



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ  
MBA FOOD & AGRIBUSINESS**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία**

**Αγροτουρισμός στο Νομό Μεσσηνίας και Προοπτικές Ανάπτυξης**

**Καραγεωργίου Μ. Κωνσταντίνα**

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

Αγαπητού Χρύσα, Επίκουρη Καθηγήτρια ΠΑΠΕΙ

**ΑΘΗΝΑ  
2024**

**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία**

Αγροτουρισμός στο Νομό Μεσσηνίας και Προοπτικές Ανάπτυξης

Agritourism in the Prefecture of Messinia and Development Prospects

**Καραγεωργίου Μ. Κωνσταντίνα**

Εξεταστική Επιτροπή:

Χρύσα Αγαπητού, Επίκουρη Καθηγήτρια ΠΑΠΕΙ (επιβλέπουσα)

Αχιλλέας Βασιλόπουλος, Επίκουρος Καθηγητής ΓΠΑ

Κωνσταντίνος Χατζημιχαήλ, Επίκουρος Καθηγητής ΓΠΑ

## **Αγροτουρισμός στο Νομό Μεσσηνίας και Προοπτικές Ανάπτυξης**

*ΔΠΜΣ Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων & Γεωργίας*

*Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας & Ανάπτυξης*

*Τμήμα Επιστήμης Τροφίμων & Διατροφής του Ανθρώπου*

## **Π Ε Ρ Ι Λ Η Ψ Η**

Η παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζει τις στρατηγικές ανάπτυξης του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία, με στόχο την ανάδειξη του νομού ως ελκυστικού προορισμού. Ειδικότερα, αναλύονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής που την καθιστούν ιδανική για αγροτουρισμό, καθώς και οι τρόποι προβολής και προώθησης αυτής της μορφής τουρισμού. Παράλληλα, προτείνονται συγκεκριμένες ενέργειες για την περαιτέρω ανάπτυξη του αγροτουρισμού, με έμφαση στη μεγιστοποίηση των κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών οφελών.

Η μεθοδολογία της έρευνας περιλαμβάνει βιβλιογραφική ανασκόπηση και εμπειρική μελέτη, με τη χρήση ερωτηματολογίων που απευθύνθηκαν σε περισσότερους από 150 επισκέπτες και επαγγελματίες του αγροτουριστικού τομέα στη Μεσσηνία. Αναλύθηκαν οι τρόποι με τους οποίους προβάλλεται ο αγροτουρισμός στη Μεσσηνία, περιλαμβάνοντας τη χρήση τοπικών προϊόντων, πολιτιστικών δρώμενων και άλλων δράσεων που συνδέονται με τη γη και την παράδοση. Εντοπίστηκαν αδυναμίες στην οργανωμένη στρατηγική προώθησης, στην εκπαίδευση των επαγγελματιών του κλάδου και στην αξιοποίηση σύγχρονων εργαλείων μάρκετινγκ. Στη συνέχεια προτείνονται συγκεκριμένες ενέργειες, όπως η βελτίωση της δικτύωσης μεταξύ τοπικών επιχειρηματιών, η ενίσχυση της χρήσης ψηφιακών εργαλείων για προβολή και η διοργάνωση θεματικών τουριστικών εμπειριών. Τέλος, τα αποτελέσματα της έρευνας αναδεικνύουν τις τρέχουσες πρακτικές, τα κενά και τις προοπτικές του κλάδου, παρέχοντας χρήσιμες προτάσεις για την ενίσχυσή του.

**Επιστημονική περιοχή:** Αγροτουρισμός

**Λέξεις κλειδιά:** Αγροτουρισμός, Καλαμάτα, Νομός Μεσσηνίας, ανάπτυξη.

## **Agritourism in the Prefecture of Messinia and Development Prospects**

*MBA Food & Agribusiness*

*Department of Agricultural Economics & Rural Development*

*Department of Food Science & Human Nutrition*

### **A B S T R A C T**

This thesis examines the strategies for the development of agritourism in Messinia, to promote the prefecture as an attractive destination. In particular, the specific characteristics of the area that make it ideal for agritourism are analyzed, as well as the ways to promote this form of tourism. At the same time, specific actions are proposed for the further development of agritourism, with an emphasis on maximizing social, economic and environmental benefits.

The research methodology includes a literature review and an empirical study, using questionnaires addressed to more than 150 tourists and professionals in the agritourism sector in Messinia. The ways in which agritourism is promoted in Messinia were analyzed, including the use of local products, cultural events and other actions related to the land and tradition. Weaknesses were identified in the organized promotion strategy, in the training of industry professionals and in the utilization of modern marketing tools. Specific actions are then proposed, such as improving networking among local entrepreneurs, enhancing the use of digital tools for promotion and organizing thematic tourism experiences. Finally, the results of the research highlight the current practices, gaps and prospects of the industry, providing useful suggestions for its strengthening.

**Scientific area:** Agrotourism

**Keywords:** Agrotourism, Kalamata, Messinia Prefecture, development.

Η κάτωθι υπογεγραμμένη φοιτήτρια, Καραγεωργίου Κωνσταντίνα, δηλώνω ρητά ότι η παρούσα Μεταπτυχιακή Εργασία με τίτλο «Αγροτουρισμός στο Νομό Μεσσηνίας και Προοπτικές Ανάπτυξης», καθώς και τα ηλεκτρονικά αρχεία και πηγαίοι κώδικες που αναπτύχθηκαν ή τροποποιήθηκαν στα πλαίσια αυτής της εργασίας και αναφέρονται ρητώς μέσα στο κείμενο που συνοδεύουν, και η οποία έχει εκπονηθεί στο ΔΠΜΣ Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας-MBA Food & Agribusiness του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, υπό την επίβλεψη της κα. Αγαπητού Χρύσας, αποτελεί αποκλειστικά δικό μου, μη υποβοηθούμενο πόνημα, δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής. Τα σημεία όπου έχουν χρησιμοποιηθεί ιδέες, κείμενο, αρχεία ή / και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή.

Η μεταπτυχιακή εργασία αυτή υποβάλλεται σε μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για την απονομή του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην «Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας» του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Δεν έχει υποβληθεί ποτέ πριν για οιοδήποτε λόγο ή για εξέταση σε οποιοδήποτε άλλο πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα της χώρας ή του εξωτερικού. Η εργασία αποτελεί προϊόν συνεργασίας της φοιτήτριας και της επιβλέπουσας της εκπόνησής της. Τα φυσικά αυτά πρόσωπα έχουν και τα πνευματικά δικαιώματα στη δημοσίευση των αποτελεσμάτων της εργασίας σε επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια. Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και μόνο.

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.

Καραγεωργίου Μ. Κωνσταντίνα

27 Δεκεμβρίου 2024

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα εργασία αποτελεί διπλωματική εργασία στα πλαίσια του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων & Γεωργίας» του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Πριν μοιραστώ μαζί σας τα αποτελέσματα της έρευνάς μου, θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς όλους όσους με βοήθησαν σε αυτό το ταξίδι. Χωρίς την υποστήριξή τους, δεν θα τα είχα καταφέρει.

Θα ήθελα να εκφράσω τα ειλικρινή μου ευχαριστήρια στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κυρία Χρύσα Αγαπητού, για την πολύτιμη καθοδήγηση και την θερμή εκτίμησή της, που συνέβαλαν καθοριστικά στην συγγραφή της μεταπτυχιακής μου εργασίας και συνεπώς, στην ολοκλήρωση αυτής της σημαντικής φάσης των σπουδών μου.

Χωρίς την αγάπη και την στήριξη της οικογένειάς μου και των φίλων μου, δεν θα είχα καταφέρει να ολοκληρώσω τις σπουδές μου, οπότε τους ευχαριστώ θερμά.

## Πίνακας Περιεχομένων

|                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....                                                                                               | 3  |
| ΑΒΣΤΡΑΚΤ.....                                                                                               | 4  |
| ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....                                                                                            | 6  |
| ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....                                                                                      | 9  |
| ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....                                                                                 | 10 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....                                                                                             | 11 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....                                                                                               | 11 |
| 1.1 ΓΕΝΙΚΑ.....                                                                                             | 11 |
| 1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....                                                                   | 12 |
| 1.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....                                                                                        | 13 |
| 1.4 ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....                                                                                      | 14 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....                                                                                             | 15 |
| ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....                                                                     | 15 |
| 2.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....                                                                                        | 15 |
| 2.2 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....                                                                              | 17 |
| 2.3 ΣΧΕΣΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....                                                                  | 22 |
| 2.4 Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....                                                                                    | 27 |
| 2.5 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ<br>ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....                                | 32 |
| 2.6 ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ<br>ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ.....                          | 33 |
| 2.7 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ.....                                                          | 36 |
| 2.8 ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ<br>ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ.....                                  | 42 |
| 2.9 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ<br>ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ.....                               | 44 |
| 2.10 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: ΑΠΟ ΤΙΣ ΡΙΖΕΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ<br>ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ ΕΩΣ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΞΑΠΛΩΣΗ..... | 45 |
| 2.11 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΡΩΤΕΣ<br>ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΕΩΣ ΣΗΜΕΡΑ.....                 | 47 |
| 2.12 ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ<br>ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....                         | 48 |
| 2.13 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΠΕΡΙ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....                                                          | 50 |
| 2.14 ΕΘΝΙΚΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ<br>ΕΛΛΑΔΑ.....                                     | 52 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....                                                                                             | 55 |
| ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ.....                                                             | 55 |

|                                                                                                            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>3.1 ΉΔΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ Ν. ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ.....</b>                                | <b>55</b>  |
| <b>3.2 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ Ν. ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ.....</b>                                   | <b>57</b>  |
| <b>3.3 ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ.....</b>          | <b>61</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....</b>                                                                                     | <b>64</b>  |
| <b>ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ .....</b>                                                                                   | <b>64</b>  |
| <b>4.1 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ.....</b>                                                                       | <b>64</b>  |
| <b>4.2 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΘΟΔΟΥ ΈΡΕΥΝΑΣ .....</b>                                                             | <b>64</b>  |
| <b>4.3 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΈΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ .....</b>                                           | <b>66</b>  |
| <b>4.4 ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ - ΔΕΙΓΜΑ ΈΡΕΥΝΑΣ .....</b>                                                            | <b>67</b>  |
| <b>4.5 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ .....</b>                                                                            | <b>67</b>  |
| <b>4.6 ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ.....</b>                                                                  | <b>68</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....</b>                                                                                     | <b>70</b>  |
| <b>ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΈΡΕΥΝΑΣ.....</b>                                                               | <b>70</b>  |
| <b>5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>                                                                                  | <b>70</b>  |
| <b>5.2 ΠΡΟΤΥΠΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....</b>                                                      | <b>70</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....</b>                                                                                     | <b>84</b>  |
| <b>ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>                                          | <b>84</b>  |
| <b>6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>                                                                                   | <b>84</b>  |
| <b>6.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΘΕ ΕΡΩΤΗΜΑ .....</b>                                                            | <b>84</b>  |
| <b>6.2.1 Το τρέχον προφίλ του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας .....</b>                                  | <b>84</b>  |
| <b>6.2.2 Οι προτιμήσεις και οι προσδοκίες των επισκεπτών για τον Αγροτουρισμό στο Νομό Μεσσηνίας .....</b> | <b>86</b>  |
| <b>6.2.3 Αγροτουρισμός και τοπική οικονομία .....</b>                                                      | <b>86</b>  |
| <b>6.2.4 Στρατηγικές προώθησης και ανάπτυξης του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας.....</b>                | <b>90</b>  |
| <b>6.3 ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>                                                                     | <b>91</b>  |
| <b>6.4 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΈΡΕΥΝΑΣ.....</b>                                                                        | <b>93</b>  |
| <b>6.5 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....</b>                                                                      | <b>93</b>  |
| <b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ .....</b>                                                                       | <b>95</b>  |
| <b>BIBLIOGRAPHY REFERENCES .....</b>                                                                       | <b>98</b>  |
| <b>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....</b>                                                                                   | <b>102</b> |
| <b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....</b>                                                                                     | <b>104</b> |

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

|                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Πίνακας 1:</b> Κοινωνικές και ψυχολογικές επιδράσεις Αγροτουρισμού.....    | 399 |
| <b>Πίνακας 2:</b> Οικονομικές επιδράσεις Αγροτουρισμού.....                   | 409 |
| <b>Πίνακας 3:</b> Χωρικές και Περιβαλλοντικές επιδράσεις Αγροτουρισμού .....  | 409 |
| <b>Πίνακας 4:</b> Κατανομή φύλου συμμετεχόντων .....                          | 708 |
| <b>Πίνακας 5:</b> Κατανομή ηλικίας συμμετεχόντων.....                         | 719 |
| <b>Πίνακας 6:</b> Κατανομή συμμετεχόντων ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης. .... | 70  |
| <b>Πίνακας 7:</b> Κατανομή επαγγέλματος/ιδιότητας συμμετεχόντων. ....         | 71  |
| <b>Πίνακας 8:</b> Κατανομή τουρίστα με βάση τη κατηγορία του ταξιδιού.....    | 74  |
| <b>Πίνακας 9:</b> Κατανομή με βάση τον αριθμό διανυκτερεύσεων.....            | 78  |

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

|                                                                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Γράφημα 1:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την περιοχή μόνιμης κατοικίας .....                                                       | 72  |
| <b>Γράφημα 2:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση το μέσο μηνιαίο εισόδημά τους.....                                                        | 73  |
| <b>Γράφημα 3:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση τη συχνότητα ταξιδιού .....                                                               | 73  |
| <b>Γράφημα 4:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση το σκοπό επίσκεψης του Νομού.....                                                         | 775 |
| <b>Γράφημα 5:</b> Το βασικότερο πλεονέκτημα του Νομού Μεσσηνίας, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες .....                                       | 76  |
| <b>Γράφημα 6:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση τον τρόπο επιλογής του ταξιδιού.....                                                      | 77  |
| <b>Γράφημα 7:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την επιλογή διανυκτέρευσης στο νομό Μεσσηνίας.....                                        | 77  |
| <b>Γράφημα 8:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την ύπαρξη αγροτουριστικών καταλυμάτων .....                                              | 79  |
| <b>Γράφημα 9:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα στο νομό Μεσσηνίας.....                         | 80  |
| <b>Γράφημα 10:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα στο νομό Μεσσηνίας τα τελευταία 3 χρόνια ..... | 80  |
| <b>Γράφημα 11:</b> Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα στο νομό Μεσσηνίας.....                        | 81  |
| <b>Γράφημα 12:</b> Η τρέχουσα κατάσταση του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας.....                                                         | 83  |
| <b>Γράφημα 13:</b> Εκτίμηση της ποιότητας του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας .....                                                      | 83  |
| <b>Γράφημα 14:</b> Οι προτιμήσεις και οι προσδοκίες των επισκεπτών για τον Αγροτουρισμό στο Νομό Μεσσηνίας .....                           | 84  |
| <b>Γράφημα 15:</b> Προβολή Αγροτουριστικών Καταλυμάτων στο Νομό Μεσσηνίας .....                                                            | 85  |
| <b>Γράφημα 16:</b> Υποδομές για Ανάπτυξης στο Νομό Μεσσηνίας.....                                                                          | 86  |
| <b>Γράφημα 17:</b> Εκτίμηση Εξέλιξης Αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας.....                                                                 | 886 |
| <b>Γράφημα 18:</b> Επιρροή Τοπικής Οικονομίας από τον Αγροτουρισμό .....                                                                   | 897 |
| <b>Γράφημα 19:</b> Επιρροή Τοπικής Οικονομίας από τον Αγροτουρισμό .....                                                                   | 88  |
| <b>Γράφημα 20:</b> Στρατηγικές προώθησης και ανάπτυξης του Αγροτουρισμού.....                                                              | 89  |

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### 1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν πολυδιάστατο σύστημα που στοχεύει στην αρμονική συνύπαρξη του ανθρώπου με τη φύση, εξασφαλίζοντας παράλληλα οικονομική ευημερία και κοινωνική ισότητα. Ο μαζικός τουρισμός, η πιο διαδεδομένη μορφή του, παρέχει καταναλωτικά αγαθά και υπηρεσίες που επιτρέπουν στους τουρίστες να απολαύσουν στιγμές χαλάρωσης κατά τη διάρκεια των διακοπών τους (Kneafsey, 2001; Taylor & Kneafsey, 2016). Παράλληλα, όμως, οι τοπικές κοινωνίες αντιμετωπίζουν τον μαζικό τουρισμό τόσο ως απειλή όσο και ως ευκαιρία (Sharpley, 2002; Sharpley, 2018). Ο κίνδυνος έγκειται στις καταστροφικές συνέπειες για το περιβάλλον, την τοπική κουλτούρα και τις κοινωνικές δομές, ενώ η ευκαιρία έγκειται στα οικονομικά οφέλη, όπως η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η ενίσχυση των τοπικών εισοδημάτων (Tsartas, 2003; Tsartas et al., 2020). Σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δημιουργούν γέφυρες επικοινωνίας μεταξύ των επισκεπτών και των ντόπιων, προωθώντας τον πολιτιστικό διάλογο και την αλληλεγγύη (Marsden, 1999; Sharpley & Stone, 2014).

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια εναλλακτική πρόταση στον μαζικό τουρισμό, καθώς δίνει προτεραιότητα στην προστασία του περιβάλλοντος και στην ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς των προορισμών (Jovicic, 2016). Σε αυτό το πλαίσιο, όλες οι τουριστικές υπηρεσίες που ανήκουν στον εναλλακτικό τουρισμό απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, ανταποκρινόμενες στις ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των επισκεπτών (Theng, Qiong & Tatar, 2015). Μέσω της διαφοροποίησης των τουριστικών προϊόντων και της προώθησης των εναλλακτικών δραστηριοτήτων, ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών και στην προστασία του φυσικού και πολιτιστικού τους πλούτου (Αυδή, 2007). Ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια πληθώρα επιλογών για τον ταξιδιώτη, που κυμαίνονται από την επίσκεψη σε παραλίες και βουνά, μέχρι την εξερεύνηση θαλασσών, ποταμών, λιμνών και δασών (Sharpley & Stone, 2014). Παράλληλα, παρέχει ποικίλους τρόπους αναψυχής και εκπαίδευσης, προσφέροντας μια πολύπλευρη εμπειρία διασκέδασης και μάθησης (Theng, Qiong & Tatar, 2015). Οι τουρίστες που επιλέγουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού συχνά καθοδηγούνται από κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες, οι οποίες τους δίνουν την ευκαιρία να αλληλεπιδράσουν θετικά με τους ντόπιους, να μοιραστούν εμπειρίες και να αναπτύξουν κοινές αναμνήσεις (Jovicic, 2016).

Για να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα της υπερβολικής και άναρχης τουριστικής ανάπτυξης, τόσο στην Ελλάδα όσο και στις άλλες χώρες της Μεσογείου, έχει αναπτυχθεί μια νέα μορφή τουρισμού που δίνει έμφαση στην προστασία του περιβάλλοντος και αποφεύγει τον μαζικό τουρισμό (Theng, Qiong & Tatar, 2015). Αυτή η μορφή αντιπροσωπεύει μια λύση που ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα σέβεται και διατηρεί την τοπική πολιτιστική ταυτότητα (Jovicic, 2016). Η μοναδικότητα ενός τόπου, που διαμορφώνεται από τη φύση του και τους ανθρώπους που τον κατοικούν, είναι αυτό που τον κάνει ξεχωριστό και ελκυστικό για τους τουρίστες που αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες (Αυδή, 2007). Ο εναλλακτικός τουρισμός υποστηρίζει ότι η τοπική ταυτότητα, που αποτελείται από φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία, είναι αυτό που κάνει έναν προορισμό ελκυστικό για τους ταξιδιώτες που αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες (Λαγός & Πολυχρονίδης, 2006).

Ο απώτερος σκοπός είναι η κινητοποίηση της τοπικής κοινωνίας για την παραγωγή πολιτιστικών προϊόντων, την ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας και την εκπαίδευση των επισκεπτών (Αυδή, 2007). Ο εναλλακτικός τουρισμός ενισχύει τις ειδικές μορφές τουρισμού που συνδέονται με τον ατομικό τουρισμό, καθώς πολλοί επισκέπτες οργανώνουν μόνοι τους τα ταξίδια τους, χωρίς να καταφεύγουν σε τουριστικά γραφεία, τάση που ενισχύεται περαιτέρω λόγω των χαμηλού κόστους αεροπορικών εισιτηρίων και της ευρείας χρήσης του διαδικτύου (Αυδή, 2007).

Στον εναλλακτικό τουρισμό ανήκει και ο αγροτουρισμός, ο οποίος στοχεύει στο να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση και τις αγροτικές δραστηριότητες, προσφέροντάς του τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης (Theng, Qiong & Tatar, 2015). Ο αγροτουρισμός προάγει τη γνωριμία με τις αγροτικές περιοχές, τις παραδοσιακές δραστηριότητες, τα τοπικά προϊόντα, την κουζίνα και τις πολιτισμικές αξίες του τόπου (Αυδή, 2007). Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλει στην προώθηση του βιώσιμου τουρισμού (Δολόγλου, 2017) και στην υποστήριξη της τοπικής κοινωνίας, ενισχύοντας την οικονομία και τον πολιτισμό κάθε περιοχής, δημιουργώντας ταυτόχρονα θετικά βιώματα για τους επισκέπτες (Theng, Qiong & Tatar, 2015).

## **1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιεί μια λεπτομερή ανάλυση των παραγόντων που καθιστούν τον αγροτουρισμό στη Μεσσηνία μια ελκυστική επιλογή για τους επισκέπτες, ενώ ταυτόχρονα διερευνά τις δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης του τομέα. Με άλλα λόγια, η μελέτη αυτή διεξάγει μια ενδελεχή ανάλυση των στρατηγικών που υιοθετούνται από τη

Μεσσηνία για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, με στόχο να προσδιορίσει τα μοναδικά χαρακτηριστικά που καθιστούν τον νομό έναν ελκυστικό προορισμό για αγροτουριστικές δραστηριότητες. Θα εξεταστούν οι υπάρχουσες πολιτικές, τα προγράμματα και οι δράσεις που υλοποιούνται, καθώς και οι τρόποι προώθησης των αγροτουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Παράλληλα, θα αναλυθούν οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας και θα προταθούν συγκεκριμένες ενέργειες για την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, την ανάπτυξη νέων αγροτουριστικών προϊόντων και την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης. Η μελέτη στοχεύει στην ανάδειξη των δυνατοτήτων του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία και στην παροχή χρήσιμων εργαλείων για τη διαμόρφωση μιας αποτελεσματικής στρατηγικής ανάπτυξης του τομέα.

### **1.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Για να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα, χρησιμοποιήθηκε μια ποικιλία μεθοδολογικών εργαλείων. Αρχικά, πραγματοποιήθηκε μια εκτενή βιβλιογραφική έρευνα για να γίνει κατανοητό το θεωρητικό υπόβαθρο του θέματος. Στη συνέχεια, δημιουργήθηκε και διανεμήθηκε το ερωτηματολόγιο σε περισσότερα από 150 άτομα που εργάζονται στον τομέα του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία και σε επισκέπτες του νομού. Με αυτόν τον τρόπο, συλλέχθηκαν πληροφορίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τον αγροτουρισμό από άλλες περιοχές της Ελλάδας καθώς και εκείνα που αποδεικνύουν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Μεσσηνίας στον τομέα του αγροτουρισμού.

Οι περιορισμοί αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ερευνητικής διαδικασίας, καθώς διάφοροι παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τη συλλογή και ανάλυση των δεδομένων. Η ανάλυση των δεδομένων περιορίστηκε από την απουσία απαντήσεων σε συγκεκριμένες ερωτήσεις, οι οποίες οφείλονταν πιθανότατα σε δισταγμό ή αβεβαιότητα των συμμετεχόντων. Παρατηρήθηκε ότι πολλοί συμμετέχοντες δεν είχαν τη διάθεση να αφιερώσουν τον απαιτούμενο χρόνο για να απαντήσουν σε όλες τις ερωτήσεις, ενώ άλλοι δεν ενδιαφέρονταν για συγκεκριμένα θέματα που αναπτύσσονταν στο ερωτηματολόγιο. Προκειμένου να διασφαλιστεί η ακρίβεια των αποτελεσμάτων, ο ερευνητής παρενέβη σε ορισμένες περιπτώσεις και συμπλήρωσε κάποιες από τις ερωτήσεις με εμπειρική προσέγγιση.

Η δυσκολία των ερωτήσεων μπορεί να οδηγήσει σε αυθαίρετες ερμηνείες και να αυξήσει το ποσοστό των απαντήσεων που δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα, με αποτέλεσμα να μειωθεί η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων της έρευνας. Λαμβάνοντας υπόψη ότι είναι πιθανό κάποιοι συμμετέχοντες να μην έχουν αρκετές πληροφορίες για να

απαντήσουν σε ορισμένες ερωτήσεις ή να μην θέλουν να εκφράσουν μια συγκεκριμένη άποψη, προσφέρθηκε η επιλογή μιας ουδέτερης απάντησης. Με αυτόν τον τρόπο, μειώθηκε ο κίνδυνος να συλλεχθούν δεδομένα που δεν αντικατοπτρίζουν με ακρίβεια τις πραγματικές απόψεις των συμμετεχόντων.

## **1.4 ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Στο εισαγωγικό κεφάλαιο θα πραγματοποιηθεί μια εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση των υπάρχουσών μελετών στον τομέα του αγροτουρισμού, προκειμένου να εντοπιστούν τα κενά γνώσης και να τεκμηριωθεί η σπουδαιότητα του ερευνητικού μας προβλήματος. Στη συνέχεια, θα οριοθετηθεί το αντικείμενο της μελέτης και θα καθοριστούν οι στόχοι της. Παράλληλα, θα αναλυθούν οι περιορισμοί που ενδέχεται να επηρεάσουν τα αποτελέσματα της έρευνας και θα παρουσιαστεί μια επισκόπηση της μεθοδολογικής προσέγγισης που υιοθετήθηκε.

Στα κεφάλαια δύο και τρία θα διεξαχθεί μια εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση, με ιδιαίτερη έμφαση στον αγροτουρισμό στο δεύτερο κεφάλαιο. Θα διερευνηθούν οι διαφορετικές μορφές τουρισμού και θα εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο ο αγροτουρισμός συνδέεται με άλλες μορφές τουρισμού καθώς θα μελετηθεί και η σχέση αγροτουρισμού με τον τουρισμό. Επιπρόσθετα θα γίνει αναφορά στα οφέλη του αγροτουρισμού καθώς και στις επιχειρηματικές ευκαιρίες που δημιουργούνται, καθώς και θα επισημανθούν παραδείγματα ανάπτυξης του τουρισμού αυτού τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη.

Στη συνέχεια, στο τρίτο κεφάλαιο, θα αναλύσουμε την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας και θα μελετήσουμε τα κυριότερα προβλήματα αλλά και τις προκλήσεις ανάπτυξης του αγροτουρισμού στο Νομό αυτό.

Στο τέταρτο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί λεπτομερώς η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τη διεξαγωγή της έρευνας, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού του ερωτηματολογίου και των ερευνητικών υποθέσεων.

Στο πέμπτο κεφάλαιο θα πραγματοποιηθεί μια λεπτομερής ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν μέσω της έρευνας και θα παρουσιαστούν τα βασικά ευρήματα.

Στο τελευταίο κεφάλαιο της διπλωματικής, θα πραγματοποιηθεί μια συνολική συζήτηση των αποτελεσμάτων της έρευνας, εστιάζοντας στα σημαντικότερα ευρήματα. Παράλληλα, θα αναγνωριστούν οι περιορισμοί της μελέτης και θα προταθούν προοπτικές για περαιτέρω έρευνα στο συγκεκριμένο πεδίο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

#### 2.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν κρίσιμο πυλώνα της οικονομίας και της βιώσιμης ανάπτυξης κάθε κράτους. Η προσπάθεια κατανόησης του τουρισμού ως επιστημονικής έννοιας έχει απασχολήσει την διεθνή κοινότητα από τις αρχές του 20ού αιώνα, με οργανισμούς όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, η Διεθνής Ένωση των Επισήμων Οργανισμών Τουρισμού, ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), και διακεκριμένους μελετητές όπως οι Glucksmann (1929), Hunziker και Krapf (1942) και Leiper (1979) συμβάλλουν σημαντικά σε αυτή την προσπάθεια (Melikokis, 2015).

Η έννοια του τουρισμού έχει εξελιχθεί σημαντικά με την πάροδο του χρόνου. Ενώ οι Αιγινίτης και Τουρνάκης (1929) προσέφεραν έναν περιοριστικό ορισμό, εστιάζοντας στην αναψυχή και τη διαμονή, η σύγχρονη αντίληψη, όπως αυτή της Διεθνούς Ακαδημίας Τουρισμού, είναι πολύ πιο ευρεία καθώς υποστηρίζει ότι ο τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις ανθρώπινες μετακινήσεις και τις σχετιζόμενες δραστηριότητες, ανεξαρτήτως σκοπού, διάρκειας ή τύπου (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

Οι Mill και Morrison (1992) παρουσιάζουν τον τουρισμό ως ένα φαινόμενο με πολλαπλές διαστάσεις. Είναι μια δραστηριότητα που έχει σημαντικές επιπτώσεις, τόσο στους ταξιδιώτες όσο και στους προορισμούς που επισκέπτονται, αφήνοντας ένα ανεξίτηλο σημάδι στις τοπικές κοινωνίες και οικονομίες.

Η συνεχής εξέλιξη των κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών, καθώς και η ανάδυση νέων τεχνολογιών και προτιμήσεων των καταναλωτών, οδηγούν σε μια διαρκή ανανέωση του τουριστικού προϊόντος και επεκτείνουν το φάσμα των τουριστικών εμπειριών, με αποτέλεσμα να επαναπροσδιορίζεται συνεχώς η έννοια του τουρισμού και το κοινό που απευθύνεται (Netto, 2009).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουριστικός τομέας έχει γνωρίσει ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, καθιστώντας τον έναν από τους σημαντικότερους κινητήριους μοχλούς της παγκόσμιας οικονομίας (Ανδριώτης, 2003).

Η έννοια του τουρισμού, που αναδύθηκε στις αρχές του 19ου αιώνα, αναφέρεται στις μετακινήσεις των ανθρώπων για λόγους αναψυχής και στις δραστηριότητες που αναπτύσσουν κατά τη διάρκεια αυτών των μετακινήσεων (Getz, 2008).

Οι ρίζες του τουρισμού φτάνουν μέχρι την αρχαιότητα, όπου το εμπόριο αποτελούσε τον κύριο λόγο για τις μετακινήσεις των ανθρώπων (Ανδριώτης, 2003). Η εφεύρεση του νομίσματος και των μεταφορικών μέσων από τους Σουμέριους, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της γραφής, διευκόλυνε τις εμπορικές συναλλαγές και τις μετακινήσεις. Παράλληλα, οι θρησκευτικές και αθλητικές εκδηλώσεις, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, προσέλκυαν κόσμο από διάφορες περιοχές, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη του τουρισμού ως μια δραστηριότητα που συνδυάζει το εμπόριο, τον πολιτισμό και την αναψυχή (Tsartas, 2003).

Κατά τον Μεσαίωνα, οι θρησκευτικές πεποιθήσεις και η περιέργεια για νέους πολιτισμούς ώθησαν τους ανθρώπους να ταξιδεύουν σε μακρινές περιοχές. Οι Σταυροφορίες αποτέλεσαν ένα σημαντικό κίνητρο για τα θρησκευτικά ταξίδια, ενώ οι Ενετοί, αξιοποιώντας την εμπειρία τους στο εμπόριο, δημιούργησαν τις πρώτες οργανωμένες τουριστικές υπηρεσίες, προσφέροντας ολοκληρωμένα πακέτα ταξιδιών στους προσκυνητές που κατευθύνονταν προς τους Αγίους Τόπους (Ανδριώτης, 2003).

Κατά την Αναγέννηση, ο τουρισμός εξελίχθηκε πέρα από τον θρησκευτικό χαρακτήρα που είχε κατά τον Μεσαίωνα (Ανδριώτης, 2003). Η ανάπτυξη του εμπορίου, η επιθυμία για εκπαίδευση και η περιέργεια για νέους πολιτισμούς ώθησαν τους ανθρώπους να ταξιδεύουν. Η εμφάνιση των εμπορικών εκθέσεων και η ανάγκη για οργανωμένα ταξίδια οδήγησαν στη δημιουργία των πρώτων τουριστικών πακέτων, που περιλάμβαναν υπηρεσίες ξεναγών και συνοδών (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

Η λέξη «τουρίστας» εισάγεται στις αρχές του 19ου αιώνα για να περιγράψει εκείνους που συμμετείχαν στα Grand Tour, ταξίδια που συνδυάζουν την εκπαίδευση με την αναψυχή (Tsartas, 2003). Ωστόσο, λόγω του υψηλού κόστους που συνεπαγόταν ένα τέτοιο ταξίδι, ο τουρισμός ήταν μια δραστηριότητα αποκλειστικά για τις εύπορες τάξεις (Ανδριώτης, 2003).

Η εξάπλωση του σιδηροδρόμου και η βελτίωση της ναυσιπλοΐας κατά τον 19ο αιώνα επέφεραν μια επανάσταση στις μεταφορές, με άμεσες επιπτώσεις στον τουρισμό. Οι νέες τεχνολογίες έκαναν τα ταξίδια πιο προσιτά, πιο γρήγορα και πιο άνετα, ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να εξερευνήσουν νέους τόπους και να ανακαλύψουν διαφορετικούς πολιτισμούς (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

Ο Thomas Cook, με την οργάνωση του πρώτου ομαδικού ταξιδιού με σιδηρόδρομο το 1841 και την ίδρυση του πρώτου ταξιδιωτικού γραφείου το 1845, θεωρείται ο πατέρας του σύγχρονου τουρισμού (Smith, 1998). Η πρωτοποριακή του προσέγγιση, που περιλάμβανε την έκδοση ταξιδιωτικών οδηγών, έθεσε τα θεμέλια για την ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

Ο τουρισμός μετατρέπεται σε αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης κοινωνίας. Η αυξανόμενη ζήτηση για ταξίδια οδηγεί στην ανάπτυξη τουριστικών υποδομών και στην καθιέρωση ειδικών θεσμών που ρυθμίζουν και προωθούν τον κλάδο (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009). Οι ταξιδιωτικές εταιρείες, σε συνεργασία με τα κράτη, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού (Tsartas, 2003).

