

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Δημιουργία αγροτουριστικής επιχείρησης
με ίδρυση και λειτουργία διαφόρων κλάδων**



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΜΑΡΙΝΑ ΓΚΙΟΛΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΑΜΠΟΥΡΗ ΜΑΡΙΑ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2019

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Με την δημιουργία της παρούσας εργασίας παρουσιάζεται η μορφή του αγροτουρισμού, οι επιχειρήσεις που μπορούν να ενταχθούν στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις και τα μοντέλα ανάπτυξης του αγροτουρισμού.

Τα τελευταία χρόνια έχει παρουσιαστεί μια αυξημένη ζήτηση ως προς τον αγροτουρισμό, τόσο από ανθρώπους που ζουν έξω από αστικά κέντρα και θέλουν να δημιουργήσουν μια επιχείρηση κοντά στο φυσικό περιβάλλον, αξιοποιώντας δράσεις που μπορούν έχουν να κάνουν με τη φύση, αλλά και από επισκέπτες οι οποίοι θέλουν να επισκεφτούν αγροικίες, καταλύματα και διάφορους χώρους εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων.

Είναι σημαντική η μορφή του αγροτουρισμού στην τοπική οικονομία αλλά και στον τουρισμό γενικότερα. Μεγάλη μερίδα ανθρώπων θέλουν να ξεκινήσουν τη δική τους αγροτουριστική επιχείρηση και μέσα από αυτή να εξελιχθούν οι ίδιοι αλλά και να αναπτυχθεί η ύπαιθρος γενικότερα. Είναι άνθρωποι που διαμένουν μόνιμα στην ύπαιθρο αλλά και άνθρωποι οι οποίοι ζουν στα μεγάλα αστικά κέντρα και θέλουν να επιστρέψουν στον τόπο καταγωγής τους να δημιουργήσουν μια αγροτουριστική επιχείρηση δίνοντας την ευκαιρία στους επισκέπτες να γνωρίσουν νέους τόπους, να πάρουν μέρος σε τοπικές δράσεις των κατοίκων της υπαίθρου.

Εδώ και αρκετά χρόνια το κράτος έχει συμβάλλει στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού μέσω των αγροτουριστικών προγραμμάτων που δίνουν την δυνατότητα σε όσους μπορούν να ενταχθούν κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις να δημιουργήσουν επιχειρήσεις συμβάλλοντας έτσι στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην ανάπτυξη και ανάδειξη της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς καθώς και στην οργάνωση δράσεων κοντά στο περιβάλλον.

Παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον η αναζήτηση νέων κινήτρων που κάνουν αρκετούς να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό διότι αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να αναπτυχθεί μια καλύτερη ποιότητα ζωής τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και σε οικονομικό επίπεδο αφού είναι ένας τρόπος να έχουν ένα έξτρα εισόδημα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται πως με την άνοδο του βιωτικού επιπέδου, με την βελτίωση των μετακινήσεων, την μεγάλη προβολή τουριστικών προορισμών και την ανάγκη που έχουν οι άνθρωποι να ξεφύγουν από τις αστικές πόλεις και την έντονη καθημερινότητα, έχει παρατηρηθεί η άνοδος την αύξησης για ζήτηση και προσφορά τουρισμού. Το φαινόμενο αυτό εξελίσσεται σημαντικά πολλοί είναι εκείνοι που επισκέπτονται προορισμούς πιο κοντά στο φυσικό περιβάλλον αλλά υπάρχει και μεγάλο το ενδιαφέρον για την δημιουργία τουριστικών επιχειρήσεων κοντά στη φύση τόσο από κατοίκους των μεγάλων πόλεων όσο και από κατοίκους που διαμένουν μόνιμα έξω από τις μεγάλες πόλεις. Έχει δημιουργηθεί ενδιαφέρον για αναζήτηση ως προς αγροτουριστικές περιοχές αλλά και την δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Είναι μια μορφή τουρισμού που τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να έχει μια ανοδική πορεία στη χώρα μας και ενδιαφέρει τόσο τους νέους όσο και ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας που θέλουν να έχουν ένα επιπρόσθετο εισόδημα αλλά και να ασχοληθούν γενικότερα με τον τουρισμό.

Στο κεφάλαιο 1 παρουσιάζεται η μορφή αλλά και η συμβολή του τουρισμού γενικότερα στην ελληνική οικονομία. Πόσο σημαντικός παράγοντας είναι ώστε να αναπτυχθεί οικονομικά μια χώρα για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στην ανταγωνιστικότητα με τις άλλες χώρες. Ο τουρισμός για μια χώρα είναι ο πυρήνας της οικονομίας παρουσιάζοντας μελλοντικές τάσεις που μπορεί να δημιουργηθούν στον κλάδο.

Στο κεφάλαιο 2 δίνεται η έννοια του αγροτουρισμού, πως μπορεί να εξελιχθεί από τους στόχους που έχει βάλει ώστε να αναπτυχθεί περισσότερο. Τα αγροτουριστικά προϊόντα και οι δραστηριότητες που συνδέονται με τον αγροτουρισμό πόσο σημαντικά είναι για την ανάδειξή του και την περαιτέρω εξέλιξή του.

Στο κεφάλαιο 3 ο αγροτουρισμός και οι επιχειρήσεις, ποιοι μπορούν να ενταχθούν στα αγροτουριστικά προγράμματα για να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα του αγροτουρισμού που μπορούν να εστιάσουν και ποια τα μειονεκτήματά του.

Στο κεφάλαιο 4 έχουμε να κάνουμε με την δημιουργία μια αγροτουριστικής επιχείρησης. Ποια είναι τα κριτήρια για να μπορέσει ο ενδιαφερόμενος να δημιουργήσει μια αγροτουριστική επιχείρηση, ποια είναι τα αρχικά βήματα που πρέπει να γίνουν και οι προϋποθέσεις της αγροτουριστικής ανάπτυξης.

Στο κεφάλαιο 5 παρουσιάζεται ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα και ο ρόλος του ΣΕΑΓΕ. Οι προϋποθέσεις που χρειάζονται για να ενταχθεί μια επιχείρηση σε μια αγροτουριστική. Οι δράσεις του ΣΕΑΓΕ σε ότι αφορά τον αγροτουρισμό και πως αναπτύσσεται ο αγροτουρισμός μέσα από τους στόχους που έχει θέσει.

Στο κεφάλαιο 6 τα προγράμματα του χρηματοδότησης για τον αγροτουρισμό πόσο σημαντικά είναι και ποιες οι δράσεις του κάθε προγράμματος ώστε να αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός.

Πίνακας περιεχομένων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ	0
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο Τουρισμός και η συμβολή του	7
Έννοια Τουρισμού.....	7
Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία	8
Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού	12
Μελλοντικές τάσεις στον κλάδο.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο Αγροτουρισμός και η εξέλιξή του	17
Αγροτουρισμός	17
Η εμφάνιση και η εξέλιξη του Αγροτουρισμού	18
Χαρακτηριστικά και Στόχοι Αγροτουρισμού.....	18
Αγροτουριστικό προϊόν και δραστηριότητες που συνδέονται με τον Αγροτουρισμό.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Αγροτουρισμός και επιχειρήσεις	23
Δικαιούχοι αγροτουριστικών επιχειρήσεων	23
Αγροτουριστικές επιχειρήσεις.....	23
Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αγροτουρισμού	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Δημιουργία αγροτουριστικής επιχείρησης	29
Βασικά βήματα για τη δημιουργία αγροτουριστικής επιχείρησης.....	29
Βασικά βήματα για τη δημιουργία αγροτουριστικής επιχείρησης.....	32
Προϋποθέσεις αγροτουριστικής ανάπτυξης.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα	37
και ο ρόλος του ΣΕΑΓΕ	37
Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα	37
Προϋποθέσεις ένταξης μιας τουριστικής επιχείρησης στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις.....	38
Ο ρόλος και η δράση του ΣΕΑΓΕ (Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδος)	41
Τα μέλη του ΣΕΑΓΕ	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Προγράμματα Χρηματοδότησης Αγροτουρισμού	44
Προγράμματα LEADER.....	44
Προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης	49
Ψηφιακές Ενισχύσεις.....	51
Επίλογος – Συμπεράσματα.....	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	55
ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	55

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	56
http://bigbusiness.gr Ο θρίαμβος του ελληνικού τουρισμού, οι καλές προοπτικές και οι απαιτούμενες επενδύσεις	57
http://agroxenia.net/stoxoi : Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδας	57

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο Τουρισμός και η συμβολή του

Έννοια Τουρισμού

Η λέξη τουρισμός έχει προέλθει από την γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος, από την αγγλική λέξη «Touring» που σημαίνει και έχει να κάνει με την επίσκεψη ατόμων σε περιοχές με αξιοθέατα. Ένας άλλος ορισμός προέρχεται από την Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού η οποία λέει πως « ο τουρισμός είναι ένα σύνολο ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές που προκαλούνται από την εξωτερική και την πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993: 7).

Τουρισμός καλείται η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων, μεμονωμένων ή συλλογικά, από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε κάποιο άλλο τόπο (εντός ή και εκτός της χώρας διαμονής τους), η οποία αποσκοπεί στην ικανοποίηση της ψυχικής επιθυμίας ή πνευματικής περιέργειας, η οποία προκαλεί τη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων. Ο βασικός διαχωρισμός του τουρισμού είναι σε εσωτερικό και σε εξωτερικό τουρισμό.

Όποιον ορισμό και να υιοθετήσει κανείς το μόνο σίγουρο πως ο τουρισμός σήμερα αποτελεί την πιο μεγάλη βιομηχανία στον πλανήτη η οποία έχει αποκτήσει τεράστια δυναμική. Όπως σε όλους τους οικονομικούς κλάδους έτσι και στον τουρισμό η ανάπτυξη, η εξέλιξη και η δυναμική προσδιορίζονται από την προσφορά και την ζήτηση που υπάρχει.

Αν κάποιος ανατρέξει στην βιβλιογραφία θα δει πως υπάρχουν πολλές έννοιες για την λέξη «τουρισμός» και αυτό δείχνει την πολυπλοκότητά του ως φαινόμενο. Κοινό χαρακτηριστικό που έχουν οι ορισμοί που χαρακτηρίζουν τον τουρισμό είναι ως κάποια δραστηριότητα που συνδέει την τάση που έχει ο άνθρωπος για επικοινωνία, ψυχαγωγία και την δημιουργία νέων εμπειριών μέσα από κάποιον ταξιδιωτικό προορισμό που πραγματοποιούν.

Ο πρώτος ορισμός που δίνει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), όπου τον χαρακτηρίζει πλήρη και ακριβή τον περιγράφει ως μια σειρά δραστηριοτήτων. Ο τουρισμός σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. αποτελείται από τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και μένουν σε μέρη διαφορετικά από το συνηθισμένο περιβάλλον τους μακριά από προβλήματα της καθημερινότητας για ασκήσεις επιχειρησιακής δραστηριότητας και για διάστημα μεγαλύτερο από ένα έτος.

Γενικότερα ο τουρισμός είναι μια σειρά που συνδυασμού δραστηριοτήτων επιχειρησιακών και βιομηχανιών, μεταφορικών μέσων, χώρων διαμονής και ψυχαγωγίας, χώρων αθλητισμού, εστιατορίων εμπορικών μαγαζιών αλλά και άλλων δραστηριοτήτων που προσφέρουν εμπειρίες ταξιδιωτικές και συμβάλλουν στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στις νέες θέσεις εργασίας, στην αύξηση των επενδύσεων αλλά και την ανάπτυξη της οικονομίας..

Η δεύτερη έννοια του τουρισμού δίνεται πιο συνοπτική με επίκεντρο τη δημιουργία των σχέσεων και διαδικτυακών φαινομένων που αναπτύσσονται όταν δημιουργείται τουριστική δραστηριότητα. Ο ορισμός αυτός διατυπώνει τον τουρισμό ως σύνολο φαινομένων και σχέσεων που προέρχονται από την επικοινωνία των ανθρώπων είτε αυτοί είναι τουρίστες, προμηθευτές, είτε άνθρωποι επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων στις χώρες υποδοχής, στη διαδικασία της έλξης, της φιλοξενίας αυτών των τουριστών και των άλλων επισκεπτών (Θεοδωροπούλου, 2006).

Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Ο τουρισμός αποτελεί τα τελευταία χρόνια για την ελληνική οικονομία το ανάχωμα στην ύφεση και την ατμομηχανή για την μείωση της ανεργίας. Ο κλάδος του τουρισμού είναι ένας από τους λίγους τομείς που παρουσιάζουν επενδυτικό ενδιαφέρον και λόγω της σημασίας του μπορεί να αποτελέσει βασικό μοχλό για την επάνοδο της χώρας στην ανάπτυξη. Λόγω δε της μεγάλης διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά την χώρα, ο τουρισμός παίζει καταλυτικό ρόλο στην διαμόρφωση του εθνικού εισοδήματος σε πολλές Περιφέρειες της χώρας. Στον αντίποδα, ο τουρισμός έχει έντονη εποχικότητα λόγω του ότι οι διακοπές για Ήλιο & Θάλασσα -που όμως αποτελούν και την μεγαλύτερη Ευρωπαϊκή προϊόντική αγορά-αποτελούν το βασικό τουριστικό προϊόν της χώρας

Σύμφωνα με τη μελέτη του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) για τη συμβολή του κλάδου στην εθνική οικονομία το 2017, η απασχόληση κατά το 2ο και 3ο τρίμηνο, που αποτελούν και τις περιόδους αιχμής με την υψηλότερη ροή ξένων επισκεπτών, αυξήθηκε 6,6% και 4,6% αντίστοιχα σε σύγκριση με το 2016.

Όπως αναφέρεται ειδικότερα στη μελέτη με τίτλο «**Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2017**», τα καταλύματα και η εστίαση αντιπροσωπεύουν το 63,3% της τουριστικής δαπάνης στην Ελλάδα. Με την υπόθεση εργασίας ότι αντίστοιχη είναι και η συμβολή των δύο αυτών κλάδων στην απασχόληση σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό, συμπεραίνεται ότι **το σύνολο της απασχόλησης που δημιούργησε η τουριστική αγορά κατά την αιχμή (τρίτο τρίμηνο) του 2017 εκτιμάται σε 630 χιλιάδες εργαζόμενους ή στο 16,9% της συνολικής απασχόλησης**. Με πολλαπλασιαστική αντίστοιχο του ΑΕΠ (2,2 ή 2,65), η συνολική απασχόληση (άμεση και έμμεση) που δημιουργεί ο τουρισμός ανέρχεται στο 37,2% έως 44,8% του συνόλου.

Τη χρονιά που πέρασε, ο εισερχόμενος τουρισμός παρουσίασε αύξηση αφίξεων κατά 9,7%, αλλά και εσόδων κατά 11,7%, πετυχαίνοντας νέα επίπεδα ρεκόρ με 27,2 εκατ. τουρίστες και 14,2 δισ. ευρώ εισπράξεις αντίστοιχα. Συγκεκριμένα, συνεχίζει η μελέτη, τα έσοδα μετά την πτώση του 2016 (-6,8%) σημείωσαν μεγάλη αύξηση, υπερβαίνοντας τα έσοδα του 2015 που αποτελούσαν έως τώρα την καλύτερη επίδοση στις ταξιδιωτικές εισπράξεις. Παράλληλα, **στις διανυκτερεύσεις η αύξηση έφτασε το 10,2%** και συνολικά ανήλθαν σε σχεδόν 210 εκατ., που επίσης αποτελεί νέο ρεκόρ. Η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη ανήλθε στα 522,3 ευρώ εμφανίζοντας αύξηση κατά 1,6%, που οφείλεται πρωτίστως στην αύξηση της Δαπάνης ανά Διανυκτέρευση κατά 1,1% (από 67 σε 67,7 ευρώ) και δευτερευόντως στην οριακή αύξηση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής κατά 0,5% (7,7 διανυκτερεύσεις).

Έτσι ο κλάδος συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία του 10,3% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται από 22,6% έως 27,3%. Ειδικότερα, για κάθε 1 ευρώ τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 έως 2,65 ευρώ. Η μελέτη αποτυπώνει όμως και την έντονη εποχικότητα που καταγράφει ο τουρισμός στην Ελλάδα. Το 61% των εσόδων καταγράφεται στο 3ο τρίμηνο του έτους. Αντίστοιχα, **στο 2ο τρίμηνο, που σηματοδοτεί την έναρξη της τουριστικής περιόδου, καταγράφεται το 24% των εσόδων**. Για το 1ο και 4ο τρίμηνο, τόσο οι αφίξεις όσο και τα έσοδα είναι συγκριτικά μικρότερα, με το 1ο τρίμηνο να καταγράφει μόλις το 6% των αφίξεων και το 4% των εσόδων και το 4ο τρίμηνο το 13% των αφίξεων και 11% των εσόδων.

Το 2017 η εισερχόμενη τουριστική κίνηση αυξήθηκε κατά 7,4%,αγγίζοντας τους 30,1 εκατ. τουρίστες κι ο ελληνικός τουρισμός παρουσίασε αύξηση εσόδων από το εξωτερικό κατά 11,4%ή κατά 1,45 δισ. ευρώ, σε σχέση με το 2016.

Η συνολική αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας εκτιμάται σε 1,56 δισ. ευρώ, από 16,7 δισ. ευρώ άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ το 2016 σε 18,3 δισ. ευρώ το 2017. Παράλληλα, ο τουρισμός συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία του 10,3% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται από 22,6% έως 27,3%. Για κάθε 1 ευρώ τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 έως 2,65 ευρώ. Το 2017, ο τουριστικός τομέας με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψε το 80% του ελλείμματος του ισοζυγίου αγαθών. Οι εισπράξεις αυτές, είναι ίσες με το 74% των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων που εξάγει η χώρα, εξαιρουμένων των εισπράξεων από εξαγωγή πλοίων και καυσίμων.

Αν στις ταξιδιωτικές εισπράξεις συνυπολογισθούν και οι εισπράξεις από αερομεταφορές και θαλάσσιες μεταφορές από τον εισερχόμενο τουρισμό, τότε το σύνολο των ταξιδιωτικών εισπράξεων αγγίζει το 82% των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων, πλην πλοίων και καυσίμων.

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός πως ο τουρισμός αποτελεί μια πολύ μεγάλη δραστηριότητα στην παγκόσμια κλίμακα και οι διαστάσεις την τελευταία δεκαετία ώθησαν το τουριστικά δημιουργούμενο Παγκόσμιο Ακαθάριστο Προϊόν αγαθών και υπηρεσιών πάνω από 4,5 τρις εκ. δολ προκαλώντας το σύνολο άμεσης και έμμεσης απασχόλησης σε πάνω από 230 εκατομμύρια εργαζόμενους. Για την χώρα μας η οικονομική σημασία του τουρισμού τόσο από μακροοικονομική θεώρηση όσο και στο μικροοικονομικό επιχειρηματικό επίπεδο είναι προφανής και σημαντική.

Ο τουρισμός έχει επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τα μακροοικονομικά μεγέθη όπως επίσης και τα μεγέθη των βασικών κατηγοριών της οικονομίας που είναι: Α.Ε.Π., Ισοζύγιο συναλλαγών, απασχόληση, κατανάλωση, επενδύσεις εισαγωγές), ακολουθώντας οι εθνικές και περιφερειακές πολιτικές. Σε μικρό επίπεδο αποτελεί την κύρια οικονομική δραστηριότητα για ολόκληρες περιοχές και τόπου, όπου εκφράζει την δραστηριότητα η οποία μπορεί να εξασφαλίσει την παραμονή του ηλικιακά και οικονομικά ενεργού πληθυσμού στις τοπικές κοινωνίες αποτρέποντας έτσι την περαιτέρω δημογραφική γήρανση και συρρίκνωσή τους.

Παρόλο που ο τουρισμός μεγεθύνεται στην Ελλάδα, παράλληλα διαμορφώνεται μια κατάσταση ανησυχητική ως προς την ποιοτική εικόνα του ελληνικού τουρισμού η οποία δημιουργείται και συντηρείται από έναν φαύλο κύκλο λόγω της μειωμένης ποιότητας υποδομών αλλά και μεγάλου μέρους της τουριστικής ανωδομής που δεν επιτρέπει να αναδειχτούν τα πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού. Πλεονεκτήματα τόσο του ελληνικού τουριστικού χώρου αλλά των μεγάλων προσπαθειών που έχουν καταβάλλει πολλές ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις και τοπικές αυτοδιοικήσεις, ώστε να αναβαθμίσουν την ποιότητα των υπηρεσιών του τουριστικού προϊόντος και με τον τρόπο αυτό την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού.

Η κατάσταση αυτή, έχει ως αποτέλεσμα να εμφανίζονται προβλήματα και απόψεις τα οποία εστιάζονται στην αποσπασματική διατύπωση θέσεων, πίεσεων και αιτημάτων για ενέργειες «πυροσβεστικού» και "διορθωτικού" χαρακτήρα, όπως π.χ. την αποσπασματική και απρογραμματίστη ένταση των διαφημιστικών ενεργειών αλλά και τη διαχείριση του χώρου και του περιβάλλοντος με εμβληματικά σχέδια, τόσο συγκυριακού χαρακτήρα που ανατρέπουν συχνά την ίδια τη φύση της λογικής του Σχεδίου ως βασικού στοιχείου

ορθολογικότητας στη διαχείριση του χώρου. Οι απόψεις και οι πιέσεις αυτές, όσο και αν δικαιολογούνται από την αγωνία των συμμετεχόντων στην τουριστική δραστηριότητα, δεν παύουν να είναι 2 αποσπασματικές και να αγνοούν σε μεγάλο βαθμό το περιεχόμενο, τη σημασία και τον πραγματικό ρόλο του τουρισμού για την ελληνική οικονομία.

