



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ: ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Μαυρομιχελάκη Ελένη Α.Μ: 2017019005

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Καθηγητής Ζοπουνίδης Κωνσταντίνος (Επιβλέπων)

Καθηγητής Δούμπος Μιχαήλ

Επίκουρος Καθηγητής Ατσαλάκης Γεώργιος

ΧΑΝΙΑ, 2019

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Όλα στη ζωή γίνονται αντιληπτά με βάση την αξία τους. Όμως τι έχει πραγματική αξία; Μέσα από την ιστορία παρατηρούμε ότι τα πάντα ακολουθούν ένα κύκλο ζωής, με ακμή και παρακμή. Από την προσωπική μου εμπειρία κατέληξα ότι το μόνο που έχει πραγματική αξία την οποία ποτέ δεν χάνει και κανείς δεν μπορεί να σου αφαιρέσει, είναι η γνώση. Αυτός ήταν και ο κυριότερος λόγος που αποφάσισα να φοιτήσω στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών «Οργάνωση και Διοίκηση» του Πολυτεχνείου Κρήτης. Ήθελα να διευρύνω τις γνώσεις μου και να βελτιώσω τον τρόπο σκέψης μου. Ολοκληρώνοντας αυτό το ταξίδι μέσω αυτής της εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές μου για τους οποίους αισθάνομαι ευγνωμοσύνη που με εφοδίασαν με πολύτιμες γνώσεις, με βοήθησαν να λαμβάνω καλύτερες αποφάσεις όχι μόνο στην επαγγελματική μου ζωή αλλά και στην προσωπική.

Έχοντας εργαστεί σε επαγγέλματα του αγροτικού χώρου, αφού το βασικό μου πτυχίο είναι γεωπόνου, έχω έρθει σε επαφή με τον αγροτικό πληθυσμό και έχω δει τις δυσκολίες τις οποίες αντιμετωπίζουν. Εκτός από την ανάγκη αντιμετώπισης της γεωργίας ως ανταγωνιστική δραστηριότητα στην οποία επιβιώνουν οι καλύτεροι επιχειρηματίες, επιβάλλεται η επέκτασή της και σε άλλες καινοτόμες δραστηριότητες οι οποίες μπορούν να συμβάλλουν στην αύξηση του εισοδήματος των αγροτών. Ο συνδυασμός της γεωργίας με τον τουρισμό μπορεί να προσφέρει νέες ευκαιρίες στην ύπαιθρο, αυξάνοντας την απασχόληση και το κατά κεφαλήν εισόδημα σε ορεινές ή μειονεκτικές περιοχές. Γι' αυτόν το λόγο θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερος τον κ. Ζοπουνίδα που μου ανέθεσε ένα τόσο ενδιαφέρον θέμα προς έρευνα. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω και όσους συμμετείχαν στην έρευνα, αφιερώνοντας το χρόνο τους και δείχνοντας ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το αντικείμενο.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο αγροτικός τομέας και ο τουρισμός αποτελούν βασικούς πυλώνες της ελληνικής οικονομίας. Αυξάνουν σημαντικά το ΑΕΠ της χώρας και μειώνουν το επίπεδο ανεργίας. Αναλύοντας τους δυο αυτούς τομείς συμπεραίνουμε ότι ασκείται έντονη αλληλεπίδραση μεταξύ τους, μέσω διαφόρων παραμέτρων οι οποίες εξετάζονται. Στην εργασία αυτή γίνεται αναφορά στην παρούσα κατάσταση, στα στατιστικά στοιχεία που τους αφορούν αλλά και στις ακολουθούμενες πολιτικές και τα εμπλεκόμενα μέρη σε κάθε τομέα. Για την διερεύνηση του θέματος σε πρακτικό επίπεδο επιλέχθηκε ο Νομός Χανίων. Αρχικά χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα για τον τουρισμό τα οποία συλλέγονται κάθε χρόνο από τοπικούς φορείς για τις τάσεις στον τουρισμό. Από αυτά τα δεδομένα επιλέχθηκαν εκείνα που εμπλέκονται με τον αγροτικό τομέα. Έπειτα πραγματοποιήθηκε έρευνα μέσω ερωτηματολογίου η οποία απευθύνθηκε σε αγρότες και επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού τομέα. Οι ερωτώμενοι απάντησαν σε θέματα που αφορούν τα χαρακτηριστικά της εκμετάλλευσης/επιχείρησής τους, τις δραστηριότητες τις οποίες ασχολούνται, τα προϊόντα τα οποία παράγουν και τα μερίδια πώλησής τους στην αγορά, το εάν ενδιαφέρονται για αγροτουριστικές δραστηριότητες και την άποψή τους σχετικά με την επίδραση του αγροτικού τομέα στον τουρισμό, αλλά και αντίστροφα την επίδραση του τουρισμού στον αγροτικό τομέα.

Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι η πλειονότητα των αγροτικών επιχειρήσεων στον Νομό ασχολείται με την παραγωγή και το εμπόριο αγροτικών προϊόντων, οι κύριες κατηγορίες προϊόντων που παράγουν είναι το ελαιόλαδο, το κρασί και η τσικουδία & άλλα οينوπνευματώδη, ενώ το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων διατίθεται σε χονδρέμπορους. Υπάρχει αρκετά υψηλό ποσοστό ενδιαφερομένων στον αγροτικό τομέα για αγροτουριστικές δραστηριότητες. Αυτοί που ήδη ασχολούνται, το κάνουν κυρίως για την προώθηση των προϊόντων τους, αφού η είσοδος επισκεπτών στις περισσότερες περιπτώσεις γίνεται δωρεάν. Τέλος η πλειονότητα θεωρεί ότι και οι δυο τομείς επιδρούν θετικά ο ένας στον άλλον μέσω συγκεκριμένων παραγόντων επίδρασης.

ABSTRACT

The agricultural sector and the tourism are key pillars of the Greek economy. They significantly increase the country's GDP and reduce the level of unemployment. Analyzing these two areas we conclude that there is a strong interaction between them through various parameters that are examined. This paper presents the current status and statistics for them and the policies and stakeholders involved in each area. In order to investigate the matter at a practical level a survey was conducted in the Prefecture of Chania. Initially, tourism data were used which are collected each year by local agencies investigating the tourism trends. The data where involved with the agricultural sector were selected. Afterward a questionnaire survey was conducted to farmers and agri-food businesses. Respondents answered questions about the characteristics of their holding / business, the activities they are engaged in, the products they produce and their market shares, if they are interested in agro-tourism activities and their views on the impact of the agricultural sector on tourism, and vice versa on the impact of tourism on the agricultural sector.

The results show that the majority of agricultural enterprises in the Prefecture are engaged in the production and trade of agricultural products, the main product categories being olive oil, wine and “tsikoudia & other spirits”, while the majority of products are sold to wholesalers. There is a fairly high percentage of interested people in the agricultural sector for agro-tourism activities. Those who are already engaged, do it mainly to promote their products, since most of the times the entrance is for free. Finally, the majority believes that both sectors have a positive impact on each other through specific factors of influence.

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	9
1.1 Παρούσα κατάσταση-Στατιστικά στοιχεία.....	9
1.2 Ευρωπαϊκή-Εθνική Αγροτική Πολιτική.....	17
1.3 Προφίλ αγροτικού τομέα στην Ελλάδα.....	21
1.4 Χρήσεις γης.....	22
1.5 Φυσικό περιβάλλον.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	26
2.1 Παρούσα κατάσταση-Στατιστικά στοιχεία.....	26
2.1.1 Στοιχεία Διεθνούς Τουρισμού	26
2.1.2 Στοιχεία Ελληνικού Τουρισμού	35
2.2 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία	45
2.3 Τουριστική πολιτική (διεθνής, εθνική, τοπική).....	51
2.4 Παράγοντες που διαμορφώνουν τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης	52
2.5 Σχεδιασμός και διαχείριση τουριστικής ανάπτυξης	53
2.6 Πρότυπα Τουριστικής Ανάπτυξης	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	58
3.1 Αγροτικά προϊόντα-Γαστρονομία.....	58
3.2 Γεωργικά Τοπία - Φυσιολατρικές Δραστηριότητες.....	60
3.3 Παράδοση-Πολιτισμός	62
3.4 Αγροτουρισμός.....	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ	65
4.1 Οικονομικές επιπτώσεις.....	65
4.2 Κοινωνικές επιπτώσεις.....	66
4.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ	72
5.1 Αγροτικός Τομέας στην Κρήτη	72
5.2 Τουρισμός στην Κρήτη	76

