> (πρόσβαση May 8, 2021).
30. Euracademy Thematic Guide Series. 2003. [https://www.euracademy.org/wp-content/uploads/2017/04/Euracademy\\_TG1\\_Sustainable\\_Rural\\_Tourism.pdf](https://www.euracademy.org/wp-content/uploads/2017/04/Euracademy_TG1_Sustainable_Rural_Tourism.pdf).
31. Eurostat. *Η Δημογραφία της Ευρώπης*. 2021. [https://www.statistics.gr/demography/img/pdf/Demography-InteractivePublication-2021\\_el.pdf?lang=el](https://www.statistics.gr/demography/img/pdf/Demography-InteractivePublication-2021_el.pdf?lang=el).
32. Evans N., Ilbery B. . «A conceptual framework for investigating farm-based accommodation and tourism in Britain.» 5 (1989): 257-266.
33. Evans, N. J., and B. W. Ilbery. «A Conceptual Framework for Investigating Farm-Based Accommodation and Tourism in Britain.» *Journal of Rural Studies*, 1989: 257-66.
34. *Facebook*. <https://www.facebook.com/miliacrete> (πρόσβαση May 8, 2021).
35. Fisher, D. «The potential for rural heritage tourism in the Clarence valley of northern new south Wales.» *Australian Geographer*, 2002: 493-501.
36. Fleischer, A., & Tchetchik, A. «Does rural tourism benefit from agriculture?» *Tourism Management*, 2005: 493-501.
37. Fortune Business Insights. 2019. <https://www.fortunebusinessinsights.com/agritourism-market-103297>.
38. Getz, D. (1986). «Models in tourism planning: Towards intergration of theory and practice.» *Tourism Managment*, 1986: 21-32.
39. Gilbert, E.W. «The growth of Inland and seaside health resorts in England.» *Scottish Geographical Magazine*, 27 Feb 2008: 16-35.
40. GoHawaii.com. 2022. <https://www.gohawaii.com/voluntourism>.
41. *Google Trends*. <https://trends.google.com/trends/?geo=GR> (πρόσβαση May 8, 2021).



42. Greece.com. 2022.  
[https://www.greece.com/photos/destinations/Macedonia/Grevena/Village/Kyparissi/%CE%9A%CF%85%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%AF%CF%83%CF%83%CE%B9\\_%CE%93%CF%81%CE%B5%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CF%8E%CE%BD\\_%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CF%84%CE%B5\\_%CE%9C%CF%80%CE%AF%CF%83%CE%BF%CE%](https://www.greece.com/photos/destinations/Macedonia/Grevena/Village/Kyparissi/%CE%9A%CF%85%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%AF%CF%83%CF%83%CE%B9_%CE%93%CF%81%CE%B5%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CF%8E%CE%BD_%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CF%84%CE%B5_%CE%9C%CF%80%CE%AF%CF%83%CE%BF%CE%).
43. Greece-from-air.gr. 2019. <https://www.greece-from-air.gr/%CE%B4%CE%BF%CF%84%CF%83%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%B3%CF%81%CE%B5%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CF%8E%CE%BD/>.
44. GreeceInFigures.com. 2023 . <https://greeceinfigures.com/plithismos>.
45. GynaikesKarperou.blogspot.com. 2012. <http://ginaikeskarperou.blogspot.com/>.
46. Gyr, Ueli. «The History of Tourism: Structures on th Path to Modernity.» *European History Online*. <https://d-nb.info/1020543884/34> (πρόσβαση May 8, 2021).
47. Hall, C. «Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier?» *Ocean Coast. Manag.*, 2001: 601-618.
48. HellasAgroToursim.org. 2018. <https://hellasagrotourism.org/thesmiko-plaisio-gia-ton-agrotourismo-stin-ellada-einai-gegonos>.
49. <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1435>.  
<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1435>.
50. «<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1441>». <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1441>.
51. «<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1447>». <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1447>.
52. «<https://thermalmedicineacademy.gr/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CF%80%CE%AD%CF%84%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CF%82/>»  
<https://thermalmedicineacademy.gr/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CF%80%CE%AD%CF%84%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CF%82/>.
53. «<https://www.visitgreece.gr/el/experiences/religious-tourism/>»  
<https://www.visitgreece.gr/el/experiences/religious-tourism/>.
54. Ilberry, B., Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., & Shaw A. «Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: a case study from northern Pennies, England.» *Journal of Rural Studies*, 1998: 355-364.