Η πραγματική οικονομική φύση του τουρισμού, δηλαδή η συνολική καταναλωτική και συνακόλουθα η συνολική παραγωγική-βιομηχανική του φύση, ανάγεται ως η αναγκαία και ικανή βάση αξιολόγησης τόσο της ύπαρξης και της μεγέθυνσης αυτού του ίδιου του τομέα όσο όμως και κύρια της σημασίας, του ρόλου και της συμβολής του τουρισμού στην ανταγωνιστικότητα τόσο του συνόλου της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας όσο και των επιμέρους περιφερειών και περιοχών της.

Είναι πλέον η ύστατη στιγμή της περίσκεψης, της επιλογής και της απόφασης για την αποδοχή ή μη της πραγματικής οικονομικής φύσης και του ρόλου του τουρισμού στην ελληνική οικονομία πράγμα που σημαίνει και η στιγμή της απόφασης για την αντιμετώπιση της τουριστικής πολιτικής ως μέρους της γενικότερης οικονομικής και βιομηχανικής πολιτικής της χώρας, της περιφέρειας της περιοχής.

Οι σημερινές δυναμικότητες της κλασσικής ξενοδοχίας ξεπερνούν πλέον τις 9.500 μονάδες με πάνω από 312.000 δωμάτια και περισσότερες από 600.000 κλίνες συγκροτούν το θεμελιώδες στοιχείο της τουριστικής ανωδομής επί του οποίου στηρίζεται και μέσω του οποίου καθορίζεται η διαρθρωτική εξέλιξη του επιπέδου παραγωγής και διάθεσης της ετήσιας τουριστικής κατανάλωσης τόσο στη χώρα όσο και στις επιμέρους περιφέρειες και περιοχές της .

Η διαμονή, η διακίνηση καθώς και η κατανάλωση των ετησίως περίπου 14 εκατ. τουριστών με τις περισσότερες από 140 εκατ. διανυκτερεύσεις στα πάσης φύσεως καταλύματα υποστηρίζεται από ένα κύκλωμα υποκλάδων αποκλειστικής παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με τα ακόλουθα χονδρικά μεγέθη:

- 4.850 Τουριστικά γραφεία
- 750 Τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών.
- 1.500 Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων Ι.Χ. χωρίς οδηγό
- 200 Ναυλομεσιτικά γραφεία για την αντιπροσώπευση περισσοτέρων από 4.500

σκάφη αναψυχής

- 30.000 Επιχειρήσεις εστίασης – καφετέριες- διασκέδασης
- 12.000 Εμπορικές επιχειρήσεις αναμνηστικών πάσης φύσεως
- 2.000 Διπλωματούχοι ξεναγοί ως ατομικοί επαγγελματίες
- 350 Κάμπινγκ με περίπου 34.000 θέσεις κατασκήνωσης

Εκτός των αναφερομένων, την ετήσια τουριστική κατανάλωση υποστηρίζει η παραγωγή από μια πληθώρα εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής/ανωδομής όπως Συνεδριακά Κέντρα, αίθουσες συνεδρίων μικροτέρων μεγεθών, γήπεδα γκολφ, Κέντρα Θαλασσοθεραπείας ενώ ένας σημαντικός αριθμός από 3 Μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα, Ιαματικές Πηγές και τόπους τουριστικής επίσκεψης συμπληρώνουν την εικόνα της τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα.

Με όλο αυτό το πλέγμα των επιχειρήσεων, των κλάδων παραγωγής και την διάθεση του χαρακτηριστικού τουριστικού προϊόντος βρίσκεται και ένα άλλο κύκλωμα που είναι έτοιμο να παρέχει τα εποχικά προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες σε συνεργασία με ένα πλήθος επιχειρήσεων σε διάφορους κλάδους χαρακτηριστικής ή μη αποκλειστικής τουριστικής παραγωγής όπως είναι: Τράπεζες, Οδικές, Θαλάσσιες και Αεροπορικές

μεταφορές, Ταχυδρομικές και Ιατρικές Υπηρεσίες, Πρατήρια καυσίμων, Καταστήματα τροφίμων, Υπηρεσίες Αεροδρομίων, Λιμένων και Σταθμών.

Πίσω όμως από όλους τους προαναφερόμενους κλάδους αποκλειστικά ή έμμεσα τουριστικής παραγωγής διάθεσης και εμπορίου βρίσκεται το σύνολο σχεδόν των κλάδων εγχώριας μεταποιητικής παραγωγής καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών καθώς και ένα σημαντικό μέρος των αναγκαίων για τον τουρισμό κεφαλαιουχικών αγαθών.

Ο τομέας του τουρισμού και των ταξιδιών στην Ελλάδα, το 2018, αναπτύχθηκε κατά 6,9% – με ρυθμό ανάπτυξης 3,5 φορές υψηλότερο από τον ρυθμό ανάπτυξης του συνόλου της εθνικής οικονομίας, που ήταν 2,0%, επισημαίνει σε έρευνά του το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού WTTC, υπογραμμίζοντας ότι ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 20,6% του ΑΕΠ της Ελλάδας, έναντι 10,4% που είναι αντιστοίχως το παγκόσμιο ποσοστό.

Αυτό σημαίνει ότι ένα στα πέντε ευρώ που δαπανήθηκαν στην Ελλάδα το περασμένο έτος προήλθε από τον κλάδο του τουρισμού και των ταξιδιών, με τον τζίρο του κλάδου να φθάνει τα 37,5 δισ. ευρώ. Επίσης, το ένα τέταρτο της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα βασίζεται στον τουρισμό και ισοδυναμεί με 988.600 θέσεις εργασίας. Το 2019, ο αριθμός αυτός προβλέπεται να ξεπεράσει το ένα εκατομμύριο θέσεις εργασίας για πρώτη φορά από τότε που το WTTC καταγράφει την πορεία του ελληνικού τουρισμού.

Ακόμη και την περίοδο των υψηλών οικονομικών επιδόσεων πριν από την οικονομική κρίση στην Ελλάδα απασχολούνταν λιγότεροι άνθρωποι στον κλάδο του τουρισμού από ό,τι το 2018 (934.500 το 2006). Το γεγονός αυτό δείχνει ότι όχι μόνον έχει ανακάμψει η τουριστική οικονομία, αλλά ότι οι επιδόσεις της σήμερα ξεπερνούν κάθε προηγούμενο, πάντα σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού WTTC. Το ίδιο ισχύει και για τη συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας, η οποία ποτέ στο παρελθόν δεν είχε αγγίξει το 20% του συνολικού ΑΕΠ.

Τα στοιχεία αυτά προέρχονται από την ετήσια επισκόπηση του WTTC για τον οικονομικό αντίκτυπο και την κοινωνική σημασία του τουρισμού. Η έρευνα που εκπροσωπεί τον παγκόσμιο ιδιωτικό τομέα του τουρισμού δείχνει ότι το 2018 ο κλάδος του τουρισμού και των ταξιδιών στην Ελλάδα υπερέβη τον ρυθμό ανάπτυξης του τουρισμού και των ταξιδιών στην Ε.Ε. που ήταν 2,4%. Τόσο η συνολική οικονομία της Ε.Ε. όσο και η οικονομία της Ελλάδας αναπτύχθηκαν κατά 2,0%, αλλά ο ελληνικός ταξιδιωτικός τομέας σημείωσε αλματώδη άνοδο σε σύγκριση με τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους. Την ίδια στιγμή, ενισχύθηκε με 18,5 δισ. από τις δαπάνες των διεθνών επισκεπτών, που αντιπροσωπεύουν το 27,9% των συνολικών εξαγωγών.

Η πρόεδρος και CEO του WTTC Γκλόρια Γκεβέρα σημείωσε: «Είμαστε εξαιρετικά εντυπωσιασμένοι από τον ρυθμό ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού και τις στρατηγικές της κυβέρνησης που του έδωσαν ώθηση. Ο κλάδος του τουρισμού και των ταξιδιών είχε τεράστιο ρόλο στην ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας και αποτελεί βασικό εργοδότη των Ελλήνων. Η Ελλάδα είναι παράδειγμα προς μίμηση για το πόσο πολύτιμο κεφάλαιο μπορεί να αποτελέσει ο τουρισμός όταν μια κυβέρνηση δίνει προτεραιότητα στον κλάδο».
(kathimerini.gr)

Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού

Μια χώρα έχει ανταγωνιστικότητα όταν μπορεί να ανταποκριθεί με τον καλύτερο τρόπο στις απαιτήσεις της εποχής αλλά και της διεθνούς ζήτησης συγκριτικά με τις ανταγωνίστριες σε αυτήν χώρες σε τομείς που έχουν να κάνουν με την οικονομική της δραστηριότητα. Αυτό προϋποθέτει να υπάρχει μια μακροχρόνια αύξηση του κατά κεφαλήν ΑΕΠ αλλά και γενικότερα την οικονομική και κοινωνική ευημερία που έχει η χώρα η οποία συνεπάγεται με την αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού και των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει (Βαρώτσου, 2013).

Η οικονομική ανάπτυξη όμως συνοδεύεται με την από τη μείωση του περιβαλλοντικού και κάθε άλλου είδους κόστους. Για να καταστεί μια χώρα να είναι ανταγωνιστική πρέπει στο εσωτερικό της να έχουν αναπτυχθεί οι σωστές υποδομές, να έχουν εφαρμοστεί ανάλογες πολιτικές και θεσμικό και οικονομικό επίπεδο για να μπορεί να διευκολυνθεί έτσι η επιχειρηματικότητα (Χλέτσος, «Ανταγωνιστικότητα Επιχειρηματικότητα-Εξωστρέφεια της ελληνικής οικονομίας»), η προσβασιμότητα (χωροταξικά και γραφειοκρατικά), και εν τέλει η οικονομική ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα της.

Υπάρχουν πολλές ανταγωνιστικές δυνάμεις που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα μιας βιομηχανίας που μπορούν να εφαρμοστούν και σε κάθε άλλη οικονομική δραστηριότητα όπως στον τουρισμό. Η ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων, η απειλή από νεοεισερχόμενους στον κλάδο, η διαπραγματευτική ισχύς προμηθευτών (για τον τουρισμό Tour Operators), η διαπραγματευτική ισχύς πελατών και ο ανταγωνισμός μεταξύ των υφιστάμενων ανταγωνιστών.

Η κρίση ανάγκασε την Ελλάδα ως χώρα να γίνει πιο φιλική στον τουρισμό. Οι αφίξεις το 2017 των τουριστών ξεπέρασαν τα 30 εκ. ενώ το 2009 ήταν στα 14,9 εκ. δείχνοντας έτσι μια αύξηση της τάξεως του 100% σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος (ΣτΕ). Τα έσοδα είχαν αύξηση κατά 40% κι αυτό έδειχνε πως η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα δεν έγινε με τουρίστες οι οποίοι έχουν υψηλά εισοδήματα και αυτό το αποτυπώνει το μέσο κόστος ταξιδιού όπου η μείωση υπολογίζεται στο 30%. Όμως από την άλλη μεριά οι καινούργιες ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν δημιουργηθεί είναι περισσότερο ξενοδοχεία 3 αστέρων και πάνω, δείχνοντας έτσι πως οι επενδύσεις γίνονται σε διαφορετικές κατευθύνσεις.

Τη νέα ατμομηχανή της Ελληνικής οικονομίας σίγουρα την αποτελεί ο τουρισμός, ύστερα από τη κάμψη που προκάλεσε η διόγκωση της οικοδομής την περασμένη δεκαετία. Είναι πολλοί οι αναλυτές και οικονομολόγοι που υποστηρίζουν πως ο κλάδος του τουρισμού δεν αποτελεί από μόνος του το μόνο εφόδιο για την ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας σε σχέση με τις άλλες χώρες. Μπορεί να μην είναι από όνομα του «φάρμακο» για την Ελληνική οικονομία και ανταγωνιστικότητα, όμως αποτελεί έναν μεγάλο παράγοντα που παίζει ρόλο στην γρήγορη ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας.

Με βάση τα στοιχεία της Ένωσης Ελλήνων Ξενοδόχων (ΕΕΞ) οι μονάδες των ξενοδοχείων ενός ή δυο αστέρων κατά την περίοδο 2000-2017 παρουσίασαν μείωση 8% ενώ τα ξενοδοχεία τριών με πέντε αστέρων είχαν αυξημένη ζήτηση κατά 90% την ίδια ακριβώς περίοδο.

Η Ελλάδα βρίσκεται στην 24^η θέση της ανταγωνιστικότητας και ελκύει στον τομέα του τουρισμού στο σύνολο των 136 χωρών εξαιτίας της προώθησης του τουριστικού

προϊόντος και με τις προσπάθειες που γίνονται, για την προβολή του φυσικού κάλους της, σύμφωνα με την έρευνα UNTWO (World Tourism Barometer). Μένουν όμως να γίνουν πολλά, για να μπορέσει η Ελλάδα να καταστεί πρώτη στην προτίμηση των Ευρωπαίων ως προορισμός. Βρίσκεται 4 θέση πίσω από την Ισπανία, Ιταλία και την Κύπρο.

Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουρισμού αλλά και η βελτιωμένη «ποιότητα» των επισκεπτών αρχίζει να περνάει στο να δημιουργούνται υποδομές από την σύμπραξη κράτους και ιδιωτών, τόσο σε θέματα που έχουν να κάνουν με τη μετακίνηση όσο και στις υποδομές σε βουνά και θάλασσες.

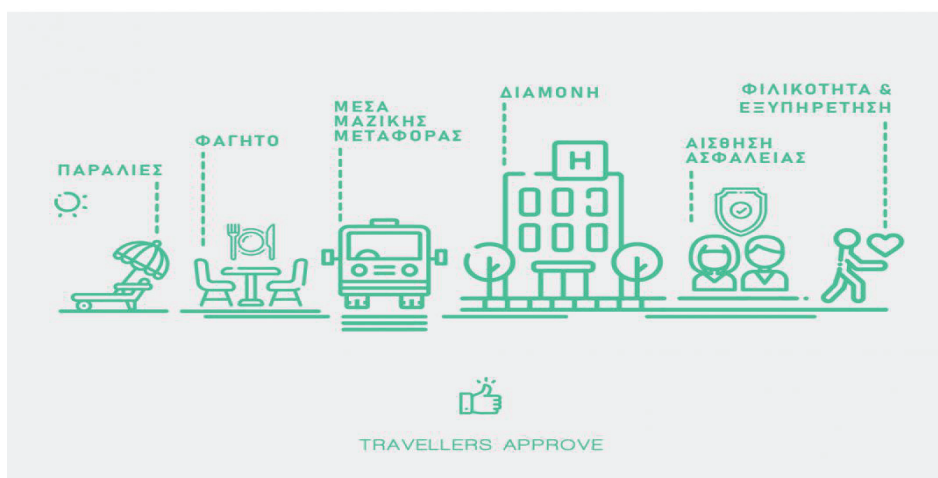
Με αυτή την ενίσχυση των υποδομών δίνεται μεγαλύτερη αξία στα νέα καταλύματα με υψηλές προδιαγραφές, που δημιουργούνται στην Ελληνική επικράτεια και τονώνεται περισσότερο το επενδυτικό ενδιαφέρον για να κατασκευαστούν ξενοδοχεία με υψηλές προδιαγραφές, αλλά και άλλες επενδύσεις που έχουν να κάνουν με την τουριστική βιομηχανία. Όλες αυτές οι κινήσεις συνδυαζόμενες με την μεταβολή των όρων δόμησης και τη δημιουργία καλού επενδυτικού περιβάλλοντος δίνουν την απαραίτητη ώθηση στην Ελληνική οικονομία και ανταγωνιστικότητα.

Τα πέντε κριτήρια που ικανοποίησης των τουριστών στη Νότια Ευρώπη (Ελλάδα, Ισπανία, Ιταλία, Μάλτα, Πορτογαλία, Τουρκία, Κροατία) είναι ο φιλόξενος χαρακτήρας και η φιλικότητα των κατοίκων, η διαμονή, η ασφάλεια, η γαστρονομία αλλά και η ομορφιά των τοπίων.

Και στα πέντε αυτά κριτήρια η Ελλάδα υπερτερεί, έναντι του ανταγωνισμού, προσφέροντας μεγάλη ικανοποίηση σε όσους την επισκέπτονται. Όμως υστερεί έναντι των ανταγωνιστικών χωρών στην καθαριότητα των επιμέρους προορισμών, στην πληροφόρηση, στην άναρχη πολεοδομία, στην ευκολία πρόσβαση στα αεροδρόμια αλλά και στη μη προσφερόμενη εμπειρία σε αρχαιολογικούς χώρους.

Αυτά τα συμπεράσματα έβγαλε η έρευνα του INSETE που είχε ως τίτλο «Αξιολόγηση του brand Ελλάδα» σε σύγκριση με τη Νότια Ευρώπη που είχε ως βάση τις εμπειρίες των τουριστών.

Πού υπερτερεί η ελληνική τουριστική εμπειρία;



INSETE

Πηγή: INSETE
"Αξιολόγηση του brand «Ελλάδα» και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Νότια Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών"

Σύμφωνα με τη μελέτη:

Κριτήρια και διαστάσεις της τουριστικής εμπειρίας όπου είναι κύρια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας – κοινό χαρακτηριστικό ο ανθρώπινος παράγοντας

Η φιλικότητα των κατοίκων και οι θετικές επιδόσεις στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών στα καταλύματα, στα καταστήματα εστίασης, στα μουσεία, στις δημόσιες μεταφορές, αλλά και η αίσθηση ασφάλειας από το ανθρώπινο δυναμικό αλλά και η καλή σχέση ποιότητας – τιμής είναι οι βασικοί παράγοντες που η Ελλάδα είναι εξαιρετικά ανταγωνιστική ως τουριστικό προορισμό. Τα επίπεδα ικανοποίησης είναι υψηλά σε σχέση με τη διαμονή και την ποιότητα του φαγητού, επίσης, παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της εμπειρίας των επισκεπτών. Παράλληλα να σημειωθεί ότι ανάμεσα στους τουρίστες που αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία στη γαστρονομία (foodies), η Ελλάδα προσφέρει ιδιαίτερες ανταγωνιστικές εμπειρίες τόσο σε επίπεδο ποικιλίας και επιλογής φαγητού όσο και στους περισσότερους άλλους παράγοντες που ενδιαφέρουν τη συγκεκριμένη κατηγορία επισκεπτών, όπως είναι η ψυχαγωγία, η μετακίνηση, η αίσθηση ασφάλειας κ.α.

Εξαιρετική είναι επίσης και η εμπειρία στις παραλίες, με εξαίρεση την καθαριότητα όπου η χώρα μας υστερεί σημαντικά έναντι του ανταγωνισμού. Σε επίπεδο μέσων μαζικής μεταφοράς, η Ελλάδα βρίσκεται σε αποδεκτά επίπεδα, λίγο υψηλότερα από τον ανταγωνισμό και ιδιαίτερα ως προς τις τιμές.



Τα στοιχεία που η Ελλάδα μειονεκτεί είναι συνδεδεμένα περισσότερο με τη λειτουργία προορισμών (καθαριότητα, πληροφόρηση, άναρχη πολεοδομία, ποικιλία δραστηριοτήτων)

Η Ελλάδα υστερεί σημαντικά έναντι των ανταγωνιστριών χωρών σε ζητήματα που σχετίζονται με την καθαριότητα, την άναρχη πολεοδομία & ευκολία περιήγησης, τις οδικές υποδομές και τη σηματοδότηση στους τουριστικούς προορισμούς. Όσον αφορά στους πολιτιστικούς πόρους, η Ελλάδα βαθμολογείται θετικά στο κλασσικό προϊόν (ιστορικά

μνημεία, αξιοθέατα, κλπ.), ωστόσο καταγράφεται η αναγκαιότητα για ανάπτυξη μιας ευρύτερης ποικιλομορφίας (σε επίπεδο προϊόντος, όχι πόρων)- πχ. Βυζαντινός, νεότερος και σύγχρονος ελληνικός πολιτισμός – αλλά και αναβάθμιση της παρουσίασης των πολιτιστικών πόρων με περισσότερο ενδιαφέροντες τρόπους για τον επισκέπτη (story telling) πέρα από τη βασική τεκμηρίωση που προσφέρεται.

Αρνητική είναι και η εικόνα για άλλους παράγοντες που είναι όμως το ίδιο σημαντικοί για τους τουρίστες που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό, όπως είναι η κατάσταση και η καθαριότητα εντός και εκτός των αρχαιολογικών χώρων, η εικόνα των πόλεων, αλλά και το φάσμα αγοραστικών επιλογών (shopping), οι επιλογές για ψυχαγωγικές δραστηριότητες κλπ. Αντίστοιχα φαίνεται ότι η χώρα μειονεκτεί σημαντικά στην παροχή επαρκούς πληροφόρησης τόσο μέσω των κέντρων πληροφόρησης (info-centers) όσο και της ποιότητας των διαθέσιμων εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας (mobile apps).