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΧΑΝΙΩΝ	87
6.1 Στόχοι έρευνας	87
6.2 Μεθοδολογία έρευνας.....	88
6.3 Αποτελέσματα έρευνας.....	91
Α. Χαρακτηριστικά Εκμετάλλευσης.....	91
Β. Προϊόντα	99
Γ. Υπηρεσίες Αγροτουρισμού	107
Δ. Επίδραση Αγροτικού Τομέα στον Τουρισμό	111
Ε. Επίδραση Τουρισμού στον Αγροτικό Τομέα	117
ΣΤ. Καινοτόμες προτάσεις συνδυασμού τουρισμού με αγροτικό τομέα	122
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	124
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	128
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	135
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	136

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια πέρασε πολλές δυσκολίες λόγω του υψηλού δημόσιου χρέους της, με την οικονομία της να έχει υποστεί μεγάλο πλήγμα. Βασικοί τομείς που βοήθησαν στο να μην καταρρεύσει η ελληνική οικονομία και να ανταπεξέλθει στις δυσκολίες ήταν ο τουρισμός και η πρωτογενής παραγωγή. Ο τουρισμός αυξάνει την κίνηση στην αγορά, μειώνει τα επίπεδα ανεργίας, ευνοεί τα φορολογικά έσοδα και ισορροπεί το Ισοζύγιο Πληρωμών, εισάγοντας συνάλλαγμα. Όμως και ο αγροτικός τομέας ευνοεί το Ισοζύγιο Πληρωμών λόγω εξαγωγών αγροτικών προϊόντων και πρώτων υλών. Επίσης παρέχει είδη πρώτης ανάγκης, καλύπτοντας της επισιτικές ανάγκες της κοινωνίας. Επιπλέον αποτελεί μια εναλλακτική λύση για άτομα που μένουν άνεργα και έχουν αγροτική γη από την πατρική τους οικογένεια. Οι δυο αυτοί τομείς, ο τουρισμός και η γεωργία, ασκούν σημαντική επίδραση ο ένας στον άλλον. Με αποτελεσματικό σχεδιασμό και διαχείριση η συνέργεια αυτών μπορεί να οδηγήσει σε εντυπωσιακά οικονομικά οφέλη. Σίγουρα τα οικονομικά αποτελέσματα θα είναι πολύ υψηλότερα σε σχέση με τον σχεδιασμό διαφορετικής στρατηγικής για κάθε τομέα.

Αναγνωρίζοντας λοιπόν την σπουδαιότητα των δυο βασικών πυλώνων της ελληνικής οικονομίας, η παρούσα εργασία στοχεύει στην ανάδειξη εναλλακτικών στρατηγικών οι οποίες θα μπορούσαν να εφαρμοστούν σε πρακτικό επίπεδο για την τουριστική και αγροτική ανάπτυξη περιοχών της υπαίθρου. Έτσι στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια γενική παρουσίαση του αγροτικού τομέα στην Ελλάδα και της συμβολής του στην οικονομία, παρατίθενται στατιστικά στοιχεία με τα χαρακτηριστικά των απασχολούμενων στον αγροτικό τομέα και τις χρήσεις γης με τα είδη καλλιέργειας ανά περιφέρεια. Επίσης αναφέρονται οι επιπτώσεις της γεωργίας στο περιβάλλον αλλά και η αγροτική πολιτική (ευρωπαϊκή και εθνική) που ακολουθείται για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων.