Ο τουρισμός, ως ένα δυναμικό και πολυεπίπεδο φαινόμενο, αποτελεί αντικείμενο συνεχούς επιστημονικής έρευνας (Ανδριώτης, 2003). Οι ερευνητές διερευνούν τόσο τις οικονομικές και κοινωνικές διαστάσεις του τουρισμού, όπως η ανάπτυξη των ταξιδιωτικών εταιρειών και οι επιπτώσεις του τουρισμού στις τοπικές κοινότητες, όσο και τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των ταξιδιωτών και τις τάσεις στην τουριστική βιομηχανία (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

## 2.2 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η τουριστική αγορά, λόγω της μεγάλης της έκτασης και ποικιλομορφίας, έχει υποστεί εκτεταμένη ανάλυση. Με στόχο την καλύτερη κατανόηση των διαφορετικών τύπων τουριστών και των προτιμήσεών τους, οι ειδικοί έχουν χωρίσει την αγορά σε μικρότερες, πιο ομοιογενείς ομάδες (Andreopoulou et al., 2017). Αυτή η διαδικασία, γνωστή ως τμηματοποίηση, βασίζεται σε διάφορα κριτήρια, όπως η γεωγραφική προέλευση των τουριστών, τα κοινωνικοοικονομικά τους χαρακτηριστικά (όπως η ηλικία, το εισόδημα και η εκπαίδευση) και ο τρόπος με τον οποίο επιλέγουν και απολαμβάνουν τις διακοπές τους (Boulouta & Karagiannis, 2022). Ο διαχωρισμός αυτός επιτρέπει στους φορείς του τουρισμού να σχεδιάσουν πιο στοχευμένες στρατηγικές μάρκετινγκ και να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες κάθε συγκεκριμένης ομάδας πελατών. Οι Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης (2004) προτείνουν μια ταξινόμηση της τουριστικής αγοράς σε έξι βασικές κατηγορίες, προσφέροντας ένα χρήσιμο εργαλείο για την ανάλυση και την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος:

(α) Ο ατομικός τουρισμός. Ο ατομικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή ταξιδιού όπου οι τουρίστες οργανώνουν και εκτελούν μόνοι τους το ταξίδι τους, χρησιμοποιώντας ιδιωτικά μέσα μεταφοράς όπως αυτοκίνητα, τροχόσπιτα ή σκάφη, τόσο για να φτάσουν στον

προορισμό τους όσο και για να μετακινηθούν εντός αυτού. Αυτή η αυξανόμενη τάση έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη του συστήματος ΙΤ (Individual Inclusive Tours), το οποίο παρέχει σε μεμονωμένους ταξιδιώτες πακέτα που περιλαμβάνουν τον προορισμό, τη μεταφορά, τη διαμονή και συχνά και το πρωινό. Η βασική διαφορά μεταξύ του ΙΤ και του πιο γνωστού συστήματος GIT (Group Inclusive Tours) έγκειται στον τρόπο ταξιδιού. Ενώ στο GIT οι τουρίστες ταξιδεύουν ομαδικά, ακολουθώντας ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα, στο ΙΤ κάθε ταξιδιώτης έχει την ελευθερία να επιλέξει τον δικό του ρυθμό και τις δραστηριότητές του. Με άλλα λόγια, ο ατομικός τουρισμός και το σύστημα ΙΤ προσφέρουν μια πιο ανεξάρτητη και εξατομικευμένη εμπειρία ταξιδιού σε σύγκριση με τα οργανωμένα τουριστικά πακέτα.

(β) Ο μαζικός τουρισμός. Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των ταξιδιωτών σε διάφορα στάδια της τουριστικής εμπειρίας. Αυτό σημαίνει ότι οι τουρίστες ταξιδεύουν συνήθως σε ομάδες, είτε αυτό οργανώνεται από τουριστικές εταιρείες είτε προκύπτει από κοινές προτιμήσεις και ενδιαφέροντα. Η ομαδική αυτή συμμετοχή δεν περιορίζεται μόνο σε διακοπές αναψυχής μακράς διάρκειας, αλλά μπορεί να περιλαμβάνει και άλλους τύπους ταξιδιών, όπως επαγγελματικά ταξίδια ή εκπαιδευτικές εκδρομές. Ο όρος μαζικός τουρισμός αναφέρεται όχι μόνο στον αριθμό των ανθρώπων που ταξιδεύουν, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται το ταξίδι. Οι τουρίστες συχνά επιλέγουν προορισμούς και δραστηριότητες που είναι δημοφιλείς και προσιτές, ενώ ακολουθούν προκαθορισμένα προγράμματα και διαδρομές. Αυτό επιτρέπει στους tour operators να προσφέρουν ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα, τα οποία περιλαμβάνουν τη μεταφορά, τη διαμονή, τη διατροφή και συχνά και άλλες υπηρεσίες, όπως εκδρομές και δραστηριότητες.

(γ) Ο εσωτερικός τουρισμός. Ο εσωτερικός τουρισμός αναφέρεται στις ταξιδιωτικές δραστηριότητες των κατοίκων μιας χώρας εντός των συνόρων της. Αποτελεί τον τουρισμό όπου οι άνθρωποι επιλέγουν να περάσουν τις διακοπές τους επισκεπτόμενοι άλλες περιοχές της πατρίδας τους. Αυτή η τάση εντείνεται συνήθως κατά τις μεγάλες αργίες, όπως τα Χριστούγεννα, το Πάσχα και το καλοκαίρι, όταν οι άνθρωποι έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο. Ο εσωτερικός τουρισμός προσφέρει σημαντικά οφέλη για την οικονομία μιας χώρας. Κατ' αρχάς, συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, καθώς τα χρήματα που δαπανώνται για διαμονή, φαγητό και δραστηριότητες παραμένουν εντός των συνόρων. Με άλλα λόγια, ο εσωτερικός τουρισμός βοηθά στη συγκράτηση του χρήματος στη χώρα. Επιπλέον, μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη απομακρυσμένων περιοχών και στην προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Για να ενθαρρυνθεί ο εσωτερικός τουρισμός, είναι απαραίτητο να δημιουργηθούν οι κατάλληλες προϋποθέσεις. Οι τιμές των καταλυμάτων και των μεταφορικών μέσων πρέπει να είναι προσιτές, ώστε να μπορούν να ταξιδέψουν όσο το

δυνατόν περισσότεροι άνθρωποι. Επιπλέον, χρειάζεται να αναπτυχθούν ποιοτικές τουριστικές υποδομές και να προωθούνται οι διάφοροι προορισμοί μέσα στη χώρα.

(δ) Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός. Ο εξωτερικός τουρισμός αφορά στις ταξιδιωτικές κινήσεις των κατοίκων μιας χώρας εκτός των συνόρων της. Αυτό σημαίνει ότι οι άνθρωποι ταξιδεύουν σε άλλες χώρες για διακοπές, αναψυχή ή άλλους τουριστικούς λόγους. Υπάρχουν δύο βασικοί τύποι εξωτερικού τουρισμού: α) Ενεργητικός εξωτερικός τουρισμός: Αφορά στις επισκέψεις ξένων τουριστών στη χώρα μας. Αυτός ο τύπος τουρισμού είναι ιδιαίτερα σημαντικός για την οικονομία, καθώς φέρνει ξένο συνάλλαγμα και δημιουργεί θέσεις εργασίας. Οι χώρες που βρίσκονται σε φάση ανάπτυξης έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον ενεργητικό τουρισμό, καθώς αποτελεί μια σημαντική πηγή εσόδων. β) Παθητικός εξωτερικός τουρισμός: Αφορά στις επισκέψεις των κατοίκων μιας χώρας σε άλλες χώρες. Αν και ο παθητικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για αναψυχή και εμπειρίες, έχει και ένα οικονομικό κόστος, καθώς το ξένο συνάλλαγμα εξέρχεται από τη χώρα.

(ε) Ο συνεχής τουρισμός. Ο τουρισμός που δεν επηρεάζεται από τις εποχές του χρόνου είναι αυτός που μπορεί να πραγματοποιηθεί καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ανεξαρτήτως των καιρικών συνθηκών. Αυτός ο τύπος τουρισμού βασίζεται σε δραστηριότητες που εξαρτώνται από τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες των ατόμων που μπορούν να ικανοποιηθούν και σε εσωτερικούς χώρους και σε εξωτερικούς χώρους ανεξαρτήτως των καιρικών συνθηκών.

(στ) Ο εποχικός τουρισμός. Ο εποχικός τουρισμός είναι εκείνος που εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις εποχές του χρόνου και τις αντίστοιχες κλιματικές συνθήκες. Αυτό σημαίνει ότι οι δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτόν τον τύπο τουρισμού περιορίζονται σε συγκεκριμένες περιόδους του έτους, ενώ κατά τους υπόλοιπους μήνες είτε μειώνονται σημαντικά είτε διακόπτονται εντελώς. Η κύρια αιτία αυτής της διακύμανσης είναι οι καιρικές συνθήκες. Για παράδειγμα, ο τουρισμός που βασίζεται σε θαλάσσιες δραστηριότητες, όπως το μπάνιο και τα θαλάσσια σπορ, συγκεντρώνεται κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες, όταν οι θερμοκρασίες είναι υψηλές και ο καιρός είναι ευχάριστος για τέτοιου είδους δραστηριότητες. Αντίθετα, ο χειμερινός τουρισμός, που περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως το σκι και το snowboard, περιορίζεται στους χειμερινούς μήνες, όταν υπάρχει χιόνι στα βουνά.

Μια άλλη διάκριση του τουρισμού, σύμφωνα με τους Αποστολόπουλου και Σδράλη (2009), είναι σε δύο κατηγορίες: α) ο μαζικός τουρισμός και β) ο εναλλακτικός τουρισμός. Ο τουρισμός, όπως τον γνωρίζουμε σήμερα, έχει εξελιχθεί από μια δραστηριότητα που ήταν αποκλειστικό προνόμιο των πλουσίων. Μετά την Βιομηχανική Επανάσταση και την αύξηση των διαθέσιμων εισοδημάτων, τα ταξίδια έγιναν προσιτά σε πολύ μεγαλύτερο κοινό (Andreopoulou et al., 2017). Ωστόσο, αυτή η μαζική προσέλευση τουριστών σε διάφορες

περιοχές έχει οδηγήσει σε σημαντικά προβλήματα, τόσο για το περιβάλλον όσο και για τις τοπικές κοινωνίες. Ο μαζικός τουρισμός είναι εξαιρετικά ευάλωτος στις καιρικές συνθήκες, ειδικά τις θερμές και ηλιόλουστες συνθήκες και αυτός είναι και ο λόγος που συνδέεται στενά με καλοκαιρινούς προορισμούς (Boulouta & Karagiannis, 2022). Η ζήτηση για τέτοιου είδους τουρισμό αυξάνεται σημαντικά τους καλοκαιρινούς μήνες, δημιουργώντας περιόδους αιχμής και περιόδους χαμηλής ζήτησης. Αυτή η εποχικότητα οδηγεί σε συνωστισμό σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, με αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής των κατοίκων.

Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από μεγάλες ομάδες τουριστών που ταξιδεύουν συχνά με οργανωμένα πακέτα διακοπών που προσφέρονται από μεγάλους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Αυτός ο τύπος τουρισμού στοχεύει στην επίτευξη μεγάλων οικονομικών κερδών σε σύντομο χρονικό διάστημα (Ανδριώτης, 2003).

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια ειδική μορφή ταξιδιού που απευθύνεται σε άτομα που αναζητούν διακοπές μακριά από τα συνηθισμένα τουριστικά μονοπάτια (Ανδριώτης, 2003). Αντί για τα μεγάλα ξενοδοχεία και τις οργανωμένες εκδρομές, οι λάτρεις του εναλλακτικού τουρισμού προτιμούν εμπειρίες πιο αυθεντικές και κοντά στη φύση. Στόχος τους είναι να αλληλεπιδράσουν με τους ντόπιους, να μάθουν για τις παραδόσεις τους και να βοηθήσουν στη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος (Andreopoulou et al., 2017). Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει μια μεγάλη ποικιλία ειδικών μορφών ταξιδιού που απευθύνονται σε άτομα που αναζητούν διακοπές εκτός των συνηθισμένων τουριστικών προτύπων (Ανα, 2017). Αυτές οι μορφές περιλαμβάνουν από τον αγροτουρισμό και τον αθλητικό τουρισμό μέχρι και τον οικοτουρισμό. Κάθε μία από αυτές τις μορφές προσφέρει μια μοναδική εμπειρία, που μπορεί να περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως πεζοπορία, αναρρίχηση, καταδύσεις, σκι, ή απλά χαλάρωση στη φύση (Ανδριώτης, 2003). Οι ταξιδιώτες που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό αναζητούν κάτι περισσότερο από τις παραδοσιακές διακοπές, όπως η συμμετοχή σε δραστηριότητες που τους προσφέρουν ενέργεια και αναζωογόνηση (Ανα, 2017). Αυτός ο τύπος τουρισμού δίνει μεγάλη σημασία στην προστασία της φύσης, των πολιτιστικών στοιχείων μιας περιοχής και στην ανάπτυξη βιώσιμων τρόπων ζωής. Είναι δηλαδή, μια μορφή τουρισμού που σέβεται το περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες. Όπως υποστηρίζουν οι Αποστολόπουλου και Σδράλη (2009) και οι Andreopoulou et al. (2017) ο όρος "Ειδικές Μορφές Τουρισμού" είναι ευρέως αποδεκτός και αναφέρεται τόσο στον εναλλακτικό τουρισμό όσο και στον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων (Smith & Eadington, 1992).

Αν και αυτές οι δύο κατηγορίες παρουσιάζουν ομοιότητες, διαφέρουν ως προς τα κίνητρα των ταξιδιωτών (Andreopoulou et al., 2017). Ενώ οι λάτρεις του εναλλακτικού τουρισμού δίνουν έμφαση στην αειφορία και την προστασία του περιβάλλοντος, οι τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων μπορεί να επικεντρωθούν περισσότερο στην ικανοποίηση των προσωπικών τους αναγκών και ενδιαφερόντων, χωρίς να δίνουν ιδιαίτερη σημασία στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) έχει αναπτύξει ένα σύστημα ταξινόμησης του τουρισμού σε διεθνές επίπεδο, βασισμένο κυρίως στα χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών. Σύμφωνα με αυτήν την ταξινόμηση, ο τουρισμός κατηγοριοποιείται ανάλογα με το ποιοι ταξιδεύουν καθώς και από και προς ποια κατεύθυνση. Πιο συγκεκριμένα έχουμε τις παρακάτω μορφές:

- Εγχώριος τουρισμός: είναι ο τουρισμός των κατοίκων μιας χώρας που ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.
- Εξερχόμενος τουρισμός: είναι ο τουρισμός των μόνιμων κατοίκων μίας χώρας που ταξιδεύουν μόνο εκτός αυτής.
- Εισερχόμενος τουρισμός: είναι ο τουρισμός των αλλοδαπών που ταξιδεύουν σε μια συγκεκριμένη χώρα.
- Διεθνής τουρισμός: είναι ο εισερχόμενος και ο εξερχόμενος τουρισμός μαζί.
- Εσωτερικός τουρισμός: είναι το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού.
- Εθνικός τουρισμός: πρόκειται για το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού.

Οι ταξιδιώτες αναζητούν όλο και περισσότερο εξατομικευμένες εμπειρίες, προσαρμοσμένες στα προσωπικά τους ενδιαφέροντα. Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων, μια άλλη μορφή τουρισμού, ανταποκρίνεται σε αυτήν την τάση, προσφέροντας εξειδικευμένες διαδρομές και δραστηριότητες για κάθε ταξιδιώτη (Andreopoulou et al., 2017). Κίνητρο είναι η επιθυμία των ταξιδιωτών να ζήσουν μοναδικές εμπειρίες που συνδέονται με συγκεκριμένα ενδιαφέροντά τους, όπως η φύση, η ιστορία ή ο αθλητισμός. Τα ταξίδια ειδικών ενδιαφερόντων κινούνται από συγκεκριμένες δραστηριότητες και εμπειρίες που οι ταξιδιώτες επιθυμούν να ζήσουν (Ανα, 2017). Αυτή η μορφή τουρισμού απαιτεί την ανάπτυξη εξειδικευμένων υποδομών και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις ανάγκες των ταξιδιωτών, όπως η συμμετοχή σε πολιτιστικά φεστιβάλ ή η εξερεύνηση φυσικών τοπίων (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009). Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων αποτελεί μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού που ανταποκρίνεται στην αυξανόμενη ζήτηση για εξατομικευμένες και αυθεντικές

ταξιδιωτικές εμπειρίες, προσφέροντας μια εναλλακτική πρόταση στον ομογενοποιημένο μαζικό τουρισμό (Ανα, 2017).

Ο εναλλακτικός τουρισμός, που περιλαμβάνει ποικίλες δραστηριότητες όπως ο αγροτουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός και ο οικοτουρισμός, κερδίζει συνεχώς έδαφος, προσφέροντας μια εναλλακτική πρόταση στον μαζικό τουρισμό και απευθυνόμενος σε ταξιδιώτες που αναζητούν εξειδικευμένες και αυθεντικές εμπειρίες (Ανα, 2017).

Ο τουρισμός είναι μια πολύπλοκη δραστηριότητα που διαμορφώνεται από διάφορους παράγοντες, όπως ο χρόνος, οι ανάγκες και τα κίνητρα των ταξιδιωτών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη πολλών και ποικίλων μορφών τουρισμού, από τον μαζικό τουρισμό μέχρι εξειδικευμένες μορφές όπως ο πολιτισμικός, ο αγροτικός και ο ορεινός τουρισμός. (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Ο Κομίλης (1986), μελετώντας τα κίνητρα, τον τόπο, τον χρόνο και τις κοινωνικοοικονομικές συνθήκες των ταξιδιωτών, προτείνει μια ταξινόμηση του τουρισμού σε τρεις κατηγορίες. Η πρώτη περιλαμβάνει τον τουρισμό αναψυχής, ιαματικό και συνεδριακό, η δεύτερη τον μαζικό και κοινωνικό τουρισμό, ενώ η τρίτη περιλαμβάνει ποικίλες μορφές τουρισμού ανάλογα με την εποχή και τον τόπο, όπως ο χειμερινός, ο θαλάσσιος και ο ορεινός τουρισμός.

## **2.3 ΣΧΕΣΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η φύση του εναλλακτικού τουρισμού καθορίζεται από το είδος των δραστηριοτήτων που προσφέρει, καθώς και από τη συσχέτισή τους με την τοπική οικονομία και τους ευρύτερους τουριστικούς στόχους (Marsden, 2010; Sharpley & Stone, 2014). Ο αγροτουρισμός, ως μια από τις βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, επικεντρώνεται στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρώπινων πόρων της υπαίθρου (Sharpley, 2018). Μπορεί να διαφοροποιηθεί ανάλογα με τις προσφερόμενες δραστηριότητες – όπως ο γαστρονομικός τουρισμός – αλλά και με το αν πρόκειται για κύρια ή συμπληρωματική επαγγελματική δραστηριότητα των εμπλεκόμενων (Tsartas et al., 2020). Παρά την πολυπλοκότητα του όρου, στη βιβλιογραφία οι έννοιες «αγροτικός τουρισμός», «γεωργικός τουρισμός» και «τουρισμός υπαίθρου» συχνά συγχέονται (Taylor & Kneafsey, 2016). Ο επικρατέστερος όμως όρος είναι ο «αγροτουρισμός».

Ο αγροτουρισμός ορίζεται ως μια δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε αγροτικές περιοχές από αγρότες, οι οποίοι είναι μόνιμοι κάτοικοι αυτών των περιοχών και επιδιώκουν να ενισχύσουν τα εισοδήματά τους και την τοπική οικονομία μέσω τουριστικών καταλυμάτων, προμήθειας τοπικών προϊόντων στις τουριστικές επιχειρήσεις και ανάπτυξης

συμπληρωματικών τουριστικών δραστηριοτήτων (Sharples, 2002; Sharples & Stone, 2014). Οι δραστηριότητες αυτές συνδέονται άμεσα με τις τοπικές παραδόσεις και πολιτισμικές αξίες, γεγονός που ενισχύει την τοπική οικονομία αλλά και τον πολιτιστικό πλούτο της περιοχής (Tsartas et al., 2020).

Μια σημαντική παράμετρος του αγροτουρισμού είναι η τοπική παραγωγή και κατανάλωση. Ακόμη και αν οι κατά κεφαλήν δαπάνες είναι χαμηλότερες σε σύγκριση με άλλες μορφές τουρισμού, η τοπική παραγωγή και η κατανάλωση αυξάνουν την προστιθέμενη αξία σε τοπικό επίπεδο (Marsden, 2010; Tsartas et al., 2020). Η αλληλεπίδραση μεταξύ τοπικών παραγωγών και επαγγελματιών ενισχύει αυτήν την αξία, δημιουργώντας δίκτυα συνεργασίας που ωφελούν την ευρύτερη κοινότητα (Van der Ploeg et al., 2017). Παρόλο που ο αγροτουρισμός αποτελεί μια πολλά υποσχόμενη στρατηγική για την ανάπτυξη της υπαίθρου, η εποχικότητα και ο περιορισμένος χαρακτήρας των δραστηριοτήτων που προσφέρει καθιστούν αναγκαία την ανάπτυξη ενός ευρύτερου φάσματος οικονομικών δραστηριοτήτων για την εξασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών (Taylor & Kneafsey, 2016).

Ο αγροτουρισμός αναγνωρίζεται ολοένα και περισσότερο ως κρίσιμος παράγοντας για την βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, συμβάλλοντας στην διατήρηση του αγροτικού ιστού και στην πολυμορφία των οικονομικών δραστηριοτήτων (Van der Ploeg et al., 2017). Επιπλέον, ενθαρρύνει την αγροτική επιχειρηματικότητα και συμβάλλει στη διατήρηση πολιτιστικών μνημείων, υποστηρίζοντας παράλληλα το Ευρωπαϊκό Αγροτικό Μοντέλο (European Commission, 2000). Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού ενισχύει την πολιτιστική κληρονομιά των αγροτικών περιοχών, ενισχύοντας την ταυτόχρονα με νέες μορφές οικονομικής δραστηριότητας (Taylor & Kneafsey, 2016).

Συνολικά, ο αγροτουρισμός αποτελεί μια βιώσιμη στρατηγική για την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, συνδυάζοντας οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη (Van der Ploeg et al., 2017). Ωστόσο, για να επιτύχει ο αγροτουρισμός τους στόχους του, απαιτείται μια ολοκληρωμένη στρατηγική που θα λαμβάνει υπόψη τις ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής και τις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών (Taylor & Kneafsey, 2016).

Ο αγροτουρισμός εμφανίστηκε ως ειδική μορφή τουρισμού τη δεκαετία του 1960, όταν στις ΗΠΑ αναπτύχθηκε η δραστηριότητα «Farm and Ranch Hospitality», η οποία περιλάμβανε τον γεωργικό τουρισμό («Farm/Ranch based tourism») και τον αγροτικό τουρισμό («Hotel/Resort based tourism») (Tew & Barbieri, 2012). Σήμερα, ο αγροτουρισμός είναι ευρέως διαδεδομένος (Williams, 2014).

Η διεθνής εμπειρία από το 1950 και μετά δείχνει ότι ο αγροτουρισμός διαφέρει ως προς τη μορφή και τον βαθμό ανάπτυξης ανάλογα με τη χώρα (Tew & Barbieri, 2012). Παράγοντες όπως η οικονομική δομή, το μέγεθος των αγροκτημάτων, το συνεταιριστικό κίνημα, η τοπική επιχειρηματικότητα και οι περιφερειακές ανισότητες παίζουν ρόλο στην εξέλιξη του αγροτουρισμού (Telfer, 2002; Rambodagedara, Silva & Perera, 2015). Για παράδειγμα, σε χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία, η Αγγλία και η Γερμανία, η ανάπτυξη του αγροτουρισμού έχει επηρεαστεί από το μέγεθος των αγροτικών εκμεταλλεύσεων και την οικονομική δομή της γεωργίας (Iakovidou, 1997; Leslie, 2010; Kothari & Perwej, 2021).

Σε μερικές βιβλιογραφικές πηγές (Telfer, 2002; Leslie, 2010; Moira, Mylonopoulos & Kondoudaki, 2017), ο αγροτουρισμός δεν συνδέεται απαραίτητα με γεωργικές δραστηριότητες, αλλά περιλαμβάνει και άλλες μορφές ψυχαγωγίας, εκπαίδευσης και διασκέδασης στην ύπαιθρο (Kothari & Perwej, 2021). Σκοπός είναι η αειφόρος χρήση των φυσικών και ανθρώπινων πόρων, χωρίς να διαταράσσεται ο κοινωνικός ιστός (Leslie, 2010).

Ο αγροτουρισμός είναι πολύ δημοφιλής σε χώρες όπως η Γαλλία, η Αυστρία, η Σουηδία και η Ελβετία. Στην Αυστρία, για παράδειγμα, το 10% των αγροκτημάτων προσφέρει υπηρεσίες αγροτουρισμού, ενώ σε άλλες χώρες, όπως η Σουηδία και η Ελβετία, το ποσοστό αυτό φτάνει ακόμα και το 20% (Mylonopoulos, Moira & Papagrigoriou, 2017). Σε αυτές τις χώρες, ο επισκέπτης διαμένει στο αγρόκτημα και συμμετέχει ενεργά στις γεωργικές και κτηνοτροφικές δραστηριότητες, συνδυάζοντας διαμονή και αγροτική εμπειρία στο ίδιο χωρικό επίπεδο (Rambodagedara, Silva & Perera, 2015).

Ωστόσο, το μοντέλο του αγροτουρισμού δεν είναι ενιαίο διεθνώς, αλλά διακρίνεται σε δύο κύρια μοντέλα: το αμερικανικό και το γαλλικό (Moira, 2004; Kothari & Perwej, 2021). Στο αμερικανικό μοντέλο, η κατοικία του αγρότη και οι κτιριακές εγκαταστάσεις βρίσκονται σε κεντρική θέση στο αγρόκτημα, ενώ τα αγροκτήματα απέχουν μεταξύ τους και αποτελούν μια ευρύτερη κοινότητα (Tew & Barbieri, 2012). Στο γαλλικό μοντέλο, το αγρόκτημα εκτείνεται κατά μήκος ποταμών ή οδικών αρτηριών, και τα αγροκτήματα βρίσκονται πιο κοντά μεταξύ τους, σχηματίζοντας γραμμικές κοινότητες. Αυτή η διάταξη ευνοεί την κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ των αγροτών (Leslie, 2010; Kothari & Perwej, 2021 ).

Ο αγροτουρισμός αποτελεί σημαντική εναλλακτική λύση για την παροχή ευκαιριών απασχόλησης και συμπληρωματικού εισοδήματος στους αγρότες (Taylor & Kneafsey, 2016). Επιπλέον, σε ορισμένες χώρες, θεωρείται στρατηγική επιλογή για την ανάπτυξη αναπτυσσόμενων περιοχών (Mylonopoulos, Moira & Papagrigoriou, 2017). Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ιδιαίτερα τα τελευταία 25 χρόνια, παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον για διακοπές

στην ύπαιθρο, τόσο από τους αγρότες όσο και από ιδιώτες επενδυτές που δεν προέρχονται από τον γεωργικό τομέα (Telfer, 2002; Marsden, 2010; Kothari & Perwej, 2021 ).

Αυτό το ενδιαφέρον προέκυψε ως αντίδραση σε κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις και φαίνεται να έχει ευοίωνη προοπτική, καθώς οι άνθρωποι της πόλης αναζητούν μια πιο άμεση σύνδεση με τη φύση και τις παραδοσιακές γεωργικές πρακτικές (Chatzigeorgiou et al., 2009; Kothari & Perwej, 2021). Ο αγροτουρισμός προσφέρει μια μοναδική ευκαιρία για την αειφόρο ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, προσφέροντας οικονομικά οφέλη στους ντόπιους πληθυσμούς και προάγοντας την πολιτιστική ανταλλαγή (Taylor & Kneafsey, 2016).

Η σχέση του αγροτουρισμού με τον ευρύτερο τουριστικό τομέα αποτελεί ένα πολυεπίπεδο και δυναμικό πεδίο μελέτης. Ενώ ο αγροτουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια υποκατηγορία του τουρισμού, διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τον διαφοροποιούν από άλλες μορφές τουριστικής δραστηριότητας (Sharpley, 1997; Kothari & Perwej, 2021). Ο αγροτουρισμός, ως έννοια, εξελίχθηκε από την απλή ιδέα της φιλοξενίας σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις σε μια πολυδιάστατη εμπειρία που συνδυάζει την επαφή με τη φύση, την κατανάλωση τοπικών προϊόντων, τη συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες και την εμπλοκή με τον τοπικό πολιτισμό (Komppula, 2013; Taylor & Kneafsey, 2016). Αυτή η εξέλιξη αντικατοπτρίζει τις μεταβαλλόμενες ανάγκες και προτιμήσεις των σύγχρονων τουριστών, οι οποίοι αναζητούν όλο και περισσότερο αυθεντικές εμπειρίες και βιώσιμες επιλογές ταξιδιού (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019).

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια αναδυόμενη μορφή τουρισμού που συνδυάζει την τουριστική εμπειρία με την αγροτική παραγωγή, προσφέροντας στους επισκέπτες την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με την ύπαιθρο και τις παραδοσιακές αγροτικές πρακτικές (Komppula, 2013; Taylor & Kneafsey, 2016). Ο όρος αυτός, παρά τις διαφορετικές ερμηνείες που έχουν προταθεί, όπως "αγροτικός τουρισμός", "οικοτουρισμός" και "πράσινος τουρισμός", δεν έχει αποκτήσει έναν ενιαίο και ευρέως αποδεκτό ορισμό, γεγονός που καταδεικνύει τη πολυδιάστατη φύση του (Sharpley, 1997; Komppula, 2013; Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019).

Η βασική διαφορά του αγροτουρισμού από τον παραδοσιακό τουρισμό έγκειται στην έμφαση που δίνει στη βιωσιμότητα και την αειφόρο ανάπτυξη (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Σύμφωνα με τον Ε.Ο.Τ. (2003), ο αγροτουρισμός αποσκοπεί στην παροχή μιας αυθεντικής επαφής με το φυσικό περιβάλλον και τις αγροτικές παραγωγικές διαδικασίες, προσφέροντας την ευκαιρία για αναψυχή και εκπαίδευση, ενώ παράλληλα ενισχύει την τοπική οικονομία (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Αυτός ο τουριστικός

τομέας μπορεί να συμβάλλει στη διάσωση και την προώθηση του αγροτικού πολιτισμού και της τοπικής παράδοσης (Sharples, 2002; Andreopoulou et al., 2017).

Οι αγροτουριστικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν ποικιλία υπηρεσιών, όπως η φιλοξενία σε αγροκτήματα, η διάθεση τοπικών προϊόντων και η οργάνωση πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Οι τουρίστες έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν ενεργά σε αυτές τις δραστηριότητες, προσφέροντας τους τη δυνατότητα να αποκτήσουν βιωματικές εμπειρίες (Ιακωβίδου, 2000). Αυτή η συμμετοχή ενισχύει τη σύνδεση μεταξύ του επισκέπτη και της τοπικής κοινότητας, προάγοντας την αυθεντικότητα και την κοινωνική αποδοχή (Σκουτέρη-Διδασκάλου, 1998; Taylor & Kneafsey, 2016).

Η διάρθρωση των αγροτικών εκμεταλλεύσεων, όπως υποδεικνύεται από τον Oppermann (1996), επηρεάζει επίσης την ανάπτυξη του αγροτουρισμού (Andreopoulou et al., 2017). Διαφορετικές χώρες παρουσιάζουν ποικιλία στο επίπεδο ανάπτυξης και στη δομή των αγροτικών τους εκμεταλλεύσεων, γεγονός που καθορίζει και τις μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Ειδικότερα, η ενσωμάτωση του αγροτουρισμού στις τοπικές οικονομίες μπορεί να ενισχύσει τις μικρές και μεσαίες εκμεταλλεύσεις, προάγοντας την τοπική παραγωγή και μειώνοντας την εξάρτηση από τον μαζικό τουρισμό (Getz & Page, 1997; Taylor & Kneafsey, 2016).

Επιπλέον, ο αγροτουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως καταλύτης για την προώθηση της αειφορίας, εφόσον οι δραστηριότητες σχεδιάζονται με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική υπευθυνότητα (Komppula, 2013; Andreopoulou et al., 2017). Η ανάγκη για ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων που σέβονται το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον αναδεικνύει τη σημασία της συνεργασίας μεταξύ τουριστικών φορέων και αγροτικών κοινοτήτων (Παρταλίδου, 2005; Andreopoulou et al., 2017).

Συμπερασματικά, ο αγροτουρισμός δεν είναι απλώς μια μορφή τουρισμού, αλλά μια σύνθετη διαδικασία που ενσωματώνει την αγροτική παραγωγή, τον πολιτισμό και τις τοπικές κοινωνίες, προάγοντας τη βιωσιμότητα και τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Komppula, 2013; Boulouta & Karagiannis, 2022). Με την κατάλληλη στρατηγική ανάπτυξης, μπορεί να συμβάλει στην ευημερία των αγροτικών περιοχών και στην ανάδειξη των μοναδικών χαρακτηριστικών τους.

## 2.4 Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Στις Ηνωμένες Πολιτείες, τη δεκαετία του 1960 ξεκίνησε μια νέα τάση στον τουρισμό: η φιλοξενία σε αγροκτήματα και ράντσα. Αυτή η πρωτότυπη ιδέα εξελίχθηκε σταδιακά σε μια οργανωμένη και δημοφιλής μορφή τουρισμού που ονομάζουμε αγροτουρισμό (Andreopoulou et al., 2017; Stanciu, Popescu & Stanciu, 2023). Ο αγροτουρισμός προσφέρει στους ταξιδιώτες την ευκαιρία να ζήσουν μια αυθεντική αγροτική εμπειρία, είτε συμμετέχοντας σε γεωργικές δραστηριότητες είτε απολαμβάνοντας τις ανέσεις ενός παραδοσιακού αγροτουριστικού καταλύματος (Boulouta & Karagiannis, 2022). Από τότε, ο αγροτουρισμός έχει γνωρίσει σημαντική ανάπτυξη, δημιουργώντας ένα ισχυρό δίκτυο επιχειρήσεων και προσφέροντας μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών.

Αν και η Ελλάδα μπήκε σχετικά αργά στον κόσμο του αγροτουρισμού, τη δεκαετία του 1980, η αυξανόμενη ζήτηση για εναλλακτικές μορφές τουρισμού και η αναζήτηση για πιο αυθεντικές εμπειρίες οδήγησαν στην ανάπτυξη του τομέα (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Σήμερα, ο αγροτουρισμός αποτελεί μια δημοφιλή επιλογή για πολλούς ταξιδιώτες, ιδιαίτερα για όσους αναζητούν ηρεμία και επαφή με τη φύση. Η δυνατότητα να συνδυάσουν τις διακοπές τους με την απόλαυση τοπικών προϊόντων και την συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες καθιστά τον αγροτουρισμό μια ελκυστική επιλογή, τόσο για τους Έλληνες όσο και για τους ξένους επισκέπτες (Andreopoulou et al., 2017; Μιχαλακοπούλου, 2018).

Ο αγροτουρισμός, που ανήκει στον ευρύτερο τομέα του εναλλακτικού τουρισμού, προσφέρει στους επισκέπτες την ευκαιρία να ζήσουν από κοντά την εμπειρία της υπαίθρου και των αγροτικών δραστηριοτήτων (Boulouta & Karagiannis, 2022). Η λέξη "αγροτουρισμός" αποτελείται από τα συνθετικά "αγρός" (χωράφι) και "τουρισμός" (περιήγηση), υποδηλώνοντας την εξερεύνηση αγροτικών περιοχών. Με άλλα λόγια, ο συνδυασμός των λέξεων αυτών δείχνει τη μορφή ταξιδιού που έχει ως στόχο την κατανόηση του αγροτικού τρόπου ζωής, την επαφή με τη φύση και την απόλαυση των αγροτικών προϊόντων (Andreopoulou et al., 2017).

Επιπλέον ο αγροτουρισμός έχει ως στόχο να δημιουργήσει θετικές επιπτώσεις στην κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Μια από τις βασικές του λειτουργίες είναι να προσφέρει στους κατοίκους των αστικών κέντρων την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με την ύπαιθρο, να γνωρίσουν παραδοσιακές αγροτικές δραστηριότητες και να απολαύσουν τα οφέλη της επαφής με τη φύση (Andreopoulou et al., 2017; Stanciu, Popescu & Stanciu, 2023). Με αυτόν τον τρόπο, ο αγροτουρισμός συμβάλλει

στην ψυχική υγεία των ανθρώπων και στην ενίσχυση των κοινωνικών δεσμών (Boulouta & Karagiannis, 2022).