Οι περιορισμένες επιλογές και η χαμηλή σχέση ποιότητας-τιμής ως προς το shopping καταγράφεται επίσης ως παράγοντας που χρήζει βελτίωσης ειδικά στους city break προορισμούς. Τέλος, παρά την υψηλή βαθμολογία της χώρας ως προς την ικανοποίηση των επισκεπτών και τη σχέση ποιότητας-τιμής, η Ελλάδα μειονεκτεί έναντι των ανταγωνιστριών χωρών ως προς τη διάθεση των επισκεπτών να επαναλάβουν το ταξίδι τους. Η πρόθεση των τουριστών να επανέλθουν στη χώρα μας, μπορεί να ενισχυθεί με την παροχή περισσότερων συνδυαστικών και καινοτόμων εμπειριών, ισχυροποιώντας τα υπάρχοντα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που προαναφέρθηκαν. *(Η μελέτη εκπονήθηκε από την TCI Research, για λογαριασμό του ΙΝΣΕΤΕ, ακολουθώντας την μεθοδολογία TRAVELSAT. Με την μεθοδολογία αυτή υπολογίζεται ο Δείκτης Ανταγωνιστικότητας των προορισμών βάσει των εμπειριών των τουριστών. Η μεθοδολογία TRAVELSAT βραβεύτηκε το 2011 από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού για την καινοτομία και αριστεία της. Έχει εφαρμοστεί και στις 5 ηπείρους σε περισσότερες από 100 περιπτώσεις και έχει δημιουργήσει πλέον την μεγαλύτερη βάση δεδομένων αξιολόγησης εμπειριών ταξιδιωτών.)*

Μελλοντικές τάσεις στον κλάδο

Οι προοπτικές του ελληνικού τουρισμού, παρουσιάζονται καλές, οι αφίξεις αυξάνονται, η διάρκεια παραμονής δε μειώνεται γρήγορα, η μέση ημερήσια δαπάνη είναι σταθερή, ο αριθμός της σημαντικής τουριστικής προέλευσης αυξάνεται. Από την άλλη πλευρά, οι αφίξεις παραμένουν «αιχμηρές», η ημερήσια δαπάνη παραμένει περιορισμένη, αλλά και οι ίδιοι προορισμοί προέλευσης προσελκύουν το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης. Έτσι, οι προκλήσεις η τουριστική βιομηχανία έχει να αντιμετωπίσει είναι να εντοπίζονται σε τέσσερις πολιτικές όπου θα βοηθήσουν στην υλοποίηση των επενδυτικών στρατηγικών και θα δώσουν περισσότερη αξία στην οικονομία.

Πιο συγκεκριμένα χρειάζονται **τέτοιες** πολιτικές ώστε να προσελκυστούν τουρίστες με υψηλό εισόδημα (όπου θα επιφέρουν επιπλέον 6,9δισ. ευρώ τουριστικές εισπράξεις), **πολιτικές εισαγωγής συμπληρωματικών προϊόντων** (μπορούν να αποφέρουν επιπλέον 2,6 δισ. ευρώ τουριστικές εισπράξεις), **πολιτικές επέκτασης ζήτησης σε δευτερεύοντες προορισμούς** (μπορούν να αποφέρουν επιπλέον 2,1 δισ. ευρώ έσοδα ξενοδοχείων σε δευτερεύοντες προορισμούς), **πολιτικές αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος** (μπορούν να αποφέρουν επιπλέον 4,3 δισ. ευρώ πρόσθετο ΑΕΠ ανά έτος. Σε κάθε

περίπτωση η μελέτη σημειώνει ότι είναι απαραίτητη η σύμπραξη δημόσιου-ιδιωτικού τομέα για την ενίσχυση της συνεισφοράς του τουρισμού, στην ελληνική οικονομία.

Οι νέες τάσεις που θα επικρατήσουν και θα επηρεάσουν τον τουρισμό μελλοντικά είναι οι παρακάτω.

- **Ταξίδι και περπάτημα:** Η εξερεύνηση προορισμών με τα πόδια κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος. Περίπατοι σε αξιοθέατα, για φαγητό, φωτογραφικοί περίπατοι και εξορμήσεις με τα πόδια με βάση τα ενδιαφέροντα του ταξιδιώτη οργανώνονται όλο και περισσότερο από ταξιδιωτικά γραφεία, ώστε ο ταξιδιώτης να ζήσει από κοντά τον παλμό της πόλης.
- **Social Media:** Ίσως να είναι η τάση με την μεγαλύτερη επιρροή, καθώς πολλοί ταξιδιώτες πλέον βρίσκουν ταξιδιωτικούς προορισμούς μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αλλά υπάρχουν και αυτοί που διαλέγουν το μέρος που θα πάνε σύμφωνα με το αν θα μπορέσουν να βγάλουν ωραίες φωτογραφίες για να κερδίσουν likes κ.λπ. Όποτε είναι πολύ σημαντικό για τους επιχειρηματίες των τουριστικών προορισμών να προσφέρουν στους πελάτες τους γρήγορο internet.
- **Ταξίδι με την οικογένεια:** Τα ταξίδια με τη διευρυμένη οικογένεια, δηλαδή με παππού, γιαγιά, θείο, θεία, πέραν της άμεσης οικογένειας, έρχονται στο προσκήνιο με πολλά ταξιδιωτικά πακέτα να προσαρμόζονται σε αυτό. Σε αυτό εντάσσεται και η επιλογή της κρουαζιέρας, που αποτελεί ιδανικό τρόπο ταξιδιού για τέτοιες περιπτώσεις.
- **Υπερατλαντικά ταξίδια:** Η τάση αυτή υπήρχε ανέκαθεν, αλλά φέτος εικάζεται πως θα απογειωθεί, καθώς ολοένα και περισσότερος κόσμος ονειρεύεται ταξίδια μακρινά.
- **Ταξίδι και πολυτέλεια:** Πολυτελή τρένα, πολυτελείς κρουαζιέρες, ακριβές κατασκηνώσεις, όλα αποτελούν τάση τη νέα χρονιά, με μεγάλο ρυθμό αύξησης για την προσεχή δεκαετία. Ο λόγος είναι η αύξηση του εισοδήματος σε αναπτυσσόμενες χώρες, το οποίο επιτρέπει σιγά-σιγά τέτοιου είδους ταξίδια.
- **Μυστηριώδης τουρισμός:** Ταξίδια σε στοιχειωμένα μέρη, σε ιστορικά μνημεία, σε τοποθεσίες καταστροφής, είναι ταξίδια που πρόκειται να πραγματοποιήσουν αρκετοί ανήσυχοι ταξιδιώτες το 2019.
- **Αποφυγή πολυκοσμίας:** Ο αμέτρητος κόσμος, οι ουρές στα καταστήματα και οι παραλίες που δεν βρίσκεις να απλώσει καν την πετσέτα σου δεν είναι πλέον in. Αυτό σημαίνει ότι πολλοί θα επιλέγουν τα ταξιδέψουν εκτός τουριστικής σεζόν, ενώ νέοι προορισμοί πέραν των δημοφιλών, θα δελεάσουν περισσότερους.
- **Ταξίδι και οικολογία:** Εθελοντισμός, «πράσινες» περιηγήσεις, βιώσιμα ταξίδια, όλα θα «παίξουν» μέσα στο 2019.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο Αγροτουρισμός και η εξέλιξή του

Αγροτουρισμός

Ο Αγροτουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού και έχει να κάνει με εκείνες τις δραστηριότητες όπου αναπτύσσονται στον αγροτικό τομέα και περιλαμβάνει τα στοιχεία και τις ιδιαιτερότητες που έχει η αγροτική ζωή. Αυτό το είδος τουρισμού έχει να προσφέρει στους ταξιδιώτες, διαμονή, διατροφή, δραστηριότητες που είναι συνδεδεμένες με την αγροτική εκμετάλλευση. Ο αγροτουρισμός έχει αναπτυχθεί κατά πολύ λόγω της ανάγκης που είχαν οι κάτοικοι των μεγάλων πόλεων να έρθουν πιο κοντά στη φύση σε ήσυχο και καθαρό περιβάλλον, αλλά και της ανάγκης των ανθρώπων της υπαίθρου να συμπληρώσουν το εισόδημά τους πέρα από τη γεωργική εργασία. Για να υλοποιηθούν αυτές οι απαιτήσεις, δημιουργήθηκαν χώροι και καταλύματα υποδοχής σεβόμενα το περιβάλλον, υπηρεσίες στην ύπαιθρο που αφορούν άτομα που θέλουν να ξεφύγουν από την καθημερινότητα και τα προβλήματα της πόλης απολαμβάνοντας την φύση.

Οι σημαντικότεροι παράγοντες ανάπτυξης του αγροτουρισμού σύμφωνα με τον Gartner, (2004), είναι:

- Το μεγάλο ενδιαφέρον για την αποτελεσματικότητα και την αυθεντικότητα που δίνει ο τρόπος της αγροτικής και παραδοσιακής ζωής.
- Η ανάγκη για εναλλακτικές προτάσεις διακοπών που έχουν σύντομη διάρκεια στις αγροτικές περιοχές.
- Η αποξένωση, έλλειψη επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων καθώς και η ανάγκη για αναζήτηση φυσικών, αυθεντικών προϊόντων.
- Η αναζήτηση για ηρεμία και ησυχία.
- Η αναγκαιότητα για ένα τρόπο ζωής φυσικό, αλλά και η αυξημένη ζήτηση για θέματα υγείας και υγιεινής.
- Τα τελευταία χρόνια το έντονο αγροτικό ενδιαφέρον για να εξοπληθούν υπαίθριες δραστηριότητες και αθλήματα.
- Η δημιουργία οικονομικών κινήτρων, για την αποτροπή της φυγής των ντόπιων από την ύπαιθρο.

Ο αγροτουρισμός ως ορισμός που πλησιάζει τα πιο κύρια χαρακτηριστικά, των ελληνικών αγροτικών περιοχών είναι αυτό που έχει οριστεί στο Πρακτικό της Διυπηρεσιακής Επιτροπής υπό την αιγίδα του Ε.Ο.Τ. (14/2/1984) με το οποίο: « ο αγροτουρισμός μπορεί να οριστεί η δραστηριότητα αυτή του τουρισμού που αναπτύσσεται σε μη αστικό χώρο, από άτομα που ασχολούνται κυρίως με τη γεωργία, σε οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής μικρές μονάδες, με στόχο την ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας και της συγκράτησης και παλλινόστησης του γηγενή πληθυσμού, τόσο από την αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων όσο και από την ενοικίαση καταλυμάτων και την παροχή των τουριστικών με προϊόντα τοπικής παραγωγής, καθώς επίσης, και προϊόντα συναφών δραστηριοτήτων τοπικά παραγομένων».

Με τον αγροτουρισμό ως έννοια διασυνδέονται πολλές δράσεις όπως πολιτιστικά δρώμενα, διαδρομές πεζοπορίας, χειροτεχνία, καλλιτεχνία, οικοτεχνία, συμμετοχή σε γεωργικές εργασίες, εκμάθηση παραδοσιακών τεχνών, αλλά και τα διεθνώς χαρακτηρισμένα ως «extreme games» (αναρριχήσεις, κανό – καγιάκ, mountain bike, κ.ά.) που αποτελούν, όπως προαναφέρθηκε, εναλλακτικές μορφές τουρισμού και μπορούν να αναπτύσσονται

παράλληλα με τον αγροτουρισμό σε ένα στρατηγικό σχέδιο τοπικής ανάπτυξης. Ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού στον αγροτικό χώρο.

Το **αγροτουριστικό προϊόν** εκτός από τις συγκεκριμένες προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες και τα τοπικά προϊόντα, ενσωματώνει και ολόκληρη την “εικόνα” της περιοχής, έτσι όπως καταγράφεται στο αγροτικό τοπίο, τους τρόπους ζωής και τον πολιτισμό της. Εκτός από την κλασική παροχή καταλύματος και εστίασης, περιλαμβάνει προϊόντα δραστηριοτήτων που αξιοποιούν τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της περιοχής υποδοχής, με κύριο χαρακτηριστικό τη διατήρηση της προσωπικής σχέσης μεταξύ φιλοξενούμενου και οικοδεσπότη καθώς και την ενεργή συμμετοχή των αγροτουριστών σε συγκεκριμένες δραστηριότητες. Απευθύνεται σε άτομα με ειδικά ενδιαφέροντα που επιλέγουν τον τόπο και τρόπο διακοπών τους με βάση αυτά, συμμετέχοντας ενεργά στις συγκεκριμένες δραστηριότητες που προσφέρονται. Δραστηριότητες αγροτουρισμού αναπτύσσονται κυρίως μέσα στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις αλλά και ανεξάρτητα από αυτές, ιδιαίτερα όσον αφορά στην παροχή καταλυμάτων, που αποτελεί και την πρωταρχική δραστηριότητα του αγροτουρισμού.

Η εμφάνιση και η εξέλιξη του Αγροτουρισμού

Η σύγχρονη περίοδος του Αγροτουρισμού ξεκινάει τη δεκαετία του 1960 από τις ΗΠΑ, όπου τότε ο Αγροτουρισμός είχε εμφανιστεί ως ια οργανωμένη εναλλακτική μορφή τουρισμού και η τότε τουριστική δραστηριότητα που είχε παρουσιαστεί είχε ονομαστεί «Farm and Ranch Hospitality» με παραλλαγές του Γεωργικού Τουρισμού (Farm/ranch based Tourism) και του Αγροτικού Τουρισμού (Hotel /resort based Tourism). Από τότε μέχρι σήμερα ο Αγροτουρισμός έχει εξελιχθεί έχει οργανωθεί και έχει πάρει τη μορφή της συγκροτημένης και ξεχωριστής συνώνυμης εναλλακτικής μορφής τουρισμού. Όλες οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις έχουν δημιουργήσει ισχυρό κύκλωμα, οι αγροτουριστικές υποδομές έχουν βελτιωθεί κατά πολύ και έχει αυξηθεί η πελατεία που ενδιαφέρεται για τα αγροτουριστικά προϊόντα.

Στον ελλαδικό χώρο ο Αγροτουρισμός και το ενδιαφέρον γύρω από αυτή τη μορφή τουρισμού ξεκίνησε κάπως αργά το 1983, όταν ο ΕΟΤ συνέστησε ένα διϋπηρεσιακό όργανο για να μελετήσει τη μορφή αυτού του τουρισμού και να καθορίσει το θεσμικό πλαίσιο της ανάπτυξής του. Σήμερα ο αριθμός των τουριστών του Αγροτουρισμού έχει αυξηθεί και μεγάλο ποσοστό Αμερικανών, Αυστραλών, Αυστριακών και Γερμανών επιλέγουν ως τουριστικό προορισμό τους την Ύπαιθρο. Αυτή η επιλογή την διευκολύνει η σημερινή δυνατότητα για κύριες και δεύτερες διακοπές και στατιστικά και μελέτες δείχνουν πως για δεύτερες διακοπές επιλέγεται η ύπαιθρος. Η ένταση της καθημερινότητας στα μεγάλα αστικά κέντρα σήμερα δημιουργεί την τάση για επιστροφή στη φύση κυρίως σε αγροτικές περιοχές και αυτό ενδυναμώνει τον Αγροτουρισμό, ενώ υπάρχουν αρκετοί αγροτουριστικοί προορισμοί που μπορούν να υποστηρίξουν αυτή τη μεγάλη τουριστική κίνηση που συνεχώς αυξάνεται.

Χαρακτηριστικά και Στόχοι Αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός ή αγροτικός τουρισμός είναι μια νέα μορφή στον τουρισμό γενικότερα και αναπτύσσεται ιδιαίτερα. Η νέα αυτή μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται σε μη αστικό χώρο είναι δραστηριότητα περισσότερο των ανθρώπων που ασχολούνται στον πρωτογενή τομέα παραγωγής.

Έχει στόχους να μπορέσει ο τουρίστας να έχει ήσυχες και όμορφες διακοπές κοντά στο περιβάλλον στη φύση γενικότερα, αλλά και να ενισχυθεί το αγροτικό εισόδημα μέσα από την ενοικίαση των τουριστικών καταλυμάτων (δωμάτια, ξενώνες, camping, πανσιόν), την κατανάλωση αγροτικών ντόπιων προϊόντων τα οποία θα χρησιμοποιήσουν οι τουρίστες.

Χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού:

1. Η μη αστική ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων: Στον αστικό χώρο δεν μπορούν να αναπτυχθούν κατάλληλα τα προγράμματα της μορφής αυτού του τουρισμού, σε αντίθεση των μαζικών προγραμμάτων τουρισμού που όπου ο αστικός χώρος είναι πιο κατάλληλος. Ο όρος μη αστικός δίνει μια ευρύτερη διάσταση του χώρου όπου μπορεί να αναπτυχθεί κάποιο πρόγραμμα αγροτουρισμού έτσι ώστε να ενισχυθεί το τοπικό εισόδημα αλλά και η συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού. (Ανδριώτης Κ. 2008).
2. Η συμπληρωματική απασχόληση και το εισόδημα: Η ενασχόληση με τις δραστηριότητες του αγροτουρισμού δεν αναπτύσσει ένα νέο αυτόνομο επαγγελματικό χώρο που έχει να κάνει με τον αγροτικό τομέα, αλλά αντίθετα ο σκοπός του αγροτουριστικού προγράμματος έχει να κάνει με τη συμπλήρωση της εργασίας ως προς την κύρια που είναι η γεωργία. Σημαντικός ρόλος που εμφανίζονται τα αγροτουριστικά προγράμματα είναι η μείωση της διακύμανσης του αγροτικού εισοδήματος που οφείλεται στην εποχικότητα της παραγωγής. (Γιαννόπουλος Δ., 2012).
Στον αγροτικό τομέα εμφανίζεται το πρόβλημα της υποαπασχόλησης όπου βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, λόγω της φύσης των γεωργικών εργασιών που αλλάζουν κατά καιρούς λόγω περιόδων αιχμής και περιόδων ύφεσης.
Έτσι για αυτές τις ιδιαιτερότητες που έχει το αγροτικό επάγγελμα το πρόγραμμα αγροτουρισμού συμβάλλει θετικά ώστε να μειωθεί η λανθάνουσα ανεργία στο χώρο, αλλά και να μειωθεί η διακύμανση του αγροτικού εισοδήματος.
3. Η αγροτουριστική δραστηριότητα σε μικρές οικογενειακές μονάδες ή μικρούς συνεταιρισμούς: Στη σημερινή εποχή έχουν ιδιαίτερη εύνοια οι μεγάλες επιχειρηματικές μονάδες, αλλά στις αγροτικές περιοχές της υπαίθρου οι μικρές οικογενειακές μονάδες, οι μικροί συνεταιρισμοί, συμβάλλουν περισσότερο στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.
Η αγροτουριστική επιχείρηση είτε ως αγροτουριστικός συνεταιρισμός, είτε ως κοινοπραξία ιδιοκτητών αγροτικών καταλυμάτων, πρέπει να έχουν βιώσιμο μέγεθος. Υπάρχουν και αγροτικές κατοικίες που έχουν διαμορφωθεί σε μικρά κατάλληλα αγροτουριστικά καταλύματα. Στην πρώτη περίπτωση προκύπτει ο καταμερισμός οφέλους και ζημιών από τη λειτουργία των καταλυμάτων και είναι πιο δίκαιος, ενώ στη δεύτερη περίπτωση που υπάρχει μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα, υπάρχουν ένας ή περισσότεροι ιδιοκτήτες που δεν έχουν όμως καταγωγή, ούτε και μένουν στην τοπική κοινωνία, απολαμβάνοντας έτσι το όφελος από την παροχή υπηρεσιών προσφέροντας τουρισμό σε τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή. Συγκρίνοντας αυτές τις δυο περιπτώσεις εύλογα προτιμούνται οι μικρές οικογενειακές μονάδες και οι μικροί συνεταιρισμοί.
4. Τα αγροτικά καταλύματα και η σύνδεσή τους με την τοπική παραγωγή: Οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν σημεία διαφοροποιημένα σε σχέση με τα αγροτουριστικά καταλύματα όπως είναι η μορφή και ο τρόπος λειτουργίας των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων όπου δεν αφήνουν και πολλά περιθώρια σύνδεσής τους με την τοπική παραγωγή. Η τροφοδοσία των ξενοδοχειακών μονάδων γίνεται με εισαγόμενα προϊόντα που ικανοποιούνται οι επισκέπτες λόγω

των ιδιαίτερων επιλογών και της ανώτερης ποιότητας των τροφίμων. Για να ενισχυθεί όμως η ντόπια οικονομία μέσω του Αγροτουρισμού θα πρέπει η τροφοδοσία των καταλυμάτων να γίνεται με προϊόντα τοπικής παραγωγής. Η ξενοδοχειακή μονάδα και η σύνδεσή της με την τοπική παραγωγή και την ντόπια οικονομία, είναι πιο χαλαρή από αυτή που εμφανίζει η λειτουργία του αγροτικού καταλύματος, αλλά και ολόκληρου του αγροτουριστικού προγράμματος που σχετίζεται με αυτή. Για να είναι επιτυχημένη η λειτουργία του αγροτουριστικού προγράμματος πρέπει να επιδιώκεται η σύνδεσή του με την τοπική παραγωγή και με τους τομείς της τοπικής οικονομίας. Αυτό βοηθά στην παροχή ενός επιπρόσθετου εισοδήματος στον τοπικό πληθυσμό και συμβάλλει στην ποιότητα και στη βελτίωση της ζωής αυτού, συνεισφέροντας έτσι στην καταπολέμηση της ανεργίας και της υποαπασχόλησης στην ύπαιθρο και αυτό βοηθάει στην ευημερία του τοπικού πληθυσμού αλλά και να αναπτυχθεί η τοπική και εθνική οικονομία (Κωνσταντινίδης Λ., 1993).