55. imgre.gr. 2021. <https://imgre.gr/%CE%B9%CE%B5%CF%81%CE%B5%CF%83-%CE%BC%CE%BF%CE%BD%CE%B5%CF%83/%CE%B9-%CE%BC-%CE%B5%CF%85%CE%B1%CE%B3%CE%B3%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85-%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%85%CE%BD%CE%AC%CF%83%CE%B9%CE%B1%CF%82/>.
56. Inayatullah, S. «City futures in transformation: emerging issues and case studies.» *Futures*, 2011: 654-61.
57. INSETE. *Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας* . 2022. [https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/22-12\\_Western\\_Macedonia-1.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/22-12_Western_Macedonia-1.pdf).
58. *Instagram*. <https://www.instagram.com/miliamountainretreat/> (πρόσβαση May 8, 2021).
59. Kamble A. & Deshmukh R. «Agritourism Market by Activity (On-Farm Sales, Outdoor Recreation, Agritainment, Educational Tourism, Accommodations and Others), Sales Channel (Travel Agents and Direct):Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2021-2027.» 2021. <https://www.alliedmarketresearch.com/agritourism-market-A09097>.
60. Kivela J. & Croots J. «Gastronomy tourism.» *Journal of Culinary Science & Technology*, 2005: 39-55.
61. Kizos T. & Iosifides T. «The contradiction of agritourist development in Greece: evidence from three case studies.» *South European Society and Politics*, 2007: 59-77.
62. LeCordonBleu. 2023. <https://www.cordonbleu.edu/news/culinary-tourism/en>.
63. Lickorish L. & Jenkins . *AN introduction to tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1997.
64. Lickorish L. & Jenkins C. *An introduction to tourism*. Αθήνα: Κριτική, 2004.
65. Lickorish L. and Jenkins C. *TOURISM, An Introduction*. New York, USA: Routledge, 2011.
66. Lieper, Neil. «The framework or Tourism, Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry.» *Annals of Tourism Research*, 1979.
67. Loofgren, Orvar. *A History of Vacationing*. California: University of California Press, 1999.
68. Mahaliyanaarachchi, Rohana P. «Role of Agri Tourism as a Moderated Rural Business.» *Tourism, Leisure and Global Change*, 2015.



69. Marin-Pantelescu, A. «The business travellers motivation and behavior.» *Cactus Tourism Journal*, 2011: 73-79.
70. Marques, H. «Searching for complementarities between agriculture and tourism – the demarcated wine-producing regions of northern Portugal.» *Tourism Economics*, 2006: 147-155.
71. Marques, Helena. «Searching for Complementarities between Agriculture and Tourism - The Demarcated Wine-Producing Regions of Northern Portugal.» 1 March 2006.
72. McGehee, N. «An agritourism systems model: a Weberian perspective.» *Journal of Sustainable Tourism*, 2007: 111-124.
73. McGehee, N., & Kim, K. «Motivation for agri-tourism entrepreneurship.» *Journal of Travel Research*, 2004: 161-170.
74. McIntosh, A.J., & Bonnemann, S.M. «Willing workers on organic farms (WWOOF): the alternative farm stay experience?» *Journal of Sustainable Tourism*, 2006: 82-99.
75. McKercher B. & Du Cros H. *Cultural Tourism*. Abingdon, Oxon: Routledge, 2015.
76. Murphy, Peter. *Tourism*. New York, USA: Routledge, 2013.
77. Natan U., Arie R. & Amos R. «Volunteering in Tourism: Additional Thinking .» *Tourism Recreation Research*, 2003: 57-62.
78. «National Agricultural Law Center.»  
<https://nationalaglawcenter.org/overview/agritourism/> (πρόσβαση May 8, 2021).
79. NewsAgency. *Διεθνές Πρακτορείο Εκκλησιαστικών Ειδήσεων*. 2019.  
<https://www.orthodoxianewsagency.gr/ieres-mones/o-osios-nikanoras-kai-i-iera-moni-metamorfoseos-tou-sotiros-sti-zavorda/>.
80. Nickerson, N., Black, R. & McCool, S. «Agritourism: motivation behind farm/ranch business diversification.» *Journal of Travel Research*, 2001: 19-26.
81. Nickerson, N., Black, R. and McCool, S. «Agritourism: Motivations behind Farm/Ranch Business Diversification.» *Journal of Travel Research* 40 (2001): 19-26.
82. Nickerson, N., Black, R., & McCool, S. «Agritourism: motivations behind farm/ranch business diversification.» *Journal of Travel Research*, 2001: 19-26.
83. Ollenburg, C., & Buckley, R. «Stated economic and social motivations of farm tourism operators.» *Journal of Travel Research*, 2007: 444-452.