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα, τόσο για τους αγρότες όσο και για τις τοπικές κοινότητες (Stanciu, Popescu & Stanciu, 2023). Οι αγρότες, εκτός από την παραγωγή αγροτικών προϊόντων, μπορούν να αυξήσουν το εισόδημά τους προσφέροντας υπηρεσίες φιλοξενίας και αναψυχής στους τουρίστες (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Από την άλλη πλευρά, ο αγροτουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και προωθώντας τα τοπικά προϊόντα. Οι έρευνες δείχνουν (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019; Boulouta & Karagiannis, 2022; Stanciu, Popescu & Stanciu, 2023) ότι ο αγροτουρισμός αποτελεί μια γέφυρα που συνδέει την πόλη με την ύπαιθρο. Οι κάτοικοι των πόλεων αναζητούν στο αγροτικό περιβάλλον μια ευκαιρία να ξεφύγουν από το στρες και την ρουτίνα της καθημερινότητας, ενώ οι αγρότες, αξιοποιώντας τους πόρους της γης τους, προσφέρουν στους επισκέπτες μοναδικές εμπειρίες και συμβάλλουν στην ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών (Stanciu, Popescu & Stanciu, 2023).

Οι κύριοι στόχοι του αγροτουρισμού είναι να βελτιώσει την οικονομική κατάσταση των αγροτικών οικογενειών (Boulouta & Karagiannis, 2022), προσφέροντας τους ένα επιπλέον εισόδημα, και παράλληλα να αναβαθμίσει τις συνθήκες διαβίωσης και εργασίας στην ύπαιθρο (Stanciu, Popescu & Stanciu, 2023). Επιπλέον, ο αγροτουρισμός στοχεύει στο να φέρει τους ανθρώπους πιο κοντά στη φύση, να ενισχύσει την τοπική οικονομία μέσω της αξιοποίησης των αγροτικών προϊόντων και να συμβάλλει στη διατήρηση του πολιτιστικού και φυσικού περιβάλλοντος, προσελκύοντας παράλληλα πληθυσμούς στις αγροτικές περιοχές. (Kolawole et al., 2023)

Ενώ διεθνώς οι πιο συνηθισμένες μορφές αγροτουρισμού εστιάζουν σε διακοπές σε αγροκτήματα ή σε αγροτικές κατοικίες εντός των χωριών, η Ελλάδα, λόγω της ιδιαίτερης γεωγραφικής της ποικιλομορφίας και της μεγάλης διασποράς των οικισμών της, προσφέρεται για μια πολύ πιο ευρεία γκάμα επιλογών αγροτουρισμού (Andreopoulou et al., 2017). Η ποικιλία των τοπίων, των κλιματικών συνθηκών και της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας μας δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη πολλών και διαφορετικών μορφών αγροτουρισμού (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019).

Οι μορφές του αγροτουρισμού στην Ελλάδα κατατάσσονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες (Συμεωνίδου, 2009; Μιχαλακοπούλου, 2018):

- Αμιγής αγροτουρισμός: μια μορφή τουρισμού όπου οι επισκέπτες δεν περιορίζονται απλά σε διακοπές σε ένα αγροτικό περιβάλλον. Αντίθετα, έχουν την ευκαιρία να συμμετέχουν ενεργά στις καθημερινές δραστηριότητες του αγροκτήματος.
- Σύνθετος αγροτουρισμός: αποτελεί μια εξέλιξη του παραδοσιακού αγροτουρισμού, όπου οι επισκέπτες δεν περιορίζονται μόνο στην επαφή με την ύπαιθρο και τις αγροτικές δραστηριότητες. Αντίθετα, συνδυάζουν την αγροτική εμπειρία με άλλες εξειδικευμένες μορφές τουρισμού, όπως τον τουρισμό υγείας, τον αθλητικό τουρισμό ή τον θρησκευτικό τουρισμό.

Ο αμιγής αγροτουρισμός περιλαμβάνει (Brščić, 2006; Kolawole et al., 2023):

- I. Αγροτικές εργασίες: Οι επισκέπτες μπορούν να συμμετάσχουν σε διάφορες αγροτικές εργασίες, όπως:
  - Περιποίηση ζώων (άρμεγμα, τάισμα, καθάρισμα)
  - Θερισμός
  - Φύτευση
  - Συγκομιδή
  - Και άλλες εργασίες που σχετίζονται με την καλλιέργεια της γης
- II. Ψυχαγωγικές δραστηριότητες: Παράλληλα με τις αγροτικές εργασίες, οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν μια ποικιλία από ψυχαγωγικές δραστηριότητες που συνδέονται με τη φύση, όπως:
  - Πεζοπορία
  - Ορειβάσια
  - Ποδηλασία
  - Κυνήγι (υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις και περιορισμούς)
  - Ψάρεμα
  - Και άλλες δραστηριότητες που εξαρτώνται από το τοπίο και τις υποδομές της περιοχής

Ο σύνθετος αγροτουρισμός περιλαμβάνει (Brščić, 2006; Kolawole et al., 2023):

- Αγροτουρισμός σε περιοχές με ιαματικές πηγές όπου οι επισκέπτες μπορούν να συνδυάσουν τη χαλάρωση στη φύση με θεραπείες για το σώμα και το πνεύμα.
- Αγροτουρισμός σε ορεινά χωριά με χιονοδρομικό κέντρο συνδυάζοντας την αδρεναλίνη των σπορ του χειμώνα με την ηρεμία της υπαίθρου.

- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές με αθλητικές εγκαταστάσεις όπου οι επισκέπτες μπορούν να ασχοληθούν με ποικίλες αθλητικές δραστηριότητες σε ένα αγροτικό περιβάλλον.
- Αγροτουρισμός σε κατασκηνωτικούς χώρους προσφέροντας μια αυθεντική εμπειρία διαβίωσης στη φύση και την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά την αγροτική ζωή.
- Αγροτουρισμός για παιδιά όπου μπορούν να μάθουν για τη φύση, να παίζουν και να διασκεδάσουν.
- Αγροτουρισμός σε κέντρα διερχομένων τουριστών προσφέροντας φιλοξενία και την ευκαιρία να γνωρίσουν την τοπική κουλτούρα.
- Αγροτουρισμός σε περιοχές με πολιτιστικά ενδιαφέροντα συνδυάζοντας την επίσκεψη σε ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία με τη διαμονή σε αγροτικές περιοχές.

Οι ρίζες του αγροτουρισμού εντοπίζονται στις Ηνωμένες Πολιτείες της δεκαετίας του 1960, με την ανάπτυξη του μοντέλου «Farm and Ranch Hospitality», το οποίο περιλάμβανε τόσο τη άμεση εμπλοκή των αγροτικών εκμεταλλεύσεων στον τουρισμό («Farm/Ranch based tourism») όσο και την παροχή τουριστικών υπηρεσιών σε αγροτικές περιοχές από εξειδικευμένες επιχειρήσεις («Hotel/Resort based tourism») (Συμεωνίδου, 2009). Σήμερα, ο αγροτουρισμός είναι ευρέως διαδεδομένος διεθνώς, με δύο κύριους τύπους διακοπών (Ανα, 2017; Kolawole et al., 2023):

- Διακοπές σε γεωργικές εκμεταλλεύσεις ("farm house holidays"): Αυτός ο τύπος είναι δημοφιλής σε χώρες όπως η Αυστρία και η Γερμανία, όπου η έννοια του αγροκτήματος συνδέεται στενά με τη γεωργία. Οι τουρίστες συμμετέχουν ενεργά στη ζωή των αγροτών, λαμβάνοντας μέρος σε γεωργικές δραστηριότητες.
- Διακοπές με "κλίνη και πρωινό" ("bed and breakfast"): Περιλαμβάνει τη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων σε εξωαστικές περιοχές ή σε αγρoικίες εντός αγροτικών οικισμών. Αυτό το μοντέλο διακοπών είναι διαδεδομένο σε χώρες όπως η Βρετανία, η Ιταλία και η Ιρλανδία, και προσφέρει φιλοξενία στους επισκέπτες σε αγροτικά καταλύματα.

Παρά τις προκλήσεις, ο αγροτουρισμός αποτελεί μια σημαντική ευκαιρία για την ανάπτυξη της ελληνικής υπαίθρου (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Η χώρα μας διαθέτει ένα πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό κεφάλαιο που μπορεί να αξιοποιηθεί για την ανάπτυξη ποιοτικών αγροτουριστικών προϊόντων (Boulouta & Karagiannis, 2022). Ωστόσο, για να επιτευχθεί αυτό, απαιτείται μια ολοκληρωμένη στρατηγική που θα περιλαμβάνει την

ανάπτυξη υποδομών, την προώθηση του αγροτουρισμού σε διεθνές επίπεδο και την παροχή κινήτρων στους αγρότες για να συμμετάσχουν σε αυτήν την πρωτοβουλία (Ana, 2017; Kolawole et al., 2023).

Μια μελέτη του Υπουργείου Τουρισμού (2022) κατέγραψε τις απόψεις επιχειρηματιών που προσφέρουν υπηρεσίες αγροτουρισμού, εστιάζοντας στα οφέλη, τις δυσκολίες και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν. Η έρευνα ανέδειξε ότι σχεδόν οι μισοί από τους επιχειρηματίες είναι κάτω των 50 ετών, υποδηλώνοντας ότι ο αγροτουρισμός προσελκύει νέους αγρότες ως μια αξιόλογη επιχειρηματική ευκαιρία.

Επιπλέον, η διαNEOσις (2023) εξέτασε τη διασύνδεση μεταξύ του τουρισμού και της αγροδιατροφής στην Ελλάδα, αναδεικνύοντας τις δυνατότητες και τις προκλήσεις αυτής της συνεργασίας. Η μελέτη υπογράμμισε ότι, παρά τις θετικές προοπτικές, το ελληνικό τουριστικό προϊόν παραμένει μονοδιάστατο, με έντονη χρονική και χωρική συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας. Η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ τουρισμού και αγροδιατροφής μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη ενός πιο ανθεκτικού και ελκυστικού τουριστικού προϊόντος.

Μια άλλη μελέτη (Παρταλίδου και Ιακωβίδου, 2007) αναφέρθηκε στις αναπτυξιακές διαστάσεις του αγροτουρισμού στην Ελλάδα, υπογραμμίζοντας τη σημασία της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών και την ανάγκη για πρότυπα ποιότητας και νέες τάσεις στον αγροτουρισμό. Η μελέτη τόνισε ότι η ύπαρξη ενός μεγάλου αριθμού αγροτουριστικών καταλυμάτων σε όλη την Ελλάδα υποδηλώνει μια αυξανόμενη τάση και σημαντικό ενδιαφέρον για αυτή τη μορφή τουρισμού.

Συνολικά, οι έρευνες υποδεικνύουν ότι ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα έχει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, με την προϋπόθεση της ενίσχυσης της συνεργασίας μεταξύ τουρισμού και αγροδιατροφής, της βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών και της υιοθέτησης κατάλληλων προτύπων. Η υποστήριξη νέων επιχειρηματιών και η προώθηση της τοπικής παραγωγής μπορούν να συμβάλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του αγροτουρισμού και στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.

Ο Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδος (ΣΕΑΓΕ) είναι ένας φορέας που ιδρύθηκε με στόχο την προώθηση και ενίσχυση του αγροτουρισμού στην Ελλάδα, παρέχοντας υποστήριξη στους επαγγελματίες του κλάδου και προωθώντας τη βιώσιμη ανάπτυξη της υπαίθρου. Η αποστολή του συνδέσμου είναι η προβολή του αγροτουρισμού ως εναλλακτικής μορφής τουρισμού που συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, στην προστασία του περιβάλλοντος και στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Πιο συγκεκριμένα,

εργάζεται για την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των ενώσεων και των μελών τους, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, προωθώντας παράλληλα την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Επιπλέον, ο ΣΕΑΓΕ στηρίζει τις τοπικές κοινότητες μέσω της διατήρησης παραδοσιακών δραστηριοτήτων και προϊόντων, ενώ παράλληλα επενδύει στην εκπαίδευση και επιμόρφωση των επαγγελματιών του κλάδου ([www.agroxenia.org](http://www.agroxenia.org)).

Ο ΣΕΑΓΕ αναλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δράσεων με στόχο την ανάπτυξη και προβολή του ελληνικού αγροτουρισμού. Συγκεκριμένα, οργανώνει και συμμετέχει σε ενημερωτικές εκδηλώσεις, σεμινάρια και ημερίδες, προωθώντας την ανταλλαγή γνώσεων και εμπειριών μεταξύ των μελών του. Παράλληλα, δραστηριοποιείται στην ενίσχυση της δικτύωσης μεταξύ των μελών και των τοπικών κοινοτήτων, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη συνεργασιών και στην προβολή των τοπικών προϊόντων και παραδόσεων. Επιπλέον, ο ΣΕΑΓΕ συμμετέχει ενεργά σε προγράμματα προβολής του ελληνικού αγροτουρισμού σε διεθνείς εκθέσεις, ενώ παράλληλα συμμετέχει σε ευρωπαϊκά και εθνικά αναπτυξιακά προγράμματα που υποστηρίζουν τον αγροτουρισμό ([www.agroxenia.org](http://www.agroxenia.org)).

Τα μέλη του ΣΕΑΓΕ περιλαμβάνουν ενώσεις αγροτουρισμού από διάφορες περιοχές της Ελλάδας, όπως η Κρήτη, η Ήπειρος, η Πελοπόννησος, και η Μακεδονία. Σημαντικό μέρος της δράσης του αποτελεί η σύνδεση των τοπικών παραγωγών και των αγροτουριστικών καταλυμάτων με τουρίστες που αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες και τοπικά προϊόντα. Μέσω του επίσημου ιστότοπου του ΣΕΑΓΕ ([www.agroxenia.org](http://www.agroxenia.org)), παρέχονται πληροφορίες για τις δραστηριότητες του συνδέσμου, καθώς και ένα δίκτυο αγροτουριστικών καταλυμάτων και εμπειριών που καλύπτουν ολόκληρη την Ελλάδα. Ο ΣΕΑΓΕ αποτελεί κρίσιμο πυλώνα για την υποστήριξη και ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ελλάδα, ενισχύοντας τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και τη σύνδεση τουρισμού, γεωργίας και τοπικής παράδοσης.

## **2.5 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Για να συνεχίσει να αναπτύσσεται ο αγροτουρισμός και να προσφέρει στους επισκέπτες ποιοτικές και αξέχαστες εμπειρίες, είναι απαραίτητο οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό να επενδύσουν στην αναβάθμιση των υπηρεσιών τους και να επεκτείνουν τις γνώσεις τους (Shah et al., 2019). Η επιλογή της τοποθεσίας αποτελεί κρίσιμο στάδιο στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού, καθώς απαιτεί την αξιολόγηση ποικίλων παραγόντων, όπως οι φυσικές, πολιτιστικές και κοινωνικοοικονομικές συνθήκες (Apostolopoulos et al., 2020). Πιο

συγκεκριμένα τα πιο βασικά κριτήρια για την επιλογή των κατάλληλων περιοχών για την ανάπτυξη του προορισμού είναι τα εξής (Bhatta, Itagaki & Ohe, 2019):

- Συμβατότητα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των τοπικών κοινοτήτων
- Διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος
- Δημιουργία συνεργειών με άλλες βιώσιμες δραστηριότητες
- Προώθηση του αγροτουρισμού ως εργαλείου για την τοπική ανάπτυξη
- Χρήση βιώσιμων πρακτικών μάρκετινγκ

Ενσωμάτωση του αγροτουρισμού στους εθνικούς στόχους για βιώσιμη ανάπτυξη. Με άλλα λόγια, για να αναπτυχθεί επιτυχώς ο αγροτουρισμός σε μια περιοχή, είναι σημαντικό να συνδυάζονται αρκετοί παράγοντες (Joyner et al., 2018). Πρώτον, οι ντόπιοι πρέπει να ενδιαφέρονται και να υποστηρίζουν αυτήν την πρωτοβουλία. Δεύτερον, η περιοχή πρέπει να διαθέτει φυσικούς πόρους και βασικές υποδομές, όπως δρόμοι και ηλεκτρισμός. Επιπλέον, είναι σημαντικό να υπάρχει εύκολη πρόσβαση σε άλλα ενδιαφέροντα μέρη, ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να συνδυάσουν την επίσκεψή τους με άλλες δραστηριότητες (Maskeliūnaitė & Sivilevičius, 2021). Τέλος, η δυνατότητα ανάπτυξης συμπληρωματικών δραστηριοτήτων, όπως οι τοπικές χειροτεχνίες ή οι γαστρονομικές εμπειρίες, μπορεί να κάνουν την περιοχή πιο ελκυστική. Η προώθηση αυτών των δυνατοτήτων μέσω σύγχρονων μεθόδων μάρκετινγκ είναι επίσης απαραίτητη.

Η εφαρμογή προγραμμάτων αγροτουρισμού στις αναπτυσσόμενες χώρες μπορεί να αποτελέσει έναν ισχυρό καταλύτη για την οικονομική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών (Maskeliūnaitė & Sivilevičius, 2021). Μέσω της δημιουργίας τουριστικών καταλυμάτων, της ανάπτυξης ειδικών υποδομών και της προσφοράς τοπικών προϊόντων και παραδοσιακών εδεσμάτων, ο αγροτουρισμός συμβάλλει στην αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων αυτών των χωρών και στην προώθηση της ενδογενούς ανάπτυξης. Επιπλέον ο αγροτουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, στην αύξηση της απασχόλησης και στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς των αγροτικών περιοχών (Little & Blau, 2020).

## **2.6 ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ**

Η επιλογή της κατάλληλης περιοχής για την ανάπτυξη μιας αγροτουριστικής δραστηριότητας αποτελεί μια κρίσιμη απόφαση που επηρεάζει άμεσα την επιτυχία και τη μακροπρόθεσμη

βιωσιμότητα (Barbieri, 2013). Οι λόγοι για τους οποίους αυτή η επιλογή είναι τόσο σημαντική είναι οι εξής (Ammirato et al.,2020):

- Βιωσιμότητα

Η επιλογή μιας περιοχής που διαθέτει τους κατάλληλους φυσικούς, οικονομικούς και κοινωνικούς πόρους είναι απαραίτητη για να διασφαλιστεί ότι ο αγροτουρισμός θα αναπτυχθεί με βιώσιμο τρόπο (Ndhlovu & Dube, 2024). Οι φυσικοί πόροι, όπως το έδαφος, το νερό και η βιοποικιλότητα, αποτελούν τη βάση για την αγροτική παραγωγή και τις δραστηριότητες που προσφέρονται στους επισκέπτες (Barbieri, 2020). Η διατήρηση αυτών των πόρων είναι ζωτικής σημασίας για τη μακροπρόθεσμη επιβίωση της περιοχής (Ammirato et al.,2020). Επιπλέον, η οικονομική βιωσιμότητα εξασφαλίζεται όταν η αγροτουριστική δραστηριότητα συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας (Ndhlovu & Dube, 2024). Τέλος, η κοινωνική βιωσιμότητα επιτυγχάνεται όταν ο αγροτουρισμός συμβάλλει στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και της τοπικής κοινότητας (Barbieri, 2020).

- Ανταγωνιστικότητα

Μια καλά επιλεγμένη αγροτουριστική περιοχή μπορεί να προσφέρει μοναδικές εμπειρίες που θα την διαφοροποιήσουν από τον ανταγωνισμό (Ndhlovu & Dube, 2024). Αυτές οι εμπειρίες μπορεί να σχετίζονται με τη γεωγραφική τοποθεσία της περιοχής, το φυσικό περιβάλλον, την πολιτιστική κληρονομιά, τα τοπικά προϊόντα και τις παραδοσιακές δραστηριότητες (Barbieri, 2020). Μια περιοχή με έντονο φυσικό κάλλος, πλούσια ιστορία και μοναδική γαστρονομία μπορεί να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες και να δημιουργήσει μια ισχυρή ταυτότητα για τον αγροτουρισμό της (Ammirato et al.,2020).

- Επίδραση στην τοπική κοινότητα

Η επιλογή μιας αγροτουριστικής περιοχής έχει άμεσες επιπτώσεις στην τοπική κοινότητα (Barbieri, 2013). Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού μπορεί να δημιουργήσει νέες οικονομικές ευκαιρίες για τους κατοίκους, όπως θέσεις εργασίας στον τομέα της φιλοξενίας, της εστίασης και της παραγωγής τοπικών προϊόντων (Ndhlovu & Dube, 2024). Επιπλέον, ο αγροτουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην αναβίωση των αγροτικών περιοχών, στην προστασία του περιβάλλοντος και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής. Ωστόσο, είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού θα γίνει με τρόπο που να σέβεται την τοπική κοινότητα και τις παραδόσεις της (Ammirato et al.,2020).

Οι επιχειρήσεις προκειμένου να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες πρέπει να κατανοήσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τις καταναλωτικές αποφάσεις. Όπως

συμβαίνει και στον αγροτουρισμό, οι καταναλωτές δεν επιλέγουν απλά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, αλλά μια ολοκληρωμένη εμπειρία. Για να είναι επιτυχημένες, οι επιχειρήσεις πρέπει να προσαρμόσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών τους. Σύμφωνα με την Sarantakou (2010) οι παράγοντες είναι οι εξής:

- Κοινωνικοί Παράγοντες

Η οικογένεια αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της διαμόρφωσης των προσωπικών πεποιθήσεων και προτιμήσεων, επηρεάζοντας σημαντικά τις καταναλωτικές επιλογές (Shen et al., 2020). Οι αξίες και τα πρότυπα που αποκτά το άτομο από το οικογενειακό του περιβάλλον καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τις δραστηριότητες και τους προορισμούς που επιλέγει (Petroman et al., 2018). Για παράδειγμα, ένα άτομο που μεγάλωσε σε μια οικογένεια με έντονη περιβαλλοντική συνείδηση, είναι πολύ πιθανό να επιλέξει ταξίδια σε προορισμούς που προσφέρουν επαφή με τη φύση και να συμμετέχει σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος, όπως ο καθαρισμός παραλιών (Torres et al., 2024). Οι κοινωνικές ομάδες στις οποίες συμμετέχει το άτομο διαμορφώνουν τις απόψεις του και τον ωθούν να επιλέγει προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στην εικόνα που θέλει να παρουσιάσει για τον εαυτό του (Shen et al., 2020). Η θέση του ατόμου στην κοινωνική ιεραρχία, που καθορίζεται από παράγοντες όπως το επάγγελμα και το εισόδημα, επηρεάζει σημαντικά τις επιλογές του, συμπεριλαμβανομένων και των ταξιδιωτικών του προτιμήσεων (Wu et al., 2022).

- Δημογραφικοί Παράγοντες

Οι επιλογές για αγροτουρισμό επηρεάζονται σημαντικά από προσωπικά χαρακτηριστικά, όπως η ηλικία, το φύλο και το επάγγελμα (Torres et al., 2024). Αυτοί οι παράγοντες διαμορφώνουν τις προσδοκίες και τις προτιμήσεις σχετικά με τις δραστηριότητες και τις εμπειρίες που αναζητά το άτομο σε έναν αγροτουριστικό προορισμό (Petroman et al., 2018). Για παράδειγμα, οι γυναίκες συχνά προτιμούν δραστηριότητες όπως η γευστιγνωσία και οι καλλιτεχνικές δημιουργίες, ενώ οι άνδρες ενδιαφέρονται περισσότερο για χειρωνακτικές εργασίες και αθλήματα (Shen et al., 2020). Επιπλέον, η ηλικία παίζει καθοριστικό ρόλο, καθώς οι νεότεροι άνθρωποι αναζητούν πιο έντονες εμπειρίες και δραστηριότητες, ενώ οι μεγαλύτεροι σε ηλικία μπορεί να προτιμούν πιο χαλαρωτικές διακοπές (Wu et al., 2022).

- Πολιτιστικοί Παράγοντες

Κάθε άτομο φέρει μοναδικές πολιτισμικές επιρροές που διαμορφώνουν τις αποφάσεις που παίρνει, συμπεριλαμβανομένων και των επιλογών του ως καταναλωτής (Torres et al., 2024). Αυτές οι πολιτισμικές διαφορές, όπως η θρησκεία, η καταγωγή και η εθνικότητα, μας οδηγούν σε διαφορετικές προτιμήσεις και αξίες (Wu et al., 2022). Ως αποτέλεσμα, οι τουρίστες μπορούν να ταξινομηθούν σε συγκεκριμένες ομάδες που μοιράζονται κοινές πολιτισμικές πεποιθήσεις (Shen et al., 2020). Αυτές οι ομάδες, με τις ξεχωριστές τους νοοτροπίες και αξίες, αναζητούν διαφορετικές εμπειρίες ταξιδιού (Wiranatha et al., 2024).

- Ψυχολογικοί Παράγοντες

Οι ψυχολογικοί παράγοντες διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση των καταναλωτικών συμπεριφορών (Torres et al., 2024). Η αυτοεικόνα, ως υποκειμενική αντίληψη του εαυτού, επηρεάζει σημαντικά τις επιλογές των καταναλωτών, καθώς οδηγεί στην επιλογή προϊόντων και υπηρεσιών που συμβάλλουν στην ενίσχυση της επιθυμητής αυτοεικόνας (Wu et al., 2022). Επιπλέον, ο τρόπος ζωής, που περιλαμβάνει τις διαπροσωπικές σχέσεις και τις δραστηριότητες ενός ατόμου, διαμορφώνει τις προτιμήσεις του και επηρεάζει την επιλογή προορισμών αναψυχής, όπως οι αγροτουριστικοί προορισμοί, που προσφέρουν εμπειρίες σύμφωνες με τον επιθυμητό τρόπο ζωής (Wiranatha et al., 2024).

## **2.7 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια αναδυόμενη μορφή τουρισμού που συνδυάζει την επαφή με τη φύση, την αγροτική ζωή και την τοπική κουλτούρα. Είναι μια βιώσιμη και ελκυστική επιλογή για τους ταξιδιώτες που αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες και θέλουν να συμβάλουν στην ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών. Ο αγροτουρισμός επηρεάζει την τοπική οικονομία με τους παρακάτω τρόπους (Rasulovich, 2021):

- Δημιουργία θέσεων εργασίας: Ο αγροτουρισμός δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας σε τομείς όπως η φιλοξενία, η γεωργία, η παραγωγή τοπικών προϊόντων και οι υπηρεσίες εστίασης.
- Αύξηση του εισοδήματος: Οι τοπικές κοινότητες επωφελούνται από την αύξηση του εισοδήματος που προέρχεται από τον τουρισμό, καθώς οι επισκέπτες ξοδεύουν χρήματα σε καταλύματα, εστιατόρια, αγορές τοπικών προϊόντων και δραστηριότητες.
- Διατήρηση της αγροτικής παραγωγής: Μέσω του αγροτουρισμού, οι αγροτικές περιοχές μπορούν να αναπτύξουν την οικονομία τους, αξιοποιώντας τα τοπικά προϊόντα και προσελκύοντας επισκέπτες..

- Προστασία του περιβάλλοντος: Ο αγροτουρισμός προωθεί την αειφόρο ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος, ενθαρρύνοντας τις καλές πρακτικές στη γεωργία και την τουριστική δραστηριότητα.
- Διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς: Οι αγροτουριστικές δραστηριότητες συμβάλλουν στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς των τοπικών κοινωνιών, προωθώντας τις παραδόσεις, τις τέχνες και τα έθιμα.

Οι βιώσιμες μορφές τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, συμβάλλουν στην ανάκαμψη των αγροτικών περιοχών της Ελλάδας. Αυτές οι δραστηριότητες, όταν εφαρμόζονται σύμφωνα με τις βασικές τους αρχές, μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στην αποφυγή της πληθυσμιακής συρρίκνωσης που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια στις ελληνικές επαρχίες (Gaworecki, 2006). Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού όπως και του οικοτουρισμού δεν περιορίζεται μόνο στον αγροτικό τομέα, αλλά επεκτείνεται σε όλους τους τομείς της κοινωνίας και της οικονομίας. Συγκεκριμένα έχουμε (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019):

- Κοινωνική ανάπτυξη: Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, ενισχύεται η κοινωνική συνοχή και διατηρούνται ζωντανές οι παραδόσεις και τα ήθη των τοπικών κοινωνιών.
- Οικονομική ανάπτυξη: Αυξάνεται το εισόδημα των αγροτών και των τοπικών επιχειρήσεων, ενώ παράλληλα ενισχύεται η τουριστική βιομηχανία.
- Περιβαλλοντική προστασία: Προωθείται η βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων και η διατήρηση της βιοποικιλότητας.
- Πολιτιστική ανάδειξη: Αναδεικνύεται η πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της χώρας.

Η Ελλάδα έχει ήδη αναπτύξει ένα δίκτυο υποδομών που υποστηρίζει τον αγροτουρισμό και τον οικοτουρισμό (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Από παραδοσιακά καταλύματα και αγροκτήματα που προσφέρουν μια αυθεντική εμπειρία, μέχρι ταβέρνες με τοπικές γεύσεις, καταστήματα με προϊόντα της γης, η χώρα μας προσφέρει στους επισκέπτες μια ολοκληρωμένη εμπειρία επαφής με τη φύση και τον πολιτισμό (Gaworecki, 2006). Παράλληλα, λαογραφικά μουσεία, κέντρα ενημέρωσης και εταιρείες που οργανώνουν δραστηριότητες στη φύση εμπλουτίζουν την τουριστική εμπειρία και συμβάλλουν στην ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της χώρας (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Η ποικιλία των ποιοτικών τοπικών προϊόντων εμπλουτίζει την εμπειρία του επισκέπτη και προσδίδει υψηλή αξία στην ελληνική γαστρονομία. Επιπλέον, ο οικογενειακός χαρακτήρας των επιχειρήσεων στον τομέα του αγροτουρισμού ενισχύει την αίσθηση της φιλοξενίας και προσφέρει στους επισκέπτες μια αυθεντική και βιωματική εμπειρία, συμβάλλοντας παράλληλα στην ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών (Gaworecki, 2006).

Σύμφωνα με τους Αποστολόπουλος και Σδράλη (2009), τα οφέλη που αποκομίζουν όλοι οι εμπλεκόμενοι από τον αγροτουρισμό είναι:

1. Οφέλη για τους επισκέπτες:

- Αυθεντική εμπειρία: Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά την ελληνική ύπαιθρο, τις παραδόσεις, τα έθιμα και τη γαστρονομία.
- Άμεση επαφή με τη φύση: Μπορούν να συμμετάσχουν σε διάφορες αγροτικές δραστηριότητες, όπως συγκομιδή, κτηνοτροφία, παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων.
- Γεύση τοπικών προϊόντων: Οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν φρέσκα, ποιοτικά προϊόντα απευθείας από τον παραγωγό.
- Αποφυγή του μαζικού τουρισμού: Ο αγροτουρισμός προσφέρει μια πιο ήρεμη και χαλαρωτική εμπειρία μακριά από τα πολυσύχναστα τουριστικά κέντρα.
- Βιωματικές δραστηριότητες: Οι επισκέπτες μπορούν να μάθουν να φτιάχνουν παραδοσιακά προϊόντα, να μαγειρεύουν τοπικές συνταγές ή να συμμετάσχουν σε πολιτιστικές εκδηλώσεις.

2. Οφέλη για τους αγρότες και τις τοπικές κοινότητες:

- Πρόσθετο εισόδημα: Οι αγρότες μπορούν να αυξήσουν το εισόδημά τους προσφέροντας φιλοξενία, οργανώνοντας δραστηριότητες και πωλώντας τα προϊόντα τους απευθείας στους επισκέπτες.
- Διατήρηση της αγροτικής παραγωγής: Ο αγροτουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση της αγροτικής παραγωγής και στην προστασία του αγροτικού τοπίου.
- Ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας: Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και ενισχύεται η τοπική οικονομία.
- Διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς: Ο αγροτουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση των παραδόσεων, των εθίμων και της πολιτιστικής κληρονομιάς των τοπικών κοινωνιών.
- Βελτίωση της ποιότητας ζωής: Οι κάτοικοι των αγροτικών περιοχών μπορούν να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους και να αναγεννήσουν τις κοινότητές τους.

3. Οφέλη για την Ελλάδα:

- Επέκταση της τουριστικής περιόδου: Ο αγροτουρισμός μπορεί να επεκτείνει την τουριστική περίοδο πέρα από τους καλοκαιρινούς μήνες.

- Διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς: Η Ελλάδα μπορεί να ξεχωρίσει από άλλους προορισμούς προσφέροντας μια πιο αυθεντική και βιώσιμη τουριστική εμπειρία.
- Προστασία του περιβάλλοντος: Ο αγροτουρισμός ενθαρρύνει την υπεύθυνη χρήση των φυσικών πόρων και την προστασία του περιβάλλοντος.
- Ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας: Ο αγροτουρισμός προβάλλει την Ελλάδα ως έναν προορισμό με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και υψηλή ποιότητα ζωής.

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια αποτελεσματική στρατηγική για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που έχουν πολλές αγροτικές περιοχές, όπως η απομόνωση, η υποβάθμιση και η πληθυσμιακή συρρίκνωση (Gaworecki, 2006). Η δημιουργία νέων οικονομικών δραστηριοτήτων και η προσέλκυση επισκεπτών μπορούν να αναζωογονήσουν αυτές τις περιοχές και να βελτιώσουν τις συνθήκες διαβίωσης των κατοίκων. Επιπλέον ο αγροτουρισμός ενισχύει την οικονομία των αγροτικών περιοχών, δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και βελτιώνει την ποιότητα ζωής των κατοίκων.. Η δημιουργία υποδομών ήπιας κλίμακας ενισχύει την αειφορία και συμβάλλει στην ανάδειξη των τοπικών προϊόντων και του πολιτισμού (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

Επιπρόσθετα, ο αγροτουρισμός αποτελεί έναν ισχυρό μοχλό ανάπτυξης για τις αγροτικές περιοχές, προσφέροντας πολλαπλά οφέλη. Καταρχάς, ενισχύει την τοπική οικονομία μέσω της προώθησης γεωργικών προϊόντων και της ανάπτυξης συμπληρωματικών δραστηριοτήτων. Παράλληλα, προστατεύει το περιβάλλον και διατηρεί την πολιτιστική κληρονομιά, ευαισθητοποιώντας τόσο τους κατοίκους όσο και τους επισκέπτες. Ακόμη, ο αγροτουρισμός μειώνει την εποχικότητα στον τουρισμό, συμβάλλοντας στην ομοιόμορφη κατανομή των επισκεπτών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Με αυτόν τον τρόπο, προωθείται η περιφερειακή ανάπτυξη και βελτιώνεται η ποιότητα ζωής των κατοίκων. Όπως επισημαίνει ο Gaworecki (2006), ο αγροτουρισμός παράγει ένα ευρύ φάσμα θετικών επιπτώσεων, οι οποίες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε αναμενόμενες, πιθανές και πραγματικές, ανάλογα με το επίπεδο της έρευνας και της ανάλυσης, υπογραμμίζοντας τη πολυεπίπεδη φύση αυτής της δραστηριότητας.