Αγροτουριστικό προϊόν και δραστηριότητες που συνδέονται με τον Αγροτουρισμό

Όταν λέμε αγροτουριστικό προϊόν εννοούμε το σύνολο των αγαθών ή των υπηρεσιών που παρέχονται και των εκδηλώσεων που παράγονται και διατίθενται στους τουρίστες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους. Τα αγαθά αυτά έχουν μια μοναδικότητα που αποτελεί πόλο έλξης για τους τουρίστες.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του αγροτουριστικού προϊόντος είναι:



- Η επαφή με τη φύση, την χλωρίδα και την πανίδα της υπαίθρου και η ευχαρίστηση, η οποία αντλείται μέσα από το φυσικό περιβάλλον.

- Η γνωριμία και η εξοικείωση με όλα τα τοπικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά, την κληρονομιά των αγροτικών περιοχών, με τα ήθη και έθιμα που έχουν οι κάτοικοι αλλά και η συμμετοχή στις τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις.

- Η υψηλή ποιότητα των αγροτικών τουριστικών προϊόντων.

- Η γνωριμία και η συμμετοχή στις γεωργικές δραστηριότητες, αλλά και σε άλλες τουριστικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στις αγροτικές περιοχές.

Ακόμη μπορούν να ενταχθούν:

1. Η ανάπτυξη μικρών εργαστηρίων ξυλογλυπτικής, υφαντικής, κεραμικής, κ.α. για κατασκευή τοπικών παραδοσιακών προϊόντων.
2. Η αξιοποίηση και λειτουργία παραδοσιακών ελαιοτριβείων, νερόμυλων
3. Η λειτουργία μικρών μονάδων τυποποίησης, πώλησης

4. Η ανάπτυξη κέντρων παραδοσιακών τεχνών και βιοτεχνίας (π.χ. εργαστήρια παραδοσιακών μουσικών οργάνων, αγιογραφίας κ.α.)

Επίσης στα πλαίσια του αγροτουρισμού ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει ιδιαίτερα αγαθά και υπηρεσίες που του προσφέρονται όπως :

1. Άνετη διαμονή
2. Αναψυχή
3. Δυνατότητα εξάσκησης κάποιου hobby
4. Ξεκούραση
5. Δυνατότητα άθλησης σε φυσικά τοπία

Το αγροτουριστικό προϊόν έχει συνδεθεί με την διαμονή και την ψυχαγωγική δραστηριότητα των επισκεπτών. Οι δραστηριότητες που μπορούν να λάβουν μέρος στον αγροτικό χώρο και στα πλαίσια του αγροτουρισμού είναι:



- Ορειβασία
- Πεζοπορία
- Ιππασία
- Κυνήγι / Ψάρεμα
- Ποδηλασία
- Κωπηλασία
- Θαλάσσια σπορ
- Σκι
- Συμμετοχή σε πανηγύρια και γιορτές
- Εκδρομή σε μικρά χωριά
- Φωτογράφιση τοπίων
- Ιστορική και θρησκευτική περιήγηση και ενημέρωση
- Αγορά τοπικών προϊόντων
- Συναυλίες / Θέατρα
- Παραδοσιακοί και λαϊκοί χοροί

Η προώθηση των πωλήσεων αγροτουριστικών προϊόντων έγκειται στην πληροφόρηση των καταναλωτών για την ύπαρξή τους, στη γνωριμία των καταναλωτών με αυτά, την αγορά τους και στην επανάληψη της χρήσης τους. (Συμεωνίδου Π. 2009).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Αγροτουρισμός και επιχειρήσεις



Δικαιούχοι αγροτουριστικών επιχειρήσεων

Η Οικονομική Επιτροπή (1514/31.3.81) και το Υπουργείο Ανάπτυξης και Τροφίμων (270346/3602/14.481) είχαν εξεδώσει σχετικές αποφάσεις που μιλούσαν «περί ενίσχυσης ορεινών περιοχών και άγονων νησιών και κατασκευής τουριστικών καταλυμάτων». Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ο ΕΟΤ και η Αγροτική Τράπεζα ανέλαβαν την προώθηση των αγροτουριστικών προγραμμάτων και θέσπισαν τα κριτήρια ώστε να ενταχθούν όσοι δικαιούνταν στο πρόγραμμα καθώς και τις οικονομικές ενισχύσεις. (ΕΟΤ/Μανώλογλου, 1993).

Όσοι δικαιούνται και επιλέγονται στο πρόγραμμα οφείλουν να είναι αγρότες ενεργοί (δασοκόμοι, αλιείς, κτηνοτρόφοι, γεωργοί κ.α.). Πρέπει να είναι ιδιοκτήτες όπου η κατοικία που έχουν να καλύπτει τις οικογενειακές ανάγκες, να περισεύουν 2 – 6 δωμάτια, τα οποία μπορούν αν ρυθμιστούν για να λειτουργήσουν ως τουριστικά καταλύματα. Θα πρέπει επίσης να είναι ιδιοκτήτες μια συνεχής οικοπεδικής έκτασης στην οποία μπορεί να επεκταθεί η κύρια κατοικία για να δημιουργηθούν τουριστικά καταλύματα, ή να είναι ιδιοκτήτες ισόγειας κατοικίας που θα έχει τη δυνατότητα να επεκταθεί σε ύψος με τις ανάλογες δυνατότητες.

Ακόμη, να είναι ιδιοκτήτες οικοδομήσιμων οικοπέδων κατά πλήρη κυριότητα, στα οποία υπάρχει η δυνατότητα να ανεγερθούν νέες κατοικίες για ενοικίαση κατά τους θερινούς μήνες ή για κατοίκηση και ενοικίαση.

Οι δήμοι, οι κοινότητες και οι συνεταιρισμοί που εκδηλώνουν το ενδιαφέρον, εντάσσονται στο πρόγραμμα για κατασκευή ξενώνων μέχρι 15 δωματίων ή για την αξιοποίηση υφιστάμενων παραδοσιακών κτιρίων που είναι παραδοσιακά.

Αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις χωρίζονται σε έξι κατηγορίες:

1. Αγροτουριστικά καταλύματα
2. Πρατήρια / Εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων
3. Αγροτουριστικά κέντρα έστιασης / αναψυχής
4. Τουριστικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση ή παρέχουν προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων, περιηγήσεις οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος
5. Αγροκτήματα
6. Επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών, ανάδειξης της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς.

Οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν αγροτικές δραστηριότητες για τους πελάτες τους μέσα στην επιχείρηση, όπως υπηρεσίες επίδειξης, ενημέρωσης, παρακολούθησης ή και συμμετοχής σε διάφορες δράσεις / δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με την προώθηση της επαφής του επισκέπτη με την αγροτική ζωή, τη βιώσιμη αγροτική παραγωγή, τη γαστρονομία, τη γευσιγνωσία, την οινογνωσία, αλλά και την προστασία της βιοποικιλότητας.

Αν το κατάλυμα δεν βρίσκεται στον ίδιο χώρο με το αγρόκτημα ή την αγροτική εκμετάλλευση, κάποιες από τις προαναφερόμενες δραστηριότητες παρέχεται στο αγρόκτημα υποχρεωτικά.

«Επιχείρηση Αγροτουρισμού» είναι η επιχείρηση που παρέχει υπηρεσίες της παραγράφου 1 του άρθρου αυτού. Η επιχείρηση αγροτουρισμού ανήκει σε αγρότη ή αγρότες εγγεγραμμένους στο Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων ή Συνεταιρισμό Αγροτών ή το κεφάλαιο της ανήκει κατά 50% σε αγρότη ή αγρότες εγγεγραμμένους στο μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων ή σε Συνεταιρισμούς Αγροτών.

Η αγροτουριστική δραστηριότητα εντός του Αγροκτήματος αφορά αποκλειστικά την παροχή υπηρεσιών υποδοχής, φιλοξενίας ή και εστίασης εντός της κατοικίας του επαγγελματία αγρότη και είναι ασύμβατη με οποιαδήποτε άλλη παροχή υπηρεσιών υποδοχής και φιλοξενίας εκτός Αγροκτήματος. Στις περιπτώσεις που επιχειρήσεις παρέχουν υπηρεσίες εστίασης, χρησιμοποιούν και προσφέρουν υποχρεωτικά προς κατανάλωση προϊόντα από το Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων, όπως και Προϊόντα Οικοτεχνίας.

Οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις οι οποίες συνοδεύονται υποχρεωτικά με τουλάχιστον μία από τις ακόλουθες επιχειρηματικά οργανωμένες υπηρεσίες: **α.** Υπηρεσίες Εστίασης με υποχρεωτική χρησιμοποίηση και προσφορά προϊόντων από το Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων όπως και Προϊόντων Οικοτεχνίας. **β.** Υπηρεσίες υποδοχής και φιλοξενίας σε τουριστικά καταλύματα μέγιστης δυναμικότητας σαράντα (40) κλινών.

Η αγροτουριστική επιχείρηση είναι μια διαφοροποιημένη επιχείρηση που μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες εξειδικευμένες με τον αγροτουρισμό όπως: Διαμονή, Εστίαση και αναψυχή, περιήγηση στη φύση, ευαισθητοποίηση – περιβαλλοντική εκπαίδευση, γνωριμία με τα πολιτιστικά στοιχεία μιας περιοχής, επίσκεψη σε ιστορικά μνημεία, συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες, γνωριμία με αγροτικά επαγγέλματα, μεθόδους παραγωγής και καλλιέργειας, γνωριμία με ασχολία και καθημερινότητα κατοίκων μιας αγροτικής περιοχής, πώληση κυρίως αγροτικών προϊόντων.

Στον ελληνικό χώρο μπορούμε να διακρίνουμε αγροτουριστικά καταλύματα που έχουν εγκατασταθεί σε χώρους αγροτικά εκμεταλλεύσιμους. Η αγροτική επιχείρηση είναι η κάθε μικρή επιχείρηση η οποία εδρεύει σε αγροτικό χώρο έχει συνδεθεί με την τοπική αγροτική ζωή και την τοπική κοινωνία και οι υπηρεσίες που προσφέρει είναι υπηρεσίες με σεβασμό στο περιβάλλον. Η αγροτική επιχείρηση είναι σωστό και οφείλει να ακολουθεί μια στρατηγική ήπιας ανάπτυξης που έχει στόχο την αειφορία.

Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αγροτουρισμού

Ο Αγροτουρισμός προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων που κατοικούν στις αγροτικές περιοχές και συμβάλλουν γενικότερα στην εικόνα του τουριστικού προϊόντος που προβάλλουν οι περιοχές αυτές. Κύριος παράγοντας είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και αυτό έχει ως αποτέλεσμα μεγάλα τμήματα πληθυσμού να αποφεύγουν την μετακίνησή τους σε μεγάλα αστικά κέντρα και να παραμένουν στην ύπαιθρο. Ο Αγροτουρισμός αποτελεί μοχλό ανάπτυξης για τις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται. Αυτό είναι πολύ σημαντικό, αν σκεφτούμε πως υπάρχουν περιοχές που είναι απομακρυσμένες και υποβαθμισμένες και εμφανίζουν φαινόμενα πληθυσμιακής μείωσης και γήρανσης. (Θεοδωρομανωλάκη Ουρανού, Παπαδοπούλου, 2012). Επίσης, αυξάνεται το επίπεδο απασχόλησης των αγροτών, αυξάνονται τα εισοδήματά τους και γενικότερα ευνοούνται όλες οι βοηθητικές ή συμπληρωματικές επιχειρήσεις.

Δημιουργούνται υποδομές ήπιας κλίμακας που δεν βλάπτουν το φυσικό περιβάλλον και τους περιβαλλοντικούς πόρους αλλά συμβάλλουν σημαντικά στην βελτίωση της ποιότητας του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων. Προωθούνται τα γεωργικά τοπικά, παραδοσιακά προϊόντα και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την άυξηση των εσόδων στον γεωργικό τομέα.

Ο αγροτουρισμός δίνει τη δυνατότητα της συνύπαρξης της περιφερειακής ανάπτυξης με την ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος. Οι κάτοικοι και οι αγροτουρίστες γενικότερα με την πολιτιστική κληρονομιά ευαισθητοποιούνται και συμβάλλουν στην διατήρησή της. Επίσης σημαντικό είναι πως ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου και συμβάλλει στην ανάπτυξη της τουριστικής εποχικότητας και είναι από τα πιο συγκριτικά πλεονεκτήματα του αγροτουρισμού.

Σύμφωνα με τους Sznadjer, Przezbórska, Scrimgeour (2009) στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν τριών ειδών επιδράσεις του αγροτουρισμού:

- Κοινωνικο-ψυχολογικές
- Οικονομικές
- Χωρικές και Περιβαλλοντικές

Κοινωνικο-ψυχολογικές επιδράσεις τουρισμού: Η απόκτηση νέων εμπειριών, η γνωριμία με νέους ανθρώπους, η αναγέννηση των αγροτικών παραδόσεων, η εκπαίδευση.

Οικονομικές επιδράσεις αγροτουρισμού: Η επέκταση των εγκαταστάσεων της διαμονής, οι νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται, οι επιπρόσθετες πηγές εισοδήματος, το εισόδημα των κοινοτήτων γενικότερα, η αντιμετώπιση της οικονομικής ύφεσης, η προώθηση της κοινωνικο-οικονομικής ανάπτυξης.

Χωρικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις αγροτουρισμού: Η ενισχυμένη φροντίδα για το περιβάλλον, η ανάπτυξη των τοπικών υποδομών, η βελτίωση της αισθητικής αξίας των κατοικιών, η αξιοποίηση και αναπαλαίωση παλιών κατοικιών, η καταπολέμηση της μαζικής μετανάστευσης από την ύπαιθρο.

Οι κοινωνικο-ψυχολογικές επιδράσεις του αγροτουρισμού κατά πρώτο λόγο έχουν συνδεθεί με την μίξη του αγροτικού και του αστικού πληθυσμού, αλλά και με την δυνατότητα που δίνεται στους ανθρώπους να έρθουν πιο κοντά με την φύση και την καθημερινή ζωή της αγροτικής κοινότητας. Περιέχουν νέες εμπειρίες, την εκμάθηση ξένων γλωσσών και ικανοτήτων, τη γνωριμία με καινούργιους ανθρώπους, την αναβίωση και την διατήρηση επαγγελμαμάτων που κινδυνεύουν να εκλείψουν, την ανάπτυξη της τοπικής λαογραφίας και τη γνωριμία με τις λαϊκές παραδόσεις τα ήθη και έθιμα. Έτσι, λοιπόν, οι αγροτουρίστες μπορούν να έρθουν σε επαφή με μια κουλτούρα που τους είναι άγνωστη και η καθημερινή ζωή με τους ανθρώπους τους βοηθάει να αποκτήσουν ένα σεβασμό απέναντι σε έναν πολιτισμό που σιγά – σιγά τον μαθαίνουν.

Οι οικονομικές επιδράσεις συμβάλλουν περισσότερο στην τόνωση της τοπικής οικονομίας και βελτιώνουν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, την αύξηση στις πωλήσεις των τοπικών αγροτικών προϊόντων, την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και των συμπληρωματικών πηγών εισοδήματος. Επίσης αποκτούν δύναμη οι τοπικές επιχειρήσεις, δίνονται κίνητρα ώστε να δημιουργηθούν και άλλες και προωθείται η ανάπτυξη κάποιων περιοχών που ίσως βρίσκονται σε μειονεκτούσα θέση (Αποστολόπουλος, Σδράλη, 2009).

Εκτός από τις παραπάνω όμως υπάρχουν και οι περιβαλλοντικές και οι χωρικές επιδράσεις του αγροτουρισμού. Σε αυτές εντάσσονται όλες όσες αφορούν τις αλλαγές που μπορεί να υπάρχουν στο περιβάλλον, ενώ στις χωρικές στις αλλαγές στον περιβάλλοντα χώρο. Ο αγροτουρισμός ως ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης δεν επιβαρύνει πολύ το περιβάλλον, διότι, οι εγκαταστάσεις είναι μικρής κλίμακας και αυτό κρατά αναλλοίωτο το χαρακτήρα της υπαίθρου.

Προωθούνται οι τοπικές υποδομές και βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων, βελτιώνεται η αισθητική των σπιτιών με ήπιες παρεμβάσεις στον περιβάλλοντα χώρο. Αξιοποιούνται παλιά και σπία που είναι εγκαταλειμμένα και αυτό συμβάλλει στην διατήρηση της πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Σημαντικό στοιχείο είναι και η καταπολέμηση της μαζικής μετανάστευσης προς τα

αστικά κέντρα κάτι που δίνει μια δεύτερη ευκαιρία στον τοπικό πληθυσμό να μπορεί να παλέψει για τον τόπο του και να μην τον εγκαταλείψει.

Όμως, υπάρχουν και περιπτώσεις όπου η ανάπτυξη του τουρισμού δεν συνεπάγεται θετικών επιπτώσεων στην περιοχή που αναπτύσσεται και στον περιβάλλοντα χώρο. Όταν αναπτύσσεται χωρίς κάποιο περιβαλλοντικό σχεδιασμό, υποβαθμίζεται το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον. Αλλοιώνεται ο πολιτισμικός χαρακτήρας που έχουν οι αγροτικές περιοχές σε περίπτωση που ο αγροτουρισμός δεν είναι εκσυγχρονισμένος και ακολουθεί πεπαλαιωμένα πρότυπα τα οποία έχουν αποδειχθεί αποτυχημένα (Θεοδωρομανωλάκη, Ουρανού, Παπαδοπούλου, 2012).

Αναλυτικότερα ο αγροτουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού όπου βασίζεται, στις αρχές της αειφορίας και προωθεί την βιωσιμότητα. Όμως εάν η ανάπτυξή του δεν συμβαδίζει με τις αρχές αυτές τότε έχει αρνητικές επιδράσεις στον αγροτικό χώρο, αλλοιώνοντας ή καταστρέφοντας τους φυσικούς πόρους. Έχουν αναφερθεί περιπτώσεις που η ανάπτυξη του αγροτουρισμού είχε ως αποτέλεσμα οι αγρότες να ασχολούνται μόνο σε ότι είχε σχέση με τον αγροτουρισμό και να παρατάνε την κύρια ασχολία τους.

Αυτό μακροπρόθεσμα έχει αρνητικές συνέπειες για την περιοχή εφόσον οι αγροτικές καθημερινές ασχολίες εγκαταλείπονται. Αν οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται είναι μόνο εποχικές τότε υπάρχει πρόβλημα ανεργίας που αντιμετωπίζεται μόνο παροδικά, γιατί σε πολλές περιπτώσεις βλέπουμε πως οι αγροτικές δραστηριότητες επηρεάζονται από εξωτερικούς παράγοντες όπως για παράδειγμα οι άσχημες καιρικές συνθήκες.

Επίσης, ένας σημαντικός παράγοντας είναι αύξηση των τιμών των προϊόντων εξαιτίας της αύξησης ζήτησης και αναβάθμισης της περιοχής. Αυτό είναι ένα αρνητικό στοιχείο και για τους κατοίκους που μένουν μόνιμα εκεί αλλά και για τους αγροτουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή καθώς θα πρέπει να έχουν ένα υψηλό εισόδημα. (Αποστολόπουλος, Σδράλη, 20019). Ακόμη, οι νέες ανάγκες που δημιουργούνται δεν είναι απόλυτα σίγουρο πως είναι ικανές να υποστηριχθούν από την περιοχή, διότι, είναι δύσκολο να ταυτιστεί η κάθε περιοχή με κάθε είδος αγροτουριστικής ανάπτυξης χωρίς πρώτα να προσαρμοστεί στις νέες απαιτήσεις της.

Γίνεται παρατηρητέο πολλές φορές πως οι κάτοικοι νιώθουν κατά κάποιο τρόπο πως απειλούνται οι αγροτουρίστες και τους νιώθουν σαν εισβολείς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να τους αντιμετωπίζουν με κάποια προκατάληψη και έτσι δεν δημιουργείται μεταξύ τους ένα ευνοϊκό και φιλικό κλίμα. Επίσης οι τουρίστες έρχονται φέρνοντας μαζί τους τη δική τους κουλτούρα και έτσι υπάρχει μια αλληλεπίδραση ανάμεσα στις ιδέες και τις αντιλήψεις και όταν αυτό δεν γίνει με παραγωγικό τρόπο, τότε ίσως υπάρξει μια αμοιβαία αντίδραση ή ακόμη και κλίμα εχθρικό.