Στο κεφάλαιο 2 αναδεικνύεται η σημαντικότητα του τουρισμού και η συμβολή του σε οικονομικό επίπεδο, παρουσιάζοντας στατιστικά στοιχεία σε σχέση με τις αφίξεις, διανυκτερεύσεις και δαπάνες των τουριστών στις περιφέρειες της χώρας. Επίσης γίνεται αναφορά στον διεθνή τουρισμό και στις τάσεις της τουριστικής αγοράς, στην τουριστική πολιτική και στους παράγοντες που την διαμορφώνουν, αλλά και στον σχεδιασμό και τη διαχείριση των τουριστικών προτύπων τα οποία αφορούν είτε το κλασικό είδος τουρισμού (μαζικό παραθεριστικό πρότυπο διακοπών) είτε εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αποτελούν λύση για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού σε οικολογικά ευαίσθητες περιοχές.

Στο κεφάλαιο 3 παρουσιάζεται η επίδραση που ασκεί ο αγροτικός τομέας στον τουρισμό. Συγκεκριμένα, τα τοπικά αγροτικά προϊόντα, η τοπική κουζίνα και οι πολιτιστικές συνήθειες που συνδέονται με τα παραπάνω, λειτουργούν ως πόλος έλξης για τους τουρίστες που αναζητούν την απόκτηση γαστρονομικών εμπειριών. Αλλά

και οι καλλιεργητικές τεχνικές και η διαμόρφωση των γεωργικών τοπίων και του φυσικού περιβάλλοντος από τους αγρότες δημιουργεί μια αισθητική τοπίου η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως τουριστικός πόρος. Οι κοινωνικές σχέσεις, η αίσθηση φιλοξενίας, τα ήθη και έθιμα, ο μουσικός και χορευτικός πλούτος της υπαίθρου δίνουν την αίσθηση μιας αυθεντικής ξεχωριστής ταυτότητας που μπορεί να ελκύσει τουρίστες που αναζητούν ανάλογες εμπειρίες. Τέλος μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, ο αγροτουρισμός, είναι μια διαφορετική πρόταση για νέα τμήματα της τουριστικής αγοράς. Σημαντικό στοιχείο στον αγροτουρισμό είναι ο διαχωρισμός των διαφορετικών τύπων, σε σχέση με τη βιωματική εμπειρία στον αγρόκτημα και τη συμμετοχή του επισκέπτη στις αγροτικές δραστηριότητες. Αναλόγως τον τύπο πρέπει να αναζητούνται και τα ανάλογα τμήματα στην τουριστική αγορά.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύεται η επίδραση που ασκεί ο τουρισμός στην ανάπτυξη της υπαίθρου και στον αγροτικό τομέα. Υπάρχουν τρεις παράμετροι με τις οποίες ασκεί επίδραση ο τουρισμός. Η μια αφορά τα οικονομικά μεγέθη, το κατά κεφαλήν εισόδημα και το επίπεδο απασχόλησης σε μια περιοχή. Η δεύτερη αφορά αλλαγές σε κοινωνικό επίπεδο, στις σχέσεις μεταξύ των μελών μιας κοινωνίας, την επαγγελματική κινητικότητα και τη διαμόρφωση νέων πολιτιστικών προτύπων. Καθοριστική επίδραση ασκεί και στην ισορροπία του περιβάλλοντος και των οικοσυστημάτων, κυρίως σε περιοχές με εκτενή ανάπτυξη τουριστικών καταλυμάτων και υποδομών.