Σύμφωνα με τους Przezbórska και Scrimgeour (2009), οι επιπτώσεις που μελετώνται διεθνώς μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις διαφορετικούς τύπους:

**Πίνακας 1:** Κοινωνικές και ψυχολογικές επιδράσεις Αγροτουρισμού

| Κοινωνικές και ψυχολογικές επιδράσεις |
|---------------------------------------|
| Απόκτηση νέων γνώσεων και δεξιοτήτων  |
| Γνωριμία με νέους ανθρώπους           |

|                                                  |
|--------------------------------------------------|
| Αναβίωση της αγροτικής παράδοσης                 |
| Εκπαίδευση - Επιμόρφωση                          |
| <i>Πηγή: Przezbórska &amp; Scrimgeour (2009)</i> |

**Πίνακας 2:** Οικονομικές επιδράσεις Αγροτουρισμού

|                                                   |
|---------------------------------------------------|
| <b>Οικονομικές επιδράσεις</b>                     |
| Ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών                 |
| Ενίσχυση της αγοράς εργασίας                      |
| Εναλλακτικές πηγές εισοδήματος                    |
| Οικονομικοί πόροι των τοπικών κοινωνιών           |
| Ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης                |
| Προώθηση της κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης |
| <i>Πηγή: Przezbórska &amp; Scrimgeour (2009)</i>  |

**Πίνακας 3:** Χωρικές και Περιβαλλοντικές επιδράσεις Αγροτουρισμού

|                                                        |
|--------------------------------------------------------|
| <b>Χωρικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις</b>          |
| Αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης            |
| Ενίσχυση τοπικών υποδομών                              |
| Αναβάθμιση της αισθητικής των κατοικιών                |
| Ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς                  |
| Αντιμετώπιση της μαζικής μετανάστευσης από την ύπαιθρο |
| <i>Πηγή: Przezbórska &amp; Scrimgeour (2009)</i>       |

Ο αγροτουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα για την κοινωνική και ψυχολογική ευεξία των ανθρώπων (Przezbórska & Scrimgeour, 2009). Μέσω της επαφής με τη φύση και την αγροτική κοινότητα, οι άνθρωποι έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν νέες πτυχές του εαυτού τους, να καλλιεργήσουν δεσμούς με άλλους ανθρώπους και να αποκτήσουν μια βαθύτερη κατανόηση του κόσμου γύρω τους. Αυτή η εμπειρία συμβάλλει στην ανάπτυξη της ενσυναίσθησης, του σεβασμού για τη διαφορετικότητα και της εκτίμησης για τις παραδόσεις και τον πολιτισμό (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

Ο αγροτουρισμός, πέρα από τις θετικές του επιπτώσεις στην κοινωνία και την ψυχολογία των ανθρώπων, συμβάλλει σημαντικά στην προστασία του περιβάλλοντος και στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών (Przezbórska & Scrimgeour, 2009). Μέσω της αξιοποίησης μικρών, παραδοσιακών καταλυμάτων και της προώθησης τοπικών υποδομών, διατηρείται ο χαρακτήρας της υπαίθρου και βελτιώνεται η ποιότητα ζωής των κατοίκων (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Επιπλέον, η ανακαίνιση παλιών σπιτιών συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην καταπολέμηση της απόδρασης προς τις

πόλεις, ενισχύοντας έτσι την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών και την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

Ο αγροτουρισμός έχει θετικές επιπτώσεις τόσο στο φυσικό όσο και στο ανθρωπογενές περιβάλλον. Η ανάπτυξη μικρών, φιλικών προς το περιβάλλον εγκαταστάσεων συμβάλλει στην προστασία των τοπίων και στην αναβάθμιση των αγροτικών περιοχών (Przezbórska & Scrimgeour, 2009). Παράλληλα, η αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και η ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων συμβάλλει στην αναχαίτιση της τάσης φυγής προς τις πόλεις, όπως επισημαίνουν οι Αποστολόπουλος και Σδράλη (2009).

Ο αγροτουρισμός, αν και προσφέρει μοναδικές εμπειρίες, αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις. Μια από τις κυριότερες προκλήσεις είναι η έλλειψη κατάλληλων υποδομών. Η ανύπαρκτη ή ανεπαρκής οδική πρόσβαση, η έλλειψη ηλεκτρισμού και ύδρευσης σε απομακρυσμένες περιοχές, καθώς και η απουσία σύγχρονων καταλυμάτων αποτελούν σημαντικά προβλήματα που αποθαρρύνουν τόσο τους επενδυτές όσο και τους τουρίστες. Η ανάγκη για σημαντικές επενδύσεις σε υποδομές αποτελεί προϋπόθεση για την περαιτέρω ανάπτυξη του αγροτουρισμού (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019).

Επιπλέον η επιτυχία του αγροτουρισμού εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα των αγροτών και των επιχειρηματιών της υπαίθρου να αποκτήσουν και να ανανεώσουν συνεχώς τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους. Για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα, χρειάζονται εξειδικευμένη κατάρτιση σε τομείς όπως η φιλοξενία, η διαχείριση τροφίμων, το μάρκετινγκ και οι ξένες γλώσσες. Η συνεργασία μεταξύ εκπαιδευτικών φορέων, αγροτικών συνεταιρισμών και τουριστικών επιχειρήσεων είναι απαραίτητη για τη δημιουργία εξειδικευμένων προγραμμάτων κατάρτισης που θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες των αγροτικών περιοχών. Μέσω της εκπαίδευσης, οι αγρότες και οι επιχειρηματίες θα μπορέσουν να αναπτύξουν βιώσιμες αγροτουριστικές επιχειρήσεις, να προωθήσουν τα τοπικά προϊόντα και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών (Przezbórska & Scrimgeour, 2009).

Τέλος, για να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες και να διακριθούν στον ανταγωνιστικό τομέα του τουρισμού, οι αγροτουριστικοί προορισμοί πρέπει να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν μια ολοκληρωμένη στρατηγική μάρκετινγκ (Μόσχου, 2023). Αυτό περιλαμβάνει την κατασκευή μιας ισχυρής εταιρικής ταυτότητας, την ανάπτυξη ελκυστικών προγραμμάτων και πακέτων, την αξιοποίηση των ψηφιακών καναλιών και των κοινωνικών μέσων για την προώθηση των υπηρεσιών τους και την δημιουργία συνεργασιών με τουριστικούς πράκτορες και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς. Μια αποτελεσματική στρατηγική μάρκετινγκ όχι μόνο αυξάνει την ορατότητα του προορισμού αλλά και συμβάλλει

στην οικοδόμηση μιας ισχυρής εικόνας και φήμης (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019).

## **2.8 ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Κάθε ταξιδιώτης που επιλέγει τον αγροτουρισμό έχει διαφορετικές προσδοκίες αλλά και προβλέψεις, οι οποίες διαμορφώνονται από μια σειρά προσωπικών και εξωτερικών παραγόντων. Το πολιτιστικό υπόβαθρο, ο τρόπος ζωής, οι κοινωνικές επαφές, η ηλικία, το φύλο, η εκπαίδευση, οι προηγούμενες ταξιδιωτικές εμπειρίες ακόμη και οι πληροφορίες που αντλούνται από το διαδίκτυο, επηρεάζουν σημαντικά αυτό που αναζητάται σε ένα αγροτουριστικό ταξίδι (Zagaría et al., 2018). Πιο συγκεκριμένα οι παράγοντες που επηρεάζουν τις προτιμήσεις και τις προσδοκίες των επισκεπτών είναι οι εξής (Chatzigeorgiou & Simeli, 2017):

- Κοινωνικοί Παράγοντες

Οι οικογενειακοί θεσμοί, οι κοινωνικές ομάδες και οι άνθρωποι με τους οποίους συναναστρεφόμαστε, ασκούν σημαντική επιρροή στις καταναλωτικές μας επιλογές, συμπεριλαμβανομένων και των επιλογών μας για αγροτουρισμό. Οι αξίες και οι πεποιθήσεις που αποκτώνται από την οικογένεια διαμορφώνουν τις προτιμήσεις μας για συγκεκριμένους προορισμούς και δραστηριότητες (Chatzigeorgiou & Simeli, 2017). Για παράδειγμα, άτομα που μεγάλωσαν σε ένα οικογενειακό περιβάλλον που σέβεται το περιβάλλον, είναι πιο πιθανό να επιλέξουν αγροτουριστικές δραστηριότητες που συμβάλλουν στην προστασία της φύσης. Επιπλέον, οι κοινωνικές ομάδες στις οποίες ανήκουμε, όπως οι φίλοι, οι συνάδελφοι ή οι συνομήλικοι, επηρεάζουν τις αντιλήψεις για τον εαυτό μας και για τον κόσμο που μας περιβάλλει, διαμορφώνοντας έτσι τις επιλογές μας ως καταναλωτές. Η κοινωνική θέση και το περιβάλλον παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή των αγροτουριστικών προορισμών και των δραστηριοτήτων που μας ταιριάζουν (Zagaría et al., 2018).

- Δημογραφικοί Παράγοντες

Οι προσωπικές προτιμήσεις των ταξιδιωτών στον αγροτουρισμό διαμορφώνονται σημαντικά από παράγοντες όπως το φύλο, η ηλικία, το επάγγελμα και το κοινωνικοοικονομικό τους επίπεδο. Αυτά τα χαρακτηριστικά διαμορφώνουν τόσο την αντίληψη των ανθρώπων για τον αγροτουρισμό όσο και τις προτιμήσεις τους σχετικά με τις δραστηριότητες που επιλέγουν να κάνουν κατά τις διακοπές τους (Chatzigeorgiou & Simeli). Για παράδειγμα, οι γυναίκες

συχνά προτιμούν αγροτουριστικούς προορισμούς που προσφέρουν καλλιτεχνικές δραστηριότητες και γαστρονομικές εμπειρίες, ενώ οι άνδρες ενδιαφέρονται περισσότερο για δραστηριότητες που σχετίζονται με τη φύση και την άθληση. Επιπλέον, η ηλικία παίζει καθοριστικό ρόλο, καθώς οι νεότεροι αναζητούν έντονες εμπειρίες και κοινωνικές εκδηλώσεις, ενώ οι μεγαλύτεροι σε ηλικία μπορεί να προτιμούν πιο χαλαρωτικές και ήρεμες δραστηριότητες (Zagaría et al., 2018).

- Πολιτιστικοί Παράγοντες

Η πολιτιστική ταυτότητα ενός ατόμου, που περιλαμβάνει την θρησκεία, την καταγωγή και την εθνικότητά του, διαμορφώνει τις αξίες, τις αντιλήψεις και τις προτιμήσεις του, επηρεάζοντας σημαντικά τις επιλογές του, συμπεριλαμβανομένων και των τουριστικών του προτιμήσεων. Αυτό επιτρέπει την ταξινόμηση των ανθρώπων σε συγκεκριμένες τουριστικές ομάδες, με βάση τις κοινές τους πολιτισμικές αξίες και πεποιθήσεις (Chatzigeorgiou & Simeli, 2017).

- Προσωπικοί – Ψυχολογικοί Παράγοντες

Η προσωπικότητα, η αυτοεκτίμηση, οι αξίες και ο τρόπος ζωής ενός ατόμου διαμορφώνουν την αυτοεικόνα του και επηρεάζουν σημαντικά τις καταναλωτικές του επιλογές, συμπεριλαμβανομένων και των επιλογών του σε αγροτουριστικές δραστηριότητες. Οι διαπροσωπικές σχέσεις, το περιβάλλον στο οποίο ζει και οι δραστηριότητες που επιλέγει καθημερινά αντικατοπτρίζονται στις επιλογές του για διακοπές στην ύπαιθρο, καθώς επηρεάζουν τα ενδιαφέροντα και τις προσδοκίες του από ένα τέτοιο ταξίδι (Zagaría et al., 2018).

- Τεχνολογία και Διαδίκτυο

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και η αυξανόμενη επιρροή των social media έχουν αλλάξει δραματικά τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με τα ταξίδια τους. Σε αυτό το νέο περιβάλλον, οι επιχειρήσεις του τουρισμού πρέπει να επενδύσουν στην ανάπτυξη της ψηφιακής τους παρουσίας και στη διαχείριση της online φήμης τους, προκειμένου να προσεγγίσουν τους πελάτες τους αποτελεσματικά και να τους εμπνεύσουν να επιλέξουν τις υπηρεσίες τους (Chatzigeorgiou & Simeli, 2017). Το διαδίκτυο έχει μεταμορφώσει τον τρόπο που επιλέγει κανείς τα ταξίδια, καθώς οι αξιολογήσεις άλλων ταξιδιωτών και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της διαδικασίας λήψης αποφάσεων. Οι πλατφόρμες όπως το Google, το Trivago και το TripAdvisor παρέχουν άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες και εμπειρίες από άλλους

ταξιδιώτες, ενώ τα social media επιτρέπουν να ανακαλυφθούν νέοι προορισμοί και αποτελούν πηγή έμπνευσης από το περιεχόμενο άλλων χρηστών (Zagaria et al., 2018).

## **2.9 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Ο αγροτουρισμός αποτελεί έναν αναδυόμενο κλάδο με σημαντικές προοπτικές για την ανάπτυξη των περιφερειών της Ελλάδας, προσφέροντας μια βιώσιμη εναλλακτική στην παραδοσιακή αγροτική οικονομία (Τομάρας και Λαγός, 2005). Η ζήτηση για αυθεντικές εμπειρίες και η επαφή με τη φύση καθιστούν τον αγροτουρισμό έναν ελκυστικό προορισμό για τους σύγχρονους ταξιδιώτες (Κουσούνης, 2012).

Η μετατόπιση του ενδιαφέροντος των τουριστών προς τον αγροτουρισμό υποδηλώνει μια μεταστροφή προς πιο βιωματικές και αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες (Κουσούνης, 2012). Οι αγροτικές περιοχές της Ελλάδας διαθέτουν σημαντικό δυναμικό για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, αξιοποιώντας την πλούσια πολιτιστική και φυσική κληρονομιά τους. (Τσάρτας, 2010).

Ο αγρότης, πέρα από την παραγωγή αγροτικών προϊόντων, μπορεί να αναδείξει την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής του, προσφέροντας στους επισκέπτες μια μοναδική εμπειρία φιλοξενίας σε αγροτικό περιβάλλον (Τομάρας και Λαγός, 2005). Ο αγροτουρισμός, χωρίς να υποκαταστήσει τις παραδοσιακές αγροτικές δραστηριότητες, αποτελεί μια βιώσιμη επιλογή για την οικονομική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, συνδυάζοντας την παράδοση με τον σύγχρονο τουρισμό (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006).

Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα, παρόλο που απαιτεί σημαντική επένδυση χρόνου και πόρων, αποτελεί μια πολλά υποσχόμενη επιχειρηματική δραστηριότητα (Κουσούνης, 2012). Η αυξανόμενη τάση για επιστροφή στη φύση και την παράδοση δημιουργεί μια ζήτηση για αυθεντικές αγροτουριστικές εμπειρίες (Παπαδογιαννάκης, 2007). Ωστόσο, η επιτυχία στον τομέα αυτό προϋποθέτει εξειδικευμένη γνώση, προσεκτικό σχεδιασμό και συνεχή προσπάθεια (Τομάρας και Λαγός, 2005).

Η ανάγκη για ανανέωση και προσαρμογή στις νέες συνθήκες καθιστά τον αγροτουρισμό μια ελκυστική επιλογή για τις αγροτικές περιοχές που έχουν πληγεί από την οικονομική κρίση (Stylidis & Terzidou, 2014). Μέσω του αγροτουρισμού, οι τοπικές κοινότητες μπορούν να ανακτήσουν τη βιωσιμότητά τους και να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας (Τομάρας και Λαγός, 2005). Επιπλέον ο αγροτουρισμός αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο για την ανάπτυξη

των αγροτικών περιοχών, καθώς συνδυάζει την παράδοση με την καινοτομία (Paratheodorou, Rosselló & Xiao, 2010). Μέσω της αξιοποίησης του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου των περιοχών αυτών, ο αγροτουρισμός μπορεί να προσελκύσει επισκέπτες και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη (Κουσούνης, 2012).

Ο αγροτουρισμός δεν είναι απλά μια τουριστική δραστηριότητα, αλλά ένας τρόπος ζωής που συνδυάζει την παραγωγή τροφίμων, τη διατήρηση της παράδοσης και την προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών φιλοξενίας (Τομάρας και Λαγός, 2005). Μέσω του αγροτουρισμού, ο τουρίστας δύναται να αναβιώσει την επαφή με τη φύση και να ανακαλύψει ξανά τις αξίες της αγροτικής ζωής (Παπαδογιαννάκης, 2007).

Η Ελλάδα, χάρη στην ποικιλομορφία του φυσικού και πολιτιστικού της περιβάλλοντος, διαθέτει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στον τομέα του αγροτουρισμού (Παπαδογιαννάκης, 2007). Οι διαφορετικές κλιματολογικές συνθήκες, τα ποικίλα τοπία και η πλούσια ιστορία της χώρας μας προσφέρουν τη δυνατότητα για την ανάπτυξη μιας ευρείας γκάμας αγροτουριστικών δραστηριοτήτων (Κουσούνης, 2012).

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια βιώσιμη στρατηγική για την αντιμετώπιση των ανισοτήτων στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, τονώνοντας την τοπική οικονομία και δημιουργώντας νέες ευκαιρίες απασχόλησης (Παπαδογιαννάκης, 2007). Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού (Stylidis & Terzidou, 2014).

## **2.10 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: ΑΠΟ ΤΙΣ ΡΙΖΕΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ ΕΩΣ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΞΑΠΛΩΣΗ**

Τη δεκαετία του '60, στην Κεντρική Ευρώπη, εμφανίστηκε μια πρωτόγονη μορφή αγροτουρισμού (Gaworecki, 2006). Μια μικρή ομάδα, κυρίως από την ανώτερη κοινωνική τάξη, άρχισε να περνάει σύντομες διακοπές σε μεγάλα αγροκτήματα (Leslie, 2010). Εκεί, είχαν την ευκαιρία να νοικιάσουν ένα μέρος του σπιτιού του αγρότη, να συμμετάσχουν στις αγροτικές εργασίες και να απολαύσουν τα φρέσκα, τοπικά προϊόντα (Przezbórska & Scrimgeour, 2009).

Καθώς ο μαζικός τουρισμός βίωσε μια περίοδο ακμής και στη συνέχεια παρακμής, ο αγροτουρισμός άρχισε να προσελκύει ένα ευρύτερο κοινό (Leslie, 2010). Αυτή η αυξανόμενη ζήτηση οδήγησε σε μια πιο επαγγελματική προσέγγιση, με την ανακαίνιση παραδοσιακών

κτιρίων για να καλύψουν τις ανάγκες των τουριστών (Przezbórska & Scrimgeour, 2009). Ως αποτέλεσμα, πολλές αγροτικές περιοχές ανάκαμψαν οικονομικά, καθώς οι αγρότες αύξησαν τα εισοδήματά τους, χωρίς να επιβαρύνουν το περιβάλλον ή να αλλοιώνουν την τοπική φυσιογνωμία (Leslie, 2010).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αναγνωρίσει τον αγροτουρισμό ως βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη των ευρωπαϊκών περιοχών, αντιμετωπίζοντας παράλληλα την πρόκληση της εγκατάλειψης της υπαίθρου και της μείωσης του αγροτικού εισοδήματος (Gaworecki, 2006). Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της Eurostat (2023), ο αγροτουρισμός συμβάλλει περίπου στο 10% του συνολικού τουριστικού εισοδήματος στην Ευρώπη, ενώ χώρες όπως η Ιταλία και η Γαλλία διατηρούν ηγετική θέση στην αγορά με περισσότερες από 30.000 αγροτουριστικές επιχειρήσεις η καθεμία. Όπως σημειώθηκε το 2022, οι διανυκτερεύσεις σε αγροτουριστικά καταλύματα στην Ευρώπη αυξήθηκαν κατά 12% σε σχέση με το 2021, ενώ η Ισπανία παρουσίασε ραγδαία ανάπτυξη 15% στον κλάδο (European Tourism Trends, 2023). Αυτή η προσέγγιση, που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου για μια πιο ποιοτική ζωή, έχει βρει ήδη εφαρμογή σε χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία και η Αυστρία, οι οποίες αποτελούν πρότυπα για άλλες ευρωπαϊκές χώρες (Leslie, 2010).

Η τάση προς τον αγροτουρισμό δεν περιορίζεται στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Χώρες με σημαντική αγροτική παράδοση, όπως η Ρουμανία, η Ουγγαρία και η Σερβία, επενδύουν όλο και περισσότερο σε αυτήν τη μορφή τουρισμού (Gaworecki, 2006). Παράλληλα, ο αγροτουρισμός κερδίζει έδαφος σε όλο τον κόσμο, από την Ευρώπη μέχρι τις ΗΠΑ και την Αυστραλία (Leslie, 2010). Η μεγάλη αποδοχή του αγροτουρισμού από τους καταναλωτές, ιδιαίτερα στις ΗΠΑ, την Αυστραλία, την Αυστρία και τη Γερμανία, καταδεικνύει τη δυναμική αυτής της τάσης (Gaworecki, 2006). Σύμφωνα με την Παγκόσμια Ένωση Αγροτουρισμού (2023), οι παγκόσμιες δαπάνες για αγροτουρισμό αναμένεται να αυξηθούν κατά 8% ετησίως την επόμενη δεκαετία. Στην Κύπρο, ο αγροτουρισμός έχει αποδειχθεί ένα ισχυρό εργαλείο για την αναβίωση ολόκληρων περιοχών που είχαν εγκαταλειφθεί (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006). Σύμφωνα με την Έκθεση για την Ανάπτυξη του Αγροτουρισμού (European Rural Development Report, 2022), η αγορά αναμένεται να αυξάνεται κατά 5% ετησίως στην Ευρώπη έως το 2030, με σημαντική ζήτηση από νέες γενιές ταξιδιωτών που προτιμούν βιώσιμες και αυθεντικές εμπειρίες.

Για να αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός με επιτυχία, χρειάζεται περισσότερα από απλώς αγροκτήματα και δραστηριότητες στην ύπαιθρο (Gaworecki, 2006). Είναι απαραίτητο να δημιουργηθεί ένα σταθερό θεσμικό πλαίσιο που θα καθορίζει τους κανόνες και θα υποστηρίζει τις επιχειρήσεις του κλάδου (Przezbórska & Scrimgeour, 2009). Σε αντίθεση με

πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η Ελλάδα στερείται ενός ολοκληρωμένου και αποτελεσματικού θεσμικού πλαισίου για τον αγροτουρισμό, γεγονός που αποτελεί σημαντικό εμπόδιο για την ανάπτυξη του τομέα (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006). Παράλληλα, η χώρα παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης, καθώς διαθέτει πλούσια πολιτιστική και φυσική κληρονομιά, που μπορεί να αξιοποιηθεί μέσω κατάλληλων πολιτικών και στρατηγικών. Η εισαγωγή κινήτρων για επενδύσεις στον αγροτουρισμό, η βελτίωση των υποδομών και η ενίσχυση της εκπαίδευσης στον τομέα είναι καίριας σημασίας για την ανάδειξη της Ελλάδας σε έναν σημαντικό αγροτουριστικό προορισμό.

## **2.11 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΡΩΤΕΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΕΩΣ ΣΗΜΕΡΑ**

Οι πρώτες προσπάθειες για αγροτουρισμό στην Ελλάδα ξεκίνησαν τη δεκαετία του '60 από κατοίκους παραθαλάσσιων περιοχών που προσέφεραν φιλοξενία και προωθούσαν τα τοπικά προϊόντα τους (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Ωστόσο, η απουσία ενός εθνικού ή περιφερειακού σχεδίου, η έλλειψη καταγραφής των υπαρχουσών υποδομών και η ταχεία ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού οδήγησαν σε αποτυχία αυτή την πρωτοβουλία (Τομάρας και Λαγός, 2005).

Όταν η Ελλάδα έγινε μέλος της ΕΟΚ τη δεκαετία του '80, χρηματοδοτήθηκαν προγράμματα για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006). Αυτά τα προγράμματα, που σχεδιάστηκαν από διάφορους φορείς όπως το Υπουργείο Γεωργίας, στόχευαν στην αύξηση του εισοδήματος των αγροτών στις ορεινές περιοχές και στον περιορισμό μετακίνησης κατοίκων της υπαίθρου στα μεγάλα αστικά κέντρα (Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Το πρώτο πρόγραμμα περιλάμβανε πολλές κοινότητες και νησιά σε όλη τη χώρα και απευθυνόταν σε αγρότες, συνταξιούχους και τοπικούς φορείς (Κουσούνης, 2012).

Τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης σηματοδότησαν την αρχή της οργανωμένης ανάπτυξης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα τη δεκαετία του 1980 (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006). Αυτά τα προγράμματα, που είχαν ως στόχο την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, χρηματοδότησαν μια σειρά από πρωτοβουλίες στον τομέα του αγροτουρισμού (Παπαδογιαννάκης, 2007). Ο αγροτουριστικός συνεταιρισμός γυναικών της Πέτρας Λέσβου ήταν ο πρώτος που εκμεταλλεύτηκε αυτήν την ευκαιρία, ανοίγοντας τον δρόμο για άλλες περιοχές όπως τα Αμπελάκια, η Αράχωβα και η Χίος (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006).

Κατά τη δεκαετία του '90, τα προγράμματα αγροτουρισμού στην Ελλάδα εντάχθηκαν σε ευρύτερα ευρωπαϊκά πλαίσια στήριξης (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006). Πιο συγκεκριμένα, υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο των πρωτοβουλιών LEADER I και LEADER II, δίνοντας έτσι την ευκαιρία σε τοπικές ομάδες να αναλάβουν πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στις περιοχές τους. Μετά το 2000, οι δράσεις για τον αγροτουρισμό συνεχίστηκαν, αλλά με διαφορετικά προγράμματα, όπως το LEADER PLUS και τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, τα οποία υλοποιούνται σε τοπικό επίπεδο (Gartner, 2001).

Αν και η Ήπειρος, ο Πελοπόννησος, η Στερεά Ελλάδα και η Κρήτη συγκεντρώνουν τον μεγαλύτερο αριθμό κλινών σε αγροτουριστικά καταλύματα, προσφέροντας υψηλού επιπέδου υποδομές, η Ελλάδα διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία επιλογών για τους λάτρεις του αγροτουρισμού (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006). Από τη Θράκη μέχρι τη Δυτική Μακεδονία, υπάρχουν καταπληκτικά καταλύματα που προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες και δραστηριότητες (Παπαδογιαννάκης, 2007).

Η ύπαρξη ενός μεγάλου αριθμού αγροτουριστικών καταλυμάτων σε όλη την Ελλάδα υποδηλώνει μια αυξανόμενη τάση και ένα σημαντικό ενδιαφέρον για αυτή τη μορφή τουρισμού (Gartner, 2001; Karagianni, Georgakopoulou & Delitheou, 2019). Με την αποτελεσματική αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, την παροχή κατάλληλης εκπαίδευσης στους εμπλεκόμενους και τη συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών, ο αγροτουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην επίλυση σημαντικών προβλημάτων της χώρας και να προωθήσει έναν νέο τρόπο ζωής (Παπαδογιαννάκης, 2007).

## **2.12 ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού απαιτεί τη δημιουργία και τη βελτίωση συγκεκριμένων υποδομών. Για να αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός, είναι απαραίτητο να δημιουργηθούν μικρά, παραδοσιακά καταλύματα που να συνδυάζουν την άνεση με την αυθεντικότητα της ελληνικής υπαίθρου. Παράλληλα, η ύπαρξη εστιατορίων που προσφέρουν τοπική κουζίνα με φρέσκα, ντόπια προϊόντα είναι ζωτικής σημασίας για να προσελκύσουν επισκέπτες και να αναδείξουν τον πλούτο της ελληνικής γαστρονομίας, όπως επισημαίνει και το Υπουργείο Τουρισμού στον Στρατηγικό του Σχεδιασμό (<https://mintour.gov.gr/stratigiko-schedio-gia-ton-elliniko-to/>).

Επιπλέον είναι απαραίτητο να ενισχυθεί η συνεργασία μεταξύ των αγροτών και των τουριστικών επιχειρήσεων. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω της δημιουργίας χώρων όπου οι αγρότες μπορούν να πουλήσουν τα προϊόντα τους, όπως αγροτικά κέντρα, καθώς και μέσω της οργάνωσης εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων, όπως σεμινάρια για την παραγωγή τοπικών προϊόντων, όπως κρασί, ελαιόλαδο και μέλι. Αυτές οι πρωτοβουλίες, όπως αναφέρεται στο Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2023-2027, θα βοηθήσουν στην ανάδειξη της τοπικής παραγωγής και θα προσφέρουν στους επισκέπτες μια αυθεντική αγροτουριστική εμπειρία.

Οι οδικές και ψηφιακές υποδομές αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Καλές οδικές συνδέσεις και γρήγορο διαδίκτυο είναι απαραίτητα για να προσεγγίσουν οι τουρίστες τις αγροτικές περιοχές και για να μπορούν οι επιχειρήσεις να διαφημιστούν αποτελεσματικά, σύμφωνα με το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2023-2027 της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού απαιτεί τη δημιουργία υποδομών που θα διασφαλίζουν την προστασία του περιβάλλοντος (<https://www.opengov.gr/minenv/?p=13115>). Αυτό περιλαμβάνει εγκαταστάσεις διαχείρισης αποβλήτων, συστήματα ανακύκλωσης και τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) (2022).

Η ελληνική κυβέρνηση, μέσω του Υπουργείου Τουρισμού, έχει υιοθετήσει μια πολυεπίπεδη προσέγγιση για να προωθήσει τον αγροτουρισμό, συνδυάζοντας διάφορες στρατηγικές και συνεργασίες. Η Ελλάδα, μέσω του Υπουργείου Τουρισμού, προωθεί τον αγροτουρισμό με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής μας κληρονομιάς, ενθαρρύνοντας πρακτικές όπως η βιολογική γεωργία και την αξιοποίηση προστατευόμενων περιοχών, όπως το δίκτυο NATURA 2000, σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού.

Επιπλέον, η Ευρωπαϊκή Ένωση, μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης και των ΕΣΠΑ, παρέχει οικονομική στήριξη για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ελλάδα, καλύπτοντας επενδύσεις σε αγροτουριστικές μονάδες και τουριστικές υποδομές σε αγροτικές περιοχές, σύμφωνα με το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2023-2027.

Ακόμη, το Υπουργείο Τουρισμού προσφέρει εκπαιδευτικά προγράμματα ειδικά σχεδιασμένα για αγρότες και επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του αγροτουρισμού, με στόχο την απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων σε θέματα μάρκετινγκ, διαχείρισης και φιλοξενίας, όπως αναφέρεται στον Στρατηγικό Σχεδιασμό για την Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Ελλάδα.

Η ανάγκη για διεθνή προβολή του αγροτουρισμού καλύπτεται μέσω της συμμετοχής σε εκθέσεις, της προώθησης μέσω διαδικτύου και της συνεργασίας με ταξιδιωτικά γραφεία, με στόχο την προσέλκυση ξένων επισκεπτών, σύμφωνα με τις βέλτιστες πρακτικές που προτείνονται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού.

Τέλος η προώθηση των τοπικών προϊόντων και των παραδοσιακών δραστηριοτήτων, όπως τα φεστιβάλ και οι περιηγήσεις σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις, συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και στην ανάδειξη της μοναδικότητας κάθε περιοχής, όπως αναφέρεται στον Στρατηγικό Σχεδιασμό του Υπουργείου Τουρισμού.

## **2.13 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΠΕΡΙ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια ειδική μορφή τουρισμού υπαίθρου που συνδέεται άμεσα με την αγροτική παραγωγή και τη ζωή στην ύπαιθρο, προσφέροντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες να βιώσουν την αγροτική κουλτούρα, τη φύση και την τοπική γαστρονομία. Η Ελλάδα, με την πλούσια φυσική και πολιτιστική της κληρονομιά, έχει αναπτύξει ένα συγκεκριμένο νομοθετικό πλαίσιο για την προώθηση του αγροτουρισμού και τη ρύθμιση των σχετικών δραστηριοτήτων (Κουσόυνης, 2012).

Η βασική νομοθεσία που διέπει τον αγροτουρισμό περιλαμβάνει τους νόμους Ν. 4276/2014, Ν. 3874/2010, Ν. 4235/2014 και Ν. 4389/2016. Σε αυτούς περιλαμβάνονται ορισμοί, προϋποθέσεις λειτουργίας και πιστοποίησης των επιχειρήσεων αγροτουρισμού, καθώς και ασφαλιστικές ρυθμίσεις για τους επαγγελματίες του τομέα. Επιπλέον, καθορίζονται οι μορφές των επιχειρήσεων που μπορούν να ενταχθούν στον αγροτουρισμό και τα κριτήρια που πρέπει να πληρούν.

Ο νόμος 4276/2014 ορίζει τον αγροτουρισμό ως μια μοναδική ευκαιρία για τους επισκέπτες να βιώσουν από κοντά την αγροτική ζωή, φιλοξενούμενοι σε εγκαταστάσεις που συνδέονται άμεσα με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων. Η συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες και η επαφή με τη φύση και την τοπική πολιτιστική κληρονομιά αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της εμπειρίας του αγροτουρισμού, ο οποίος, σύμφωνα με τον νόμο, προσφέρεται αποκλειστικά από επιχειρήσεις καταγεγραμμένες Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων (ΜΑΑΕ) του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

- Μορφές Επιχειρήσεων Αγροτουρισμού

Οι επιχειρήσεις που εντάσσονται στον αγροτουρισμό μπορεί να είναι αγροκτήματα ή μικτές αγροτικές εκμεταλλεύσεις. Τα αγροκτήματα παρέχουν υπηρεσίες υποδοχής και φιλοξενίας ή

εστίασης και είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούν προϊόντα από το «Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων» της περιοχής. Οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις μπορεί να συνδυάζουν τις παραπάνω υπηρεσίες με την παραγωγή και διάθεση τοπικών προϊόντων.

- Πολυλειτουργικά Αγροκτήματα

Μια ιδιαίτερη μορφή αγροτουριστικής δραστηριότητας αποτελεί το Πολυλειτουργικό Αγρόκτημα, το οποίο ορίζεται από το Ν. 4235/2014. Πρόκειται για μια αγροτική εκμετάλλευση που διαθέτει καλλιεργήσιμη έκταση, φυτικό ή ζωικό κεφάλαιο, καθώς και δυνατότητες εστίασης, εκπαίδευσης ή επίδειξης της παραγωγικής διαδικασίας. Στόχος αυτών των αγροκτημάτων είναι η ανάδειξη της τοπικής αγροτικής παραγωγής και η προώθηση του παραδοσιακού τρόπου ζωής.

- Αδειοδότηση και Πιστοποίηση Επιχειρήσεων Αγροτουρισμού

Για την άσκηση των δραστηριοτήτων αγροτουρισμού, απαιτείται η απόκτηση Ειδικού Σήματος Αγροτουρισμού, το οποίο εκδίδεται από το Υπουργείο Τουρισμού, σε συνεργασία με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Η επιχείρηση πρέπει να πληροί συγκεκριμένα κριτήρια και προϋποθέσεις, τα οποία ορίζονται νομοθετικά, για να λάβει το σήμα. Το Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού είναι αόριστης διάρκειας, όμως απαιτείται επανέλεγχος των επιχειρήσεων τουλάχιστον ανά τριετία, για να διασφαλιστεί ότι πληρούνται οι προβλεπόμενες προδιαγραφές.

- Προστασία Περιβάλλοντος και Πολιτιστικής Κληρονομιάς

Η νομοθεσία για τον αγροτουρισμό δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι επιχειρήσεις αγροτουρισμού οφείλουν να ακολουθούν πρακτικές που συμβάλλουν στη βιώσιμη αγροτική παραγωγή και στην προστασία της βιοποικιλότητας. Παράλληλα, ενθαρρύνεται η προώθηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, μέσω δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν τα τοπικά ήθη και έθιμα.

- Νομικό Πλαίσιο και Βιβλιογραφία

Το νομικό πλαίσιο που αφορά τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα καθορίζεται από τους παρακάτω νόμους και υπουργικές αποφάσεις:

- Ν. 4276/2014: Θεσπίζει τους κανόνες για τον τουρισμό υπαίθρου και τον αγροτουρισμό, παρέχοντας ορισμούς και καθορίζοντας τις προϋποθέσεις λειτουργίας των επιχειρήσεων αγροτουρισμού.

- Ν. 3874/2010: Καθιερώνει το Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων, στο οποίο καταγράφονται όλες οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις και οι επαγγελματίες αγρότες της χώρας.
- Ν. 4235/2014: Εισάγει τη δυνατότητα δημιουργίας Πολυλειτουργικών Αγροκτημάτων, που συνδυάζουν την αγροτική παραγωγή με την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εκπαίδευσης.
- Ν. 4389/2016: Τροποποιεί ορισμένες διατάξεις του Ν. 3874/2010, επεκτείνοντας τα δικαιώματα των επαγγελματιών αγροτών στον τομέα του αγροτουρισμού.
- ΚΥΑ 543/34450/2017: Καθορίζει τις προϋποθέσεις και τις προδιαγραφές για την πιστοποίηση των Πολυλειτουργικών Αγροκτημάτων.