Κάθε περιοχή που είναι αγροτουριστική δεν μπορεί απαραίτητα να υποστηρίξει τις εγκαταστάσεις, τις υποδομές, τα προγράμματα και όσον αφορά ότι

έχει να κάνει με το περιβάλλον, αν ο αγροτουρισμός δεν έχει έναν καλά οργανωμένο σχεδιασμό, τότε αυτό είναι απειλή για την βιοποικιλότητα, το αγροτικό τοπίο, λόγω που αυξάνεται ο θόρυβος, τα σκουπίδια κ.α. Μια από τις επιδιώξεις του αγροτουρισμού είναι να διατηρηθεί το φυσικό περιβάλλον, χωρίς να αλλοιώνεται, γι' αυτό ο σωστός σχεδιασμός είναι απαραίτητος ώστε να αναπτυχθεί ομαλά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Δημιουργία αγροτουριστικής επιχείρησης



Βασικά βήματα για τη δημιουργία αγροτουριστικής επιχείρησης

Πρώτα από όλα ο ενδιαφερόμενος που θέλει να στήσει μια αγροτική επιχείρηση θα πρέπει να κοιτάξει κάποια βασικά πράγματα που είναι απαραίτητα πριν δημιουργηθεί η αγροτουριστική επιχείρηση και είναι τα εξής:

- **Το χωροταξικό σχέδιο:** Ο αγροτουρισμός γενικότερα αναπτύσσεται σε περιοχές που δεν είναι αστικές, όπου πληρούν τους όρους της ηλεκτροδότησης, της ύδρευσης και της προσπέλασης. Ως μη αστική περιοχή για τον αγροτουρισμό θεωρείται, η περιοχή, όπου χωροταξικά βρίσκεται στην περιφέρεια και ο πληθυσμός της έχει συνδεθεί οικονομικά, κοινωνικά και συναισθηματικά με τον τόπο του.
- **Το περιβαλλοντικό:** Ο αγροτουρισμός αξιοποιεί τους πόρους τους περιβάλλοντος και πάνω σε αυτούς στηρίζεται. Οι πόροι του αγροτικού περιβάλλοντος είναι η φύση, ο πολιτισμός αλλά και ο ανθρώπινος παράγοντας. Η αξιολόγηση και η αξιοποίηση αυτών των πόρων συντελούν ώστε να υπάρξει παράλληλη ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού.
- **Το οικονομικό:** Ο αγροτουρισμός έχει βασικό στόχο την απόκτηση συμπληρωματικού εισοδήματος και αυτό επιτυγχάνεται μέσα από τις πωλήσεις των τοπικών προϊόντων χειροτεχνίας και ειδών διατροφής, τα οποία παράγονται και διατίθενται στους αγρότες ατομικά ή συλλογικά μέσω των

αγροτικών συνεταιρισμών και όσο αφορά τον τουρίστα του δίνεται η δυνατότητα να κάνει οικονομικές διακοπές.

- **Το δημογραφικό:** Το να υπάρχει επιπρόσθετο εισόδημα, οδηγεί στην συγκράτηση του εγχώριου οικονομικά ενεργού πληθυσμού στον τόπο καταγωγής του. Οι νέες θέσεις που δημιουργούνται στον αγροτικό χώρο μέσα από την άσκηση της τουριστικής δραστηριότητας και δίνουν την δυνατότητα στους νέους αγρότες όσο και στις γυναίκες του αγροτικού χώρου να εμπλακούν στο παραγωγικό σύστημα.
- Το κοινωνικό και πολιτιστικό: Όταν αυξάνεται το βιοτικό και κοινωνικό επίπεδο των κατοίκων της περιοχής και δημιουργούνται νέες ευκαιρίες για τη συμμετοχή τους σε πολιτιστικές δραστηριότητες, αυτό έχει ως στόχο να καταξιώνεται ο πολιτιστικός και κοινωνικός ρόλος του αγροτουρισμού.

Εφόσον ο μελλοντικός επιχειρηματίας λάβει υπόψη του όλα αυτά τότε μπορεί να προχωρήσει με τα παρακάτω βήματα:

1. **Προσωπική αξιολόγηση:** Σε πρώτη φάση ο επιχειρηματίας θα πρέπει να αξιολογήσει τον εαυτό του, να κάνει την αυτοκριτική του αν είναι ικανός και έχει δυνατότητες που μπορεί να τις εκτιμήσει, να δει τα αδύνατα και δυνατά του σημεία και ότι μπορεί να βελτιώσει σε αυτόν.
2. **Ενημέρωση:** Ο πολιτισμός, τα φυτά, τα ζώα, τα προϊόντα, και ότι άλλο τη χαρακτηρίζει και την διαφοροποιεί από τις άλλες, δίνεται η δυνατότητα να αποτελέσουν την ιδέα και την αφορμή να δημιουργηθεί μια αγροτουριστική επιχείρηση. Ο αγροτουρισμός είναι η αιτία όπου αξιοποιείται το υλικό του πολιτισμού και η μοναδικότητα μιας αγροτικής περιοχής, όπου δημιουργεί υπηρεσίες και προϊόντα που έχουν αξία στα μάτια των καταναλωτών επειδή είναι μοναδικά. Ο ενδιαφερόμενος όταν μάθει περισσότερα για τον αγροτουρισμό, μπορεί έτσι να εντοπίσει και δραστηριότητες του ταιριάζουν.
3. **Προσδιορισμός της ιδέας:** Στο στάδιο του προσδιορισμού της ιδέας γίνεται διερεύνηση για το ποια είναι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής όπως τα προϊόντα, έθιμα, μουσική, αρχιτεκτονική, συνταγές, τόποι, χειροτεχνία και ο ενδιαφερόμενος μπορεί να επιλέξει σε πιο από αυτά μπορεί να επικεντρωθεί, ώστε να στηρίξει την επιχείρηση που θέλει να δημιουργήσει. Ακόμη πρέπει να σκεφτεί πως για τη δημιουργία ενός καταλύματος εκτός από την φιλοξενία σε έναν αγροτικό ξενώνα, πραγματοποιούνται και αρκετές δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με τη γνωριμία της παραδοσιακής κουζίνας, την οργάνωση εκδρομών, περιπάτων, αθλημάτων κ.α.
4. **Μελέτη των προϋποθέσεων:** Τα καταλύματα οφείλουν να είναι μικρές μονάδες προσαρμοσμένες στην αρχιτεκτονική και στο περιβάλλον του

τόπου. Και οι περιοχές που είναι κατάλληλες είναι αυτές που βρίσκονται μακριά από τα αστικά κέντρα, τα οποία δεν έχουν υποστεί περιβαλλοντική ή βιομηχανική διάβρωση και δεν έχουν αναπτυχθεί με το μαζικό τουρισμό.

5. **Κατάστρωση επιχειρηματικού σχεδίου:** Ο προσεκτικός προγραμματισμός που οφείλει να κάνει ο ενδιαφερόμενος είναι να γνωρίζει τα βασικά ερωτήματα όπου έχουν να κάνουν με το ποιος είναι ο σκοπός της επιχείρησης, ποια είναι η τεχνική υποδομή που απαιτείται, ποιες υπηρεσίες θα παρέχει, ποια προϊόντα θα παρέχει και πόσο θα κοστολογούνται, αν θα συσκευάζονται, αν θα προωθούνται ή θα πουλούνται, σε ποια αγορά θα απευθύνεται η επιχείρηση, ποιος είναι ο ανταγωνισμός και τι οικονομικό σχέδιο πρέπει να γίνει.
6. Αξιοποίηση χρηματοδοτικών προγραμμάτων: Τα κοινοτικά προγράμματα χρηματοδοτούν επενδύσεις αγροτουρισμού σε διάφορες περιοχές. Υπάρχουν προγράμματα όπως το LEADER+ και ΟΠΑΑΧ (Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης του Αγροτικού Χώρου) μέσω του υπουργείου Γεωργίας, τα ΠΕΠ (Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα) μέσω των γενικών γραμματέων των 13 περιφερειών της χώρας και το ΕΠΑΝ (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας μέσω του υπουργείου Ανάπτυξης).
7. Εκπαίδευση: Υπάρχει η δυνατότητα εκπαίδευσης στον τομέα του αγροτουρισμού στα προγράμματα του ΤΕΕ, και για κάποιες ειδικότητες όπως επιμελητής – ξεναγός εθνικών δρυμών και χώρων αναψυχής, στέλεχος τουρισμού υπαίθριων δραστηριοτήτων στα ΙΕΚ. Στο ΟΓΕΕΚΑ «ΔΗΜΗΤΡΑ» σε όλους τους νομούς της Ελλάδας υπάρχουν τρία προγράμματα αγροτουρισμού. Το πρώτο απευθύνεται σε νέους αγρότες με 1450 ώρες εκπαίδευσης για όσους εντάσσονται στο πρόγραμμα Νέων Αγροτών του υπουργείου Γεωργίας. Το δεύτερο είναι το Πράσινο Πιστοποιητικό το οποίο πιστοποιεί τις γνώσεις στον αγροτικό χώρο και στον αγροτουρισμό. Μετά υπάρχουν τα Βραχυχρόνια Προγράμματα Αγροτουρισμού, όπου διαρκούν 50 έως 150 ώρες ανάλογα με τις ανάγκες που έχουν όσοι συμμετέχουν. Στην εκπαίδευση παρέχονται εκπαίδευση στον αγροτουρισμό, χρήση Η/Υ, μελισσοκομία, βιολογική γεωργία κ.α.
8. **Αξιοποίηση των ανθρώπων από το περιβάλλον του ενδιαφερόμενου:** Αγροτουριστική επιχείρηση είναι μια οικογενειακή επιχείρηση, το κάθε μέλος ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλλου και κύριας απασχόλησης, μπορεί να συνεισφέρει με βάση τις γνώσεις και το χρόνο που διαθέτει. Η αξιοποίηση των ανθρώπων από την ίδια περιοχή δίνει βοήθεια στην αύξηση των εσόδων της επιχείρησης και παραμένουν στον επιχειρηματία και στην περιοχή του.

9. **Χρήση νέων τεχνολογιών:** Η εξοικείωση με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, το διαδίκτυο, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι σημαντική. Μόλις η επιχείρηση είναι έτοιμη, πρέπει να προβλεφθεί η ιστοσελίδα της επιχείρησης όπου μπορεί να βοηθήσει την προβολή της σε όλο τον κόσμο, στις παραγγελίες των προϊόντων, στις κρατήσεις και την εύρεση των πελατών.
10. **Συζήτηση με ειδικούς για τον τομέα του Αγροτουρισμού:** Ο ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας πρέπει να μιλήσει με ανθρώπους από Ελληνικό Κέντρο Αγροτουρισμού. Όπου θα τον ακούσουν θα τον συμβουλέψουν και θα τον κατευθύνουν.

Βασικά βήματα για τη δημιουργία αγροτουριστικής επιχείρησης

Η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι συνδεδεμένη με την ατομική πρωτοβουλία και την ανάληψη καινοτόμων δράσεων, από ανθρώπους που έχουν τολμήσει και είναι διατεθειμένοι να διακινδυνέψουν για την προσωπική τους επιτυχία μέσα από την δημιουργία και λειτουργία της δικής τους επιχείρησης. Στην διεθνή βιβλιογραφία αυτοί που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα παρουσιάζουν μεγάλα ποσοστά προσωπικής επιτυχίας σε σχέση με τους υπόλοιπους εργαζόμενους. Απολαμβάνουν μεγαλύτερη ικανοποίηση προσωπική και νιώθουν μεγάλη υπερηφάνεια και αγάπη για την εργασία και τη δουλειά τους. Η αγροτουριστική επιχείρηση αποτελεί μια από τις πιο δημιουργικές και καλύτερες περιπτώσεις επιχειρηματικότητας στην ελληνική ύπαιθρο, τόσο σε ατομικό, όσο και σε συλλογικό επίπεδο όπου προωθείται ο τουρισμός.

Η δραστηριότητα του αγροτουρισμού **συνδυάζεται υποχρεωτικά με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων** και οι επιχειρήσεις αγροτουρισμού ιδρύονται από εγγεγραμμένους στο Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων (ΜΑΑΕ).

Προϋποθέσεις αγροτουριστικής ανάπτυξης

Ο αγροτουρισμός αφορά επιχειρήσεις που είναι μικρής κλίμακας έχουν οικογενειακή ή συνεταιριστική μορφή, οι οποίες αναπτύσσονται σε αγροτικές περιοχές από ανθρώπους που ασχολούνται με την γεωργία.

Η Οικονομική Επιτροπή και το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων έχουν εξεδώσει αποφάσεις που έχουν να κάνουν «με ενισχύσεις αγροτικών περιοχών ορεινών και άγονων νησιών και την δημιουργία αγροτικών καταλυμάτων». Για την προώθησή τους έχουν αναλάβει τα αγροτουριστικά προγράμματα μέσω του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, η Αγροτική Τράπεζα και ο ΕΟΤ. Όπου θεσπίζουν τα κριτήρια με τα οποία εντάσσονται οι δικαιούχοι στα προγράμματα και στις οικονομικές ενισχύσεις.

Οι δικαιούχοι όπου επιλέγονται πρέπει να είναι αγρότες οικονομικά ενεργοί (γεωργοί, κτηνοτρόφοι, δασοκόμοι, αλιείς).

Να είναι ιδιοκτήτες που η κατοικίας τους επαρκεί για να καλύψουν τις οικογενειακές ανάγκες και να περισσεύουν δωμάτια δύο με τρία όπου θα μπορούν να διαμορφωθούν σε τουριστικά καταλύματα. Επίσης να έχουν ιδιοκτησία οικοπεδική συνεχιζόμενη έκταση, ώστε να μπορεί να επεκταθεί η κύρια κατοικία για τη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων, ή να είναι ιδιοκτήτες ισόγειας κατοικίας με δυνατότητα να επεκταθεί σε ύψος με τις ανάλογες απαιτήσεις.

Να έχουν οικοδομήσιμα οικόπεδα όπου θα είναι δυνατή η ανέγερση κατοικιών που θα ενοικιάζονται κατά τους θερινούς μήνες.

Οι δήμοι, οι κοινότητες που θέλουν εντάσσονται σε πρόγραμμα για τη δημιουργία ξενώνων μέχρι 15 δωματίων ή για την αξιοποίηση των υπάρχων παραδοσιακών κτιρίων.

Όσοι είναι συνταξιούχοι και θέλουν να επιστρέψουν στους τόπους καταγωγής τους θα πρέπει να έχουν ως προοπτική να παραμείνουν εκεί τουλάχιστον μια 5ετία.

Σύμφωνα με τον Revetz, για να μπορούν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις να έχουν μια ρεαλιστική πιθανότητα να αναπτυχθούν, θα πρέπει να τηρηθεί ένα φάσμα προϋποθέσεων ποικίλης φύσης και αυτές οι προϋποθέσεις θα πρέπει να υπάρχουν στον φυσικό χώρο ενώ άλλες να πληρούνται από μια διάφορες κοινωνικές ομάδες. Κάποιες από τις παρακάτω προϋποθέσεις είναι πολύ σημαντικές:

- ✓ Ο χώρος να είναι ελκυστικός (φυσικός και πολιτιστικός).
- ✓ Η γη επαρκώς δομημένη και διατηρημένη καλά από γεωργικής οικογενειακής μορφής.
- ✓ Γεωργία μεσαίας ή χαμηλής έντασης, μικτή γεωργία με κτηνοτροφία.
- ✓ Η αγροτική κατοικία να έχει πλεονεκτική θέση.
- ✓ Οι οικιακοί χώροι να είναι ευρύχωροι, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για σκοπούς αγροτουριστικούς χωρίς την απαίτηση μεγάλων επενδύσεων.
- ✓ Οι πρόσθετοι ή οι υπάρχον χώροι να είναι άνετοι για τους φιλοξενούμενους είτε να έχουν τη δυνατότητα να κατασκευαστούν χωρίς μεγάλες απαιτήσεις.

- ✓ Το οικογενειακό εργατικό δυναμικό να είναι επαρκές.
- ✓ Να υπάρχει έστω το ελάχιστο της τουριστικής υποδομής (δρόμοι, τηλέφωνα, εστιατόρια, καταστήματα κ.α.).
- ✓ Ελκυστικός ψυχαγωγικός εξοπλισμός, είτε στην αγροτική εκμετάλλευση, είτε στην περιοχή.
- ✓ Τιμές που είναι αποδεκτές από τους τουρίστες και σταθερές σε σχέση με την ποιότητα του αγροτουριστικού περιβάλλοντος.
- ✓ Ευαισθησία και φιλοξενία από την αγροτική οικογένεια και η διατήρηση της δικής της ταυτότητας.
- ✓ Επιχειρησιακή δυνατότητα και εξέλιξη στην κοινότητα και στην περιοχή γενικότερα.
- ✓ Ερεθίσματα από εξωτερικούς παράγοντες και εμπνεύσεις που δεν έχουν να κάνουν με τον χώρο του τουρισμού ή της γεωργίας, έξω από την περιοχή ή και την χώρα).
- ✓ Να υπάρχει μια δυνατή τοπική κεντρική ομάδα η οποία να ενδιαφέρεται σοβαρά για την αγροτουριστική ανάπτυξη της περιοχής.
- ✓ Επαγγελματική παροχή ειδικών συμβούλων από μια καλά οργανωμένη ομάδα marketing.
- ✓ Ολοκληρωμένη προσέγγιση αναπτυξιακή όπως η συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών της περιοχής στη διαδικασία.
- ✓ Προώθηση του αγροτουριστικού προϊόντος.
- ✓ Επαρκής υποστήριξη από τον δημόσιο τομέα.
- ✓ Να υπάρχει συμφωνία του πληθυσμού ώστε να έχουν κοινή γραμμή και να θέλουν την ανάπτυξη και την διαδικασία της να ολοκληρωθεί σωστά.
- ✓ Ο επιχειρηματίας αγρότης να έχει αντοχή και αυτός αλλά και ολόκληρη η οικογένειά του.

- ✓ Γνώση βασικών ξένων γλωσσών.
- ✓ Συνεργασία μεταξύ των αγροτών της περιοχής.
- ✓ Απαραίτητες γνώσεις εφαρμοσμένων μαθηματικών , πληροφορικής και λογιστικής.

4.1 Μοντέλα αγροτουρισμού

Τα αγροτουριστικά μοντέλα τα οποία αναγνωρίζονται διεθνώς είναι:

- **Αγροτουριστικά καταλύματα:** Βρίσκονται μέσα στο αγρόκτημα του ιδιοκτήτη ή ακόμη και στο ίδιο του το σπίτι, που προσφέρει τους κοινόχρηστους χώρους του αλλά και κάποια επιπλέον κρεβατοκάμαρα για τους φιλοξενούμενους.
- **Καταλύματα ήπιων μορφών:** Είναι οι αγρικές που βρίσκονται εκτός των οικισμών, είναι ξενώνες στην ύπαιθρο πλήρως ή μερικώς οργανωμένοι.
- **Καταλύματα σε κτίρια παραδοσιακά:** Είναι κτίρια εξαιρετικής ομορφιάς και τεχνοτροπίας, παραδοσιακά ξενοδοχεία, αρχοντικά που διατηρούνται στην επαρχία με δωμάτια ενοικιαζόμενα με αισθητή την παρουσία της ιστορίας τους.
- **Επισκέψιμα αγροκτήματα:** Είτε έχουν είτε δεν έχουν τη δυνατότητα της φιλοξενίας ή της εστίασης τα συγκεκριμένα επισκέψιμα καταλύματα είναι ότι καλύτερο για τα παιδιά διότι γνωρίζουν τα ζώα και τα φυτά που υπάρχουν εκεί. Μπορούν να παίζουν και να τρώνε με όρεξη ότι καλό έχει να προσφέρει εκεί ο αγρότης.
- **Επισκέψιμα οινοποιεία:** Είναι μια ιδέα που πηγάζει από την Γαλλία και είναι κάτι που ταιριάζει στη χώρα μας. Είναι οινοποιεία με τη δυνατότητα εστίασης, φιλοξενίας, πατητήρια, αίθουσες γευσιγνωσίας και πολλά μονοπάτια στις πλαγιές που είναι φυτεμένες με αμπέλια.
- **Ήπιες επιχειρήσεις:** Τα λαογραφικά μουσεία, τα ιστορικά στοιχεία και οι ιδιωτικές συλλογές με σπάνια τεκμήρια, γιορτές τοπικών προϊόντων και πρατήρια με συνεταιριστικά προϊόντα. Ακόμη και ένας γάμος είναι μια αφορμή για τη συμμετοχή σε δρώμενο με τους ντόπιους.
- **Αγροτικά ξενοδοχεία:** Οικογενειακές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις εγκατεστημένες στο χωριό όπου λειτουργούν εκεί, ή συγκροτήματα πολυτελείας όπου αξιοποιούν πολλές φορές την αρχιτεκτονική, ή συγκροτήματα και αγροκτήματα με εξειδικευμένες υπηρεσίες.