84. Orams, M. *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*. London: Routledge, 1999.
85. OrthodoxiaNewsAgency.gr. 2022. <https://www.orthodoxianewsagency.gr/epikairotita/o-thriskeytikos-tourismos-stin-li-diethni-ekthesi-thematikou-tourismou/>.
86. Pamegrevena.gr. 2018. <http://www.pamegrevena.gr/2015/07/petrino-gefyrikatsougianni-spilaio-grevena-stone-bridge.html>.
87. Philip S., Hunter C. & Blackstock K. «A Typology of defining agritourism.» *Tourism Management*, 2010: 754-758.
88. Rahmafritria et al. «Tourism planning and planning theory: Historical roots and contemporary alignment.» *Tourism Management Perspectives*, 2020.
89. Samarina.gr. 2023. <https://www.samarina.gr>.
90. Smith, Stephen L.J. «DEFINING TOURISM - A Supple-Side View.» *Annal of Tourism Research*, 1988: 179-190.
91. Speirs, Lindsay J. «Agritourism: Market segmentation profile of potential and practising agritourists.» 2003.
92. Srikatanyoo Natthawut & Campiranon Kom. «Agritourist Needs and Motivations: The Chiang Mai Case.» *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 11 May 2010: 166-178.
93. Steele, P. «Ecotourism: an economic analysis.» *Gournal of Sustainable Tourism*, 1995: 29-43.
94. Sznajder M. & Przezbórska L. «Identification of rural and agri0tourism products and services.» 2004.
95. Tarlow, Peter E. «Dark tourism.» Στο *Niche tourism*, του/της Marina Novelli, 47-58. 2005.
96. Tew C. & Barbieri C. «The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective.» *Tourism Management*, 2012: 215-224.
97. *The International Ecotourism Society*. 2021. <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> (πρόσβαση Nov. 24, 2021).
98. ThoughtCo. 2020. <https://www.thoughtco.com/what-is-ecotourism-1435185>.
99. TourismToday. *Οι πέντε κορυφαίες τάσεις του αγροτουρισμού για το 2020*. 2020. <https://www.tourismtoday.gr/%CE%BF%CE%B9-%CF%80%CE%AD%CE%BD%CF%84%CE%B5-%CE%BA%CE%BF%CF%81%CF%85%CF%86%CE%B1%CE%AF%CE%B5%CF>



%82-%CF%84%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-  
%CF%84%CE%BF%CF%85-  
%CE%B1%CE%B3%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85/.