Τα νομοθετικά αυτά κείμενα αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη χώρα μας, καθώς παρέχουν ένα σταθερό πλαίσιο που προωθεί τη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, την προστασία του περιβάλλοντος και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.

## **2.14 ΕΘΝΙΚΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Τα εθνικά χρηματοδοτικά προγράμματα για τον αγροτουρισμό αποτελούν βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών στην Ελλάδα. Στο πλαίσιο της πολιτικής αγροτικής ανάπτυξης, τα προγράμματα αυτά ενισχύουν την τοπική οικονομία, προωθούν τη βιωσιμότητα και συμβάλλουν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής στις μειονεκτικές και ορεινές περιοχές. Τα χρηματοδοτικά προγράμματα, όπως το πρόγραμμα LEADER, έχουν σχεδιαστεί για να επιτύχουν (<https://ec.europa.eu/enrd/enrd-static/fms/pdf/2B953B87-DFAE-12EC-4A2F-D36BAFB37D35.pdf>) :

- Ανάπτυξη Τοπικής Οικονομίας: Προωθούν την ενίσχυση μικρών επιχειρήσεων μέσω της διαφοροποίησης των δραστηριοτήτων, όπως η μεταποίηση γεωργικών προϊόντων και η ίδρυση αγροτουριστικών καταλυμάτων.
- Καινοτομία και Βιωσιμότητα: Δράσεις με περιβαλλοντική διάσταση, όπως η εξοικονόμηση ενέργειας, η κυκλική οικονομία και οι πράσινες υποδομές, βοηθούν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και την αντιμετώπιση κινδύνων από φυσικές καταστροφές.

- Εκπαίδευση και Ενδυνάμωση Τοπικών Κοινοτήτων: Τα προγράμματα επενδύουν στη δια βίου μάθηση, ενισχύοντας τις ψηφιακές δεξιότητες και προσφέροντας ευκαιρίες επαγγελματικής κατάρτισης για την ενίσχυση της απασχόλησης.
- Κοινωνική Συνοχή: Μέτρα που υποστηρίζουν ευπαθείς ομάδες, καταπολεμούν την φτώχεια και τον κοινωνικό αποκλεισμό, και προωθούν την ένταξη προσφύγων και μεταναστών.
- Πολιτιστική και Φυσική Κληρονομιά: Η διατήρηση και ανάδειξη τοπικών πολιτιστικών στοιχείων και φυσικών τοπίων αποτελούν σημαντικό μέρος των στρατηγικών ανάπτυξης.

Επιπλέον, ο αγροτουρισμός αποτελεί προτεραιότητα πολλών προγραμμάτων, καθώς υποστηρίζει τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Παραδείγματα περιλαμβάνουν

(<https://greece20.gov.gr/?tenders=agrotourismos-kai-gastronomia>):

- Δημιουργία και Εκσυγχρονισμός Αγροτουριστικών Υποδομών: Ενίσχυση επιχειρήσεων φιλοξενίας σε ορεινές περιοχές και μικρά νησιά.
- Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Υποστήριξη δραστηριοτήτων όπως ο οικοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός και οι πολιτιστικές διαδρομές.
- Συνεργατικές Πρωτοβουλίες: Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη κοινών τουριστικών προϊόντων και την προβολή τους.

Το νέο πρόγραμμα LEADER 2023-2027 συνεχίζει να στηρίζει την αγροτική ανάπτυξη, προσαρμοζόμενο στις σύγχρονες προκλήσεις, όπως η κλιματική αλλαγή και η πανδημία. Εστιάζει στην ανάπτυξη «Εξυπνων Χωριών», ενισχύοντας τη χρήση νέων τεχνολογιών και καινοτόμων λύσεων για τη βελτίωση της ζωής στις αγροτικές περιοχές (<https://ec.europa.eu/enrd/enrd-static/fms/pdf/2B953B87-DFAE-12EC-4A2F-D36BAFB37D35.pdf>).

Παρά τη θετική συμβολή των προγραμμάτων, υπάρχουν προκλήσεις όπως η ανάγκη για ταχύτερη απορρόφηση των πόρων, η γραφειοκρατία και οι διαφοροποιημένες ανάγκες των περιοχών. Ωστόσο, οι προοπτικές παραμένουν αισιόδοξες, με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη, την ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας και τη δημιουργία ενός ελκυστικού τουριστικού προϊόντος. Τα εθνικά χρηματοδοτικά προγράμματα αγροτουρισμού, όπως το LEADER, έχουν καθοριστική σημασία για την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών στην Ελλάδα. Με τη σωστή αξιοποίηση, μπορούν να ενισχύσουν την τοπική οικονομία, να προωθήσουν τη

βιώσιμη ανάπτυξη και να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής, αντιμετωπίζοντας παράλληλα τις σύγχρονες προκλήσεις.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

#### 3.1 ΉΔΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ Ν. ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

Η Μεσσηνία, με τη μοναδική της γεωγραφική ποικιλομορφία που συνδυάζει επιβλητικά βουνά, καταπράσινες κοιλάδες και αμμουδερές παραλίες, αποτελεί έναν ιδανικό προορισμό για όσους αναζητούν μια αυθεντική αγροτουριστική εμπειρία (Drakakis & Papadaskalopoulos, 2014; Θεοδοσιάδου, 2020). Η πλούσια αγροτική της παραγωγή, με κορυφαία προϊόντα όπως η ελιά Καλαμάτας, το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, τα φρέσκα εσπεριδοειδή και τα ποιοτικά κρασιά, αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της τοπικής οικονομίας και προσφέρει μοναδικές ευκαιρίες για γαστρονομικές απολαύσεις (Drakakis, Papadaskalopoulos & Christofakis, 2017; Μιχαλακοπούλου, 2018).

Η Μεσσηνία, αναγνωρίζοντας τη σημασία του αγροτουρισμού ως μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, έχει επενδύσει σημαντικά στην ανάπτυξή του τα τελευταία χρόνια (Drakakis, Papadaskalopoulos & Christofakis, 2017; Θεοδοσιάδου, 2020). Αρκετές τοπικές επιχειρήσεις προσφέρουν μια ποικιλία αγροτουριστικών δραστηριοτήτων, όπως διαμονή σε παραδοσιακά αγροκτήματα, συμμετοχή σε εργασίες του χωριού, γευσιγνωσίες τοπικών προϊόντων, περιηγήσεις σε ελαιώνες και οινοποιεία, καθώς και μαθήματα μαγειρικής με παραδοσιακές συνταγές (Clarke, 2015; Μιχαλακοπούλου, 2018).

Ο αγροτουρισμός στη Μεσσηνία συνδυάζει την επαφή με τη φύση, την απόλαυση της τοπικής κουλτούρας και την αναζήτηση γνήσιων γεύσεων (Drakakis, Papadaskalopoulos & Christofakis, 2017). Είναι μια εξαιρετική επιλογή για όσους επιθυμούν να ξεφύγουν από την καθημερινότητα και να ανακαλύψουν έναν πιο αυθεντικό τρόπο ταξιδιού (Kouri, 2024).

Οι κύριες μορφές αγροτουρισμού που εμφανίζονται στην Μεσσηνία είναι η διαμονή σε μικρά αγροτικά καταλύματα ή ενοικιαζόμενα δωμάτια (αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες, αρχοντικά, ξενοδοχεία, βίλες, πανσιόν) (Kouri, 2024). Επιχειρήσεις οι οποίες προσφέρουν στους επισκέπτες τη δυνατότητα να διανυκτερεύσουν σε πέτρινα σπίτια, να απολαύσουν παραδοσιακό πρωινό με φρεσκοκομμένα φρούτα και λαχανικά από τον κήπο και να συμμετάσχουν σε εργασίες όπως η συγκομιδή ελιάς (Clarke, 2015; Μιχαλακοπούλου, 2018).

Τα πιο δημοφιλή αγροκτήματα είναι τα παρακάτω (<http://agrotourismos.gr/messinia/>):

- Πέτρινες κατοικίες «Κρυπία» στην Καρδαμύλη (<https://www.kripia.gr/>)
- Διαμερίσματα και βίλα «Σκαφιδάκια» στον Άγιο Νικόλαο Μεσσηνίας (<https://skafidakia-apartments.gr/el/>)
- Best Western Irida Resort στο Καλό Νερό Κυπαρισσίας (<https://www.iridaresort.gr/el/>)
- Ξενώνας «Χαμαλώνι» στη Φοινικούντα – Κορώνη Μεσσηνίας (<https://familyhotelsgreece.com/hotel/xenones-chamaloni/>)
- «Πέτρινο» στον Άγιο Νικόλα Μάνης (<https://www.manipetrinovillas.gr/>)
- «Art Farm - Αγρόκτημα Μαρίνη» στη Νέα Μαντίνεια (<https://www.artfarm.gr/index.php/el/>)
- Ξενώνας «Χαμαλώνι» στη Φοινικούντα (<https://www.chamaloni.gr/>)
- Kyparissia Beach Hotel, στην Κυπαρισσία (<https://www.kyparissiabeachhotel.gr/el/alternative-tourism/>)
- Costa Navarino, στην Πύλο (<https://www.costanavarino.com/stories/modernizing-farming-in-messinia/>)
- Navarino Icons, στην Πύλο (<https://www.costanavarino.com/navarino-icons/>)
- The Olive Routes, στην Ανδρούσσα ([https://theoliveroutes.com/?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjwuK0BhC0ARIsANQtgGNlG4C2Evfo6OoFVQ\\_WxyiuYfhgSKwUEcaXn3iHyLc1dhPiU88qaHEaAkQsEALwcb](https://theoliveroutes.com/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwuK0BhC0ARIsANQtgGNlG4C2Evfo6OoFVQ_WxyiuYfhgSKwUEcaXn3iHyLc1dhPiU88qaHEaAkQsEALwcb))
- Captain Vassilis And Carmen Constantakopoulos Foundation – Cvccf (<https://www.cvf.gr/eng/>)
- Agrikies Country Retreat, στη Μαραθούπολη (<https://agrikies.gr/>)
- Messinian Luxury Hotel, στη Γιάλοβα (<https://messinianluxury.com/villas/>)
- Callisto Seaside Homes & Suites, στη Μαραθούπολη (<https://callistosuites.gr/>)

Πέραν της διαμονής, οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν σε μια ποικιλία δραστηριοτήτων, όπως η φύτευση λαχανικών στον κήπο, η συγκομιδή ελιών, η παρακολούθηση της διαδικασίας παραγωγής μελιού και η απόλαυση ενός γεύματος μαγειρεμένου με φρέσκα, τοπικά προϊόντα (Kouri, 2024). Ειδικότερα, κάποιες από αυτές είναι (<http://agrotourismos.gr/messinia/>):

- Με αφορμή την επιτυχία των «Δρόμων της Ελιάς», εξετάζεται η δυνατότητα δημιουργίας ενός νέου πολιτιστικού οδοιπορικού με επίκεντρο τη σταφίδα. Για την υλοποίηση αυτής της πρωτοβουλίας, συγκροτήθηκε μια 20μελής ομάδα εργασίας,

στην οποία συμμετέχουν επιστήμονες, παραγωγοί και εκπρόσωποι του επιμελητηρίου (<https://www.off-road.gr/article221.html>).

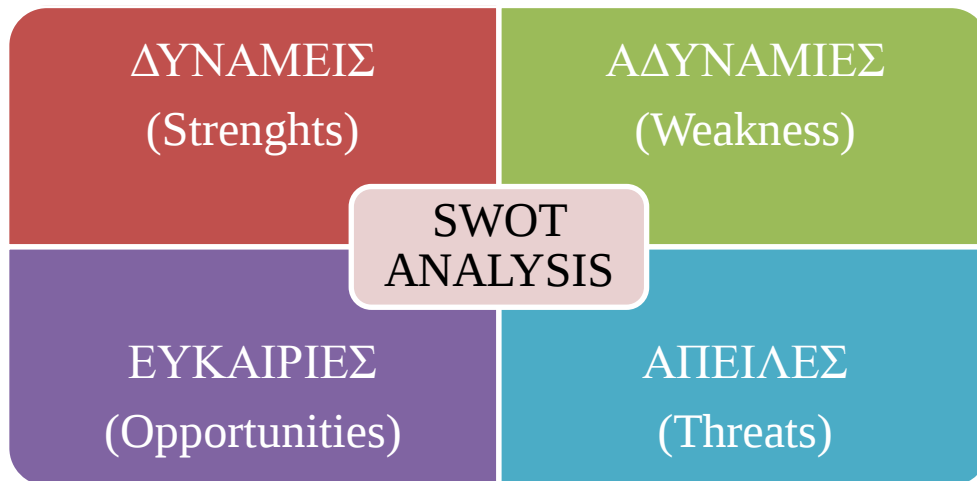
- Βιοματικές δραστηριότητες σε παραδοσιακές μονάδες παραγωγής κρασιού και ελαιόλαδου, όπως είναι και το ελαιοτριβείο Σκαρπαλέζου (<https://www.messinialive.gr/enthousiasmenos-entyposiasmenos-amyras-apo-tin-episkepsi-sto-elaiotriveio-skarpalezou/>) στο Σταυροπήγιο της Μεσσηνιακής Μάνης το οποίο λειτουργεί από το 1765 (<http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=137129>
- Παρατήρηση του οικοσυστήματος, μέσω διαφόρων επισκέψεων στον Υδροβιότοπο της Γιάλοβας (<https://www.artina.gr/2016/05/19/idroviotopos-gialovas/>), στο Πολυλίμνιο, στο φαράγγι της Νέδας (<https://www.travel.gr/nature/exereynontas-to-mageytiko-faraggi-ti/>), στον Ταΰγετο, στο δάσος των αιθαλών πλατύφυλλων στη νήσο Σαπιέντζα (<https://grecorama.com/el/>), αλλά και σε διάφορα σπήλαια όπως το Σπήλαιο Λυκούργου, το Σπήλαιο Καταφύγιο (<https://www.anagnostis.org/2024/06/02/mani-ena-spilaio-katafygio-stin-pio-agria-paralia-tis-elladas/>) κ.ά. (<https://enallaktikos-tourismos-messinia.weebly.com/omicroniotakappaomicrontauomicronupsilonrhoiotasigmamu972sigmaf.html>)
- Πρακτικά μαθήματα σε παραδοσιακές τεχνικές, όπως η υφαντική στον αργαλειό, η παρασκευή παραδοσιακών εδεσμάτων και ποτών, η εκμάθηση ελληνικών χορών και η δημιουργία φυσικών προϊόντων.

Η έρευνα του Επιμελητηρίου Μεσσηνίας υπογραμμίζει τη σημασία των οικονομικών κινήτρων που προσφέρουν τα προγράμματα επιδότησης για την αναβάθμιση των αγροτουριστικών μονάδων και την αύξηση της ανταγωνιστικότητάς τους (Μιχαλακοπούλου, 2018). Παράλληλα, η συνεργασία των τοπικών συνεταιρισμών, συμβάλλει στην προώθηση της ποιότητας και της αυθεντικότητας των τοπικών προϊόντων, ενισχύοντας έτσι την ελκυστικότητα του αγροτουρισμού για τους επισκέπτες (Kouri, 2024).

### **3.2 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ Ν. ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ**

Σε αυτό το σημείο, θα εξετάσουμε τις δυνάμεις (Strengths) και τις αδυναμίες (Weaknesses) στο εσωτερικό περιβάλλον, καθώς και τις ευκαιρίες (Opportunities) και τις απειλές (Threats) στο εξωτερικό περιβάλλον - αυτό που ονομάζουμε S.W.O.T. ανάλυση.

**Σχήμα 1:** Ανάλυση SWOT



- Δυνάμεις

Ο Νομός Μεσσηνίας αποτελεί έναν μοναδικό συνδυασμό φυσικής ομορφιάς και πολιτιστικής κληρονομιάς (Kouri, 2024). Τα καταπράσινα δάση, οι απόκρημνοι γκρεμοί, οι αμμώδεις παραλίες και οι κρυστάλλινες θάλασσες δημιουργούν ένα μαγευτικό σκηνικό για όλες τις εποχές του χρόνου (Athina, 2015). Η ποικιλία των οικοσυστημάτων, από τα ορεινά τοπία μέχρι τις παράκτιες ζώνες, προσφέρει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων για τους επισκέπτες, όπως πεζοπορία σε μονοπάτια με πανοραμική θέα, ορειβασία, θαλάσσια σπορ, καταδύσεις, και εξερεύνηση σπηλαίων (Clarke, 2015). Η πλούσια βιοποικιλότητα, με σπάνια είδη φυτών και ζώων, καθώς και η ένταξη της περιοχής στο δίκτυο Natura 2000, υπογραμμίζουν τη σημασία της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος (Kouri, 2024).

Η ιστορία της περιοχής είναι εξίσου πλούσια. Αρχαιολογικοί χώροι, βυζαντινά μοναστήρια και παραδοσιακοί οικισμοί μαρτυρούν μια μακρά ιστορία και έναν πλούσιο πολιτισμό (Kouri, 2024). Οι επισκέπτες μπορούν να ταξιδέψουν πίσω στο χρόνο, να ανακαλύψουν αρχαία μυστικά και να απολαύσουν την τοπική παράδοση (Athina, 2015). Η γαστρονομία της περιοχής είναι επίσης μοναδική, βασισμένη σε φρέσκα, τοπικά προϊόντα, όπως το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο και τα ποιοτικά κρασιά (Kouri, 2024). Οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν παραδοσιακές γεύσεις σε ταβέρνες και εστιατόρια με θέα στη θάλασσα ή σε μικρά χωριά (Clarke, 2015). Η περιοχή είναι εύκολα προσβάσιμη, χάρη στο διεθνές αεροδρόμιο και στις οδικές συνδέσεις με τα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας. Οι σύγχρονες υποδομές, σε συνδυασμό με τις υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, εξασφαλίζουν μια άνετη και ποιοτική διαμονή (Athina, 2015). Η περιοχή έχει αναγνωριστεί διεθνώς για τον τουριστικό της προορισμό και έχει λάβει πολλές βραβεύσεις για την ποιότητα των υπηρεσιών και των

εγκαταστάσεων (Clarke, 2015). Ως Περιοχή Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (Π.Ο.Τ.Α.), η περιοχή προσφέρει μια ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία, συνδυάζοντας τη φύση, τον πολιτισμό, τη γαστρονομία και τις σύγχρονες ανέσεις (Clarke, 2015). Είναι ένας ιδανικός προορισμός για όσους αναζητούν χαλάρωση, περιπέτεια, πολιτιστικές εμπειρίες και γνήσιες τοπικές γεύσεις (Athina, 2015).

- Αδυναμίες

Ο τουριστικός τομέας στην περιοχή αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις, όπως η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού, η ανάγκη αναβάθμισης του οδικού δικτύου και η βελτίωση της συντήρησης των αρχαιολογικών και πολιτιστικών χώρων (Clarke, 2015; Kouri, 2024).

- Ευκαιρίες

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Περιφερειακή Ενότητα μπορεί να ενισχυθεί σημαντικά μέσω της προσέλκυσης επενδύσεων, τόσο από το εξωτερικό όσο και από εγχώριους φορείς (Kouri, 2024). Παράλληλα, η επέκταση του τουριστικού προϊόντος πέρα από τις παραδοσιακές μορφές και η στροφή προς πιο βιώσιμες και εξειδικευμένες επιλογές, όπως ο αγροτουρισμός και ο πολιτιστικός τουρισμός, μπορούν να προσελκύσουν ένα πιο ποιοτικό κοινό (Clarke, 2015). Η συνεργασία με τα ακαδημαϊκά ιδρύματα, είναι απαραίτητη για την επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού και την προσαρμογή στις νέες τάσεις της αγοράς (Athina, 2015). Η ανοδική πορεία του ελληνικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια, παρά τις προκλήσεις της πανδημίας, υποδηλώνει ένα σημαντικό δυναμικό ανάπτυξης, το οποίο μπορεί να αξιοποιηθεί περαιτέρω με τη βιώσιμη διαχείριση των πόρων και την προώθηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της περιοχής (Kouri, 2024).

- Απειλές

Ο κλάδος του τουρισμού αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις τα τελευταία χρόνια. Η πανδημία COVID-19 προκάλεσε αναστάτωση, διακόπτοντας τη λειτουργία πολλών ξενοδοχείων και οδηγώντας σε σημαντική μείωση των τουριστικών αφίξεων (Kouri, 2024). Παράλληλα, η παγκόσμια οικονομική κρίση έχει επιβαρύνει την καταναλωτική δύναμη των ταξιδιωτών, περιορίζοντας τις δαπάνες τους για διακοπές (Athina, 2015). Επιπλέον, το υψηλό κόστος λειτουργίας των ξενοδοχείων, σε συνδυασμό με την έλλειψη οργανωμένης προβολής των τουριστικών προορισμών, καθιστούν τον ανταγωνισμό ιδιαίτερα έντονο (Clarke, 2015).

Η Μεσσηνία, με τον πλούσιο γεωργικό της χαρακτήρα και το εξαιρετικό φυσικό περιβάλλον, διαθέτει όλα τα απαραίτητα εφόδια για να αναδειχθεί σε έναν κορυφαίο προορισμό αγροτουρισμού στην Ελλάδα (Kouri, 2024). Η ανάπτυξη του τουρισμού αλλά και της

γεωργίας μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και ενισχύοντας το εισόδημα των τοπικών κοινοτήτων (Athina, 2015).

Μέχρι σήμερα, οι προσπάθειες για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία δεν έχουν αποδώσει τα αναμενόμενα (Clarke, 2015). Για να επιτύχουμε μια βιώσιμη και επιτυχημένη ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία, είναι απαραίτητο να υλοποιηθούν οι ακόλουθες δράσεις (Kouri, 2024):

- Εκπαίδευση και Εξειδίκευση

Με στόχο την αναβάθμιση του αγροτουρισμού, συνίσταται η διοργάνωση εξειδικευμένων σεμιναρίων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τους επαγγελματίες του κλάδου, ώστε να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες. Παράλληλα, ενθαρρύνεται η συνεργασία με ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, αξιοποιώντας τις τελευταίες επιστημονικές εξελίξεις και προωθώντας την ανταγωνιστικότητα του τομέα (Kouri, 2024).

- Οικονομική Ενίσχυση

Για την περαιτέρω ανάπτυξη του αγροτουρισμού προτείνεται η παροχή οικονομικών κινήτρων και επιδοτήσεων, με στόχο την αναβάθμιση των υπαρχουσών υποδομών, την ενθάρρυνση της βιολογικής καλλιέργειας και την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων (Kouri, 2024). Παράλληλα, η στήριξη των τοπικών συνεταιρισμών θα συμβάλλει στην αποτελεσματικότερη προώθηση των αγροτικών προϊόντων και θα ενισχύσει την τοπική οικονομία, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και αναπτύσσοντας τον αγροτικό τομέα ολιστικά (Clarke, 2015).

- Προβολή και Διαφήμιση

Προκειμένου να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία, προτείνεται η δημιουργία μιας ξεχωριστής και ελκυστικής ταυτότητας για τον προορισμό, συνοδευόμενης από μια ολοκληρωμένη στρατηγική μάρκετινγκ (Clarke, 2015). Η εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών και των κοινωνικών δικτύων θα επιτρέψει την αποτελεσματική προώθηση των μοναδικών χαρακτηριστικών της περιοχής σε ένα ευρύ κοινό, ενισχύοντας τη φήμη της Μεσσηνίας ως έναν κορυφαίο προορισμό αγροτουρισμού (Kouri, 2024).

- Συνεργασία και Δικτύωση

Για την περαιτέρω ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία, είναι απαραίτητη η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των παραγωγών, των τουριστικών επιχειρήσεων, των

τοπικών φορέων και των δημόσιων υπηρεσιών (Kourgi, 2024). Η δημιουργία δικτύων αγροτουριστικών επιχειρήσεων θα επιτρέψει την παροχή ολοκληρωμένων πακέτων υπηρεσιών στους επισκέπτες, ενισχύοντας την ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας και προωθώντας τα τοπικά προϊόντα και τις παραδόσεις (Clarke, 2015).

- Ανάδειξη της Τοπικής Κουλτούρας και Παράδοσης

Για να αναδειχθεί η μοναδικότητα του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία, είναι απαραίτητη η στενή σύνδεσή του με την πλούσια τοπική κουλτούρα, την παράδοση και τα έθιμα. Μέσω της οργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων και γαστρονομικών φεστιβάλ, μπορούν να προωθηθούν τα τοπικά προϊόντα και να προσφερθεί στους επισκέπτες μια αυθεντική και αξέχαστη εμπειρία, ενισχύοντας παράλληλα την τοπική οικονομία και τον πολιτισμό (Kourgi, 2024).

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία αποτελεί μια μοναδική ευκαιρία για την περιοχή. Με τη σωστή στρατηγική και τη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων, μπορεί να δημιουργηθεί ένας βιώσιμος και ανταγωνιστικός προορισμός, που θα προσφέρει στους επισκέπτες μια αυθεντική εμπειρία και θα συμβάλει στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

### **3.3 ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ**

Ο αγροτουρισμός αποτελεί έναν δυναμικά αναπτυσσόμενο τομέα στην ευρύτερη περιοχή της Μεσσηνίας, συνδέοντας την αγροτική παραγωγή με την τουριστική εμπειρία. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένα ζητήματα και προκλήσεις που απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή για να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξή του:

- Έλλειψη Υποδομών και Επενδύσεων: Παρά τις προσπάθειες, η Μεσσηνία εξακολουθεί να αντιμετωπίζει προβλήματα υποδομών, όπως η περιορισμένη πρόσβαση σε σύγχρονες τουριστικές εγκαταστάσεις και οι ελλείψεις σε αγροτουριστικά καταλύματα. Η ύπαρξη κατάλληλων υποδομών είναι προϋπόθεση για να μπορέσουν οι επισκέπτες να ζήσουν μια αυθεντική αγροτουριστική εμπειρία (Ευστρατίου, 2015).
- Εκπαίδευση και Εξειδίκευση Ανθρώπινου Δυναμικού: Ένας άλλος βασικός παράγοντας είναι η περιορισμένη κατάρτιση των αγροτών και επαγγελματιών του αγροτουρισμού. Η εκπαίδευση σε θέματα φιλοξενίας, διαχείρισης επισκεπτών, και

προώθησης τοπικών προϊόντων είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη ανταγωνιστικών αγροτουριστικών επιχειρήσεων (Κουμπλής & Παπαδόπουλος, 2018).

- Συνεργασίες και Δικτύωση: Η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ αγροτών, τουριστικών φορέων και συνεταιρισμών είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Παρά τις προσπάθειες που γίνονται τα τελευταία χρόνια, η δικτύωση μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων παραμένει περιορισμένη, γεγονός που δυσκολεύει την από κοινού προώθηση των τοπικών προϊόντων και του τουριστικού προϊόντος (Παπαθανασίου, 2019).
- Εποχικότητα: Ο αγροτουρισμός στη Μεσσηνία, όπως και σε άλλες περιοχές, αντιμετωπίζει το πρόβλημα της εποχικότητας, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να λειτουργούν κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες (Ευστρατίου, 2015).
- Προβολή και Προώθηση του Αγροτουρισμού: Η προώθηση της Μεσσηνίας ως αγροτουριστικού προορισμού δεν είναι ακόμα αρκετά δυναμική σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Η δημιουργία στρατηγικών μάρκετινγκ, που θα επικεντρώνονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής, όπως η παραγωγή ελαιολάδου και σταφίδας, μπορεί να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες (Επιμελητήριο Μεσσηνίας, 2022).
- Απουσία ολοκληρωμένης στρατηγικής: Δεν υπάρχει μια ενιαία και συνεκτική στρατηγική για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε επίπεδο νομού, γεγονός που οδηγεί σε αποσπασματικές προσπάθειες και περιορισμένη αποτελεσματικότητα (Ευστρατίου, 2015).
- Κανονιστικό πλαίσιο: Το υφιστάμενο κανονιστικό πλαίσιο για τον αγροτουρισμό είναι πολλές φορές ασαφές και γραφειοκρατικό, δυσχεραίνοντας την ανάπτυξη των σχετικών δραστηριοτήτων (Οικονόμου & Βαμβακάς, 2020).
- Βιώσιμη Ανάπτυξη και Προστασία Περιβάλλοντος: Ένα ακόμη βασικό ζήτημα είναι η ισορροπία μεταξύ τουριστικής ανάπτυξης και περιβαλλοντικής προστασίας. Η αξιοποίηση των φυσικών πόρων της περιοχής, όπως οι παραδοσιακές καλλιέργειες και το οικοσύστημα της Γιάλοβας, πρέπει να γίνεται με σεβασμό στη βιωσιμότητα, προκειμένου να διατηρηθεί η φυσική κληρονομιά της περιοχής (Οικονόμου & Βαμβακάς, 2020).
- Διατήρηση της αυθεντικότητας: Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού πρέπει να γίνει με τρόπο που να διατηρεί την αυθεντικότητα του αγροτικού τρόπου ζωής και του φυσικού περιβάλλοντος (Ευστρατίου, 2015).
- Συνδυασμός παραδοσιακών πρακτικών με σύγχρονες απαιτήσεις: Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να συνδυάζουν τις παραδοσιακές πρακτικές με τις σύγχρονες

απαιτήσεις των τουριστών, όπως η παροχή υψηλής ποιότητας (Οικονόμου & Βαμβακάς, 2020).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

#### 4.1 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Η παρούσα διπλωματική διερευνά τον αγροτουρισμό στη Μεσσηνία με στόχο να προσδιορίσει τα χαρακτηριστικά που τον διαφοροποιούν από άλλες περιοχές της Ελλάδας. Συγκεκριμένα, η έρευνα επιδιώκει να αναδείξει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Μεσσηνίας στον τομέα του αγροτουρισμού, εξετάζοντας παράγοντες όπως το φυσικό περιβάλλον, η πολιτιστική κληρονομιά και οι τοπικές παραγωγές. Ποιο συγκεκριμένα τα ερευνητικά ερωτήματα που τίθενται είναι τα εξής:

- Ποιο είναι το τρέχον προφίλ του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας; (Παπαϊωάννου, 2017; Δημητριάδης & Λιμπεράκης, 2018; Κυριακίδης, 2018; Γκρίτζαλη & Παπανδρέου, 2019; Μπέλλου, 2020). Στην ερώτηση αυτή απαντούν οι ερωτήσεις 11 και 12 του ερωτηματολογίου.
- Ποιες είναι οι προτιμήσεις και οι προσδοκίες των επισκεπτών σχετικά με τον Αγροτουρισμό στην συγκεκριμένη περιοχή; (Κυριακίδης & Σαμαράς, 2017; Αποστόλου & Παπαδόπουλος, 2018; Χρήστου, 2019; Πετρόπουλος & Καρβούνη, 2020). Στην ερώτηση αυτή απαντά η ερώτηση 13 του ερωτηματολογίου.
- Πως επηρεάζει ο αγροτουρισμός την τοπική οικονομία; (Σταθόπουλος & Μαργαρίτης, 2017; Δεληγιάννης, 2017; Καραμανλής & Ρουμελιώτης, 2018; Παναγιωτόπουλος, 2019; Πετρόπουλος, 2020). Στην ερώτηση αυτή απαντούν οι ερωτήσεις 14, 15, 16, 17 και 18 του ερωτηματολογίου.
- Ποιες στρατηγικές θα μπορούσαν να προωθήσουν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας; (Μακρή & Τσόλας, 2017; Παπαδόπουλος & Λιμπεράκης, 2018; Λεοντίδου, 2018; Καραμάνου, 2019; Γεωργίου & Παπαθανασίου, 2019; Παπαϊωάννου, 2020). Στην ερώτηση αυτή απαντά η ερώτηση 19 του ερωτηματολογίου.

#### 4.2 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΘΟΔΟΥ ΈΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε με στόχο την περαιτέρω διερεύνηση των εννοιών και των σχέσεων μεταξύ τους, όπως αυτές ορίζονται στο θεωρητικό πλαίσιο της παρούσας

εργασίας. Η φύση του ερευνητικού προβλήματος καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την επιλογή της μεθόδου έρευνας. Σύμφωνα με τους Σιώμκο και Μαύρο (2008), υπάρχουν δύο κύριοι τύποι έρευνας.

- Περιγραφική
- Εξερευνητική

Η περιγραφική έρευνα ξεκινά με την αναγνώριση του προβλήματος και συνεχίζει με τη λεπτομερή ανάλυση των χαρακτηριστικών του πληθυσμού που αποτελεί το αντικείμενο της μελέτης (Σιώμκος & Μαύρος, 2008). Σε αντίθεση με την περιγραφική έρευνα, η εξερευνητική έρευνα στοχεύει στην αρχική διερεύνηση ενός φαινομένου, συλλέγοντας όλα τα διαθέσιμα στοιχεία για να σχηματίσουμε μια πρώτη εικόνα και να θέσουμε τις βάσεις για μελλοντικές έρευνες (Σταθακόπουλος, 2001). Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της περιγραφικής έρευνας είναι η ακρίβεια των αποτελεσμάτων της. Καθώς οι ερευνητικοί στόχοι και οι ερωτήσεις καθορίζονται εκ των προτέρων, μειώνεται σημαντικά ο κίνδυνος υποκειμενικής ερμηνείας των δεδομένων. Η έμφαση δίνεται σε συγκεκριμένες μετρήσεις, εξασφαλίζοντας έτσι μια πιο αντικειμενική και αξιόπιστη ανάλυση.

Εκτός από τις προαναφερθείσες κατηγοριοποιήσεις, μπορεί να γίνει διάκριση των ερευνών και με βάση τον τρόπο που συλλέγονται τα δεδομένα (Σιώμκος & Μαύρος, 2008):

- ποιοτικές
- ποσοτικές

Η ποιοτική έρευνα επιτρέπει στον ερευνητή να διερευνήσει σε βάθος τα κοινωνικά φαινόμενα, αναζητώντας τις αιτίες και τους μηχανισμούς που τα διέπουν (Sibanda, 2009). Αντίθετα η ποσοτική έρευνα βασίζεται σε μαθηματικά μοντέλα και στατιστικές μεθόδους για να μελετήσει συστηματικά φαινόμενα και να ανακαλύψει τις αριθμητικές σχέσεις μεταξύ πολλών μεταβλητών (Blessing και Chakrabarti, 2009).

Η ποιοτική έρευνα, σε αντίθεση με την ποσοτική, εμβαθύνει στην κατανόηση των υποκειμενικών εμπειριών των ανθρώπων. Εξετάζοντας τις αντιλήψεις, τις στάσεις και τα κίνητρα των συμμετεχόντων, προσφέρει μια ολιστική εικόνα των φαινομένων που μελετά (Frankel και Devers, 2000; Sibanda, 2009). Η ποιοτική έρευνα προσφέρει μεγάλη ευελιξία στον ερευνητή, καθώς επιτρέπει την ανάλυση μικρών δειγμάτων και την εξαγωγή συμπερασμάτων μέσω διεξοδικής ανάλυσης των δεδομένων (Delice, 2010). Αντίθετα η ποσοτική έρευνα στηρίζεται σε δομημένα ερευνητικά εργαλεία, όπως ερωτηματολόγια, για να συλλέξει δεδομένα από μεγάλα δείγματα και να εξάγει στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα που μπορούν να γενικευθούν στον πληθυσμό (Σιώμκος & Μαύρος, 2008).