Για την πρακτική εξέταση του θέματος επιλέχθηκε η Κρήτη και συγκεκριμένα ο Νομός Χανίων για να ερευνηθεί η αλληλεπίδραση αυτών των τομέων σε περιοχές της υπαίθρου. Στο 5^ο κεφάλαιο δίνονται κάποια γενικά στοιχεία για τον αγροτικό τομέα και τον τουρισμό στην Κρήτη, χρησιμοποιώντας μεταξύ άλλων και τα δεδομένα του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων για τον τουρισμό στην Δυτική Κρήτη το έτος 2015. Στη συνέχεια στο κεφάλαιο 6 παρουσιάζεται η έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε για την παρούσα εργασία και απευθύνθηκε στον αγροτικό πληθυσμό του Νομού Χανίων, αγρότες και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον αγροδιατροφικό τομέα. Στόχος της έρευνας ήταν να αναλυθεί η επίδραση του τουρισμού σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο στο Νομό, αλλά και να διερευνηθεί η στάση των ερωτώμενων σε σχέση με τους δυο αυτούς τομείς και τον πιθανό συνδυασμό τους σε πρακτικό επίπεδο στην περιοχή την οποία δραστηριοποιούνται. Γίνεται αναφορά στην μεθοδολογία την οποία ακολουθήθηκε και παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, ακολουθώντας τη δομή του ερωτηματολογίου. Τέλος συνοψίζονται τα συμπεράσματα της παρούσης εργασίας, εστιάζοντας στα προβλήματα και στις προοπτικές του αγροτικού τομέα και του τουρισμού, ενώ προτείνονται και κάποιες εναλλακτικές στρατηγικές από τους συμμετέχοντες στην έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

1.1 Παρούσα κατάσταση-Στατιστικά στοιχεία

Ο αγροτικός τομέας αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας συμβάλλοντας κατά 3,7% στη Συνολική Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΕΛΣΤΑΤ, 2018), ενώ αντιπροσωπεύει το 15% της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα. Το εμπορικό ισοζύγιο αγροτικών προϊόντων είναι ελλειμματικό. Τα αγροτικά προϊόντα αποτελούν την τρίτη μεγαλύτερη κατηγορία εξαγόμενων προϊόντων με ποσοστό 19% του συνόλου των εξαγωγών.

Σημαντική πρόκληση στην ανάπτυξη και τις προοπτικές του αγροδιατροφικού τομέα στην Ελλάδα είναι η σταδιακή αναπροσαρμογή του παραγωγικού μοντέλου σε παραγωγή και διάθεση προϊόντων υψηλής ποιότητας, αναμένοντας την διεύρυνση της αγοράς με υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η μεταποίηση τροφίμων χάρη στην διαθεσιμότητα ποιοτικών πρώτων υλών και εξειδικευμένης τεχνογνωσίας στη χώρα μας, παρουσιάζει δυνατότητες αύξησης της αξίας και των εξαγωγών των αγροτικών προϊόντων. Για την βελτίωση του παραγωγικού μοντέλου της χώρας απαιτείται η ύπαρξη συγκεκριμένων δεδομένων όπως (Τράπεζα Πειραιώς, 2015):

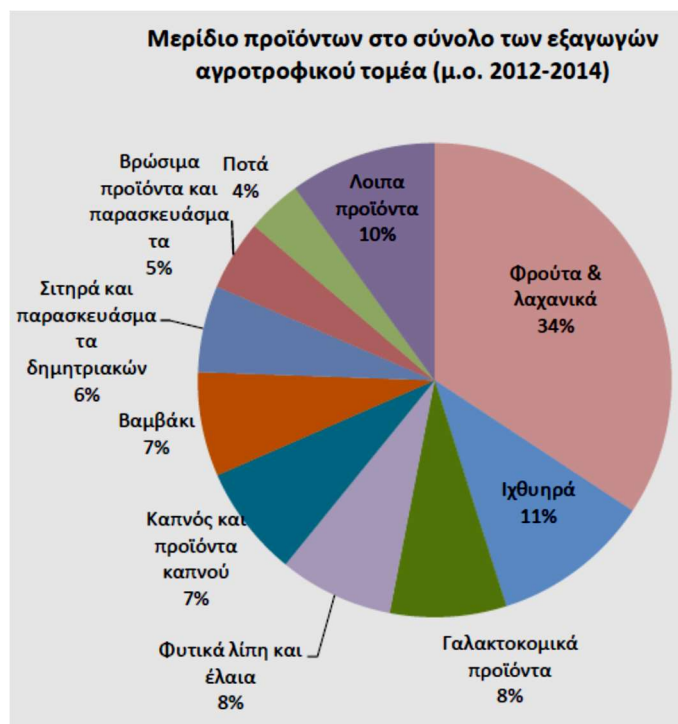
- ❖ Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας μέσω της αναδιάρθρωσης του αγροτικού τομέα, με έμφαση στην ενίσχυση της βιωσιμότητας των γεωργικών εκμεταλλεύσεων και τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας.
- ❖ Ενίσχυση μορφών συνεργασίας, δικτύωση και ανάπτυξη συνεργατικών σχηματισμών-clusters.
- ❖ Αύξηση προστιθέμενης αξίας με έμφαση στην μεταποίηση, τυποποίηση, την πιστοποίηση του προϊόντος και της μεθόδου παραγωγής του και τη διαφοροποίηση προς καινοτόμα προϊόντα.
- ❖ Χρήση νέων εργαλείων χρηματοδότησης όπως προγράμματα συμβολαιακής γεωργίας.
- ❖ Αξιοποίηση δημόσιας γης.
- ❖ Εκπαίδευση και κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού και ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.
- ❖ Ενίσχυση της πρόσβασης και της χρήσης των τεχνολογιών πληροφορικής και των επικοινωνιών.
- ❖ Εξειδίκευση παρεμβάσεων στην τεχνική υποδομή.
- ❖ Έργα αξιοποίησης υφιστάμενων υποδομών.