- 100.** *Tourismtoday.*  
<https://www.tourismtoday.gr/a%ce%bd%ce%b5%cf%81%cf%87%cf%8c%ce%bc%ce%b5%ce%bd%ce%b7-%cf%84%ce%ac%cf%83%ce%b7-%cf%84%ce%b1-%cf%83%cf%8c%ce%bb%ce%bf-%cf%84%ce%b1%ce%be%ce%af%ce%b4%ce%b9%ce%b1/> (πρόσβαση May 8, 2021).
- 101.** Tour-Market.gr. 2018. <https://www.tour-market.gr/epangelmatikos-synedriakos-tourismos-to-kryfo-charti-tis-ikonomias/>.
- 102.** toVoion.gr . 2020.  
<https://www.tovoion.com/%CE%BD%CE%AD%CE%B1/%CF%84%CE%B1-%CE%BD%CE%AD%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B2%CE%BF%CE%AF%CE%BF%CF%85/%CF%86%CF%89%CF%84%CE%BF%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%AE-%CE%BA%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%88%CE%B7-%CF%83%CF%84%CE%B9%C>.
- 103.** Tower, John. «History and Toyrism.» *Annals of Tourism Research*, 1991: 71-84.
- 104.** TravelMagic.gr. 2017. <https://travelmagic.gr/grevena/ziakas/>.
- 105.** TravelStyle.gr. 2020. <https://www.travelstyle.gr/kalloni-grevenon-ena-panemofu-oreino-chorio-onoma-kai-pragma-poy-thymizei-kinimatografiko-skiniko-vinteo/>.
- 106.** Trikomogrebenon.blogspot.com. 2013.  
[http://trikomogrebenon.blogspot.com/2013/09/blog-post\\_15.html](http://trikomogrebenon.blogspot.com/2013/09/blog-post_15.html).
- 107.** Tripadvisor. 2015. [https://www.tripadvisor.com.gr/Attractions-g186338-Activities-c42-t229-London\\_England.html](https://www.tripadvisor.com.gr/Attractions-g186338-Activities-c42-t229-London_England.html).
- 108.** *Tripadvisor.* 2015. <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w641> (πρόσβαση Nov 27, 2021).
- 109.** *Tripadvisor.* [https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g1191172-d274194-Reviews-Milia\\_Mountain\\_Retreat-Milia\\_Kissamos\\_Chania\\_Prefecture\\_Crete.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g1191172-d274194-Reviews-Milia_Mountain_Retreat-Milia_Kissamos_Chania_Prefecture_Crete.html) (πρόσβαση May 8, 2021).
- 110.** *University of Tennessee.* 2005.
- 111.** *UNWTO.* 2022. <https://www.unwto.org/tourism-covid-19>.
- 112.** *UNWTO. World Tourism Organization.* 2021. <https://www.unwto.org/> (πρόσβαση November 11, 2021).



113. Valdivia C., Dunn E., Jette C. «Diversion as a risk management strategy in a Andean agropastoral community.» *American Journal of Agricultural Economics* 78 (1996): 1329-1334.
114. Valdivia, C., E.G. Dunn and C. Jette. «Diversification as a Risk Management Strategy in an Andean Agropastoral Community.» *American Journal of Agricultural Economics*, 1996: 1329-1334.
115. Veeck, G., Che, D., & Veeck, J. «America's changing farmscape: a study of agricultural tourism in Michigan.» *The Professional Geographer*, 2006: 235-348.
116. Views of Greece. 2018. <https://viewsofgreece.gr/ta-omorfotera-horia-tis-makedonias-periigisi-se-dekateseris-apo-tous-pio-endiaferontes-paradosiakous-oikismous-tis-vorias-elladas/>.
117. VisitGreece.gr. 2023. (<https://www.visitgreece.gr/el/experiences/religious-tourism/>).
118. Visit-Grevena.gr. 2022. <https://www.visit-grevena.gr/points-of-interest/stone-bridges/stavropotamou-bridge/>.
119. VisitMacedonia.gr. 2022. <https://www.visitwestmacedonia.gr/%CE%B3%CF%81%CE%B5%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CE%B1/%CE%B7-%CE%BC%CE%BF%CE%BD%CE%AE-%CE%B6%CE%AC%CE%B2%CE%BF%CF%81%CE%B4%CE%B1%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B1-%CE%B3%CF%81%CE%B5%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CE%AC/>.
120. Vlaxoxoria.gr. 2022. <https://vlaxoxoria.gr/perivoli/>.
121. Wall, G. «Is ecotourism sustainable?» *Environmental Management*, 1996.
122. Wallace G. and Pierce S. «An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil.» *Annals of Tourism Research*, 1996: 843-873.
123. Weaver, D.B. & Fennell, D.A. «The vacation farm sector in Saskatchewan: A profile of operations.» *Tourism Management*, 1997: 357-65.
124. «Wikipedia.» *Τουρισμός*. 2021. [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82#%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82\\_%CF%84%CE%BF%CF%85\\_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82#%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82_%CF%84%CE%BF%CF%85_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D) (πρόσβαση May 8, 2021).
125. «Wikipedia.» *Εναλλακτικός τουρισμός*. 2021. [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82\\_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D)



BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82 (πρόσβαση May 8, 2021).