- **Τα αγροτικά καμπινγκ:** Ανήκουν στον Δήμο, την Κοινότητα, σε συλλόγους ή συνεταιρισμούς ή ιδιώτες. Τα χαρακτηρίζει η διαφορετική ποιότητα σε σύγκριση με αυτά των παραθαλάσσιων περιοχών. Τα κύρια σημεία που πρέπει να υπάρχουν υπόψη γι'αυτού του είδους τα καταλύματα είναι η καλή επιλογή δαπέδου και η άνεση, η αξιοποίηση του όρου «αγροτικού» μέσω των δραστηριοτήτων που προσφέρουν και εγγράφονται στο φυσικό περιβάλλον του κάμπινγκ (πεζοπορία, ορειβασία κ.α.) και η προώθηση των ιδιαίτερων πόλων έλξης της φυσικής ομορφιάς της περιοχής.
- **Επιπλωμένες κατοικίες:** Καταλύματα που προσφέρονται από γεωργούς και αγρότες μη γεωργούς. Αγροτικό κατάλυμα όταν προσφέρεται από γεωργό του οποίου το εισόδημα από τον τουρισμό είναι μεγαλύτερο του γεωργικού εισοδήματος. Όταν το ίδιο κατάλυμα προσφέρεται από γεωργό ο οποίος επιτυγχάνει εισόδημα από τον τουρισμό μικρότερο από ότι από τη γεωργία, τότε αυτό χαρακτηρίζεται ως αγροτουριστικό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα

και ο ρόλος του ΣΕΑΓΕ

Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα

Ο αγροτουρισμός ξεκίνησε να διαδίδεται στην Ελλάδα στα μέσα της δεκαετίας του 1980 και ακολούθησε το παράδειγμα ανάλογων δραστηριοτήτων με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως είναι η Ιταλία, η Αυστρία και η Γαλλία. Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα με την έννοια του της ανάπτυξης του τουρισμού σε Αγροτικές περιοχές και συνδέεται με τη ζωή στο χωριό, με το φυσικό και αγροτικό περιβάλλον και όχι με τον αγροτικό τουρισμό που προσδοκεί στην ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων στα πλαίσια της γεωργικής εκμετάλλευσης που συνδέεται με τη γεωργία όπως έχει συμβεί σε άλλες περιπτώσεις στην Ευρώπη π.χ. Γαλλία, Ιταλία κ.α.

Με την πρώτη εμπειρικά φάση της ανάπτυξης του αγροτουρισμού δεν είχε θετικά αποτελέσματα και ακολούθησε ύστερα στη δεκαετία του '80 το επόμενο στάδιό του. Εκείνη την περίοδο είχαν δημιουργηθεί τουριστικές υποδομές, από διάφορους ιδιώτες, φορείς – Κοινότητες, Δήμους, αλλά και από Γυναικείους Συνεταιρισμούς, όπου οι πιο πολλές στηρίχθηκαν σε πολλά χρηματοδοτικά προγράμματα που ενίσχυσαν τις επενδύσεις και αναπτύχθηκαν σε διάσπαρτες περιοχές της χώρας με πιο μεγάλη συγκέντρωση στις αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές. Αυτές οι περιοχές πολλές φορές δεν συνάδουν με τη φιλοσοφία και τους στόχους του αγροτουρισμού. Κτίρια σύγχρονα, που δεν είναι φιλικά ως προς την αρχιτεκτονική κληρονομιά, τις τοπικές ιδιαιτερότητες, τις απρόσωπες υπηρεσίες, την προσφορά αγαθών, ξεκομμένα από την παράδοση την τοπική τις περισσότερες φορές.

Όλη αυτή η κατάσταση είχε αποτέλεσμα να μην είναι σαφής ο προσανατολισμός των αγροτουριστικών επιχειρήσεων και το φαινόμενο κάθε επιχείρηση να ορίζει μόνη της, τις δικές της προδιαγραφές και τα πρότυπα με βάση την τι θέλει ο επιχειρηματίας, με βάση τις γνώσεις και τις εμπειρίες του πάνω στο αντικείμενο, τον προσωπικό του χαρακτήρα και την οικονομική του κατάσταση. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργήθηκαν αγροτουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες δεν είχαν καταφέρει να αξιοποιήσουν σωστά τις τοπικές ιδιαιτερότητες, να τις στηρίξουν αλλά και να στηριχτούν στην τοπική πολιτισμική κληρονομιά, να χειριστούν σωστά την εξέλιξη των τοπικών προϊόντων, γενικώς δεν μπόρεσαν να διαμορφώσουν ένα καλαίσθητο, ελκυστικό προϊόν για τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων που θα έρχονταν ως επισκέπτες.

Με το πέρασμα 20 χρόνων και με την απουσία θεσμικού πλαισίου η κατάσταση είναι κάπως διαφορετική. Μέσω των προγραμμάτων LEADER+, των Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ.), αλλά και άλλων προγραμμάτων αγροτουρισμού, οι φορείς διαχείρισης παρόλο που δεν είχαν δώσει την απαραίτητη βαρύτητα σε σημαντικά πράγματα όπως η αξιοποίηση των τοπικών ιδιαιτεροτήτων, η ποιότητα και αυθεντικότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, τη δικτύωση των επιχειρήσεων, όλα αυτά είχαν αποτέλεσμα τη δημιουργία καταλυμάτων σε αγροτικούς χώρους. Την ίδια περίοδο έγιναν σοβαρές προσπάθειες εκτός αναπτυξιακών προγραμμάτων σε όλη την Ελλάδα ενώ είχε

ληφθεί υπόψη η πολιτισμική ιδιαιτερότητα της κάθε περιοχής που στόχευε στην ποιότητα. Σε αυτό το διάστημα η προσπάθεια αυτή δεν καρποφόρησε αλλά σε ελάχιστες περιπτώσεις και αυτό δεν κατέστη δυνατό να μετατρέψουν τα προγράμματα σε εργαλεία χρήσιμα για να αναπτυχθεί η ουσιαστική ανάπτυξη και να ενδυναμωθούν οι επιχειρήσεις.

Η πρώτη σωστή προσπάθεια για το θεσπισμένο πλαίσιο για τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα έγινε το 2007, με τη σύσταση μιας μη κερδοσκοπικής εταιρείας που ονομάστηκε «Αγροξένια». Αυτή η εταιρεία συστήθηκε από επενδυτές – επιχειρηματίες, φυσικά πρόσωπα που ασχολούνταν με τον αγροτουρισμό και είχαν σκοπό να συντονιστούν και να συνεργαστούν οι επιχειρηματίες αλλά και των επιχειρήσεων του Αγροτουρισμού, την υποστήριξη οριοθέτησης του αντικειμένου του Αγροτουρισμού και την επίλυση των προβλημάτων του συγκεκριμένου χώρου.

Η εταιρεία «Αγροξένια» είχε εταίρους και μέλη, όπου ήταν επενδυτές – επιχειρηματίες όπου η ασχολία τους είναι άμεση με τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα αφού ασχολούνται με παραδοσιακά καφενεία, επιχειρήσεις τουρισμού, οργανωτές δραστηριοτήτων, βιοτεχνίες παραδοσιακών τροφίμων και τεχνών, ενώ μέλη της μπορούσαν να γίνουν όσοι είχαν ενδιαφέρον με τον αγροτουρισμό.

Η «Αγροξένια» είχε μεταξύ άλλων και κάποιους στόχους όπως: η Δημιουργία Θεσμικού Πλαισίου, η Αύξηση ζήτησης Αγροτουρισμού, το Συντονισμό των Επιχειρηματιών, την Υποστήριξη να λύνονται τα θέματα Αγροτουρισμού, την Ανταλλαγή επιχειρηματικών εμπειριών και απόψεων, Οριοθέτηση Αντικειμένων Αγροτουρισμού, Υποστήριξη τεκμηρίωσης θεμάτων, Διαμόρφωση και πιστοποίηση προδιαγραφών, Έκδοση περιοδικού τύπου, Πραγματοποίηση ελέγχων για την τήρηση των προδιαγραφών του Αγροτουρισμού όπως αυτές έχουν θεσπιστεί από το Υπουργείο.

Επίσης η «Αγροξένια» θεωρούσε σημαντική την οργάνωση προωθητικών μηχανισμών, για την προσέλκυση των επισκεπτών, ιδιαίτερα στις μέρες μας που η οικονομική κρίση έχει γίνει πολύ έντονη. Γι' αυτό το σκοπό έχει αναθέσει μια ομάδα που εργάζεται για εκείνη το σχεδιασμό portal και τη λειτουργία τουριστικού πρακτορείου φυσικού και ηλεκτρονικού για το καλύτερο δίκτυο των αγροτουριστικών καταλυμάτων της χώρας, το συντονισμό και τη συλλογική προώθηση, στα πρότυπα των άλλων ευρωπαϊκών ενώσεων αγροτουρισμού.

Προϋποθέσεις ένταξης μιας τουριστικής επιχείρησης στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Για να ενταχθεί μια τουριστική επιχείρηση σε αγροτουριστική επιχείρηση πρέπει να προϋποθέτει τα εξής:

Ποιοτικό σήμα λειτουργίας αγροτουρισμού:

Το να χορηγηθεί ποιοτικό σήμα αγροτουριστικής ανάπτυξης απαιτείται η αξιολόγηση της επιχείρησης από ανεξάρτητους αξιολογητές του Σ.Ε.Α.Γ.Ε που είναι δυο μέλη του Δ.Σ. και ένας Τεχνικός Αρχιτέκτονας, η οποία και σε πρώτη φάση είναι ο φορέας αξιολόγησης που χορηγεί το ειδικό ποιοτικό σήμα αγροτουριστικής μονάδας. Το ΣΕΑΓΕ μπορεί επίσης να δώσει και σε άλλους φορείς την ανάθεση του ποιοτικού σήματος λειτουργίας αγροτουρισμού ανάλογα με τις ανάγκες.

Όσες επιχειρήσεις ελέγχονται και δεν πληρούν τις προϋποθέσεις και τους όρους του χαρακτηρισμού να λέγονται αγροτουριστικές (η συγκέντρωση βαθμολογίας είναι κάτω από 40% των συνολικών μορίων της βαθμολογίας), έχουν τη δυνατότητα αν το επιθυμούν, να προσαρμόσουν τα στοιχεία ανάλογα με τις γραπτές υποδείξεις που κάνουν οι αξιολογητές μέχρι να προσαρμοστούν πλήρως στην απόκτηση του ποιοτικού σήματος.

Σε αυτό το διάστημα της προσαρμογής οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να κάνουν ένα προσωρινό σήμα «υπό αξιολόγηση αγροτουριστική επιχείρηση» μέχρι να έχουν νεότερη ενημέρωση και να φθάσουν τον ικανοποιητικό βαθμό βάσης ώστε να χαρακτηρίζονται αγροτουριστικές.

Κριτήρια αξιολόγησης αγροτουριστικής Επιχείρησης

Α. Καταλύματα: Βασικά κριτήρια αξιολόγησης για την διαμονή σε αγροτουριστικά καταλύματα είναι:

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ

Τα καταλύματα αυτά να έχουν κατηγοροποιηθεί ως μονάδες 3 κλειδιών και πάνω όταν πρόκειται για ενοικιαζόμενα δωμάτια και τριών αστέρων και πάνω όταν πρόκειται για ξενοδοχεία. Όπου υπάρχουν αδιαβάθμητες τουριστικές κατοικίες επιπλωμένες, αξιολογούνται όπως τα ενοικιαζόμενα δωμάτια – επιπλωμένων διαμερισμάτων εφόσον έχουν συμπληρώσει μόρια τριών κλειδιών, τότε είναι ικανά να αξιολογηθούν με επιπρόσθετα στοιχεία αξιολόγησης αγροτουριστικών επιχειρήσεων. (κριτήριο αποκλεισμού)

Η χωροθέτησή τους σε οικισμούς που έχουν λιγότερο από 2.000 κατοίκους (κριτήριο αποκλεισμού)

Εξαίρεση είναι τα ιστορικά αγροκτήματα όπου είναι σε διάφορα μέρη (Χανιά, Χίος κ.α.)

Η δυναμικότητά τους να είναι έως 40 κρεβάτια (κριτήριο αποκλεισμού)

Ο ιδιοκτήτης να έχει σχέση με αγροτική καλλιέργεια είτε αν είναι ιδιοκτήτης είτε αν είναι μισθωτής (κριτήριο αποκλεισμού)

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗ

Η εναρμόνιση των καταλυμάτων με τα τοπικά αρχιτεκτονικά πρότυπα (κριτήριο βαθμολόγησης) Παραδείγματος χάρη

ΚΤΙΡΙΟ - ΟΙΚΟΠΕΔΟ και ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ			
α/α	Βαθμολογούμενο κριτήριο	Μέγιστη Βαθμολογία	Αξιολόγηση
1	Το κτίριο είναι αξιόλογης αρχιτεκτονικής	500	
2	Στην κατασκευή του κτιρίου χρησιμοποιήθηκαν παραδοσιακά δομικά υλικά (Πέτρα , ξύλο, πλίνθος, επιχρίσματα, χρωματισμοί κ.α.)	300	
3	Το κτίριο διαθέτει εσωτερικά στοιχεία παραδοσιακής αρχιτεκτονικής (ξύλινα – πέτρινα πατώματα ή οροφές, τζάκια σαλόνια κ.α.)	200	
4	Το κτίριο είναι ισόγειο ή διώροφο. (χαμηλό κτίριο)	500	
5	Διαμορφώσεις περιβάλλοντος χώρου στην λογική του αγροτουρισμού	500	
6	Οικολογικό αποτύπωμα του κτιρίου	500	
7	Ύπαρξη συστημάτων ΑΠΕ	500	

Προσφορά πρωινού/γευμάτων βασισμένων στα τοπικά προϊόντα. (κριτήριο βαθμολόγησης)

Τοπική γαστρονομία			
α/α	Βαθμολογούμενο κριτήριο	Μέγιστη Βαθμολογία	Αξιολόγηση
1	Κουζίνα πλήρως εξοπλισμένη με συσκευές και σκεύη μαγειρικής.	500	
2	Αίθουσα φαγητού ή πρωινού	500	
3	Ποιότητα σερβιρίσματος (Τραπέζι με τραπεζομάντιλο, σκεύη κλπ.)	500*	
4	Μενού παραδοσιακών εδεσμάτων ή μπουφές παραδοσιακού πρωινού.	500*	
5	Χρήση τοπικών πρώτων υλών και προϊόντων	500*	
6	Χρήση πιστοποιημένων προϊόντων βιολογικής καλλιέργειας	500*	
ΜΕΓΙΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΜΟΡΙΩΝ		3000	

- Ενημερωτικό υλικό τουριστικών πόρων και τις συναφείς επιχειρήσεις της περιοχής (κριτήριο βαθμολόγησης) - άριστα το 500
- Να υπάρχει επικοινωνία με τους πελάτες τουλάχιστον σε μια ξένη γλώσσα (κριτήριο βαθμολογίας) – άριστα το 500
- Ασχολία και παρουσία στην επιχείρηση από τα μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη (κριτήριο βαθμολογίας) – κλιμάκωση με άριστα το 1000
- Πιστοποιητικό βιωματικής αγροτουριστικής επιμόρφωσης από τον ΣΕΑΓΕ (κριτήριο βαθμολογίας) – κλιμάκωση με άριστα το 2500

Μεθοδολογία αξιολόγησης

Σε πρώτη φάση αξιολογείται η κύρια δραστηριότητα ενώ οι δευτερεύοντες λαμβάνονται υπόψη με τη γενική άποψη της επιχείρησης.

Αν η μονάδα ξεπερνά τα κριτήρια αποκλεισμού τότε στη συνέχεια αξιολογείται ως εξής;

Γίνονται άθροισμα οι επί μέρους βαθμολογίες και μετά όποιος συγκεντρώσει έχει βαθμολογία από 40% - 60% της ανώτατης τότε μπορεί να λαμβάνει σήμα που είναι με το ένα στάχυ (ή ρόδι – να επιλεγεί). Αν όμως η βαθμολογία που λάβει είναι από 61% - 80% της ανωτάτης τότε λαμβάνει σήμα με δυο στάχυα και τέλος αν είναι άνω του 80% σήμα με τρία στάχυα.

Όμως αν κάποιος λάβει βαθμολογία κάτω του 40% τότε του γίνονται υποδείξεις γραπτές που έχουν να κάνουν με την προσαρμογή και όταν είναι έτοιμος θα επαναξιολογηθεί. Αν κάποιος δεν πληροί τα κριτήρια αποκλεισμού όμως υπάρχουν οι δυνατότητες προσαρμογής του προτείνεται η αναβάθμιση του σήματος λειτουργίας του ΕΟΤ και γίνεται η επαναξιολόγησή του.

Ο ρόλος και η δράση του ΣΕΑΓΕ (Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδος)

Ο ρόλος του ΣΕΑΓΕ είναι σημαντικός και για να επιτευχθούν οι στόχοι που έχει ορίσει έχει βάλει σε πρόγραμμα ορισμένες δράσεις όπως:

Να αξιοποιηθούν όλα τα μέσα δημοσιότητας, για να προωθηθούν τα αγροτουριστικά προϊόντα και οι επιχειρήσεις (συμμετοχή σε εκθέσεις Ελλάδα και εξωτερικό, ενημερωτικό υλικό)

Η συμμετοχή τόσο σε εθνικά όσο και σε διεθνή επιχειρηματικά δίκτυα

Συνεργασία με τοπικούς φορείς, επιχειρήσεις Οργανισμών Τοπικών Αυτοδιοικήσεων (Δήμοι, ΤΕΔΚ, Δημόσιες υπηρεσίες)

Συμμετοχή σε συμβάσεις προγραμμάτων από τοπικούς και διεθνής φορείς

Ανάληψη συντονισμένων δράσεων ώστε να γίνει κατανοητή η ανάγκη να υπάρξει συνεργασία μεταξύ των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, όπως και να διασφαλιστεί η ανάδειξη της ποιότητας των προϊόντων τα οποία παράγονται στην περιοχή.

Η ανάπτυξη άμεσων και αποτελεσματικών μηχανισμών που θα δίνουν πληροφόρηση και ενημέρωση των Ενώσεων και των επιχειρήσεων μελών της.

Διεθνής συνεργασία με ειδικούς σε θέματα που αφορούν την δικτύωση των επιχειρήσεων, την προβολή των προϊόντων, των υπηρεσιών και τη μεταφορά τεχνογνωσίας.

Η υλοποίηση και η προώθηση της συμμετοχής των αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε αναπτυξιακά προγράμματα συγχρηματοδοτούμενα, σε προγράμματα έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης, όπως επίσης και σε προγράμματα που καταρτίζουν και αναβαθμίζουν το ανθρώπινο δυναμικό.

Ο σχεδιασμός, η εκπόνηση και η συμμετοχή στις μελέτες και έρευνες που γίνονται και έχουν αντικείμενο την αγροτουριστική ανάπτυξη.

Η εφαρμογή συγκεκριμένων ποιοτικών προτύπων και προδιαγραφών, όπως HACCP και ISO, στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις.

Η ανάληψη πρωτοβουλιών για τη διαφύλαξη αλλά και την ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς.

Η διαφύλαξη και ανάδειξη παραδοσιακών, αισθητικών και καταναλωτικών προτύπων των επιμέρους περιοχών.

Η προστασία του περιβάλλοντος και η αξιοποίηση, ανάδειξη και προστασία περιοχών φυσικού κάλλους.

Η συνεργασία με ανάλογες πρωτοβουλίες οι οποίες υλοποιούνται σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες.

Η επίτευξη των παραπάνω στόχων αναμένεται να συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία μιας σειράς αποτελεσμάτων, τα οποία θεωρούνται ως εξαιρετικής σημασίας για τον ΣΕΑΓΕ, αναδεικνύοντας τον ουσιαστικό του ρόλο στην αειφόρο ανάπτυξη της χώρας μας.

Μεταξύ των αποτελεσμάτων που θα προκύψουν επισημαίνονται:

- Η δημιουργία συνθηκών βιώσιμης απασχόλησης στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις.
- Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στις Ενώσεις Αγροτουρισμού.
- Η ανάδειξη των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που προσφέρει η δικτύωση επιχειρήσεων σε τοπικό επίπεδο, επιδρώντας με αυτό τον τρόπο θετικά στην προσέλκυση και άλλων επιχειρήσεων να συμμετάσχουν στις Ενώσεις Αγροτουρισμού.
- Η βελτίωση των όρων διάθεσης και προώθησης των τοπικών προϊόντων.
- Η διατήρηση και προστασία τόσο του φυσικού περιβάλλοντος όσο και της πολιτιστικής κληρονομιάς των επιμέρους περιοχών.

Ο ΣΕΑΓΕ είναι αποτέλεσμα χρόνιας προσπάθειας επιχειρηματιών στο χώρο του τουρισμού υπαίθρου και αγροτουρισμού, να οργανωθούν και να προβάλουν ένα εναλλακτικό μοντέλο τουρισμού. Η περίοδος της οικονομικής κρίσης μεγέθυνε το αδιέξοδο της τουριστικής αγοράς και ανέδειξε όσο ποτέ την ανάγκη της «καινοτομίας» του εναλλακτικού τουρισμού ώστε να καταστεί στρατηγικός πυλώνας εξόδου από την χειμαζόμενη αγορά μικρής τουριστικής κλίμακας. Και τούτο γιατί δύναται να συνδεθεί οριζόντια, σε συνέργεια και συνεργασία, με τους περισσότερους κλάδους της οικονομίας μας και κύρια με τον πρωτογενή τομέα και παραγωγή.

Τα μέλη του ΣΕΑΓΕ

Μέλη του ΣΕΑΓΕ είναι οι Ενώσεις Αγροτουρισμού ανά περιφέρεια.

Οι Ενώσεις αυτές εκπροσωπούνται διαμέσου των εκλεγμένων διοικητικών τους συμβουλίων στον ΣΕΑΓΕ. Συγκεκριμένα είναι:

Η Ένωση Αγροτουρισμού Κρήτης

Η Ένωση Αγροτουρισμού Πελοποννήσου

Η Ένωση Αγροτουρισμού Ιονίων Νήσων

Η Ένωση Αγροτουρισμού Δυτικής Μακεδονίας

Η Ένωση Αγροτουρισμού Κεντρικής Μακεδονίας

Η Ένωση Αγροτουρισμού Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Προγράμματα Χρηματοδότησης Αγροτουρισμού

Προγράμματα LEADER

Το Leader είναι ένα πρόγραμμα ανάπτυξης της οικονομίας του αγροτικού χώρου. Ξεκίνησε το 1991 ως Κοινοτική (Ευρωπαϊκή) Πρωτοβουλία σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση, σαν ένα πείραμα που έδωσε στις τοπικές κοινωνίες των αγροτικών περιοχών την δυνατότητα και την ελευθερία να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν ένα Τοπικό Πρόγραμμα σύμφωνα με τις ανάγκες τους. Το Πρόγραμμα είχε - και έχει - μεγάλη επιτυχία, ιδίως σε σχέση με τον μικρό προϋπολογισμό που είχε τα πρώτα χρόνια εφαρμογής του.