Στο σύνολο της γεωργικής παραγωγής (Μ.Ο. 2012-2014, τιμές παραγωγού), το 19% αφορά λαχανικά και κηπευτικά προϊόντα, ακολουθούν τα φρούτα με 18,5%, η ζωική παραγωγή με 14,5%, τα προϊόντα ζωικής προέλευσης (π.χ. γάλα, αυγά) με 10% και το ελαιόλαδο με 8%.



***Διάγραμμα 1.1** Παραγωγή αγροτικών προϊόντων ως ποσοστό της συνολικής αγροτικής παραγωγής (Πηγή Eurostat-Τράπεζα Πειραιώς)*

Η μεγαλύτερη κατηγορία εξαγωγών αγροτικών προϊόντων (Μ.Ο. 2012-2014) αφορά φρούτα και λαχανικά με 34% επί του συνόλου και ακολουθούν τα ιχθυηρά με 10,8%, τα γαλακτοκομικά με 7,9%, τα φυτικά λίπη και έλαια με 7,8% και ο καπνός με 7,6%. Πλεονέκτημα ποιότητας (υψηλή ανταγωνιστικότητα, υψηλές τιμές) παρουσιάζουν το ελαιόλαδο, οι ελιές, τα τουρσιά, οι σταφίδες, τα διατηρημένα λαχανικά, ο καπνός, ο τοματοπολτός, το γιαούρτι, το ρύζι, τα δέρματα αιγοπροβάτων, το βαμβάκελαιο και οι ζύμες αρτοποιίας. Στα φρούτα, το βαμβάκι, το πρόβειο τυρί, τα κρασιά και ορισμένα άλλα προϊόντα υψηλής ανταγωνιστικότητας, το συγκριτικό τους πλεονέκτημα φαίνεται ότι είναι οι χαμηλές τους τιμές.