Η παρούσα διπλωματική εργασία υιοθετεί μια ποσοτική μεθοδολογία για να ελέγξει την εγκυρότητα συγκεκριμένων υποθέσεων σχετικά με τον Αγροτουρισμό στη Μεσσηνία και να γενικεύσει τα αποτελέσματα σε ευρύτερο πληθυσμό.

#### **4.3 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΈΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ**

Στην παρούσα ποσοτική έρευνα, το ερωτηματολόγιο αποτέλεσε το βασικό εργαλείο συλλογής δεδομένων. Η επιλογή αυτή θεωρείται ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για να πραγματοποιηθεί η επικοινωνία με τους συμμετέχοντες και να συγκεντρωθούν οι απαραίτητες πληροφορίες (Clark-Carter, 2004). Η επιτυχία της παρούσας έρευνας εξαρτήθηκε σε μεγάλο βαθμό από τον προσεκτικό σχεδιασμό του ερωτηματολογίου.

Σύμφωνα με τους Σιώμκο και Μαύρο (2008), ένα καλά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο πρέπει να πληροί τις εξής βασικές προϋποθέσεις: να είναι εύκολο στην απάντηση, να έχει ελκυστική εμφάνιση, να είναι σύντομο ώστε να αποφεύγεται η αποθάρρυνση των συμμετεχόντων και να αυξάνεται η ποιότητα των απαντήσεων, να επιτρέπει την εύκολη στατιστική ανάλυση των δεδομένων, να έχει λογική σειρά ερωτήσεων και να είναι κατάλληλο ως προς το μέγεθος του.

Επιπλέον οι ερωτήσεις ενός ερωτηματολογίου θα πρέπει να διατυπώνονται με τρόπο που να αποφεύγουν τις αποκρύψεις, να είναι σαφείς και ακριβείς, να μην προκαλούν ψυχολογικές αντιδράσεις και να είναι διατυπωμένες σε απλή γλώσσα, προκειμένου να κατανοηθούν από όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους (Σιώμκος & Μαύρος, 2008). Επιπλέον, οι ερωτήσεις θα πρέπει να είναι ουδέτερες, ώστε να μην προκαλούν συγκεκριμένες απαντήσεις (Clark-Carter, 2004).

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο για τους ερευνητές που επιθυμούν να ποσοτικοποιήσουν και να αναλύσουν τα δεδομένα τους (Clark-Carter, 2004). Σε σύγκριση με άλλες μεθόδους, όπως η συνέντευξη, το ερωτηματολόγιο προσφέρει τη δυνατότητα να συλλέξει μεγάλο όγκο δεδομένων που μπορούν να υποβληθούν σε στατιστική επεξεργασία (Singh, 2007).

Για να εξασφαλιστεί τόσο η ποσοτική όσο και η ποιοτική ανάλυση των δεδομένων, το ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε συνδυάζει δομημένες και ανοιχτές ερωτήσεις. Η δομή του ερωτηματολογίου διευκόλυνε τη συλλογή και την ανάλυση των δεδομένων, ενώ οι ανοιχτές ερωτήσεις επέτρεψαν στους συμμετέχοντες να εκφράσουν τις απόψεις τους με μεγαλύτερη ελευθερία. Οι ανοιχτές αυτές ερωτήσεις σχεδιάστηκαν με τρόπο που να απαιτούν σύντομες και συγκεκριμένες απαντήσεις, διευκολύνοντας την κωδικοποίησή τους (Singh, 2007). Για να εξασφαλιστεί η μέγιστη ακρίβεια των αποτελεσμάτων, αποφασίστηκε να υιοθετηθεί μια

άμεση και διαφανής προσέγγιση στην διατύπωση των ερωτήσεων. Συγκεκριμένα, αποφεύχθηκαν οι συγκεκαλυμμένες ερωτήσεις και οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν από την αρχή για τον σκοπό και το αντικείμενο της έρευνας (Σιώμκος & Μαύρος, 2008).

#### **4.4 ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ - ΔΕΙΓΜΑ ΈΡΕΥΝΑΣ**

Η επιλογή του δείγματος αποτελεί ένα κρίσιμο στάδιο στη διαδικασία της έρευνας. Η τεχνική δειγματοληψίας που θα επιλεγεί θα καθορίσει ποια τμήματα του πληθυσμού θα συμπεριληφθούν στην έρευνα και, κατά συνέπεια, θα επηρεάσει την εγκυρότητα των συμπερασμάτων μας (Morrison, 1993). Δεδομένου του προβλήματος που μελετάται, θεωρήθηκε ότι μια μη-πιθανοτική προσέγγιση (Creswell, 2015; Τσαγκαράκης, 2018; Τσιπλάκης, 2023), όπου ο ερευνητής επιλέγει τα δείγματα με βάση την κρίση του, είναι η πιο κατάλληλη. Με άλλα λόγια, γίνεται χρήση της μη πιθανοτικής δειγματοληψίας ευκολίας, αφού οι συμμετέχοντες επιλέγονται δεδομένου της ευκολίας προσέγγισης των δειγματικών μονάδων. Χρησιμοποιήθηκαν έντυπα και ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια για να συλλεχθούν δεδομένα από 150 άτομα, συμπεριλαμβανομένων τουριστών και τοπικών επιχειρηματιών. Ο λόγος που επιλέχθηκε το παρόν δείγμα είναι το σύντομο χρονικό διάστημα διεξαγωγής της μελέτης. Η διανομή των ερωτηματολογίων ξεκίνησε στις 05/12/2024 και ολοκληρώθηκε στις 20/12/2024. Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε σε 200 άτομα ενώ το απάντησαν τα 170 από τα οποία τα 164 είναι ορθά συμπληρωμένα. Τα στοιχεία των ερωτώμενων αντλήθηκαν από το ίντερνετ, από το οποίο βρέθηκαν τα email των τοπικών επιχειρηματιών ενώ ταυτόχρονα εντοπίστηκαν τοπικά τουριστικά γραφεία τα οποία προώθησαν το ερωτηματολόγιο στους τουρίστες.

#### **4.5 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

Για τη συλλογή των δεδομένων, υιοθετήθηκε ένα σταθμισμένο ερωτηματολόγιο (Singh, 2007), το οποίο έχει αναγνωριστεί ως ένα αξιόπιστο εργαλείο μέτρησης. Το ερωτηματολόγιο αυτό διανεμήθηκε στους συμμετέχοντες με δύο τρόπους: σε έντυπη μορφή και ηλεκτρονικά, μέσω πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης.

Η διαμόρφωση του ερωτηματολογίου προηγήθηκε από μια ενδελεχή ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας. Στο αρχικό μέρος του ερωτηματολογίου συμπεριλήφθηκε ένα σημείωμα που παρείχε στους συμμετέχοντες βασικές πληροφορίες για την έρευνα, όπως το θέμα, τους στόχους και τα στοιχεία του ερευνητή. Για να διασφαλιστεί η εμπιστευτικότητα

των απαντήσεων, οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν ότι δεν απαιτείται η συμπλήρωση προσωπικών στοιχείων και ότι τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν μόνο στο πλαίσιο της συγκεκριμένης έρευνας (Singh, 2007).

Προϋπόθεση για τη συμμετοχή στην έρευνα ήταν η ελεύθερη και συνειδητή απόφαση των ερωτώμενων, οι οποίοι είχαν πλήρη επίγνωση της σημασίας της έρευνας. Μελετώντας προηγούμενες έρευνες (Καζαντζίδου, 2014; Μιχαλακοπούλου, 2018; Τσάμης, 2019) και αξιοποιώντας τις δικές μας γνώσεις, σχεδιάστηκαν οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου με στόχο να απαντηθούν αποτελεσματικά τα ερευνητικά ερωτήματα. Πιο συγκεκριμένα οι ερωτήσεις 1,2 και 4 προέκυψαν από την έρευνα των Καζαντζίδου (2014) και Τσάμη (2019) ενώ οι υπόλοιπες ερωτήσεις προέκυψαν από την έρευνα της Μιχαλακοπούλου (2018).

Το ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε για να αξιολογήσει την εμπειρία των επισκεπτών στον αγροτουρισμό της Μεσσηνίας είναι δομημένο σε τρία ξεχωριστά μέρη. Το πρώτο μέρος επικεντρώνεται στις λεπτομέρειες του ταξιδιού του επισκέπτη, όπως οι ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης, οι δραστηριότητες που επιλέχθηκαν και τα καταλύματα που χρησιμοποιήθηκαν. Το δεύτερο μέρος έχει ως στόχο να συγκεντρώσει τις απόψεις των επισκεπτών σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες, τις εγκαταστάσεις και τη συνολική τους εμπειρία. Τέλος, το τρίτο μέρος καταγράφει τα δημογραφικά στοιχεία των επισκεπτών, όπως η ηλικία, το φύλο και η καταγωγή, με σκοπό τη δημιουργία ενός πιο ολοκληρωμένου προφίλ του τυπικού επισκέπτη αγροτουρισμού στη Μεσσηνία. Με αυτόν τον τρόπο, η έρευνα στοχεύει να κατανοήσει καλύτερα τις προτιμήσεις των επισκεπτών, να αξιολογήσει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και να εντοπίσει τρόπους βελτίωσης του αγροτουριστικού προϊόντος της περιοχής. Ο μέσος χρόνος που απαιτείται για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου εκτιμάται στα 7 λεπτά, ενώ το πλήρες κείμενο του ερωτηματολογίου είναι διαθέσιμο στο Παράρτημα για περαιτέρω ανάλυση.

## **4.6 ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ**

Η αξιοπιστία ενός εργαλείου μέτρησης αποτελεί θεμελιώδη προϋπόθεση για την ακρίβεια των ερευνητικών αποτελεσμάτων. Με άλλα λόγια, γίνεται αναφορά στη συνέπεια των μετρήσεων που παρέχει το εργαλείο σε διαφορετικές χρονικές στιγμές. Ένα εργαλείο θεωρείται αξιόπιστο όταν, υπό τις ίδιες συνθήκες και σε διαφορετικά χρονικά σημεία, παράγει παρόμοια αποτελέσματα. Αυτή η σταθερότητα των μετρήσεων, σε συνδυασμό με την εσωτερική συνοχή των στοιχείων που το απαρτίζουν, αποτελούν τους κεντρικούς άξονες αξιολόγησης

της αξιοπιστίας ενός εργαλείου μέτρησης, όπως επισημαίνουν οι Ουζούνη και Νακάκης (2011).

Η αξιοπιστία ενός εργαλείου μέτρησης εκτιμάται ποσοτικά μέσω του συντελεστή συσχέτισης ( $r$ ). Όσο πιο κοντά στην τιμή 1.0 βρίσκεται ο συντελεστής συσχέτισης, τόσο μεγαλύτερη είναι η αξιοπιστία του εργαλείου. Συγκεκριμένα, όταν ο συντελεστής συσχέτισης πλησιάζει το 1.0, υποδηλώνει ότι το εργαλείο παρέχει εξαιρετικά σταθερά αποτελέσματα σε επαναλαμβανόμενες μετρήσεις (Ζαφειρόπουλος, 2015). Αντίθετα, μια τιμή κοντά στο 0.0 υποδεικνύει χαμηλή αξιοπιστία και απουσία συσχέτισης μεταξύ των μετρήσεων. Σύμφωνα με τους Ουζούνη και Νακάκη (2011), ένας συντελεστής συσχέτισης ίσος ή μεγαλύτερος από 0.70 θεωρείται γενικά αποδεκτός ως ένδειξη καλής αξιοπιστίας.

Για να αξιολογηθεί πόσο συνεπείς είναι οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach. Αυτός ο δείκτης συμβάλλει στην κατανόηση του αν οι ερωτήσεις που αποτελούν το ερωτηματολόγιο μετρούν όλες την ίδια έννοια και αν λειτουργούν αρμονικά μεταξύ τους. Το γεγονός ότι ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach του παρόντος ερωτηματολογίου είναι 0,73 υποδηλώνει ότι οι ερωτήσεις του μετρούν με συνέπεια την ίδια έννοια, κάτι που ενισχύει την αξιοπιστία του παρόντος εργαλείου.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΈΡΕΥΝΑΣ

#### 5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, τα οποία αφορούν την αντίληψη των ταξιδιωτών για τον αγροτουρισμό στη Μεσσηνία. Θα αναλυθούν οι απαντήσεις τους στο ερωτηματολόγιο, οι οποίες αφορούν κυρίως την αξιολόγηση των διαφόρων πτυχών του αγροτουρισμού στην περιοχή και θα παρουσιαστούν σύμφωνα με τη δομή του ερωτηματολογίου.

#### 5.2 ΠΡΟΤΥΠΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η ενότητα που ακολουθεί έχει ως στόχο να προσφέρει μια ολοκληρωμένη εικόνα των δημογραφικών χαρακτηριστικών που διαμορφώνουν τον τουριστικό τομέα, τόσο από την πλευρά των ταξιδιωτών όσο και από την πλευρά των επιχειρήσεων.

##### 5.2.1 Δημογραφικά Στοιχεία Επισκεπτών

- Φύλο

Το δείγμα των χρηστών μας αποτελείται από 164 άτομα. Τα αποτελέσματα της έρευνας (Πίνακας 4) αποκάλυψαν μια σημαντική διαφορά στην αναλογία των φύλων, με τις γυναίκες να συμμετέχουν σε μεγαλύτερο ποσοστό (58%) σε σχέση με τους άνδρες (42%).

**Πίνακας 4:** Κατανομή φύλου συμμετεχόντων

| Φύλο          | Συχνότητα | Ποσοστό% |
|---------------|-----------|----------|
| Άνδρας        | 69        | 42,0     |
| Γυναίκα       | 95        | 58,0     |
| <b>Σύνολο</b> | 164       | 100,0    |

- Ηλικία

Τα αποτελέσματα της έρευνας (πίνακας 5) δείχνουν ότι οι ερωτώμενοι ανήκουν κυρίως στις ηλικιακές ομάδες 25-34 και 35-44 ετών, γεγονός που υποδηλώνει ένα σχετικά νεαρό προφίλ δείγματος. Η ανάλυση των δεδομένων του πίνακα δείχνει ότι η κατανομή των ηλικιακών ομάδων των ερωτηθέντων είναι η εξής: 35-44 ετών με ποσοστό 31,7%, 25-34 ετών με ποσοστό 31%, και 45-54 ετών με ποσοστό 23%.

Το 10% των ερωτηθέντων ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών, ενώ μόνο το 7% είναι μεγαλύτερο των 55 ετών.

**Πίνακας 5:** Κατανομή ηλικίας συμμετεχόντων

| <b>Ηλικία</b> | <b>Συχνότητα</b> | <b>Ποσοστό%</b> |
|---------------|------------------|-----------------|
| 18-24         | 17               | 10,0            |
| 25-34         | 51               | 31,0            |
| 35-44         | 52               | 31,7            |
| 45-54         | 38               | 23,0            |
| >55           | 6                | 4,3             |
| <b>Σύνολο</b> | 164              | 100,0           |

- Επίπεδο μόρφωσης

Στον Πίνακα 6 παρουσιάζονται συγκεντρωτικά τα δεδομένα σχετικά με το εκπαιδευτικό υπόβαθρο των συμμετεχόντων στην έρευνα.

**Πίνακας 6:** Κατανομή συμμετεχόντων ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης.

| Επίπεδο Σπουδών                | Συχνότητα  | Ποσοστό%     |
|--------------------------------|------------|--------------|
| Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου    | 1          | 0,6          |
| Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου   | 23         | 14,0         |
| Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ              | 61         | 37,0         |
| Απόφοιτος Β΄ θμιας εκπαίδευσης | 54         | 33,0         |
| Υποχρεωτική Εκπαίδευση         | 25         | 15,4         |
| <b>Σύνολο</b>                  | <b>164</b> | <b>100,0</b> |

Το εκπαιδευτικό επίπεδο των συμμετεχόντων είναι αρκετά ποικίλο, με τους αποφοίτους ΑΕΙ-ΤΕΙ να κυριαρχούν (37%), ακολουθούμενοι από αποφοίτους Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (33%), ενώ μικρότερο ποσοστό αντιπροσωπεύουν οι απόφοιτοι Υποχρεωτικής Εκπαίδευσης (15,4%), Μεταπτυχιακού (14%) και Διδακτορικού (0,6%).

- **Επάγγελμα/Ιδιότητα**

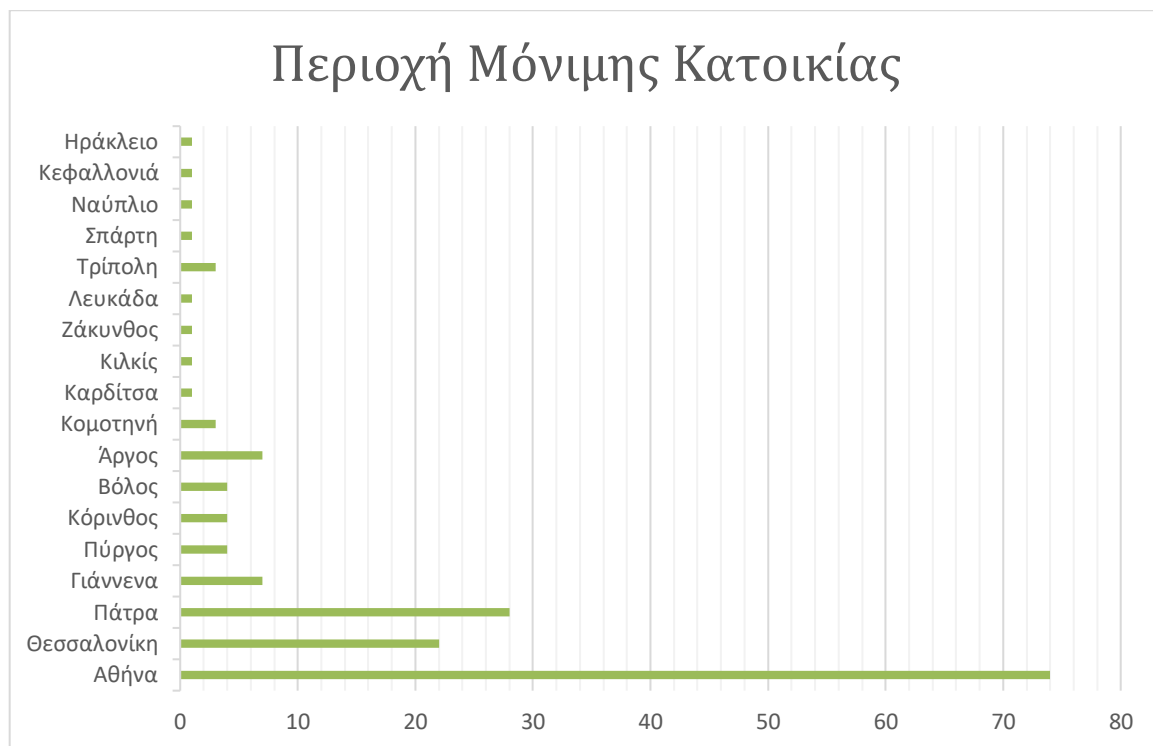
Η ανάλυση των δεδομένων του πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 7) δείχνει ότι η κατανομή των επαγγελματιών των ερωτηθέντων είναι η εξής: 34% ιδιωτικοί υπάλληλοι, 32,5% ελεύθεροι επαγγελματίες και 17% δημόσιοι υπάλληλοι.

**Πίνακας 7:** Κατανομή επαγγέλματος/ιδιότητας συμμετεχόντων.

| Επάγγελμα                  | Συχνότητα  | Ποσοστό%     |
|----------------------------|------------|--------------|
| Φοιτητής/Σπουδαστής        | 14         | 8,5          |
| Δημόσιος Υπάλληλος         | 28         | 17,0         |
| Ελεύθερος<br>Επαγγελματίας | 53         | 32,5         |
| Συνταξιούχος/Οικιακά       | 13         | 8,0          |
| Ιδιωτικός Υπάλληλος        | 56         | 34,0         |
| <b>Σύνολο</b>              | <b>164</b> | <b>100,0</b> |

- Περιοχή Μόνιμης Κατοικίας

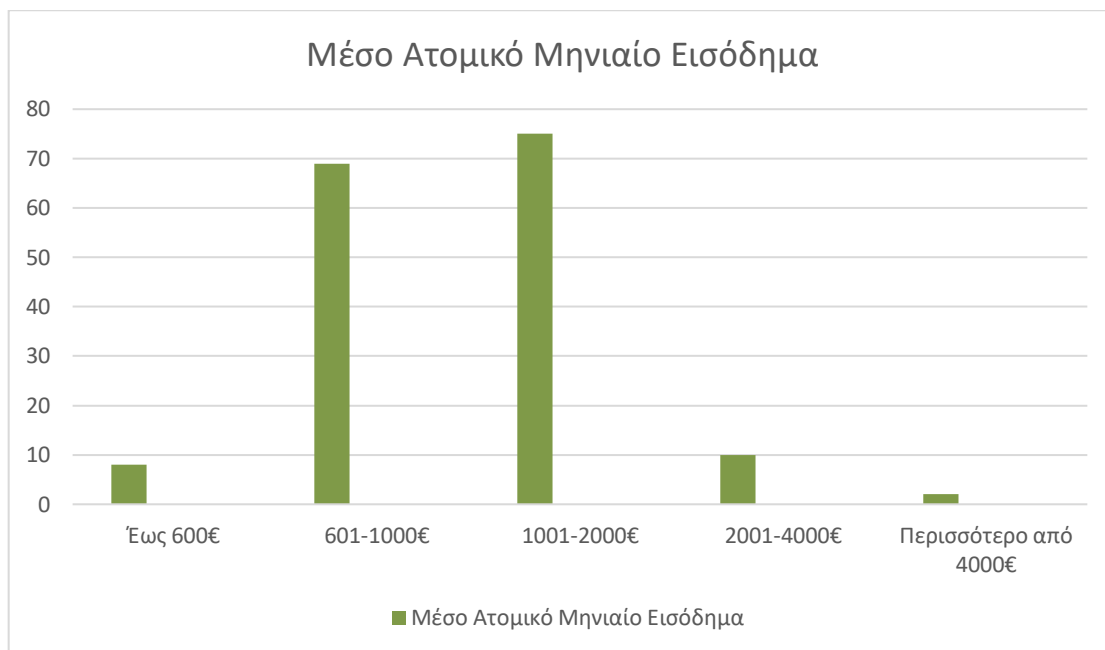
Σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα (Γράφημα 1) το μεγαλύτερο μέρος των ταξιδιωτών, μόλις 74 επισκέπτες στους 164 του συνολικού δείγματος του Νομού Μεσσηνίας προέρχονται από την Αθήνα, ενώ ακολουθούν οι 22 ταξιδιώτες που διαμένουν μόνιμα στη Πάτρα,. Στη συνέχεια από το συνολικό δείγμα, οι 22 ταξιδιώτες διαμένουν μόνιμα στη Θεσσαλονίκη και μόλις 7 διαμένουν στο Άργος και στα Γιάννενα.



**Γράφημα 1:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την περιοχή μόνιμης κατοικίας

- Μέσο Ατομικό Μηνιαίο Εισόδημα

Σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα (Γράφημα 2), η μεγαλύτερη ομάδα ταξιδιωτών ανήκει στην κατηγορία με μηνιαίο εισόδημα 1001-2000€, αντιπροσωπεύοντας το 46% του συνόλου. Ακολουθεί η κατηγορία 601-1000€ με ποσοστό 42%.



**Γράφημα 2:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση το μέσο μηνιαίο εισόδημά τους

- Συχνότητα Ταξιδιού

Τα δεδομένα του γραφήματος (Γράφημα 3) αποκαλύπτουν μια σαφή τάση: οι περισσότεροι ταξιδιώτες πραγματοποιούν ταξίδι 1-3 φορές το χρόνο με ποσοστό 50%, ενώ με ποσοστό 40% οι ταξιδιώτες πραγματοποιούν ταξίδι 1 φορά το χρόνο. Μόλις το 10% των συμμετεχόντων της έρευνας δήλωσε ότι ταξιδεύει περισσότερο από 3 φορές το χρόνο.



**Γράφημα 3:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση τη συχνότητα ταξιδιού

### 5.2.2 Ταξίδι στο Νομό Μεσσηνίας

- Κατηγορία Τουρίστα

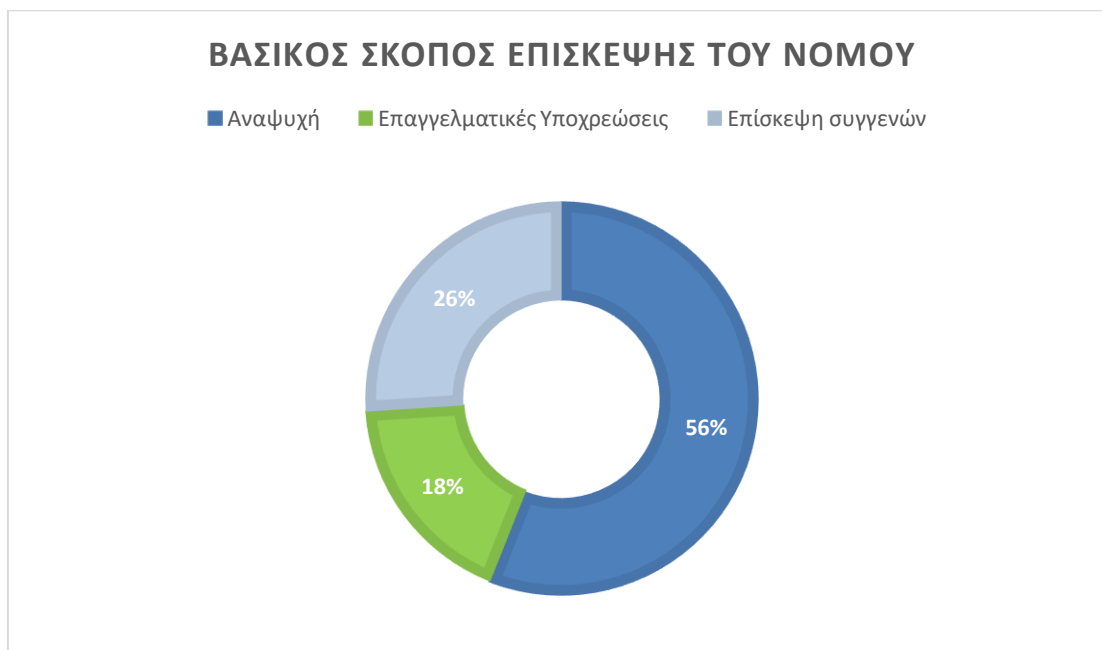
Σύμφωνα με τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα (Πίνακας 8), το πιο δημοφιλές είδος ταξιδιού είναι αυτό του ζευγαριού (38.5%), ακολουθούμενο από τα ταξίδια με παρέα (21%) και τα ατομικά ταξίδια (17.7%).

**Πίνακας 8:** Κατανομή τουρίστα με βάση τη κατηγορία του ταξιδιού

| Κατηγορία                | Συχνότητα  | Ποσοστό%     |
|--------------------------|------------|--------------|
| Ταξιδεύω μόνος           | 29         | 17,7         |
| Ταξιδεύω ζευγάρι         | 63         | 38,5         |
| Με σύζυγο/η– με παιδιά   | 31         | 19,0         |
| Με παρέα                 | 34         | 21,0         |
| Μέλος οργανωμένης ομάδας | 7          | 3,8          |
| <b>Σύνολο</b>            | <b>164</b> | <b>100,0</b> |

- Σκοπός Επίσκεψης Νομού Μεσσηνίας

Τα στοιχεία του γραφήματος (Γράφημα 4) δείχνουν ότι οι περισσότεροι ταξιδιώτες του Νομού Μεσσηνίας, με ποσοστό 56% πραγματοποιούν το ταξίδι τους για λόγους αναψυχής ενώ ακολουθεί το ποσοστό 26% που επισκέπτονται το νομό για να δουν τους συγγενείς τους.



**Γράφημα 4:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση το σκοπό επίσκεψης του Νομού

- Βασικότερο Πλεονέκτημα του Νομού Μεσσηνίας

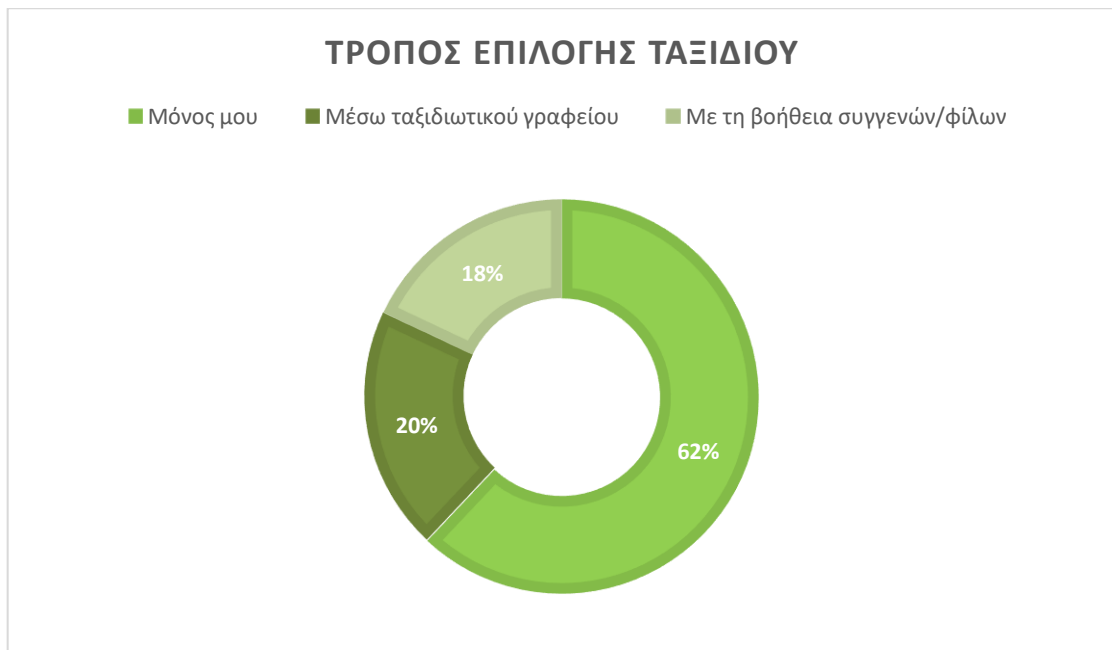
Σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα (Γράφημα 5) η πλειοψηφία των ταξιδιωτών και μάλιστα οι 22 επισκέπτες στο σύνολο των 164, επιλέγουν το Νομό Μεσσηνίας λόγω του χαμηλού κόστους. Μόλις οι 21 επισκέπτες θεωρούν ότι το φυσικό περιβάλλον αποτελεί το βασικότερο πλεονέκτημα του Νομού και ακολουθεί ο παραδοσιακός χαρακτήρας που έχει επιλεγεί από 19 επισκέπτες.



**Γράφημα 5:** Το βασικότερο πλεονέκτημα του Νομού Μεσσηνίας, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες

- Τρόπος Επιλογής Ταξιδιού

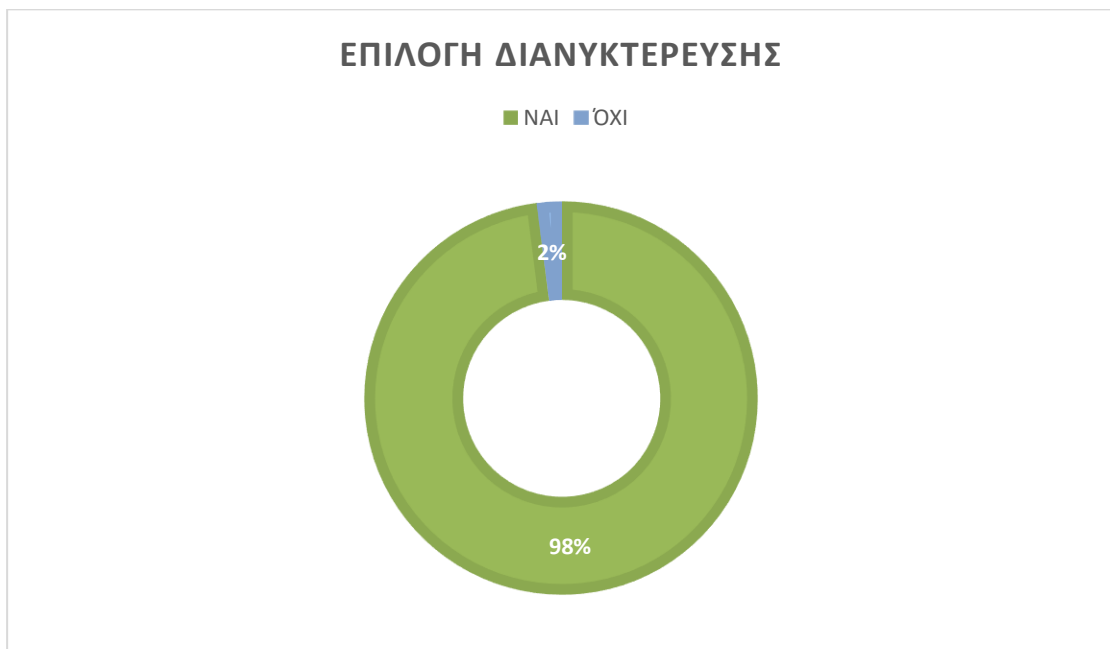
Τα στοιχεία του γραφήματος (Γράφημα 6) δείχνουν ότι οι περισσότεροι ταξιδιώτες επιλέγουν να κλείσουν το ταξίδι μόνοι τους με ποσοστό 62%, ενώ με ποσοστό 20% οι ταξιδιώτες επιλέγουν να κλείσουν το ταξίδι μέσω ταξιδιωτικού γραφείου. Μόλις το 18% των συμμετεχόντων της έρευνας δήλωσε ότι επιλέγει να κλείσει το ταξίδι με τη βοήθεια συγγενών και φίλων.



**Γράφημα 6:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση τον τρόπο επιλογής του ταξιδιού

- Διανυκτέρευση στο Νομό

Τα στοιχεία του παρακάτω γραφήματος (Γράφημα 7) δείχνουν ότι οι περισσότεροι επισκέπτες, δηλαδή οι 143 επισκέπτες στο σύνολο των 164, επιλέγουν να διανυκτερεύσουν στο Νομό ενώ μόνο οι 21 δεν διαμένουν στο Νομό.



**Γράφημα 7:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την επιλογή διανυκτέρευσης στο νομό Μεσσηνίας

- Αριθμός Διανυκτερεύσεων στο Νομό

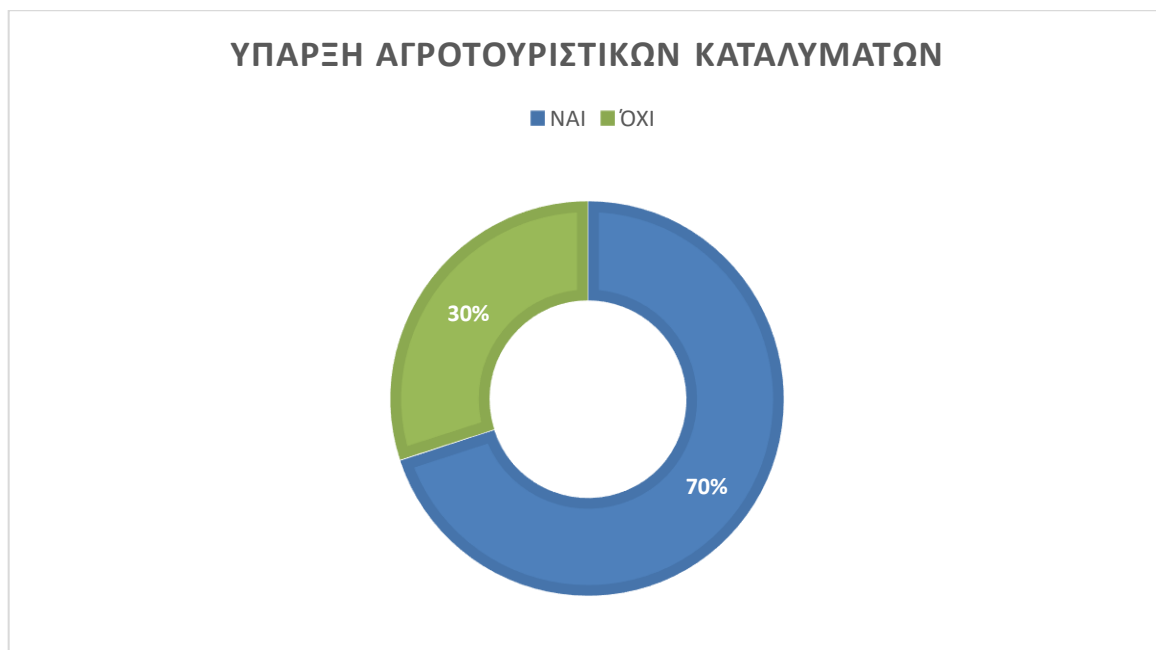
Τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα (Πίνακας 9) δείχνουν ότι το πιο συνηθισμένο διάστημα διαμονής των επισκεπτών στη Μεσσηνία κυμαίνεται μεταξύ 3 και 5 ημερών. Πιο συγκεκριμένα, η επιλογή αυτή συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό, αυτό του 44.3% και ακολουθεί η επιλογή των δυο διανυκτερεύσεων, με ποσοστό 36.7%.