126. WineTourism.com. 2018. <https://www.winetourism.com/zeni-winery/>.
127. *World Health Organization*. 2020. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>.
128. *World Tourism Organization (UNWTO)*. 2021. <https://www.unwto.org/urban-tourism> (πρόσβαση Nov. 26, 2021).
129. «WWF.» *Tourism Low*. 2013. <https://www.contentarchive.wwf.gr/images/pdfs/TourismLow.pdf>.
130. *www.ginaikeskarperou.blogspot.com*. 2013. <http://ginaikeskarperou.blogspot.com> (πρόσβαση Feb. 09, 2022).
131. *www.gkps.agrotikianaptixi.gr*. 2022. <http://gkps.agrotikianaptixi.gr/plirofories/index.asp>.
132. *www.interreg.gr*. <https://interreg.gr/> (πρόσβαση Feb. 13, 2022).
133. *www.paradosiaka-zymarika.gr*. 2022. <https://paradosiaka-zymarika.gr/the-cooperative/> (πρόσβαση Feb. 09, 2022).
134. *www.samarina.gr*. 2022. *www.samarina.gr* (πρόσβαση Feb. 06, 2022).
135. *www.spileo.gr*. <https://www.spileo.gr/index.php/to-xorio-mas> (πρόσβαση Feb. 28, 2022).
136. *www.visit-grevena.gr*. 2022. <http://www.visit-grevena.gr> (πρόσβαση Feb. 05, 2022).
137. *www.vlaxoxoria.gr*. 2022. <https://vlaxoxoria.gr/smixi/> (πρόσβαση Feb. 09, 2022).
138. *Ypaithros.gr*. 2020. <https://www.ypaithros.gr/mitroo-anagnorismenon-iamatikon-pigon-stin-istoselida-ypourgeiou-tourismou/>.
139. —. 2017. <https://www.ypaithros.gr/agrotourismos-kalliergiste-touristes->.
140. *AfricanPangolinSafaris.com*. 2023. <https://www.africanpangolinsafaris.com/cultural-tourism>.



## **ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ**

1. Αδαμακόπουλος Τ. & Ματσούκα Π. *Πίνδος - Γρεβενά*. ΚΑΠΟΝ, 2004.
2. Ακαδημία Ιαματικής Ιατρικής. *Τουρισμός Περιπέτειας*. 2020. <https://thermalmedicineacademy.gr/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CF%80%CE%AD%CF%84%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CF%82/>.
3. Ανδριώτης, Κ. *Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός*. Αθήνα: Σταμούλη, 2008.
4. Αποστόλου, Βασίλης. *Οικισμοί Γρεβενών*. Κοζάνη, 2018.
5. Βενετσανοπούλου, Μ. *Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Ιστορική Εξέλιξη - Θεσμικό Πλαίσιο*. Αθήνα: Interbooks, 2006.
6. Γ. & Γ. Ζαρζώνης & Κ. Πλακογιάννης. *Πέτρινα Περάσματα*. 2001.
7. ΓΕΛ Καρπερού Γρεβενών. 2013. <https://lykeio.karperou.gr/places/karperogrevenon>.
8. *Γρεβενά*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ζαρζώνη, 2006.
9. Δήμος Γρεβενών. «Επιχειρησιακό Σχέδιο Δήμου Γρεβενών .» Δεκέμβριος 2020. <https://www.dimosgrevenon.gr/attachments/article/2870/02%20%CE%A3%CF%87%CE%AD%CE%B4%CE%B9%CE%BF%20%CE%A3%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84.%20%CE%A3%CF%87%CE%B5%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D%20%CE%91%20%CE%A6%CE%AC%CF%83%CE%B7%20-%20%CE%95%CF%80%CE%B9%CE>.
10. *Δήμος Γρεβενών*. 2022. [https://www.dimosgrevenon.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=27&Itemid=12](https://www.dimosgrevenon.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=27&Itemid=12) (πρόσβαση Feb. 04, 2022).
11. Δήμος Δεσκάτης. «Στρατηγικός Σχεδιασμός Δήμου Δεσκάτης για την περίοδο 2016-2019.» 2016. <https://dimos-deskatis.gr/wp-content/uploads/2017/03/.pdf>.
12. Δολόγλου, Ναταλί. «Αγροτουρισμός - Οικοτουρισμός Έννοιες και Πραγματικότητα.» 2017.