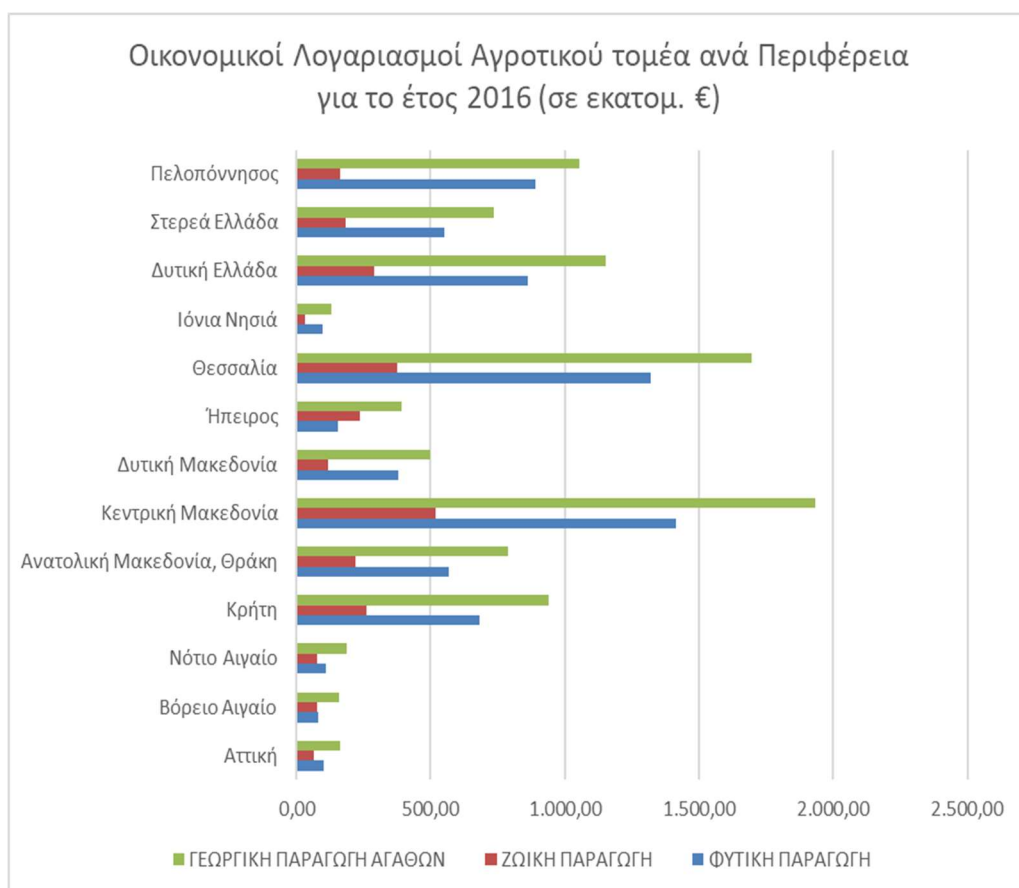
Διάγραμμα 1.2 Μερίδιο προϊόντων ως ποσοστό των συνολικών εξαγωγών του αγροτικού τομέα (Πηγή Eurostat -Τράπεζα Πειραιώς)

Η πλειονότητα των εμπορικών συναλλαγών της χώρας πραγματοποιείται με τα Κράτη Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ανέρχεται στο 69% των εξαγωγών. Αυξητική τάση παρατηρείται στις εξαγωγές προς τις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης που αποτελούν το δεύτερο τόπο προορισμού των εξαγωγών με ποσοστό συμμετοχής κοντά στο 20%.



Διάγραμμα 1.3 Κύριες χώρες εξαγωγών ελληνικών αγροτικών προϊόντων (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ -Τράπεζα Πειραιώς)

Σε ότι αφορά τις αγροτικές εκμεταλλεύσεις στην Ελλάδα και σύμφωνα με την Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (ΕΛΣΤΑΤ), ο συνολικός αριθμός αγροτικών εκμεταλλεύσεων και η χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση της χώρας έχουν μειωθεί τα τελευταία έτη (έτος 2016 σε σχέση με έτος 2013). Συγκεκριμένα μειώθηκαν οι εκτάσεις που καλλιεργούνται με αμπέλια, ετήσιες καλλιέργειες και λοιπές εκτάσεις, ενώ οι δενδρώδεις καλλιέργειες παρουσίασαν μικρή αύξηση. Επίσης μειώθηκε και ο αριθμός εκμεταλλεύσεων με ζώα όλων των κατηγοριών. Τα Προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης ευνοούν, οικονομικά, νέους αγρότες που καλλιεργούν μεγάλες εκτάσεις, οπότε αυτό τους δίνει κίνητρο να συγκεντρώνουν γεωργικούς κλήρους άλλων μικρών παραγωγών και έτσι να μειώνεται ο αριθμός των αγροτικών εκμεταλλεύσεων με την πάροδο του χρόνου. Επιπλέον η υψηλή φορολόγηση του κλάδου οδήγησε στην έξοδο από το επάγγελμα αρκετούς κατόχους αγροτικών εκμεταλλεύσεων, κυρίως αυτών που δεν θεωρούνταν κατ' επάγγελμα αγρότες, με αποτέλεσμα τη μείωση του αριθμού των αγροτικών εκμεταλλεύσεων αλλά και τη μείωση της χρησιμοποιούμενης γεωργικής έκτασης. Σε σχέση με την εργασία στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις αυξήθηκε το εργατικό δυναμικό της εκμετάλλευσης, η οποία αύξηση προέρχεται από την απασχόληση μόνιμου προσωπικού ενώ η πλειοψηφία των ημερών εργασίας προέρχεται από την απασχόληση μελών της οικογένειας των κατόχων των εκμεταλλεύσεων.