**Πίνακας 9:** Κατανομή με βάση τον αριθμό διανυκτερεύσεων

| Διανυκτέρευση                      | Συχνότητα | Ποσοστό%     |
|------------------------------------|-----------|--------------|
| 1 διανυκτέρευση                    | 8         | 10,2         |
| 2 διανυκτερεύσεις                  | 29        | 36,7         |
| 3-5 διανυκτερεύσεις                | 35        | 44,3         |
| Περισσότερες από 5 διανυκτερεύσεις | 7         | 8,8          |
| <b>Σύνολο</b>                      | <b>79</b> | <b>100,0</b> |

- Ύπαρξη αγροτουριστικών καταλυμάτων

Από το γράφημα που ακολουθεί (Γράφημα 8) φαίνεται ότι από τους περισσότερους ταξιδιώτες, δηλαδή οι 114 επισκέπτες στο σύνολο των 164, γνωρίζουν την ύπαρξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων, ενώ μόνο οι 50 δεν γνωρίζουν.



**Γράφημα 8:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την ύπαρξη αγροτουριστικών καταλυμάτων

- Επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα

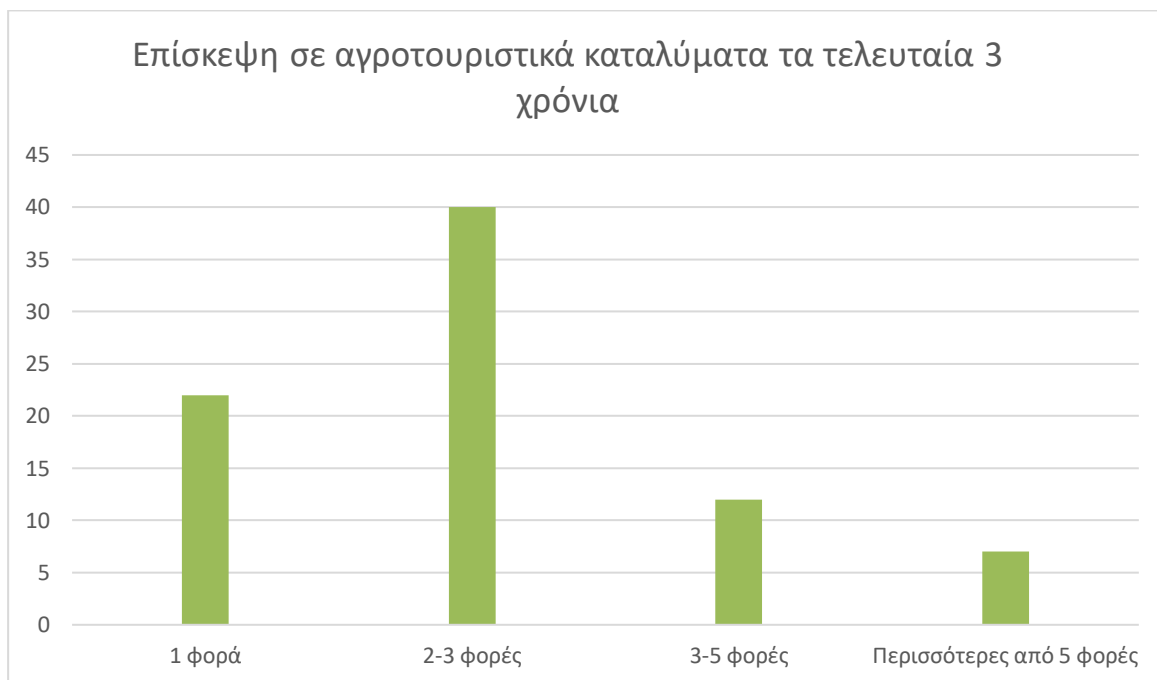
Τα στοιχεία του γραφήματος (Γράφημα 9) δείχνουν ξεκάθαρα ότι από τους 114 ταξιδιώτες που γνωρίζουν την ύπαρξη αγροτουριστικών καταλυμάτων, οι 81 έχουν ζήσει την εμπειρία της διαμονής σε ένα τέτοιο κατάλυμα, αποδεικνύοντας την ελκυστικότητά τους.



**Γράφημα 9:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα στο νομό Μεσσηνίας

- Επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα

Το παρακάτω γράφημα (Γράφημα 10) αποδεικνύει ότι οι περισσότεροι ταξιδιώτες, δηλαδή οι 40 επισκέπτες στο σύνολο των 81 ατόμων που επισκέφτηκαν αγροτουριστικά καταλύματα, έχουν πραγματοποιήσει ταξίδι σε αυτά από 2 έως 3 φορές τα τελευταία 3 χρόνια ενώ μόνο 22 τα έχουν επισκεφτεί μόνο 1 φορά τα τελευταία 3 χρόνια.



**Γράφημα 10:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα στο νομό Μεσσηνίας τα τελευταία 3 χρόνια

- Επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα

Τα στοιχεία του γραφήματος (Γράφημα 11) δείχνουν ότι οι περισσότεροι ταξιδιώτες, δηλαδή οι 41 επισκέπτες στο σύνολο των 81 ατόμων που έχουν επισκεφτεί αγροτουριστικά καταλύματα, έχουν ενημερωθεί για τα αγροτουριστικά καταλύματα μέσω φίλων και συγγενών ενώ μόνο οι 27 μέσω Διαδικτύου.



**Γράφημα 11:** Κατανομή συμμετεχόντων με βάση την επίσκεψη σε αγροτουριστικά καταλύματα στο νομό Μεσσηνίας

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

### **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

#### **6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στο παρακάτω κεφάλαιο, θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξε η παρούσα έρευνα, τόσο σε επίπεδο κάθε ερευνητικού ερωτήματος, όσο και σε συνολικό επίπεδο για τον αγροτουρισμό στη Μεσσηνία.

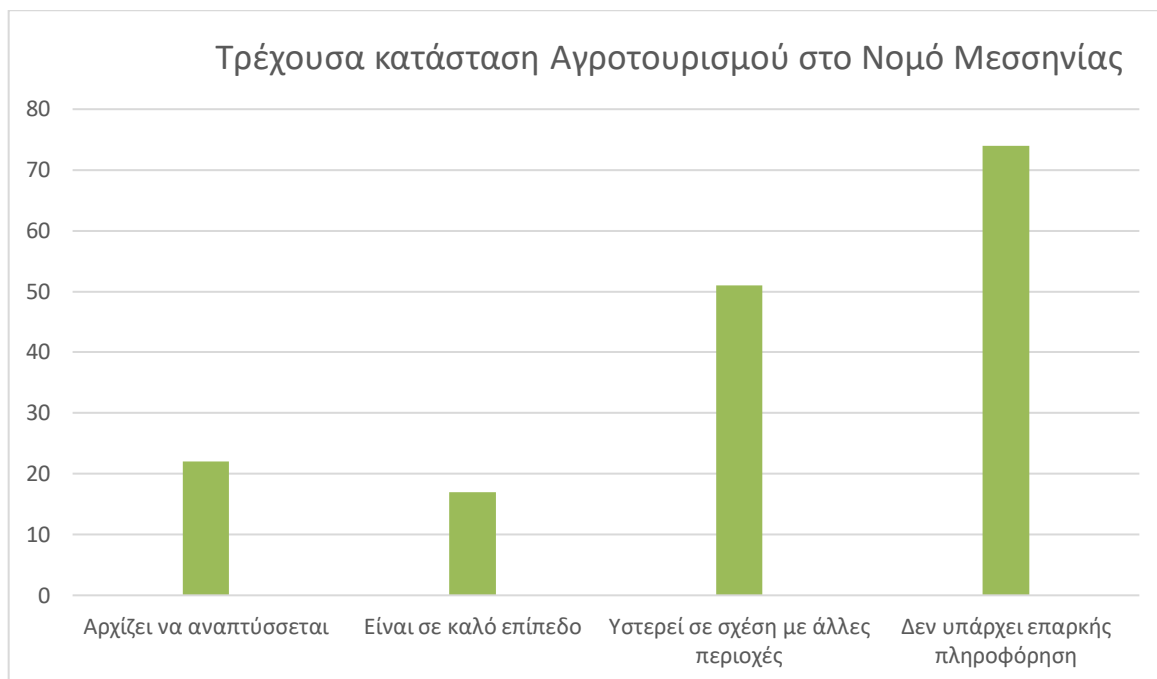
#### **6.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΘΕ ΕΡΩΤΗΜΑ**

Στις επόμενες υποενότητες παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα της έρευνας, όπως προέκυψαν από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων σε κάθε ερευνητικό ερώτημα.

##### **6.2.1 Το τρέχον προφίλ του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας**

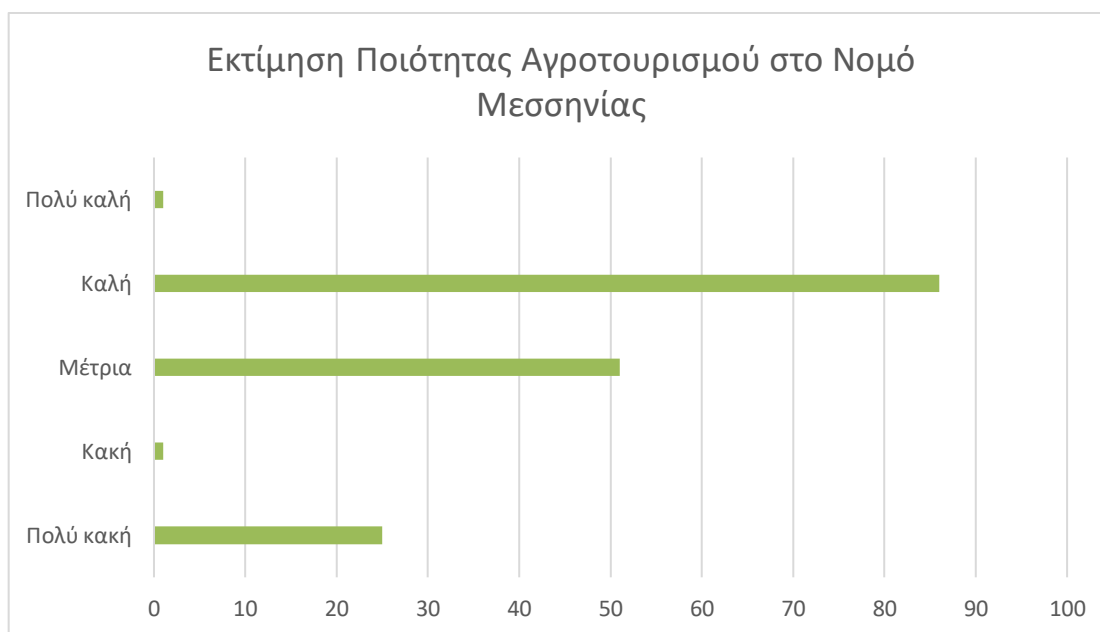
Στο ερευνητικό ερώτημα που τέθηκε, απαντάνε δυο ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Η πρώτη αφορά την τρέχουσα κατάσταση του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας και η δεύτερη αφορά την εκτίμηση της ποιότητας του αγροτουρισμού στο Νομό αυτό.

Στην πρώτη ερώτηση αναφορικά με την τρέχουσα κατάσταση του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας, (Γράφημα 12) η πλειοψηφία των ερωτώμενων (74 άτομα στο σύνολο του δείγματος) και συγκεκριμένα το 45% απάντησε ότι δεν έχει αρκετή πληροφόρηση αναφορικά με τον αγροτουρισμό στο Νομό ενώ μόλις το 31% (51 άτομα στο σύνολο του δείγματος) θεωρεί ότι υστερεί σε σχέση με άλλες περιοχές.



**Γράφημα 12:** Η τρέχουσα κατάσταση του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας

Στην δεύτερη ερώτηση αναφορικά με την εκτίμηση της ποιότητας του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας, (Γράφημα 13) η πλειοψηφία των ερωτώμενων (86 άτομα στο σύνολο του δείγματος) και συγκεκριμένα το 53% απάντησε ότι εκτιμά ότι η ποιότητα του αγροτουρισμού στο Νομό είναι καλή ενώ μόλις το 31% (51 άτομα στο σύνολο του δείγματος) θεωρεί ότι είναι μέτρια.



**Γράφημα 13:** Εκτίμηση της ποιότητας του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας

### 6.2.2 Οι προτιμήσεις και οι προσδοκίες των επισκεπτών για τον Αγροτουρισμό στο Νομό Μεσσηνίας

Στο ερευνητικό ερώτημα που τέθηκε, αναφορικά με τις προτιμήσεις και τις προσδοκίες του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας, (Γράφημα 14) η πλειοψηφία των ερωτώμενων (44 άτομα στο σύνολο του δείγματος) και συγκεκριμένα το 27% δήλωσε ότι η γνήσια τοπική εμπειρία αποτελεί κινητήριο δύναμη για τον αγροτουρισμό ενώ μόλις το 19% (31 ερωτώμενοι στο σύνολο του δείγματος) απάντησαν πως θεωρούν ότι η προτίμηση των τουριστών έγκειται στις γαστρονομικές απολύσεις και το 18% (30 ερωτώμενοι στο σύνολο του δείγματος) στην υψηλή ποιότητα φιλοξενίας.



**Γράφημα 14:** Οι προτιμήσεις και οι προσδοκίες των επισκεπτών για τον Αγροτουρισμό στο Νομό Μεσσηνίας

### 6.2.3 Αγροτουρισμός και τοπική οικονομία

Στο ερευνητικό ερώτημα που τέθηκε, απαντάνε πέντε ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Η πρώτη αφορά την προβολή των αγροτουριστικών καταλυμάτων στο Νομό Μεσσηνίας, η δεύτερη αφορά την εκτίμηση των υποδομών για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στο Νομό αυτό, η τρίτη την πρόβλεψη για την εξέλιξη του αγροτουρισμού, η τέταρτη το πώς επηρεάζεται η τοπική οικονομία από τον αγροτουρισμό και η πέμπτη τον τρόπο επιρροής της τοπικής οικονομίας από τον αγροτουρισμό.

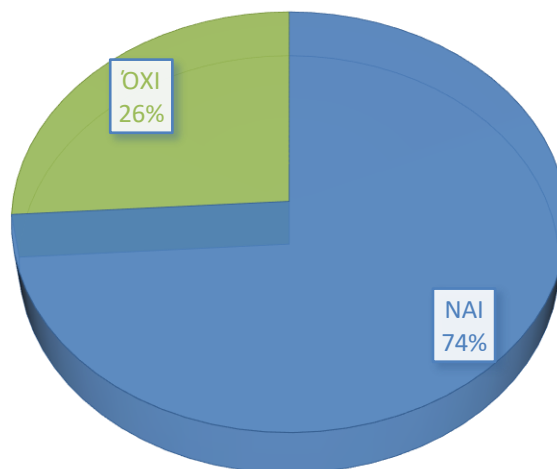
Στην πρώτη ερώτηση αναφορικά με την προβολή των αγροτουριστικών καταλυμάτων στο Νομό Μεσσηνίας, (Γράφημα 15) η πλειοψηφία των ερωτώμενων (130 άτομα στο σύνολο του δείγματος) και συγκεκριμένα το 79% απάντησε ότι θεωρεί ανεπαρκή την προβολή ενώ μόλις το 21% απάντησε θετικά.



**Γράφημα 15:** Προβολή Αγροτουριστικών Καταλυμάτων στο Νομό Μεσσηνίας

Στη δεύτερη ερώτηση, αναφορικά με την εκτίμηση των υποδομών για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας (Γράφημα 16), η πλειοψηφία των ερωτώμενων (122 άτομα στο σύνολο του δείγματος) και συγκεκριμένα το 74% απάντησε ότι θεωρεί επαρκείς τις υποδομές για ανάπτυξη του αγροτουρισμού στο Νομό ενώ μόλις το 26% απάντησε αρνητικά.

### ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑ



**Γράφημα 16:** Υποδομές για Ανάπτυξης στο Νομό Μεσσηνίας

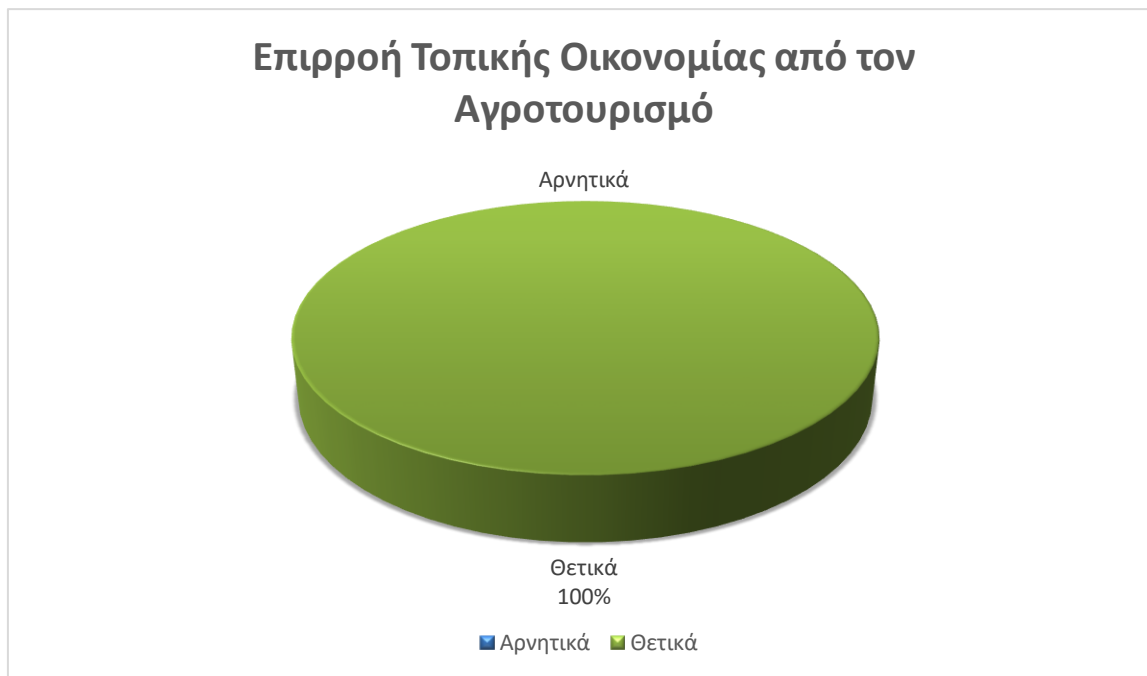
Στη τρίτη ερώτηση, αναφορικά με την εκτίμηση της εξέλιξης του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας (Γράφημα 17), η πλειοψηφία των ερωτώμενων (132 άτομα στο σύνολο του δείγματος) και συγκεκριμένα το 81% απάντησε ότι θεωρεί ότι ο αγροτουρισμός θα εξελιχθεί θετικά ενώ μόλις το 16% απάντησε ότι θεωρεί ότι θα παραμείνει στάσιμος.

### ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ



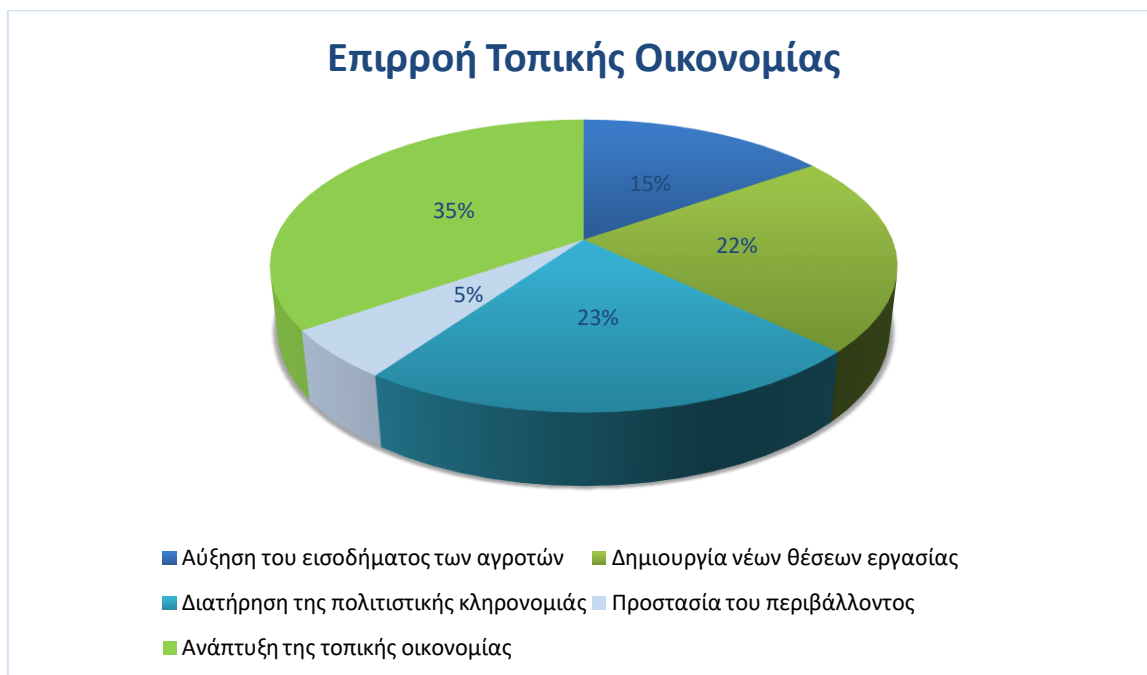
**Γράφημα 17:** Εκτίμηση Εξέλιξης Αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας

Στη τέταρτη ερώτηση, αναφορικά με το πώς επηρεάζει ο αγροτουρισμός την τοπική οικονομία (Γράφημα 18), το σύνολο των ερωτώμενων και συγκεκριμένα με ποσοστό 100% απάντησε θετικά ενώ δεν υπήρχε κανένας που να απαντήσει αρνητικά.



**Γράφημα 18:** Επιρροή Τοπικής Οικονομίας από τον Αγροτουρισμό

Στη πέμπτη ερώτηση, αναφορικά με τον τρόπο επιρροής της τοπικής οικονομίας από τον αγροτουρισμό στο Νομό Μεσσηνίας (Γράφημα 19), η πλειοψηφία των ερωτώμενων (57 άτομα στο σύνολο του δείγματος) και συγκεκριμένα το 35% απάντησε ότι θεωρεί ότι ο αγροτουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας ενώ μόλις το 23% (37 άτομα στο σύνολο του δείγματος) θεωρεί ότι συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και ακολούθως το 22% (36 άτομα στο σύνολο του δείγματος) στη δημιουργία θέσεων εργασίας.

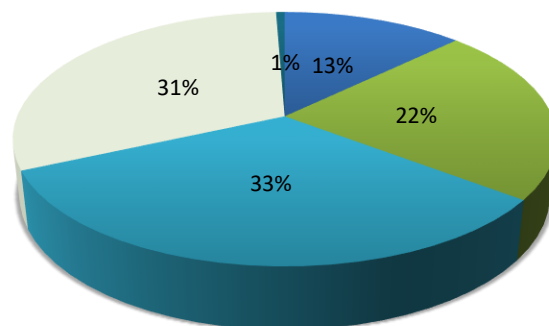


**Γράφημα 19:** Επιρροή Τοπικής Οικονομίας από τον Αγροτουρισμό

#### **6.2.4 Στρατηγικές προώθησης και ανάπτυξης του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας**

Στο ερευνητικό ερώτημα που τέθηκε, αναφορικά με τις στρατηγικές προώθησης του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας, (Γράφημα 20) η πλειοψηφία των ερωτώμενων (54 άτομα στο σύνολο του δείγματος) και συγκεκριμένα το 33% δήλωσε ότι η προώθηση και το μάρκετινγκ μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού στο Νομό ενώ μόλις το 31% (51 ερωτώμενοι στο σύνολο του δείγματος) θεωρεί τον εμπλουτισμό της τουριστικής εμπειρίας ως αναπόσπαστο τμήμα της προώθησης του αγροτουρισμού.

### Στρατηγικές Προώθησης και Ανάπτυξης του Αγροτουρισμού



**Γράφημα 20:** Στρατηγικές προώθησης και ανάπτυξης του Αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας

## 6.3 ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός, που διαρκώς εξελίσσεται και πολλαπλασιάζεται σε μορφές, αποτελεί πλέον έναν από τους σημαντικότερους κινητήριους μοχλούς της παγκόσμιας οικονομίας. Μια εντυπωσιακή άνοδος παρατηρείται στον αγροτουρισμό, ο οποίος προσφέρει στους επισκέπτες μια αυθεντική εμπειρία επαφής με την ύπαιθρο και τις παραδοσιακές δραστηριότητες. Η Μεσσηνία αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της θετικής επίδρασης του τουρισμού στην τοπική οικονομία, καθώς η αύξηση των τουριστών δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και ενισχύει το εισόδημα των κατοίκων. Επιπλέον, ο τουρισμός συμβάλλει στην πολιτιστική ανάπτυξη, προωθεί την καινοτομία και δημιουργεί ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την ανάπτυξη πολλαπλών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, συμβάλλοντας στη δημιουργία ενός ισχυρού οικονομικού ιστού.

Οι προτιμήσεις των τουριστών έχουν αλλάξει σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Από τις μαζικές διακοπές σε παραλιακούς προορισμούς, οι ταξιδιώτες στρέφονται σε πιο εξειδικευμένες μορφές τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, που συνδυάζει την επαφή με τη φύση και την τοπική κουλτούρα. Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια βιώσιμη λύση για την αναζωογόνηση των εγκαταλελειμμένων αγροτικών περιοχών. Μέσω της αξιοποίησης του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου αυτών των περιοχών, ο αγροτουρισμός μπορεί να

δημιουργήσει νέες οικονομικές ευκαιρίες και να ενισχύσει την κοινωνική συνοχή, συμβάλλοντας στην μακροπρόθεσμη ανάπτυξή τους.

Η παρούσα μελέτη διερεύνησε τις δυνατότητες ανάπτυξης του αγροτουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας. Συγκεκριμένα, μέσω μιας συνδυαστικής προσέγγισης που περιλάμβανε θεωρητική ανάλυση και ποσοτική έρευνα, αξιολογήθηκαν τα χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού και οι προοπτικές εφαρμογής του στο νομό αυτό. Τα αποτελέσματα της έρευνας, τόσο σε θεωρητικό όσο και σε εμπειρικό επίπεδο, συνηγορούν στην άποψη ότι ο αγροτουρισμός αποτελεί έναν ισχυρό μοχλό για την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη των περιφερειών, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών και στην προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Το δείγμα της έρευνας ήταν 164 άτομα, κυρίως γυναίκες, ηλικίας 28-44, με μέσο εισόδημα από 1000-2000 ευρώ και κατά βάση ιδιωτικοί υπάλληλοι που επισκέπτονται το νομό για αναψυχή μαζί με τον/την σύντροφό τους.

Οι ταξιδιώτες επισκέπτονται το νομό από μια έως τρεις φορές το χρόνο και διαμένουν σε ξενοδοχειακά καταλύματα αλλά και αγροτουριστικά, για τα οποία ενημερώνονται από συγγενείς και φίλους. Είναι πολύ σημαντικό ότι η συχνότητα επανεπίσκεψης είναι υψηλή γιατί αυτό είναι δείγμα της καλής εντύπωσης που έχουν οι τουρίστες για το νομό Μεσσηνίας. Μάλιστα διανυκτερεύουν στο νομό κατά την επίσκεψή τους από τρία έως πέντε βράδια, τα οποία και επιλέγουν να τα κλείσουν μόνοι τους.

Βασικότερο πλεονέκτημα της Μεσσηνίας είναι το φυσικό περιβάλλον και το χαμηλό κόστος ενώ ο βαθμός αξιολόγησης του αγροτουρισμού στο Νομό είναι σχετικά καλός, γιατί υπάρχουν ικανοποιητικές υποδομές, όμως δεν υπάρχει αρκετή πληροφόρηση αναφορικά με τη γενικότερη εικόνα του αγροτουρισμού στην Μεσσηνία. Οι τουρίστες γνωρίζουν την ύπαρξη αγροτουριστικών καταλυμάτων και δραστηριοτήτων του νομού και είναι πρόθυμοι να τα γνωρίσουν από κοντά. Οι προτιμήσεις και οι προσδοκίες των επισκεπτών σχετικά με τον αγροτουρισμό αφορούν την υψηλή ποιότητα φιλοξενίας και τις γαστρονομικές απολαύσεις. Συνεπώς φαίνεται ότι ο νομός Μεσσηνίας μπορεί να επενδύσει στην περαιτέρω ανάπτυξη του αγροτουρισμού, μέσω εμπλουτισμού της τουριστικής εμπειρίας αλλά και μέσω προώθησης και μάρκετινγκ.

Συνολικά, ο βαθμός επιρροής της τοπικής οικονομίας από τον αγροτουρισμό είναι υψηλός και θετικός και ο τρόπος επιρροής πραγματοποιείται μέσω ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας, καθώς και της διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς και της δημιουργίας θέσεων εργασίας.

## **6.4 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΈΡΕΥΝΑΣ**

Η έρευνα στον τομέα του αγροτουρισμού σε συγκεκριμένες περιοχές αντιμετωπίζει ένα σημαντικό πρόβλημα: την έλλειψη εκτενών και αξιόπιστων μελετών. Η υπάρχουσα βιβλιογραφία είναι περιορισμένη και συχνά παρουσιάζει μεθοδολογικές αδυναμίες, γεγονός που αμφισβητεί τη γενίκευση των ευρημάτων της.

Επιπλέον η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας αποκάλυψε ένα σημαντικό ποσοστό αναπάντητων ερωτήσεων, κυρίως στις ερωτήσεις ανοιχτού τύπου. Αυτή η τάση αποδίδεται σε πολλούς παράγοντες. Πρώτον, ο περιορισμένος χρόνος που είχαν στη διάθεσή τους οι συμμετέχοντες δεν επέτρεψε την ολοκλήρωση του ερωτηματολογίου. Δεύτερον, η έλλειψη ενδιαφέροντος για συγκεκριμένα θέματα οδήγησε σε παραλείψεις σε σχετικές ερωτήσεις.

Επιπρόσθετα, η ποιότητα των ερωτήσεων σε μια έρευνα είναι καθοριστική για την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων. Αν οι ερωτήσεις είναι ασαφείς, ακόμη και η προσπάθεια των ερευνητών να ερμηνεύσουν τις απαντήσεις δεν μπορεί να εξασφαλίσει την ακρίβεια των ευρημάτων. Η συγκεκριμένη έρευνα έχει σχεδιαστεί με στόχο να μειώσει αυτόν τον κίνδυνο, αλλά παραμένει το ερώτημα κατά πόσο οι συμμετέχοντες κατάφεραν να κατανοήσουν πλήρως τις ερωτήσεις. Η διαφορετική ερμηνεία των ερωτήσεων από τους συμμετέχοντες μπορεί να έχει οδηγήσει σε μια μεγαλύτερη ποικιλία απαντήσεων, δυσχεραίνοντας την ανάλυση και την εξαγωγή σαφών συμπερασμάτων.

Ακόμη, η σύντομη χρονική διάρκεια της έρευνας δεν επέτρεψε την καταγραφή μακροπρόθεσμων τάσεων και εξελίξεων, περιορίζοντας έτσι την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων. Τέλος, παρόλο που χρησιμοποιήθηκαν ποσοτικοί δείκτες για την ανάλυση των δεδομένων, τα αποτελέσματα της έρευνας αντικατοπτρίζουν κυρίως τις υποκειμενικές απόψεις των συμμετεχόντων και δεν μπορούν να γενικευτούν με βεβαιότητα στον ευρύτερο πληθυσμό.

## **6.5 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Για να αυξηθεί η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων και να ενισχυθεί η αξιοπιστία των συμπερασμάτων, προτείνεται η διεξαγωγή μιας μελλοντικής έρευνας σε ένα μεγαλύτερο δείγμα, με στόχο την περαιτέρω διερεύνηση και επιβεβαίωση των υποθέσεων που διατυπώθηκαν.

Προκειμένου να επιτευχθεί μια πιο ολιστική κατανόηση του φαινομένου του αγροτουρισμού στη Μεσσηνία, προτείνεται η υιοθέτηση μιας μικτής μεθοδολογίας που συνδυάζει ποσοτικές

και ποιοτικές μεθόδους. Η συμπληρωματικότητα των ποσοτικών δεδομένων που συλλέχθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου με τα ποιοτικά δεδομένα που θα προκύψουν από τις συνεντεύξεις θα επιτρέψει να διερευνηθούν τόσο τις γενικές τάσεις όσο και τις ιδιαίτερες περιπτώσεις, εντοπίζοντας τόσο τις αντικειμενικές όσο και τις υποκειμενικές διαστάσεις της εμπειρίας των επισκεπτών. Με αυτόν τον τρόπο, θα αναπτυχθεί ένα πιο πλούσιο και πολυδιάστατο θεωρητικό πλαίσιο για την ανάλυση του αγροτουρισμού στην περιοχή.