13. *Ε.Τ.Α.Λ Α.Ε.* 2022. <https://www.etal-sa.gr/el/leader-ii-%CF%84%CE%B1%CF%85%CF%84%CE%BF%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%83-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%B1/> (πρόσβαση Feb. 01, 2022).
14. *Εθνικό Πάρκο Βόρειας Πίνδου.* 2022. <https://www.pindosnationalpark.gr/> (πρόσβαση Feb. 06, 2022).
15. «Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΣΣΑΑ) 2007-2013.» 2006.
16. *Ευρωπαϊκή Επιτροπή.* 2022. [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development\\_el#leader](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development_el#leader) (πρόσβαση Feb. 01, 2022).
17. *Ευρωπαϊκό Δίκτυο Αγροτικής Ανάπτυξης.* 2022. [https://enrd.ec.europa.eu/leader-clld/leader-toolkit/leaderclld-explained\\_en](https://enrd.ec.europa.eu/leader-clld/leader-toolkit/leaderclld-explained_en) (πρόσβαση Feb. 01, 2022).
18. Ηγουμενάκης Ν. & Κραβαρίτης Κ. *Τουρισμός Βασικές Έννοιες.* Αθήνα: Interbooks, 2004.
19. Καραγιάννης, Γεώργιος. *Αλατόπετρα Γρεβενών.* Αλατόπετρα, 2008.
20. Κραβαρίτης Κ & Παπαγεωργίου Ν. *Επαγγελματικός Τουρισμός. Οργάνωση Συνεδρίων.* Αθήνα: Interbooks, 2007.
21. Κωνσταντινίδης, Γεώργιος. *Γρεβενά η πόλη των μανιταριών.* ELIMIA S.A, 2009.
22. Μουτσόπουλος, Νικόλαος Κ. *Γρεβενά - Αρχαιότητες, κάστρα, οικισμοί, μοναστήρια και εκκλησίες του Ν. Γρεβενών.* Θεσσαλονίκη: UNIVERSITY STUDIO PRESS, 2006.
23. Ν.4582/2018 -Ειδικές Μορφές Τουρισμού-. 2018. <https://www.taxheaven.gr/law/4582/2018>.
24. Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Γρεβενών. *Γρεβενά - Μια περιήγηση στο χώρο και στο χρόνο.* 2010.
25. Οικονομικός Ταχυδρόμος. 2023. <https://www.ot.gr/tag/tourismos/page/17/>.
26. «Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO).» *Global benchmarking for city tourism measurement.AM Reports, Volume Ten.* 2014. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416691> (πρόσβαση Nov. 26, 2021).



27. Παπαδάκης Β. *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία*. Αθήνα: Μπένου, 2016.
28. Παπακωνσταντίνου, Α. *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Αγροτουρισμός Τοπική Οικονομική Ανάπτυξη: Η Περίπτωση της Περιφέρειας Θεσσαλίας*. Πτυχιακή Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, 2022.
29. Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας. 2020. [http://monopatia-pindos.uowm.gr/index3e57.html?option=com\\_content&view=article&id=109&lang=el](http://monopatia-pindos.uowm.gr/index3e57.html?option=com_content&view=article&id=109&lang=el).
30. Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών . 2023. <https://grevena.pdm.gov.gr/perifereiaki-enotita-grevenon/chorika-oria/geografiki-thesi/>.
31. *Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών*. 2022. <https://grevena.pdm.gov.gr/> (πρόσβαση Feb. 04, 2022).
32. *Ποιοι "τουριστες" επιλέγουν Αγροτουρισμό*. <https://hotelmag.gr/hotel-trends/%CE%B1%CE%B3%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AF%CE%BB-%CF%84%CE%B1%CE%BE%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CF%89%CF%84%CF%8E%CE%BD/> (πρόσβαση May 8, 2021).
33. *Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης*. 2022. <http://agrotikianaptixi.gr/el> (πρόσβαση Feb. 01, 2022).
34. Σαββίδου Ο. & Συνεργάτες. *Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα ΙΚΕ*. 2023. [http://www.lawsavvidou.gr/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AC\\_%CE%98%CE%AD%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CE%95%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C/%CE%B8%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B1%CF%81%CE%BD%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%](http://www.lawsavvidou.gr/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%98%CE%AD%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CE%95%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C/%CE%B8%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B1%CF%81%CE%BD%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%).
35. Σπάθης Σ. «Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών.» 2000. <https://www.kepe.gr/index.php/el/erevna/dimosieyseis/ektheseis/item/220-%CE%B1%CF%81-29-%CE%BF-%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%83-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%80>.