Καθώς δεν καλύφθηκαν όλες οι αγροτικές περιοχές της χώρας από τα τοπικά Προγράμματα Leader, το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης εφάρμοσε από το 2000 έως και το 2015 με επιτυχία ένα παρόμοιας φιλοσοφίας και στόχευσης Πρόγραμμα - τα ΟΠΑΑΧ - για να συμπληρώσει τα "κενά" στις αγροτικές περιοχές που δεν υπήρχε Leader. Τα ΟΠΑΑΧ ήταν τα Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου. Κατά την τρέχουσα Προγραμματική Περίοδο, τα Leader "μεγάλωσαν" καλύπτοντας το σύνολο των περιοχών Leader και των ΟΠΑΑΧ. Στην Αργολίδα καλύπτουν σχεδόν το σύνολο του Νομού. Σήμερα βρίσκεται σε εξέλιξη ο νέος κύκλος της Περιόδου 2014 - 2020. Οι Αναπτυξιακές Εταιρείες έχουν ήδη εγκεκριμένα τοπικά προγράμματα και αναμένεται η έναρξη των πρώτων προσκλήσεων προς τους ιδιώτες.

Με τα Leader δίνεται η δυνατότητα υλοποίησης επενδύσεων δημόσιου και ιδιωτικού χαρακτήρα, με σκοπό την επίτευξη των στόχων των στρατηγικών τοπικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με όσα αναφέρονται στο τελικό κείμενο του εγκεκριμένου Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2014 -2020, το σύνολο των έργων θα είναι σύμφωνα με όσα προβλέπονται στη στρατηγική και το εγκεκριμένο τοπικό πρόγραμμα, και θα απευθύνονται στο σύνολο του τοπικού πληθυσμού.

Θα δοθεί έμφαση σε έργα που συμβάλουν:

- στην ενίσχυση της καινοτομίας και των καινοτόμων παρεμβάσεων για την ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας, της πολιτιστικής κληρονομιάς ή της τοπικής οικονομίας,
- στην ενίσχυση της καινοτομίας και των καινοτόμων παρεμβάσεων για την ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας, της πολιτιστικής κληρονομιάς ή της τοπικής οικονομίας,
- στη βελτίωση της επιχειρηματικότητας, της ανταγωνιστικότητας και την αύξηση της επισκεψιμότητας,
- στην ενίσχυση της διαφοροποίησης και των ενεργειών συνεργασίας, καθώς και την ανάδειξη της προστιθέμενης αξίας των τοπικών προϊόντων,
- στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης για τη μείωση της ανεργίας,
- στη μείωση της κάθε μορφής μετανάστευσης,
- στην εισαγωγή πρακτικών για την αειφόρο ανάπτυξη της περιοχής,
- στην ενίσχυση δράσεων για την αντιμετώπιση της φτώχειας, των κοινωνικών ανισοτήτων και της κοινωνικής απομόνωσης, την υποστήριξη των κοινωνικά ευάλωτων ομάδων,
- στην περιβαλλοντική αναβάθμιση των περιοχών εφαρμογής και στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας.

Στα Leader μπορούν να υλοποιηθούν παρεμβάσεις δημόσιου, αλλά και ιδιωτικού χαρακτήρα.

Τα έργα που θα χρηματοδοτηθούν στον ιδιωτικό τομέα θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του δευτερογενή και τριτογενή τομέα της τοπικής οικονομίας. Ενδεικτικές κατηγορίες έργων είναι:

- Ενέργειες συνεργασίας και δικτύωσης.
- Αύξηση της προστιθέμενης αξίας των γεωργικών και δασοκομικών προϊόντων.
- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της αλυσίδας αξίας του αγροδιατροφικού τομέα.
- Ενθάρρυνση τουριστικών δραστηριοτήτων.
- Στήριξη της δημιουργίας, εκσυγχρονισμού και επέκτασης ΜΜΕ.

Τι χρηματοδοτεί το Leader: Πιο συγκεκριμένα, στα Leader περιλαμβάνονται επενδύσεις του δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα, δηλαδή μεταποίηση, εμπορία & αγροτουρισμός. Πιο αναλυτικά οι κλάδοι της οικονομίας που χρηματοδοτούνται είναι οι εξής:

**Μεταποίηση, συσκευασία και εμπορία,
Οικοτεχνία,
Παροχή υπηρεσιών,
Παραγωγή ειδών διατροφής,
Χώροι εστίασης,
Επιχειρήσεις αγροτουριστικών καταλυμάτων,
Επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού, κτλ.**

Στα Leader δεν περιλαμβάνονται επενδύσεις στην πρωτογενή αγροτική παραγωγή (Σχέδια Βελτίωσης), ούτε μέτρα που να αφορούν ειδικότερα τους νέους & τους επαγγελματίες αγρότες. Η κυριότερη δράση του Leader θα αφορά την υλοποίηση ιδιωτικών και δημόσιων επενδύσεων (με περίπου 300 εκατ. ευρώ από τα συνολικά 400 εκατ. ευρώ για όλη την χώρα). Υπάρχουν κι άλλες δράσεις (δικτύωση, διακρατική συνεργασία κτλ.) που αφορούν κυρίως τις Εταιρείες που τα διαχειρίζονται.

Αγροτουρισμός στα Leader

Για την υλοποίηση των επενδύσεων σε τουριστικά καταλύματα μέσω των Leader, υπάρχει η Κοινή Υπουργική Απόφαση 2986 του Δεκεμβρίου 2016 στην οποία γίνεται ο προσδιορισμός των λειτουργικών μορφών και των κατηγοριών των τουριστικών καταλυμάτων και λοιπών τουριστικών εγκαταστάσεων που μπορούν να ενταχθούν στα προγράμματα αρμοδιότητας του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, (δηλαδή στα Leader). Στην Απόφαση αυτή ορίζεται με ακρίβεια τι είδους τουριστικό κατάλυμα και σε ποια περιοχή μπορεί να χρηματοδοτηθεί μέσα από το Πρόγραμμα.

Η σωστή προετοιμασία είναι απαραίτητη για την επιτυχία μιας πρότασης

Οι επενδύσεις στα Leader κατά κανόνα χρειάζονται αρκετή προετοιμασία. Εάν ενδιαφέρεστε για μια νέα επένδυση που μπορεί να ενταχθεί στα Leader, θα χρειαστεί καλός σχεδιασμός και προετοιμασία των αδειοδοτήσεων.

Η κοινοτική πρωτοβουλία Leader είναι το μέσο για τη πραγμάτωση της κοινοτικής πολιτικής για την αγροτική ανάπτυξη, που αφορά στο δεύτερο πυλώνα της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής. Στο πλαίσιο των στόχων αυτού του πυλώνα δεν εντάσσεται, μόνο η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του αγροτικού τομέα, αλλά και η ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων και πηγών απασχόλησης όπως αυτή του αγροτικού τουρισμού. Το Leader I αποτέλεσε την αρχή

μιας νέας προσέγγισης στην πολιτική αγροτικής ανάπτυξης, η οποία στηρίζεται στην ολοκληρωμένη και συμμετοχική προσέγγιση σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο. Με τη πρωτοβουλία Leader II γενικεύθηκε η προσέγγιση της πρωτοβουλίας Leader I, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στον καινοτόμο χαρακτήρα των σχεδίων.

Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας LEADER I υλοποιήθηκαν 25 προγράμματα ολοκληρωμένης αγροτικής ανάπτυξης από τις αντίστοιχες Ομάδες Τοπικής Δράσης σε 27 Νομούς της χώρας, ύψους Δημόσιας Δαπάνης 70 εκ. ευρώ περίπου (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader+, 2004). Υλοποιήθηκαν συνολικά 1,732 έργα και δράσεις, από τα οποία τα 807 αφορούσαν επενδύσεις αγροτουρισμού, τα 154 επαγγελματική κατάρτιση, τα 1,638 αφορούσαν ενέργειες τεχνικής στήριξης στην αγροτική ανάπτυξη, τα 258 επενδύσεις μικρών επιχειρήσεων και βιοτεχνιών, τα 264 επενδύσεις αξιοποίησης και εμπορίας της γεωργικής, δασοκομικής και αλιευτικής παραγωγής, τα 86 επενδύσεις προστασίας και ανάδειξης περιβάλλοντος και πολιτιστικής κληρονομιάς.

Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας LEADER II (1994-2001) εγκρίθηκε η εφαρμογή τοπικών προγραμμάτων 49 Ομάδων Τοπικής Δράσης και 7 θεματικών προγραμμάτων Συλλογικών Φορέων. Συνολικά εγκρίθηκε η υλοποίηση 3.270 έργων και δράσεων, η συνολική Δημόσια Δαπάνη των οποίων ανέρχεται σε 210,7 εκ. ευρώ περίπου. Ειδικότερα, εγκρίθηκαν 2 σχέδια απόκτησης ικανοτήτων, 70 δράσεις στα πλαίσια της τεχνικής στήριξης των Φορέων Υλοποίησης, 160 περίπου καταρτίσεις, 1,150 έργα αγροτικού τουρισμού και ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, 508 επενδύσεις μικρών επιχειρήσεων και βιοτεχνιών, 765 έργα αξιοποίησης και εμπορίας γεωργικής, δασοκομικής και αλιευτικής παραγωγής, 600 επενδύσεις προστασίας και ανάδειξης περιβάλλοντος και πολιτιστικής κληρονομιάς και 16 σχέδια διακρατικής συνεργασίας.

Όπως παρουσιάζεται στον παρακάτω Πίνακα 3.1, διαπιστώνεται ότι, τόσο ο αριθμός των παρεμβάσεων, όσο και οι δεσμεύσεις σε όρους δημόσιας δαπάνης αφορούσαν στη συντριπτική τους πλειοψηφία το Σκέλος Β. Πιο συγκεκριμένα, από το σύνολο των παρεμβάσεων, το 99,4% αφορούσε παρεμβάσεις του Σκέλους Β, ενώ το υπόλοιπο 0,6% περίπου τα υπόλοιπα δύο άλλα Σκέλη.

ΣΚΕΛΟΣ/ΜΕΤΡΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΩΝ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΩΝ	ΠΟΣΟ ΔΕΣΜΕΥΣΗΣ (σε εκατ. δρχ)	ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ & ΠΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ (σε εκατ. δρχ)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ
Α. ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ	2	28	24,61	88%
Β. ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	3253	66.898,95	40.117,65	60%
Γ. ΔΙΑΚΡΑΤΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ	16	310,56	32,87	10,60%
ΣΥΝΟΛΟ	3271	67.237,51	40.178,18	60%

LEADER - LEADER I : Η κοινοτική πρωτοβουλία Leader (1991-1993) κατέστησε δυνατή τη πειραματική εφαρμογή προσεγγίσεων σε ενδογενή και τοπική κλίμακα, συχνά με καινοτόμο χαρακτήρα για την αγροτική ανάπτυξη.

LEADER II : Ο αγροτουρισμός δεν αποτελεί αυτοσκοπό, αλλά πολιτική της Περιφέρειας που έρχεται να ενισχύσει την ύπαιθρο σε όλους εκείνους τους τομείς που χρειάζεται υποστήριξη.

Στόχοι της ενέργειας:

- Η δημιουργία συμπληρωματικής ή εναλλακτικής απασχόλησης για τους αγροτικούς πληθυσμούς, βελτιώνοντας το εισόδημα τους
- Η δημιουργία προϋποθέσεων συγκράτησης του τοπικού πληθυσμού στην ενδοχώρα
- Η στήριξη των γεωργικών δραστηριοτήτων
- Η ανάπτυξη της τοπικής αγοράς και την πώληση αγροτικών προϊόντων
- Η ανάδειξη και διαχείριση των φυσικών, ιστορικών και πολιτιστικών πόρων της ενδοχώρας
- Η προώθηση της εσωτερικής συνοχής των περιοχών αυτών δια μέσου της διακοινοτικής συνεργασίας
- Η ενεργοποίηση του ενδογενούς δυναμικού σε νέες κατευθύνσεις
- Η δημιουργία προτύπων καινοτομικών αγροτουριστικών προϊόντων
- Η λήψη μέτρων περιβαλλοντικής προστασίας και διαχείρισης

Το εθνικό πρόγραμμα LEADER έχει υιοθετήσει δυο αναπτυξιακούς στόχους οι οποίοι είναι:

Η υψηλή ποιότητα της αειφόρου ανάπτυξης της υπαίθρου μέσω πιλοτικών εφαρμογών, όπου με τον τρόπο αυτό βελτιώνεται και αυτό έχει ως επιδίωξη την ανταγωνιστικότητα των αγροτικών περιοχών. Μέσα από τις ολοκληρωμένες παρεμβάσεις που γίνονται στις περιοχές ενισχύεται η ανάπτυξή τους, έχοντας σκοπό να μειωθούν οι ανισότητες που παρατηρούνται στην ποιότητα ζωής των κατοίκων μεταξύ των ορεινών και μη ορεινών περιοχών.

Ο δεύτερος στόχος είναι η ενίσχυση της προσπάθειας αυτής για άρση της απομόνωσης σε όλα τα επίπεδα που αφορούν την κοινωνική και οικονομική ζωή. Ο συγκεκριμένος στόχος βρίσκεται σε αντιστοιχία με τις προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ανάπτυξη και τη διατήρηση ενός βιώσιμου κοινωνικού ιστού στις αγροτικές περιοχές.

Η Κοινοτική πρωτοβουλία LEADER περιλαμβάνει τέσσερις άξονες – προτεραιότητες όπου η κάθε μια από αυτές διαθέτει δράσεις που έχουν να κάνουν ανάλογα με τα μέτρα που εντάσσονται. Οι άξονες προτεραιότητας του υπό εξέταση προγράμματος είναι:

Άξονας προτεραιότητας 1 «Ολοκληρωμένες και πιλοτικού χαρακτήρα στρατηγικές αγροτικής ανάπτυξης». Είναι ο βασικός άξονας της πρωτοβουλίας LEADER, εφόσον έχει τη μεγαλύτερη χρηματοδοτική βαρύτητα και είναι βασικό να περιλαμβάνεται σε όλα τα τοπικά αναπτυξιακά σχέδια που θα υποβληθούν. Αυτό ο άξονας αποτελείται από τέσσερα μέτρα που περιλαμβάνουν δράσεις υλοποίησης της υπό εξέτασης πρωτοβουλία. Τα μέτρα και οι αντίστοιχες δράσεις για του 1^{ου} άξονα Προτεραιότητας είναι:

α. Μέτρο 1.1 «Τεχνική Στήριξη των Φορέων Υλοποίησης (Ομάδων Τοπικής Δράσης). Αφορά δράσεις όπως η υποστηρικτική ενίσχυση των φορέων υλοποίησης προγραμμάτων τόσο σε προσωπικό όσο και σε τεχνολογικό εξοπλισμό για να είναι σε θέση να αξιολογούν τα

επενδυτικά προγράμματα και να προχωρούν σε ενέργειες που έχουν στόχο την ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας της υπαίθρου

β. Μέτρο 1.2 «Ενίσχυση στις επενδύσεις – Στήριξη στην Επιχειρηματικότητα». Αυτό το μέτρο αναφέρεται σε δράσεις οι οποίες έχουν να κάνουν με θέματα του αγροτουρισμού, όπως να αναδειχθούν οι εναλλακτικές μορφές του τουρισμού και πιο πολύ του αγροτουρισμού, μέσα σε επαγγελματικά πρότυπα και ανεπτυγμένα δίκτυα κι έτσι ενισχύεται η δυναμικότητα που έχουν οι αγροτικές περιοχές και ιδιαίτερα η δυναμικότητα των μειονεκτικών ορεινών περιοχών. Με το μέτρο αυτό, επιτυγχάνεται η ανάδειξη των αγροτικών επιχειρήσεων, μέσα από την προώθηση νέων τεχνικών, την εφαρμογή της σύγχρονης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας ώστε να έχουμε την αναβάθμιση της τοπικής οικονομίας.

γ. Μέτρο 1.3 «Υποστηρικτικές Ενέργειες» Το μέτρο αφορά την προώθηση των ενεργειών που γίνονται για την ενίσχυση των δράσεων για την ολοκληρωμένη βιώσιμη ανάπτυξη της υπαίθρου και των ενεργειών από συλλογικούς φορείς.

δ. Μέτρο 1.4 «Προστασία, Ανάδειξη και Αξιοποίηση Φυσική και Πολιτιστικής Κληρονομιάς». Αναφέρεται σε δράσεις που μέσα από αυτές αναδεικνύεται η ταυτότητα και η φυσιογνωμία μιας περιοχής, αλλά και σε θέματα προστασίας περιοχών φυσικού κάλλους, όπως περιοχές NATURA.

Άξονας Προτεραιότητας 2 «Στήριξη Συνεργασίας μεταξύ αγροτικών περιοχών». Στόχος του είναι να καταφέρουν οι αγροτικές περιοχές να ξεφύγουν από την απομόνωση όπου έχουν περιέλθει και αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσα από την συνεργασία, την ανταλλαγή απόψεων και εμπειριών από όλους τους φορείς που εμπλέκονται σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Αυτό ο άξονας αποτελείται από δυο επιμέρους μέτρα που είναι:

α. Μέτρο 2.1 «Συνεργασία μεταξύ περιοχών της χώρας: Διατοπική και Διαπεριφερειακή Συνεργασία»

β. Μέτρο 2.2 «Διακρατική Συνεργασία»

Άξονας Προτεραιότητας 3 «Δικτύωση» Ο Άξονας αυτός αφορά στη στήριξη της λειτουργίας του Ελληνικού Δικτύου LEADER και τη στήριξη του σχεδίου δράσης της Μονάδας Εμπψύωσης Δικτύου LEADER (Μ.Ε.Δ.) και αποτελείται από τα αντίστοιχα μέρη:

α. Μέτρο 3.1 «Λειτουργία δικτύου LEADER» Αναφέρεται στο δίκτυο LEADER όπου συμμετέχουν οι ομάδες τοπικής δράσης και φορείς αγροτικής ανάπτυξης που συνεργάζονται προκειμένου να υπάρξουν χρήσιμα συμπεράσματα από τις ξεχωριστές εμπειρίες και γνώσεις που διαθέτουν.

β Μέτρο 3.2 «Μονάδα Εμπψύωσης Δικτύου LEADER+ (Μ.Ε.Δ.)». Η μονάδα αυτή είναι ο φορέας που σκοπός του είναι η υποστήριξη των ενεργειών και εκδηλώσεων που κρίνονται απαραίτητα και απαιτούνται για την μετάδοση και τη διακίνηση της πληροφορίας μέσα στο δίκτυο το οποίο έχει δημιουργηθεί.

Άξονας Προτεραιότητας 4. «Διαχείριση – Παρακολούθηση – Αξιολόγηση του Προγράμματος». Αυτός ο Άξονας έχει να κάνει με τις επιτροπές που δημιουργούνται και ασχολούνται με θέματα διαχείρισης, παρακολούθησης και αξιολόγησης των προγραμμάτων και σκοπό έχουν να συντονίζονται, να ελέγχονται και να έχουν επιτυχία όλες οι διαδικασίες της εφαρμογής του LEADER+, και να υπάρχει συνεργασία μεταξύ των φορέων που εμπλέκονται. Μέσω της αξιολόγησης, οι προηγούμενες εμπειρίες αξιοποιούνται για τη δημιουργία προτύπων καλών πρακτικών που θα αποτελέσουν τους προπομπούς για την σωστή λειτουργία του LEADER+.

Προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης

EQUAL: Η κοινοτική πρωτοβουλία EQUAL σχεδιάστηκε για να ενισχύσει την ευρωπαϊκή στρατηγική απασχόλησης. Είναι ένα πεδίο πειραματισμού πάνω σε νέες μορφές συνεργασίας σε τοπικό εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο με στόχο την αντιμετώπιση των διακρίσεων και των ανισοτήτων στην αγορά εργασίας.

Κύριοι στόχοι είναι:

- Η βελτίωση της απασχόλησης
- Η ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος
- Η ενθάρρυνση της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και των απασχολούμενων
- Η ενίσχυση των πολιτικών ίσων ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες
- Η υποστήριξη της κοινωνικής επαγγελματικής ένταξης των αιτούντων άσυλο

Το σχέδιο δράσης περιλαμβάνει μια σειρά από 13 υποέργα. Στα πλαίσια ενός υποέργου, προβλέπεται η εκπόνηση 3 μελετών, μέσω των οποίων θα προκύψουν οι προδιαγραφές συμβουλευτικής και τεχνικής υποστήριξης για τους θεματικούς τομείς του προγράμματος (αγροτική παραγωγή, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, καινοτόμες μικρομεσαίες μεταποιητικές επιχειρήσεις). Η εκπόνηση των τριών μελετών θεωρείται απαραίτητη για την ορθή υλοποίηση του έργου, γιατί κάθε θεματικό αντικείμενο απαιτεί διαφορετική προσέγγιση σε συνάρτηση με τις ανάγκες και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι διακριτές ομάδες.