Μια άλλη προοπτική για περαιτέρω έρευνα είναι η επαλήθευση των αποτελεσμάτων μας σε διαφορετική εποχή του χρόνου, συγκεκριμένα το καλοκαίρι, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν οι προτιμήσεις και οι συμπεριφορές των τουριστών παρουσιάζουν διακυμάνσεις.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Αιγινήτης, Ν. Δ., & Τουρνάκης, Ι. Ε. (1929). Γενικά αρχαία τουριστικής επιστήμης.
- Αλεξίου, Σ. (2020). *Ενίσχυση της αγροτουριστικής εμπειρίας μέσω της αξιοποίησης τοπικών πόρων και προϊόντων*. Πρακτικά Συνεδρίου «Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», 3(1), 92-105.
- Ανδριώτης, Κ. (2003). Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του. *ΤΟΠΟΣ Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος*, 20-21.
- Αποστόλου, Θ., & Παπαδόπουλος, Δ. (2018). *Αγροτουρισμός και Περιβαλλοντική Εκπαίδευση: Εμπειρίες και Προσδοκίες των Τουριστών*. Ελληνική Επιθεώρηση Οικοτουρισμού, 4(2), 78-92.
- Αποστολόπουλος, Κ., & Σδράλη, Δ. (2009). Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές. *Εκδόσεις Ελληνοεκδοτική, Αθήνα*.
- Αυδή, Α. (2007). *Ο εναλλακτικός τουρισμός και η ανάπτυξή του στην Ελλάδα*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Γεωργίου, Α., & Παπαθανασίου, Θ. (2019). *Ανάπτυξη δεξιοτήτων και επιχειρηματικής αντίληψης των τοπικών παραγωγών στον αγροτουρισμό: Μια εμπειρική μελέτη στη Μεσσηνία*. Τουρισμός και Ανάπτυξη, 10(1), 32-45.
- Γκριτζαλη, Α., & Παπανδρέου, Κ. (2019). *Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Πελοπόννησο: Επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία και οικονομία*. Πρακτικά Συνεδρίου «Αγροτική Οικονομία και Ανάπτυξη».
- Δεληγιάννης, Ν. (2017). *Αειφορία και αγροτουρισμός: Οι επιπτώσεις στη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών*. Τουριστικά και Περιβαλλοντικά Μελετήματα, 5(2), 101-115.
- ΔιαΝΕΟσις. (2023). Τουρισμός και αγροδιατροφή στην Ελλάδα. <https://www.dianeosis.org/2023/06/tourismos-kai-agrodiatrofi-stin-ellada/>
- Διεθνής Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO). Sustainable Tourism Practices in Rural Areas, <https://www.unwto.org/rural-tourism>
- Δημητριάδης, Ε., & Λιμπεράκης, Ν. (2018). *Οικοτουρισμός και Αγροτουρισμός: Θεωρία και Πρακτική*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Δόλογλου, Ν. (2017). Αγροτουρισμός – Οικοτουρισμός: έννοιες και πραγματικότητα. *Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monnet, ΕΚΠΑ*. [http://www.jmc.uoa.gr/fileadmin/jmc.pspa.uoa.gr/uploads/PDFs/20170424\\_Agro-oiko\\_tourismos\\_Dologlou.pdf](http://www.jmc.uoa.gr/fileadmin/jmc.pspa.uoa.gr/uploads/PDFs/20170424_Agro-oiko_tourismos_Dologlou.pdf)
- Επιμελητήριο Μεσσηνίας (2022). Η συμβολή των αγροτουριστικών προγραμμάτων στην ανάπτυξη της Μεσσηνίας. Διαθέσιμο στο: <https://www.messiniachamber.gr>.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2023-2027, <https://www.minagric.gr/2013-04-05-10-13-09/ministry-example/diavoylefsi-i-kap-meta-to-2020-list/12311-kap2023-2027-130122>
- Ευστρατίου, Ε. (2015). Αγροτουρισμός και τοπική ανάπτυξη: Προκλήσεις και προοπτικές για την περιφέρεια Πελοποννήσου. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Ζαφειρόπουλος, Κ. (2015). Πως γίνεται μια επιστημονική εργασία: Επιστημονική Έρευνα και Συγγραφή Εργασιών. 2η Έκδοση. Εκδόσεις Κριτική.
- Θεοδοσιάδου, Ε. (2020). Ο θεραπευτικός τουρισμός και η προοπτική ανάπτυξής του στον Ν. Μεσσηνίας.

- Καζαντζίδου, Σ. (2014). *Ο αγροτουρισμός και η ανάπτυξή του σε ευρωπαϊκό, διεθνές και ελλαδικό επίπεδο* (Doctoral dissertation, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης).
- Καραγιάννης, Γ.Σ. & Έξαρχος, Σ.Γ. (2006). Τουρισμός – Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη Πολιτική. Ηράκλειο : Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης : σ.σ. 39-42.
- Καραμανλής, Π. & Ρουμελιώτης, Γ. (2018). *Η σχέση αγροτουρισμού και τοπικής παραγωγής: Επιπτώσεις στην οικονομία και την κοινωνία*. Πρακτικά Συνεδρίου «Οικονομική και Κοινωνική Ανάπτυξη», 12(1), 90-105.
- Καραμάνου, Α. (2019). *Η αξία των συνεργειών για την προώθηση του αγροτουρισμού: Περίπτώσεις από την Πελοπόννησο*. Σύγχρονες Προοπτικές στον Τουρισμό, 6(1), 77-88.
- Κουμπλής, Α. & Παπαδόπουλος, Θ. (2018). Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και αγροτουρισμός: Θεωρητικές προσεγγίσεις και μελέτες περίπτωσης. Αθήνα: *Κριτική*.
- Κουσούνης Σ. (2012). Η ελληνική κρίση χτύπησε αγροτουρισμό και ιστορικά ξενοδοχεία. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.kathimerini.gr/465430/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/h-ellhnikhkrish-xytyphse-agrotyrismo-kai-istorika-zenodoxeia>
- ΚΥΑ 543/34450/2017, ΦΕΚ Β' 1746/22.5.2017, «Πιστοποίηση πολυλειτουργικών αγροκτημάτων».
- Κυριακίδης, Σ. (2018). *Οι κοινωνικο-οικονομικές επιπτώσεις του αγροτουρισμού στον νομό Μεσσηνίας*. Επιθεώρηση Περιφερειακής Ανάπτυξης, 34(2), 89-103.
- Λαγός, Δ., & Πολυχρονίδης, Μ. (2006). *Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Λεοντίδου, Ι. (2018). *Αγροτουρισμός και αειφορία: Στρατηγικές για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στις αγροτικές περιοχές της Μεσσηνίας*. Περιβαλλοντική Οικονομία, 9(2), 84-97.
- Μακρή, Δ. & Τσόλας, Χ. (2017). *Υποδομές και προσβασιμότητα ως κλειδί για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Μεσσηνία*. Τουριστικά Μελετήματα, 5(3), 60-74.
- Μιχαλακοπούλου, Α. (2018). Ο αγροτουρισμός ως αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού. Μελέτη περίπτωσης στο ν. Μεσσηνίας.
- Μόσχου, Ε. Θ. (2023). Ανάδειξη των ελληνικών τοπικών προϊόντων και η συμβολή τους στον αγροτουρισμό. <http://hdl.handle.net/10329/8111>
- Μπέλλου, Ε. (2020). *Γαστρονομία και Αγροτουρισμός: Δυνατότητες ανάπτυξης και ενίσχυσης του αγροτουριστικού προϊόντος στην Πελοπόννησο*. Τουρισμός & Πολιτισμός, 12(3), 45-57.
- Ν. 4276/2014, ΦΕΚ Α' 155/30.07.2014, «Απλούστευση διαδικασιών λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών υποδομών, ειδικές μορφές τουρισμού και άλλες διατάξεις».
- Ν. 3874/2010, ΦΕΚ Α' 151/6.9.2010, «Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων».
- Ν. 4235/2014, ΦΕΚ Α' 32/11.2.2014, «Διοικητικά μέτρα, διαδικασίες και κυρώσεις στον τομέα των τροφίμων, των ζωοτροφών και της υγείας και προστασίας των ζώων και άλλες διατάξεις».
- Ν. 4389/2016, ΦΕΚ Α' 94/27.5.2016, «Επείγουσες διατάξεις για την εφαρμογή της συμφωνίας δημοσιονομικών στόχων και διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων και άλλες διατάξεις».
- Οικονόμου, Σ. & Βαμβακάς, Κ. (2020). Αγροτουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα. *Περιοδικό Οικονομικής Γεωγραφίας*, 18(4), 45-62.
- Ουζούνη, Χ., & Νακάκης, Κ. (2011). Η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των εργαλείων μέτρησης σε ποσοτικές μελέτες. *Νοσηλευτική*, 50(2), 231-239.

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού. Ανανέωση της Στρατηγικής Μάρκετινγκ Τουρισμού ως απάντηση στον αντίκτυπο του Covid-19. [https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2023/08/641.-UNWTO-EBRD\\_-2022-A%C2%BFa%E2%8C%90y%C2%BFuaU%CF%80-%C6%92nai%CF%80%C2%AC-%E2%8C%90%C2%BD%C2%BFy%C2%BD%E2%82%A7Uai%CF%80%C2%AC-%C2%BDa%C2%BC%C2%BFa%E2%8C%90%C2%BDaia%CF%84-us%C2%BFi%C2%BDanUi\\_GR.pdf](https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2023/08/641.-UNWTO-EBRD_-2022-A%C2%BFa%E2%8C%90y%C2%BFuaU%CF%80-%C6%92nai%CF%80%C2%AC-%E2%8C%90%C2%BD%C2%BFy%C2%BD%E2%82%A7Uai%CF%80%C2%AC-%C2%BDa%C2%BC%C2%BFa%E2%8C%90%C2%BDaia%CF%84-us%C2%BFi%C2%BDanUi_GR.pdf)

Παναγιωτόπουλος, Ι. (2019). *Οικονομικές και κοινωνικές επιδράσεις του αγροτουρισμού στην τοπική οικονομία: Η περίπτωση της Μεσσηνίας*. Τουριστικά Χρονικά, 8(1), 55-69.

Παπαδογιαννάκης, Ν. (2007). Στέφανος Γ. Καραγιάννης, Γεώργιος Στ. Έξαρχος. Τουρισμός-Τουριστική οικονομία, ανάπτυξη, πολιτική. Ηράκλειο Κρήτης: Έκδοση Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας, 2006. *Επιθεώρηση Οικονομικών Επιστημών*; Τεύχος 11.

Παπαδόπουλος, Κ. & Λυμπεράκης, Γ. (2018). *Στρατηγικές προβολής και ανάπτυξης αγροτουριστικών προορισμών στην Πελοπόννησο*. Επιθεώρηση Τουριστικών Σπουδών, 7(2), 45-59.

Παπαθανασίου, Ι. (2019). Προώθηση τοπικών προϊόντων μέσω του αγροτουρισμού: Μελέτη του νομού Μεσσηνίας. Θεσσαλονίκη: *Πανεπιστημιακές Εκδόσεις ΑΠΘ*.

Παπαϊωάννου, Σ. (2017). *Αγροτουρισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Το παράδειγμα της Μεσσηνίας*. Διπλωματική εργασία, Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Παπαϊωάννου, Δ. (2020). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και αγροτουρισμός: Οι στρατηγικές περιβαλλοντικής διαχείρισης στον Νομό Μεσσηνίας*. Πρακτικά Συνεδρίου «Αειφορία και Τουρισμός», 15(1), 110-125.

Παρταλίδου, Μ. (2005). *Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού* (Doctoral dissertation, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης).

Παρταλίδου, Μ. & Ιακωβίδου, Ο. (2007). Αγροτουριστικοί Προορισμοί στην Ελλάδα. Πρότυπα ποιότητας-νέες τάσεις. [https://oeclass.aua.gr/eclass/modules/document/file.php/EZPY185/KEIMENA/23\\_PARTALI DOU.pdf](https://oeclass.aua.gr/eclass/modules/document/file.php/EZPY185/KEIMENA/23_PARTALI%20DOU.pdf)

Πετρόπουλος, Γ. (2020). *Αγροτουρισμός και πολιτιστική κληρονομιά: Συνέργειες για την τοπική ανάπτυξη*. Ελληνική Επιθεώρηση Τουρισμού και Πολιτισμού, 11(4), 62-79.

Πετρόπουλος, Γ., & Καρβούνη, Α. (2020). *Ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα και οι Βιωματικές Εμπειρίες: Προσδοκίες και Προτιμήσεις των Επισκεπτών*. Σύγχρονες Προοπτικές στον Τουρισμό, 11(3), 53-68.

Σιώμκος, Γ. Ι., & Μαύρος, Α. (2008). Έρευνα Αγοράς εκδόσεις Σταμούλη Αθήνα.

Σκουτέρη-Διδασκάλου, Ε. (1998). Η πολιτισμική κληρονομιά ως ζητούμενο: τρανοί τόποι και ταπεινές τοπικότητες. *Ιο Συνέδριο Αναπτυξιακής Προοπτικής της Οάσου*.

Σταθακόπουλος, Β. (2005). *Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς*. Αθήνα: Σταμούλης.

Σταθόπουλος, Γ. & Μαργαρίτης, Κ. (2017). *Ο αγροτουρισμός ως εργαλείο τοπικής οικονομικής ανάπτυξης: Η περίπτωση της Πελοποννήσου*. Επιθεώρηση Αγροτικής Οικονομίας, 6(2), 75-88.

Συμεωνίδου, Π. (2009). *Ανταγωνιστικότητα και βιωσιμότητα αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα* (Doctoral dissertation, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). Σχολή Γεωπονική. Τομέας Αγροτικής Οικονομίας).

- Τομάρας, Π., & Λαγός, Δ. (2005). Ο αγροτουρισμός ως παράγοντας τοπικής ανάπτυξης: η περίπτωση της Ελλάδας. *ΤΟΠΟΣ: Επιθεώρηση αστικών και περιφερειακών μελετών*, 5-16.
- Τσάρτας Α.Π. (2010). *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη – Χαρακτηριστικά, Διερευνήσεις, Προτάσεις*. Αθήνα : Κριτική Α.Ε. : σ.σ. 17-27.
- Τσαγκαράκης, Γ. (2018). Η κατανόηση της έννοιας του ορίου από φοιτητές Μαθηματικού Τμήματος.
- Τσιπλάκης, Π. (2023). κατανόηση του ιστογράμματος από φοιτητές/τριες μη μαθηματικών τμημάτων.
- Υπουργείο Τουρισμού (2023). Στρατηγικός Σχεδιασμός για την Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Ελλάδα. <https://mintour.gov.gr/stratigiko-schedio-gia-ton-elliniko-to/>
- Υπουργείο Τουρισμού (2022). Έρευνα για το Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού: Έκθεση αποτελεσμάτων. <https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2023/01/Εκθεση-Αποτελεσμάτων-Ειδικό-Σήμα-Αγροτουρισμού-Α-και-Β-Στάδιο.pdf>
- Χρήστου, Ε. (2019). *Οι Προσδοκίες των Επισκεπτών στον Αγροτουρισμό: Η Περίπτωση της Μεσσηνίας*. Τουριστικά Χρονικά, 5(1), 30-47.

## BIBLIOGRAPHY REFERENCES

- Ammirato, S., Felicetti, A. M., Raso, C., Pansera, B. A., & Violi, A. (2020). Agritourism and sustainability: What we can learn from a systematic literature review. *Sustainability*, 12(22), 9575.
- Ana, M. I. (2017). Ecotourism, agro-tourism and rural tourism in the European Union. *Cactus Tourism Journal*, 15(2), 6-14.
- Andreopoulou, Z., Lemonakis, C., Koliouka, C., & Zopounidis, C. (2017). Internet and agro-tourism sector for regional development in Crete: a multicriteria ranking. *International Journal of Information and Decision Sciences*, 9(2), 116-127.
- Apostolopoulos, N., Liargovas, P., Stavroyiannis, S., Makris, I., Apostolopoulos, S., Petropoulos, D., & Anastasopoulou, E. (2020). Sustaining rural areas, rural tourism enterprises and EU development policies: A multi-layer conceptualization of the obstacles in Greece. *Sustainability*, 12(18), 7687.
- Athina, P. (2015). Exploring the Views of The Stakeholders of The Prefecture of Messinia On The Impact Of Current Crisis On Local And Regional Tourism And The Acts Needed To Overcome It. *Tourism Research Institute*, 12(1), 86-95.
- Barbieri, C. (2013). Assessing the sustainability of agritourism in the US: A comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 252-270.
- Barbieri, C. (2020). Agritourism research: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 149-152.
- Bhatta, K., Itagaki, K., & Ohe, Y. (2019). Determinant factors of farmers' willingness to start agritourism in rural Nepal. *Open Agriculture*, 4(1), 431-445.
- Blessing, L. T., & Chakrabarti, A. (2009). Research Clarification. *DRM, a Design Research Methodology*, 43-74.

- Boulouta, K., & Karagiannis, G. (2022). Agritourism: A Lever for the Development of the Greek Countryside. The Case of Nymphaeum of Florina/Greece. In *International Conference of the International Association of Cultural and Digital Tourism* (pp. 469-481). Cham: Springer International Publishing.
- Bršćić, K. (2006). The impact of agrotourism on agricultural production. *Journal of Central European Agriculture*, 7(3), 559-563.
- Clark-Carter, D. (2009). *Quantitative psychological research: The complete student's companion*. Psychology press.
- Clarke, B. S. (2015). Agricultural urbanism: lessons from the cultural landscape of Messinia. *Athens J Tour*, 2(Mar), 19-36.
- Chatzigeorgiou, C., & Simeli, I. (2017). Perception of service quality in agrotourism accommodations: Impact on guest loyalty and re-visit intentions. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 3(1), 33-41.
- Chatzigeorgiou, C., Christou, E., Kassianidis, P., & Sigala, M. (2009). Examining the relationship between emotions, customer satisfaction and future behavioral intentions in agrotourism.
- Creswell, J. W. (2015). Revisiting mixed methods and advancing scientific practices.
- Delice, A. (2010). The sampling issues in quantitative research. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 10(4), 2001-2018.
- Drakakis, P., & Papadaskalopoulos, A. (2014). Economic contribution of active sport tourism: The case of four sport activities in Messinia, Greece. *Journal of Sport & Tourism*, 19(3-4), 199-231.
- Drakakis, P., Papadaskalopoulos, A., & Christofakis, M. (2017). Exploring the potential operation of a local tourism production system: The case of Messinia, Greece. *Local Economy*, 32(2), 110-128.
- European Commission, (2000). "Using natural and cultural heritage to develop sustainable tourism". Enterprise: The Tourism Unit Directorate General, Brussels.
- Eurostat (2023). *Tourism Statistics: Agritourism Trends in Europe*, available at <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-tourism-2023>
- European Tourism Trends (2023). *European Travel Commission: Tourism in Europe: Trends and Prospects*, available at <https://www.etccorporate.org/reports/tourism-trends-2023>
- European Rural Development Report (2022). European Commission: *Rural Development in the EU*, available at <https://ec.europa.eu/rural-development-report-2022>
- Frankel, R. M., & Devers, K. J. (2000). Study design in qualitative research—1: Developing questions and assessing resource needs. *Education for health*, 13(2), 251-261.
- Gartner, W. (2001). Τουριστική ανάπτυξη: αρχές, διαδικασίες και πολιτικές. *Αθήνα: Έλλην.*
- Gaworecki, M. T. (2006). *Postindian imagery in "House Made of Dawn"*. San Jose State University.
- Getz, D., & Page, S. J. (1997). Conclusions and implications for rural business development. *The business of rural tourism: International perspectives*, 191-205.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428.
- Iakovidou, O. (1997) "Agro-tourism in Greece: the case of women agro-tourism cooperatives of Ambelakia", *MEDIT*, vol. 8, no. 1, pp. 44-47.

- Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 605-612.
- Joyner, L., Kline, C., Oliver, J., & Kariko, D. (2018). Exploring emotional response to images used in agritourism destination marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 44-55.
- Karagianni, M., Georgakopoulou, S., & Delitheou, V. (2019). Agrotourism: A lever for rural development based on the cultural reserve of Greece. In *Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability: Fifth International Conference IACuDiT, Athens 2018* (pp. 193-206). Springer International Publishing.
- Kolawole, O. D., Hambira, W. L., & Gondo, R. (2023). Agrotourism as peripheral and ultraperipheral community livelihoods diversification strategy: Insights from the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Arid Environments*, 212, 104960.
- Komppula, R. (2013). Success and growth in rural tourism micro-businesses in Finland: financial or life-style objectives? In *Small firms in tourism* (pp. 115-138). Routledge.
- Kothari, H., & Perwej, A. (2021). Agro tourism: A way of sustainable development. *Wesleyan Journal of Research*, 13(68), 93-101.
- Kneafsey, M. (2001). Rural cultural economy: Tourism and social relations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 762-783.
- Leslie, D. (2010). The European Union, sustainable tourism policy and rural Europe. In *Sustainable Tourism in Rural Europe* (pp. 59-76). Routledge.
- Little, M. E., & Blau, E. (2020). Social adaptation and climate mitigation through agrotourism: a case study of tourism in Mastatal, Costa Rica. *Journal of Ecotourism*, 19(2), 97-112.
- Marsden, T. (1999). Rural futures: the consumption countryside and its regulation. *Sociologia ruralis*, 39(4), 501-526.
- Marsden, T. (2010). Mobilizing the regional eco-economy: evolving webs of agri-food and rural development in the UK. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(2), 225-244.
- Maskeliūnaitė, L., & Sivilevičius, H. (2021). Identifying the importance of criteria for passenger choice of sustainable travel by train using ARTIW and IHAMCI methods. *Applied sciences*, 11(23), 11503.
- Melikokis, A. (2015). Motives and barriers in the adoption of collective environmental certification schemes by Greek tourism SMEs.
- Mill, R.C., & Morisson, A.M (1992). The Tourism system, London: Prentice-Hall International, 2(2), 1.
- Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kondoudaki, A. (2017). The application of slow movement to tourism: Is slow tourism a new paradigm? *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 2(2), 1.
- Morrison, E. W. (1993). Longitudinal study of the effects of information seeking on newcomer socialization. *Journal of applied psychology*, 78(2), 173.
- Mylonopoulos, D., Moira, P., & Papagrigoriou, A. (2017). The Institutional Framework of the Development of Agritourism in Greece. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 2(1), 1.
- Ndhlovu, E., & Dube, K. (2024). Agritourism and sustainability: A global bibliometric analysis of the state of research and dominant issues. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 46, 100746.

- Netto, A. P. (2009). What is tourism? Definitions, theoretical phases and principles. *Philosophical issues in tourism*, 37, 43-62.
- Oppermann, M. (1996). Rural tourism in southern Germany. *Annals of tourism research*, 23(1), 86-102.
- Papatheodorou, A., Rosselló, J., & Xiao, H. (2010). Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39-45.
- Petroman, C., Sava, C., Ristea, I., Marin, D., Văduva, L., & Petroman, I. (2018). Methods of improving the demand and offer in the agrotourist farms. *Quaestus*, (12), 36-41.
- Przezbórska, L., & Scrimgeour, F. (2009). *Agritourism*. CABI.
- Rambodagedara, R. M. M. H. K., Silva, D. A. C., & Perera, S. (2015). *Agro-tourism development in farming community: Opportunities and challenges*. Colombo, Sri Lanka: Hector Kobbekaduwa Agrarian Research and Training Institute.
- Rasulovich, K. A. (2021). The role of agro-tourism in the development of socio-economic infrastructure in rural areas. *Наука и образование сегодня*, (3 (62)), 13-14.
- Sarantakou, E. (2010). Mature tourist destinations: Development and transition possibilities into sustainable model of summer-cultural tourism. *The Case of Greece*, 14(1), 307-331.
- Shah, C., Gibson, D., Shah, S., & Pratt, S. (2020). Exploring a market for agritourism in Fiji: Tourists' perspective. *Tourism recreation research*, 45(2), 204-217.
- Sharpley, R. (1997). Rural Tourism: An Introduction. *Thomson Learning*.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism management*, 23(3), 233-244.
- Sharpley, R. (2018). *Tourism, tourists and society*. Routledge.
- Sharpley, R., & Stone, P. R. (2014). Socio-cultural impacts of events: Meanings, authorized transgression and social capital. In *The Routledge handbook of events* (pp. 360-374). Routledge.
- Shen, C. C., Chang, Y. R., & Liu, D. J. (2020). Rural tourism and environmental sustainability—A study on a model for assessing the developmental potential of organic agritourism. *Sustainability*, 12(22), 9642.
- Sibanda, N. (2009). Quantitative research. *Wellington: Victoria University*.
- Singh, K. (2007). *Quantitative social research methods*. Sage Publications.
- Smith, V. L., & Eadington, W. R. (1992). *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*. University of Pennsylvania press.
- Smith, P. (Ed.). (1998). *The history of tourism: Thomas Cook and the origins of leisure travel* (Vol. 4). Psychology Press.
- Stanciu, M., Popescu, A., & Stanciu, C. (2023). Rural tourism, agrotourism and ecotourism in Romania: current research status and future trends. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture & Rural Development*, 23(1).
- Stylidis, D., & Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of tourism research*, 44, 210-226.
- Taylor, E., & Kneafsey, M. (2016). Food tourism and place identity in the development of Jamaica's rural culture economy. In *Food Tourism and Regional Development* (pp. 177-189). Routledge.

- Telfer, D. J. (2002). Tourism and regional development issues. *Tourism and development: Concepts and issues*, 2, 112-148.
- Tew, C., & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism management*, 33(1), 215-224.
- Theng, S., Qiong, X., & Tatar, C. (2015). Mass tourism vs alternative tourism? Challenges and new positionings. *Études caribéennes*, (31-32).
- Torres, A., Jacobo, A. N., Sapida, C. Y., & Sy, R. A. (2024). Cultivating Agritourism Destinations in Silang, Cavite: Factors Affecting Tourists' Decision-Making. *Journal of Higher Education Research Disciplines*, 9(1), 73-91.
- Tsartas, P. (2003). Tourism development in Greek insular and coastal areas: Sociocultural changes and crucial policy issues. *Journal of sustainable tourism*, 11(2-3), 116-132.
- Tsartas, P., Kyriakaki, A., Stavrinoudis, T., Despotaki, G., Doumi, M., Sarantakou, E., & Tsilimpokos, K. (2020). Refugees and tourism: A case study from the islands of Chios and Lesbos, Greece. *Current Issues in Tourism*, 23(11), 1311-1327.
- Van der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., & Ventura, F. (2017). Rural development: from practices and policies towards theory. In *the Rural* (pp. 201-218). Routledge.
- Williams, A. (2014). Tourism and uneven development in the Mediterranean. In *the Mediterranean* (pp. 208-226). Routledge.
- Wiranatha, A. S., Suryawardani, I. G. A. O., Petr, C., & Kencana, I. P. E. N. (2024). Priority of Criteria for Agritourism Development in Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 14(1), 234-258.
- Wu, C. K., Wang, C. N., & Le, T. K. T. (2022). Fuzzy multi criteria decision making model for agritourism location selection: A case study in vietnam. *Axioms*, 11(4), 176.
- Zagaria, C., Schulp, C. J., Kizos, T., & Verburg, P. H. (2018). Perspectives of farmers and tourists on agricultural abandonment in east Lesbos, Greece. *Regional Environmental Change*, 18, 1467-1479.

## ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- <http://agrotourismos.gr/messinia/>
- <https://www.kripia.gr/>
- <https://skafidakia-apartments.gr/el/>
- <https://www.iridaresort.gr/el/>
- <https://familyhotelsgreece.com/hotel/xenones-chamaloni/>
- <https://www.manipetrinovillas.gr/>
- <https://www.off-road.gr/article221.html>
- <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=137129>
- <https://www.messinialive.gr/enthousiasmenos-entyposiasmenos-amyras-apo-tin-episkepsi-sto-elaiotriveio-skarpalezou/>
- <https://enallaktikos-tourismos-messinia.weebly.com/>
- <https://www.artina.gr/2016/05/19/idroviotopos-gialovas/>
- <https://www.travel.gr/nature/exereynontas-to-mageytiko-faraggi-ti/>
- <https://grecorama.com/el/>
- <https://www.anagnostis.org/2024/06/02/mani-ena-spilaio-katafygio-stin-pio-agria-paralia-tis-elladas/>

- [https://ilfconsult.com/2024/08/26/26\\_08\\_2024\\_anamenoume-programma-leader-2024-tourismos-3/](https://ilfconsult.com/2024/08/26/26_08_2024_anamenoume-programma-leader-2024-tourismos-3/)
- <https://pkcgroup.gr/epicheirimatika-ergaleia/agrotiki-anaptyxi/leader/>
- [http://www.minagric.gr/greek/agro\\_pol/Leader/Leader\\_info.htm](http://www.minagric.gr/greek/agro_pol/Leader/Leader_info.htm)
- <https://www.opengov.gr/minenv/?p=13115>
- <https://ec.europa.eu/enrd/enrd-static/fms/pdf/2B953B87-DFAE-12EC-4A2F-D36BAFB37D35.pdf>
- <https://greece20.gov.gr/?tenders=agrotourismos-kai-gastronomia>
- [www.agroxenia.org](http://www.agroxenia.org)

# **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ:

### Ο Αγροτουρισμός-

#### Μελέτη Περίπτωσης Νομού Μεσσηνίας

Η παρούσα έρευνα γίνεται στο πλαίσιο της εκπόνησης διπλωματικής εργασίας με θέμα "Αγροτουρισμός στο Νομό Μεσσηνίας και Προοπτικές Ανάπτυξης".

Σας καλούμε να συμμετάσχετε σε αυτή την ανώνυμη έρευνα, η οποία θα διαρκέσει περίπου 7 λεπτά από τον χρόνο σας. Οι απόψεις σας είναι πολύτιμες για εμάς.

Κωνσταντίνα Καραγεωργίου

[99karry@gmail.com](mailto:99karry@gmail.com)

#### Α': Ταξίδι στο Νομό Μεσσηνίας

*Στην ενότητα αυτή θέλουμε τη γνώμη σας σχετικά με τις λεπτομέρειες του ταξιδιού σας στο Νομό Μεσσηνίας*

1. Σε ποια κατηγορία ανήκετε ως τουρίστας του Νομού Μεσσηνίας;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Ταξιδεύω μόνος
- ☐ Ταξιδεύω ζευγάρι
- ☐ Με τη/ τον σύζυγο ή/και με τα παιδιά
- ☐ Με παρέα
- ☐ Ως μέλος οργανωμένης ομάδας (group)

2. Ποιος είναι ο βασικός σκοπός της επίσκεψής σας στο Νομό;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Αναψυχή/διακοπές
- ☐ Επαγγελματικές υποχρεώσεις
- ☐ Επίσκεψη συγγενών
- ☐ Άλλο, παρακαλώ σημειώστε:.....

3. Ποιο θεωρείτε το βασικότερο πλεονέκτημα του Νομού;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Φυσικό περιβάλλον
- ☐ Ιστορία

- Παραδοσιακός χαρακτήρας/Πολιτιστική κληρονομιά
- Χαμηλό κόστος
- Αξιοθέατα
- Διαφοροποίηση σε σχέση με άλλες περιοχές
- Υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών
- Ηρεμία/Ησυχία
- Προσβασιμότητα
- Δραστηριότητες που μπορεί να πραγματοποιήσει ο επισκέπτης
- Διασκέδαση/Νυχτερινή ζωή
- Άλλο, παρακαλώ σημειώστε:.....

4. Πώς επιλέγετε να κλείσετε συνήθως το ταξίδι για το Νομό Μεσσηνίας;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- Μόνος μου
- Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου
- Με τη βοήθεια συγγενών/ φίλων

5. Διανυκτερεύετε συνήθως στο Νομό κατά την επίσκεψή σας;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ (παράβλεψη και μετάβαση στην ερώτηση 7)

6. Πόσες διανυκτερεύσεις πραγματοποιείτε συνήθως στο Νομό;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- 1
- 2
- 3-5
- Περισσότερες από 5

7. Γνωρίζετε πριν επισκεφθείτε το Νομό για την ύπαρξη αγροτουριστικών καταλυμάτων;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ (παράβλεψη και μετάβαση στην ερώτηση 11)
- Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ (παράβλεψη και μετάβαση στην ερώτηση 11)

8. Έχετε επισκεφθεί κάποιο από αυτά;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ ΝΑΙ
- ☐ ΟΧΙ (παράβλεψη και μετάβαση στην ερώτηση 11)

9. Αν ναι, πόσες φορές τα τελευταία 3 χρόνια;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ 1 φορά
- ☐ 2-3 φορές
- ☐ 3-5 φορές
- ☐ >5 φορές

10. Πώς ενημερωθήκατε για την ύπαρξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων στο Νομό;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Διαδίκτυο
- ☐ Ταξιδιωτικό πρακτορείο
- ☐ Τηλεόραση/Διαφήμιση
- ☐ Φίλος/Γνωστός/Συγγενής

## **Β': Εκτίμηση για την Αξιολόγηση του Αγροτουρισμού**

***Στην ενότητα αυτή θέλουμε τη γνώμη σας για τον Αγροτουρισμό στο Νομό Μεσσηνίας***

11. Πώς θα χαρακτηρίζατε την τρέχουσα κατάσταση του αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Αρχίζει να αναπτύσσεται: Υπάρχουν μεμονωμένες προσπάθειες, αλλά ο τομέας δεν είναι ακόμη οργανωμένος.
- ☐ Είναι σε καλό επίπεδο: Υπάρχουν αρκετές αγροτουριστικές μονάδες και δραστηριότητες.
- ☐ Υστερεί σε σχέση με άλλες περιοχές: Ο αγροτουρισμός δεν αποτελεί προτεραιότητα και δεν έχει αναπτυχθεί σημαντικά.
- ☐ Δεν έχω επαρκή πληροφόρηση: Δεν γνωρίζω αρκετά για τον αγροτουρισμό στη Μεσσηνία.

12. Πώς εκτιμάτε την ποιότητα του αγροτουρισμού στο Νομό;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Πολύ κακή
- ☐ Κακή
- ☐ Μέτρια
- ☐ Καλή
- ☐ Πολύ καλή

13. Ποιες είναι οι προτιμήσεις και οι προσδοκίες των επισκεπτών σχετικά με τον Αγροτουρισμό στο Νομό Μεσσηνίας;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Επαφή με τη φύση
- ☐ Γνήσια τοπική εμπειρία
- ☐ Αειφόρος τουρισμός
- ☐ Υψηλή ποιότητα φιλοξενίας
- ☐ Γαστρονομικές απολαύσεις
- ☐ Εκπαιδευτικές δραστηριότητες
- ☐ Ηρεμία και χαλάρωση

14. Πιστεύετε ότι είναι επαρκής η προβολή των αγροτουριστικών καταλυμάτων στο Νομό;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ ΝΑΙ
- ☐ ΟΧΙ

15. Πιστεύετε ότι υπάρχουν οι απαραίτητες υποδομές για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στο Νομό;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ ΝΑΙ
- ☐ ΟΧΙ

16. Πώς προβλέπετε ότι θα εξελιχθεί ο αγροτουρισμός στο Νομό;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Αρνητικά

- Θετικά
- Θα παραμείνει στάσιμος

17. Πως επηρεάζει ο αγροτουρισμός την τοπική οικονομία;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- Αρνητικά
- Θετικά

18. Με ποιον τρόπο επηρεάζει ο αγροτουρισμός την τοπική οικονομία;

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- Αύξηση του εισοδήματος των αγροτών
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
- Ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας
- Διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Προστασία του περιβάλλοντος

19. Ποιες στρατηγικές θα μπορούσαν να προωθήσουν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στον Νομό Μεσσηνίας

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- Ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών
- Συνεργασία και Δίκτυωση
- Προώθηση και Μάρκετινγκ
- Προστασία του περιβάλλοντος
- Εμπλουτισμός της τουριστικής εμπειρίας
- Βιωσιμότητα

### **Γ': Δημογραφικά Στοιχεία Επισκεπτών**

20. Συχνότητα Ταξιδιού

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- 1 φορά το χρόνο
- 1-3 φορές το χρόνο
- Περισσότερο από 3 φορές το χρόνο
- Άλλο:.....

21. Φύλο.

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Άνδρας
- ☐ Γυναίκα
- ☐ Άλλο:

22. Ηλικία.

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-44
- ☐ 45-54
- ☐ >55

23. Επίπεδο μόρφωσης.

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου
- ☐ Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- ☐ Απόφοιτος Ανώτερου – Ανώτατου Πανεπιστημίου (ΑΕΙ-ΤΕΙ)
- ☐ Απόφοιτος Β΄ Βάθμιας Εκπαίδευσης
- ☐ Υποχρεωτική Εκπαίδευση

24. Περιοχή Μόνιμης Κατοικίας

*Συμπληρώστε νομό ή πρωτεύουσα.*

.....

25. Επάγγελμα/Ιδιότητα

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Φοιτητής/Σπουδαστής/Μαθητής
- ☐ Δημόσιος υπάλληλος
- ☐ Ελεύθερος επαγγελματίας
- ☐ Οικιακά/Συνταξιούχος
- ☐ Ιδιωτικός υπάλληλος
- ☐ Άλλο, παρακαλώ σημειώστε:.....

26. Μέσο Ατομικό Μηνιαίο Εισόδημα.

*Να επισημαίνεται μια μόνο επιλογή.*

- ☐ Έως 600 €
- ☐ 601 €-1000 €
- ☐ 1001 €-2000 €
- ☐ 2001 €-4000 €
- ☐ Περισσότερο από 4000 €

Ευχαριστούμε πολύ!