36. Στεργιόπουλος Β. *in.gr*. 2021. <https://www.in.gr/2021/11/05/life/diakopes/idees-gia-taksidia/smiksigrevenon-smiksimo-ton-vlaxon-tis-vasilitsas/>.
37. Αβδέλλα: *Το Βλαχοχώρι των Γρεβενών*. 2022. <https://www.in.gr/2022/11/15/life/diakopes/the-experts-way/avdella-grevenon-vlaxoxori-tis-voreias-pindou/>.
38. Συκάς, Βασίλης. *Βάλλια Κάλντα - Εθνικός Δρυμός Πίνδου*. Χείμαρρος, 2005.
39. *Τα Γρεβενά στο δρόμο της Εγνατίας*. Γρεβενά: Χείμαρρος, 2006.
40. Συναιτερισμός Άγιος Γεώργιος . 2022. <https://paradosiaka-zymarika.gr/>.
41. Τζημουράκας, Χρήστος Φ. *Καλλονή Νομού Γρεβενών*. Θεσσαλονίκη, 1979.
42. Τζιόλας, Αλέξανδρος Γ. *Πίνδος το εθνικό πάρκο*. Θεσσαλονίκη: Περιοδικό ΔΙΑΥΛΟΣ, 2010.
43. Τράπεζα της Ελλάδος. *Νομισματική Πολιτική 2022-2023*. 2023. <https://www.bankofgreece.gr/Publications/NomPol20222023.pdf>.
44. Τσάρτας Π. και Θανόπουλος Μ. *Γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα, Μελέτη αποτίμησης της λειτουργίας τους*. Αθήνα: Κέντρο Ερευνών για τις γυναίκες της Μεσογείου, 1994.
45. Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. May 2019. <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/agrotourism> (πρόσβαση January 16, 2022).
46. Υπουργείο Ανάπτυξης ΕΟΤ. *Σχεδιασμός δράσεων πιλοτικού χαρακτήρα για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού*. 2000.
47. Υπουργείο Τουρισμού. *Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού*. 2021. [https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2021/04/Template\\_odigos-ESA.pdf](https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2021/04/Template_odigos-ESA.pdf).
48. Υπουργείο Τουρισμού. 2021. [https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2021/04/Template\\_odigos-ESA.pdf](https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2021/04/Template_odigos-ESA.pdf) (πρόσβαση Januar 15, 2022).
49. Υπουργείο Τουρισμού. 2022. <https://mintour.gov.gr/>.
50. ΦΕΚ 3089-Β'/30-07-2018. *Εφημερίδα της Κυβερνήσεως*. 2018. [https://hellasagrotourism.org/sites/default/files/kya\\_12528\\_18\\_%CE%91%CE](https://hellasagrotourism.org/sites/default/files/kya_12528_18_%CE%91%CE)





%B3%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83  
%CE%BC%CF%8C%CF%82\_fek\_3089.pdf.

51. ΦΕΚ Α' 16/4.2.2022. *Αναπτυξιακός Νόμος Ελλάδα Ισχυρή Ανάπτυξη*. 2022.  
<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/772319/nomos-4887-2022>.
52. ΦΕΚ Α'86/11.4.2012. 2012.  
<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/66794/nomos-4072-2012>.
53. ΦΕΚ Α'87/7.6.2010. *Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης - Πρόγραμμα Καλλικράτης*. 2010.  
<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/132966/nomos-3852-2010>.