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία Ο.Π.Α.Α.Χ (Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου): Τα Ο.Π.Α.Α.Χ ανήκουν στον άξονα 7 του Ε.Π. (Επιχειρησιακού προγράμματος) Αγροτικής Ανάπτυξης Ανασυγκρότησης της Υπαίθρου 2000-2006 και του άξονα 4 του Π.Ε.Π (Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Ηπείρου) 2000-2006. Αποτελούν μια καινοτόμο ολοκληρωμένη προσέγγιση για την αγροτική ανάπτυξη. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει μια σειρά μέτρων, τα περισσότερα των οποίων βασίζονται στο άρθρο 33 του Καν. Εκ 1257/99, τα οποία εφαρμόζονται σε επιλεγμένες ορεινές περιοχές της χώρας.

Κύριοι στόχοι:

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής γεωργίας
- Βιώσιμη και ολοκληρωμένη ανάπτυξη της υπαίθρου
- Διατήρηση του περιβάλλοντος και της κοινωνικής συνοχής για όλο τον αγροτικό πληθυσμό
- Βελτίωση της ηλιακής σύνθεσης του αγροτικού πληθυσμού

- Βελτίωση των υποστηρικτικών μηχανισμών και ενημέρωση του αγροτικού πληθυσμού με αξιοποίηση νέων τεχνολογιών

- Παρεμβάσεις στο αγροτικό προϊόν

- Ανάπτυξη και προστασία φυσικών πόρων και περιβάλλοντος

- Προγράμματα ανάπτυξης αγροτικού χώρου

Οι κύριοι στόχοι του άξονα είναι :

- Η προστασία των οικονομικά και κοινωνικά ασθενέστερων περιοχών, καθώς και εκείνων που πλήττονται απ' τις αναπόφευκτες διαρθρωτικές μεταβολές και την προσαρμογή της ελληνικής οικονομίας στις διεθνείς εξελίξεις

- Η προώθηση της μείωσης των ανισοτήτων στις ευκαιρίες και στις αμοιβές μεταξύ φύλων, ομάδων του πληθυσμού

- Συνέχιση της προσπάθειας μείωσης περιφερειακών ανισοτήτων και στήριξη της ανάπτυξης στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές της χώρας, επανένταξη των ορεινών περιοχών και του νησιωτικού χώρου στο εθνικό παραγωγικό σύστημα, έτσι ώστε να αποφευχθεί η περιθωριοποίησή τους (Περιφέρεια Κρήτης, 2005)

LEONARDO DA VINCI: Η «Ευρωπαϊκή αναπτυξιακή και εκπαιδευτική εταιρεία» ανέλαβε μετά από έγκριση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την υλοποίηση της πρότασης «Εναλλακτικές μορφές απασχόλησης - Συνεχιζόμενη κατάρτιση στις αγροτικές περιοχές» στα πλαίσια του προγράμματος LEONARDO DA VINCI. Το πρόγραμμα είχε διάρκεια δύο ετών (Ιανουάριος 2005-Δεκέμβριος 2006) και υλοποιήθηκε με τη βοήθεια εταίρων από την Ισπανία, Πολωνία, Βουλγαρία, και Ρουμανία. Από την Ελλάδα εταίρος ήταν η ΕΑΣ Μεσολογγίου. Το έργο αφορούσε στην ικανοποίηση των αναγκών αγροτικών περιοχών για επαγγελματική κατάρτιση σε εναλλακτικές μορφές απασχόλησης σε δύο βασικές περιοχές - ειδικό τουρισμό (αγροτικό, υπαίθριο, οικολογικό, ορειβατικό, ιστορικό, κυνηγετικό), όπως και σε βιοκαλλιέργειες. Οι έξι αυτοί τομείς συνδέονται μεταξύ τους και η ικανοποίηση των σχετικών αναγκών εκπαίδευσης θα συνεισφέρει στην προσαρμοστικότητα και επιχειρηματικότητα και στη σταθερή ανάπτυξη των περιοχών δράσης.

Η «Ευρωπαϊκή Αναπτυξιακή και Εκπαιδευτική Εταιρεία» (EYPANЕК) δραστηριοποιείται στα ευρωπαϊκά προγράμματα από το 1991 και έχει συμμετάσχει σε πολλά εκπαιδευτικά και αναπτυξιακά έργα. Πρόκειται για μια μη κερδοσκοπική οργάνωση που ιδρύθηκε από τις εταιρείες του Διεθνούς Εκπαιδευτικού Ομίλου Δέλτα, για να διοχετεύσει την εμπειρία του ομίλου προς τις αναπτυσσόμενες χώρες της ανατολικής Ευρώπης, του Ευξείνου Πόντου και της Μέσης Ανατολής. Η εταιρεία έχει αναλάβει και εκτελέσει με επιτυχία πολλά αναπτυξιακά προγράμματα και μεταξύ αυτών αρκετά αναφέρονται στην Αγροτική Οικονομία.

INTERREG I.II.III: Τα Interreg I (1989-1995) και II (1994-1999) περιλάμβαναν υποδομές, κατασκευές, και αθλητικά τουριστικά κέντρα, πολιτισμική συνεργασία, και προώθηση του αγροτουρισμού. Άλλο ένα πρόγραμμα, που συμμετέχει με τη παρουσία του, είναι το Interreg III ως συνέχεια των Interreg I και II και έχει διάρκεια 2 έτη. Ο κύριος στόχος

του προγράμματος είναι η προάσπιση της και της στρατηγικής, η αειφόρος ανάπτυξη και η μεγέθυνση του Ευρωπαϊκού οικονομικού χώρου στα Βαλκάνια.60

Σε μία αναλυτική παράθεση των στόχων φαίνονται τα εξής :

- Η υποστήριξη της γεωγραφικής και επικοινωνιακής απομόνωσης της περιοχής (βελτίωση της περιοχής της Θεσσαλονίκης που μπορεί να συνεισφέρει ουσιαστικά να ξεπεραστούν προβλήματα γεωγραφικής και επικοινωνιακής απομόνωσης)

- Η βελτίωση της ασφάλειας των συνόρων, η αειφόρος οικονομική ανάπτυξη και προώθηση της απασχόλησης

- Η αναβάθμιση της περιοχής με σκοπό να έρθει σε επαφή με κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά θέματα. Η εκμετάλλευση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων πρέπει να συνδυαστεί με δύο στόχους -προστασία και προώθηση- και πρέπει να υποστηρίζει παράλληλα την προώθηση της σύγχρονης πολιτιστικής δημιουργικότητας (θέατρο, μουσική, ζωγραφική, μουσική, βιβλία κτλ) Ιδιαίτερη βαρύτητα πρέπει να δοθεί στην προστασία των βυζαντινών μνημείων τα οποία αποτελούν την κοινή πολιτιστική μας κληρονομιά.

Το Interreg III περιλαμβάνει τέσσερις άξονες δράσης:

- Την συνοριακή υποδομή

- Την αειφόρο οικονομική ανάπτυξη και απασχόληση

- Την ποιότητα του περιβάλλοντος ζωής και πολιτισμού

- Την τεχνική υποδομή

Ψηφιακές Ενισχύσεις

Η νέα Δράση "**Ψηφιακό Βήμα**" στοχεύει στην ψηφιακή αναβάθμιση των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Προϋπολογισμός της Δράσης: 84.400.000 ευρώ για το σύνολο των περιφερειών της χώρας.

Η Δράση συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης και από εθνικούς πόρους.

Δικαιούχοι της Δράσης: Υφιστάμενες πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες πριν την ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης:

- έχουν κλείσει τουλάχιστον δυο (2) πλήρεις διαχειριστικές χρήσεις και τηρούν Απλογραφικά ή Διπλογραφικά βιβλία μέχρι τις 31.12.2017,
- διαθέτουν έναν τουλάχιστον επιλέξιμο ΚΑΔ δραστηριότητας που δεν συμπεριλαμβάνεται στο Παράρτημα IV ΜΗ ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΚΑΔ).

Επενδυτικά Σχέδια & Επιδότηση: Επενδυτικά σχέδια από 5.000 ευρώ έως 50.000 ευρώ, Επιδoteίται το 50% των επιλέξιμων δαπανών.

Βασικές Προϋποθέσεις Συμμετοχής: Οι επιχειρήσεις θα πρέπει:

- Να εμφανίζουν την τελευταία τριετία, τουλάχιστον ένα θετικό αποτέλεσμα προ φόρων και αποσβέσεων
- Να προσκομίσουν κατά την υποβολή της αίτησης χρηματοδότησης αποδεικτικά στοιχεία εξασφάλισης σε ποσοστό τουλάχιστον 60% της ιδιωτικής συμμετοχής του επενδυτικού σχεδίου
- Να λειτουργούν νόμιμα διαθέτοντας την κατάλληλη, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, άδεια λειτουργίας
- Να υποβάλλουν δαπάνες που δεν έχουν χρηματοδοτηθεί και δεν έχουν ενταχθεί σε άλλο πρόγραμμα που χρηματοδοτείται από εθνικούς ή κοινοτικούς πόρους
- Να μην περιλαμβάνονται ως δικαιούχοι σε αποφάσεις ανάκλησης παλαιότερων δράσεων που αφορούν την ψηφιακή τεχνολογία
- Να πραγματοποιήσουν μία επενδυτική πρόταση ανά Α.Φ.Μ., αποκλειστικά σε μία μόνο Περιφέρεια
- Να υποβάλλουν επενδυτικό σχέδιο που να αφορά σε επιλέξιμο ΚΑΔ.

Επιδοτούμενες Δαπάνες

- Προμήθεια, μεταφορά, εγκατάσταση και λειτουργία, νέων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού ΤΠΕ, απαραίτητου για τη λειτουργία της επιχείρησης και την εξασφάλιση των παρεχόμενων υπηρεσιών
- Προμήθεια και παραμετροποίηση λογισμικού
- Ηλεκτρονικό κατάστημα απαραίτητα με χαρακτηριστικά: 2 τουλάχιστον γλώσσες, Mobile responsive, Λογισμικά παραγγελιοληψίας, αποθήκευσης και ηλεκτρονικών πληρωμών
- Υπηρεσίες που αφορούν σε:

φιλοξενία (hosting, collocation)

σύνδεση στο διαδίκτυο

ψηφιακή διαφήμιση (google ads, facebook ads)

ανάπτυξη ψηφιακού υλικού διαφήμισης

ανάπτυξη ή/και πιστοποίηση ψηφιακής πολιτικής ασφάλειας,

μεταφορά δεδομένων ή παραμετροποίηση λογισμικού

μισθολογικό κόστος εργαζομένων (νέο προσωπικό).

Ψηφιακή Κατάταξη Επιχείρησης

Κάθε επιχείρηση πριν την υποβολή του επενδυτικού σχεδίου, θα πρέπει να συμπληρώσει ερωτηματολόγιο και να αποτυπώσει την υφιστάμενη ψηφιακή της κατάσταση (εξοπλισμός ΤΠΕ τελευταίας τριετίας, λογισμικό, ψηφιακές υπηρεσίες, λοιπά στοιχεία ΤΠΕ).

Με βάση την ψηφιακή της κατάσταση κατατάσσεται αυτόματα σε μία από τις τέσσερις (4) ψηφιακές βαθμίδες που ορίζουν τα επίπεδα ψηφιακής ωριμότητας σύμφωνα με την αναλυτική Πρόσκληση.

Το επενδυτικό σχέδιο θα πρέπει να στοχεύει στην ψηφιακή αναβάθμιση της επιχείρησης τουλάχιστον κατά 1 βαθμίδα. Ενδεικτικά:

- από ψηφιακή βαθμίδα (Δ) σε (Γ)
- από ψηφιακή βαθμίδα (Γ) σε (Β) κ.ο.κ.

Επιλέξιμες επιχειρήσεις για υποβολή αίτησης ενίσχυσης είναι επιχειρήσεις οι οποίες πληρούν τις ακόλουθες βασικές προϋποθέσεις συμμετοχής:

- Να εμφανίζουν την τελευταία τριετία, τουλάχιστον ένα θετικό αποτέλεσμα προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων.
- Να προσκομίσουν κατά την υποβολή της αίτησης χρηματοδότησης αποδεικτικά στοιχεία εξασφάλισης σε ποσοστό τουλάχιστον 60% της ιδιωτικής συμμετοχής του επενδυτικού σχεδίου.
- Να λειτουργούν νόμιμα διαθέτοντας την κατάλληλη, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, άδεια λειτουργίας.
- Να υποβάλλουν δαπάνες που δεν έχουν χρηματοδοτηθεί και δεν έχουν ενταχθεί σε άλλο πρόγραμμα που χρηματοδοτείται από εθνικούς ή κοινοτικούς πόρους.
- Να μην περιλαμβάνονται ως δικαιούχοι σε αποφάσεις ανάκλησης παλαιότερων δράσεων που αφορούν την ψηφιακή τεχνολογία.
- Να πραγματοποιήσουν μία επενδυτική πρόταση ανά ΑΦΜ, αποκλειστικά σε μία μόνο περιφέρεια.
- Να υποβάλουν επενδυτικό σχέδιο που να αφορά επιλέξιμο ΚΑΔ.

Επισημαίνεται ότι από τη δράση αποκλείονται επιχειρήσεις που διαθέτουν έστω και έναν από τους παρακάτω μη επιλέξιμους ΚΑΔ: 01. Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες. 02. Δασοκομία και υλοτομία 03. Αλιεία και υδατοκαλλιέργεια.

Επιλέξιμες δαπάνες. Σύμφωνα με τον οδηγό της δράσης, επιλέξιμες για ενίσχυση είναι δαπάνες που αφορούν σε:

- Προμήθεια, μεταφορά, εγκατάσταση και λειτουργία νέων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού ΤΠΕ, απαραίτητου για τη λειτουργία της επιχείρησης και την εξασφάλιση των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Προμήθεια και παραμετροποίηση λογισμικού.
- Ηλεκτρονικό κατάστημα απαραίτητα με χαρακτηριστικά: δύο τουλάχιστον γλώσσες. Mobile responsive. Λογισμικά παραγγελιοληψίας, αποθήκευσης και ηλεκτρονικών πληρωμών.
- Υπηρεσίες που αφορούν σε: φιλοξενία (hosting, collocation) σύνδεση στο Διαδίκτυο, ψηφιακή διαφήμιση (google ads, facebook ads). Ανάπτυξη ψηφιακού υλικού διαφήμισης. Ανάπτυξη ή/και πιστοποίηση ψηφιακής πολιτικής ασφάλειας, μεταφορά δεδομένων ή παραμετροποίηση λογισμικού. Μισθολογικό κόστος εργαζομένων (νέο προσωπικό).

Επισημαίνεται ότι οι δαπάνες είναι επιλέξιμες μετά την ημερομηνία υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης. Κάθε επιχείρηση πριν από την υποβολή του επενδυτικού σχεδίου, θα πρέπει να συμπληρώσει ερωτηματολόγιο και να αποτυπώσει την υφιστάμενη ψηφιακή της κατάσταση (εξοπλισμός ΤΠΕ τελευταίας τριετίας, λογισμικό, ψηφιακές υπηρεσίες, λοιπά στοιχεία ΤΠΕ). Με βάση την ψηφιακή της κατάσταση κατατάσσεται αυτόματα σε μία από τις τέσσερις ψηφιακές βαθμίδες που ορίζουν τα επίπεδα ψηφιακής ωριμότητας σύμφωνα με την αναλυτική πρόσκληση. Το επενδυτικό σχέδιο θα πρέπει να στοχεύει στην ψηφιακή αναβάθμιση της επιχείρησης τουλάχιστον κατά 1 βαθμίδα

Επίλογος – Συμπεράσματα

Ο Αγροτουρισμός αποτελείται ένα σύνολο δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας που έχουν ενταχθεί στον αγροτικό χώρο και έχουν άμεση σχέση με το φυσικό περιβάλλον και τον αγροτικό τρόπο ζωής. Έτσι έχει ως αποτέλεσμα να φέρνει τον άνθρωπο κοντά στην φύση, να τον βοηθά να ικανοποιήσει τις ψυχοβιολογικές του ανάγκες και να επιτύχει την ψυχική και την σωματική ανάταση με σχετικά χαμηλό κόστος.

Η Ελλάδα δεν θα σταματήσει να είναι συνυφασμένη με τον μαζικό τουρισμό, αλλά δεν ξεχνάμε πως διαθέτει εξαιρετικούς και ποικίλους τουριστικούς πόρους οι οποίοι και μπορούν να αξιοποιηθούν και να αναδείξουν ένα νέο εναλλακτικό πρόσωπο, ένα ήπιο τουριστικό μοντέλο, ένα ποιοτικό προϊόν προσανατολισμένο σε ένα εξίσου ποιοτικό τμήμα της αγοράς. Στον ελλαδικό χώρο, το πρόβλημα του οικονομικού και δημογραφικού μαρασμού της υπαίθρου είναι ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα.

Έτσι ο αγροτουρισμός είναι μια πολλά «υποσχόμενη» ευκαιρία να εκμεταλλευτούμε τη γεωγραφική μας θέση, το φυσικό πλούτο και την αυξανόμενη ζήτηση των τουριστών για επαφή με τη φύση και την γνωριμία διάφορων πολιτισμών ώστε να οδηγηθεί ο τουρισμός μας σε υψηλά επίπεδα. Γι' αυτό το λόγο τα έργα υποδομής θα πρέπει να είναι ικανά να δεχθούν επισκέπτες αλλά και να υπάρχουν μακροπρόθεσμες επενδύσεις.

Ο αγροτουρισμός δεν είναι απλώς μια συνηθισμένη μορφή τουρισμού με θνησιγενή χρονικό ορίζοντα, αλλά είναι μια διαφορετική προσέγγιση στο νέο μοτίβο ζωής των ανθρώπων και απαιτούνται να γίνονται σωστές ενέργειες ώστε να συντεθεί μία συνισταμένη, μία νέα πραγματικότητα και ένα αναπτυξιακό πρόσταγμα που θα μπορέσει να δώσει σάρκα και οστά στο εθνικό όραμα της διεξόδου από την κρίση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Αρχέλων, Μεσόγειος SOS, Ελληνική Ορνιθολογική Εταιρεία, Ελληνική Εταιρεία Προστασίας του Περιβάλλοντος και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης, MOM, WWF Ελλάς, (2005) Αναφορά για την κατάσταση του συστήματος προστατευόμενων περιοχών στην Ελλάδα. Αθήνα

Αξιολόγηση του προγράμματος Αγροτουρισμού-Αγροβιοτεχνίας και Παράλληλων Δράσεων (Κανονισμός Ε.Ο.Κ. 950/97) - Τελική Έκθεση, Τεύχος Α', Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών- Υπουργείο Γεωργίας, Αθήνα 1999

Αποστολόπουλος, Κ., Θεοδωροπούλου, Ε., Τσακατούρα, Α. (2000), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού Υπαίθρου, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Αθήνα

Αποστολόπουλος, Κ., Σδράλη, Δ. (2007), Σημειώσεις μαθήματος «*Ηπιες μορφές τουρισμού*», Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα

Βασιλειάδου, Ε. (2008), Μεταπτυχιακή Ερευνητική Εργασία: Διαχείριση Ποιότητας στον Αγροτουρισμό. Αθήνα

Ελληνική Προδιαγραφή ΕΛ.Ο.Τ. ΠΡΔ 1417, Αγροτουρισμός - Ορολογία και γενικές απαιτήσεις για τους παρόχους υπηρεσιών αγροτουρισμού, ΕΛ.Ο.Τ., Αθήνα, 2003.

Παπακωνσταντίνου, Δ. (2009), *Θεσμικό πλαίσιο για τον αγροτουρισμό*, <http://www.askjim.gr/agro/?p=4271>

Παρατσιώκας, Ν, Danchev, S (2012) Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία. Ίδρυμα οικονομικών & βιομηχανικών ερευνών.

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Αγροτική Ανάπτυξη - Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000- 2006", Διαθέσιμο μέσω διαδικτύου <http://www.agrotikianartixi.gr/>

Υπουργείο Γεωργίας, Το LEADER +, Διαθέσιμο μέσω διαδικτύου <http://www.minagric.gr/greek>

Υπουργείο Γεωργίας, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader+, τόμος Β, Εκ των Προτέρων Αξιολόγηση του Εθνικού Προγράμματος Leader+

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

www.agro-tour.gr

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

www.agroxenia.net

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

http://www.tovima.gr/printed_post/epanekkinisi-gia-ton-agrotourismo/

<https://www.semifind.gr/news/view/Nea/2060/agrotes-agrotoyrismos-kai-anaptyxi>

<https://agrosimvoulos.gr/programma-agrotourismou/>

banks.com.gr

<http://www.hersonisos.gr>

<https://money-tourism.gr/insete-to-elliniko-toyristiko-proion-yperterei-ton-antagonistikon-proorismou/>

<http://bigbusiness.gr> Ο θρίαμβος του ελληνικού τουρισμού, οι καλές προοπτικές και οι απαιτούμενες επενδύσεις

<http://www.airnews.g>

www.ellinikigeorgia.gr/pos-na-dimiourgiseti-ti-diki-sas-agrotouristiki-epixeirisi/

<http://agrozenia.net/stoxoi>: **Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδας**

<http://agonaskritis.gr>: Ο Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδος (ΣΕΑΓΕ) αποτελεί πλέον πραγματικότητα