Διάγραμμα 1.4 Οικονομικοί λογαριασμοί αγροτικού τομέα ανά περιφέρεια για το έτος 2016 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

Στις περιφέρειες της χώρας η Κεντρική Μακεδονία καταλαμβάνει την πρώτη θέση στην αξία γεωργικής παραγωγής αγαθών (1932,21 εκατομ. €), ακολουθούν η Θεσσαλία (1696,37 εκατομ. €), η Δυτική Ελλάδα (1152,44 εκατομ. €), η Πελοπόννησος (1053,46 εκατομ. €), ενώ η Κρήτη βρίσκεται στην 5^η θέση με 941,59 εκατομ. €. Οι περισσότερες αγροτικές εκμεταλλεύσεις καταγράφονται στην Κεντρική Μακεδονία (99.482 εκμ/σεις) και ακολουθούν η Πελοπόννησος (88.410 εκμ/σεις) και η Κρήτη (87.040 εκμ/σεις) Οι περισσότερες γεωργικές εκτάσεις καταγράφονται στην Κεντρική Μακεδονία (6.289 χιλ στρεμ.) και ακολουθούν η Θεσσαλία (3.756 χιλ στρεμ) και η Κρήτη (3.641 χιλ στρεμ). Η μέση χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση ανά εκμετάλλευση είναι περίπου 43 στρέμματα. Η πλειοψηφία των εκμεταλλεύσεων έχουν παραγωγική κατεύθυνση γεωργική (82,2%), το 15,4% είναι μεικτές και το 2,4% αμιγώς κτηνοτροφικές.

	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ	Χ.Γ.Ε (ΣΤΡΕΜ)	ΑΠΑΣΧ/ΝΟΙ	ΑΠΑΣΧ/ΝΟΙ ΚΑΤΟΙΧΟΙ ΚΑΙ ΜΕΛΗ	ΤΑΚΤΙΚΑ ΑΠΑΣΧ/ΝΟΙ	ΑΠΑΣΧ/ΝΟΙ ΕΠΟΧΙΚΟΙ ΕΡΓΑΤΕΣ	ΑΛΛΗΛΟΒΟΗΘΕΙΑ ΑΠΟ ΑΛΛΟΥΣ ΚΑΤΟΧΟΥΣ	ΚΑΤ' ΑΠΟΚΟΠΗ ΑΠΑΣΧ/ΝΟΙ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	51.628	3.633.845	248.036	92.257	2.526	63.292	13.223	76.738
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	96.482	6.288.955	452.560	160.036	7.728	150.720	18.283	115.793
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	23.089	2.146.859	103.489	41.149	1.385	18.391	8.732	33.832
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	29.462	725.678	102.572	47.665	1.076	23.418	4.268	26.145
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	60.323	3.755.523	277.059	103.233	3.165	66.245	9.242	95.174
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	65.859	2.734.279	251.531	110.924	2.800	84.001	15.117	38.689
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	27.707	650.010	65.323	42.651	249	14.476	1.678	6.269
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	80.502	2.480.243	344.230	133.844	3.483	142.370	16.208	48.325
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	88.410	2.826.256	494.456	146.870	3.188	168.832	17.835	157.731
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	26.147	479.502	86.539	47.213	2.502	27.229	3.348	6.247
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	27.971	1.362.874	65.033	45.161	800	14.095	3.761	1.216
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	20.283	800.842	53.904	35.010	547	8.972	5.914	3.461
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	87.040	3.640.955	338.421	162.311	4.377	109.757	34.004	27.972

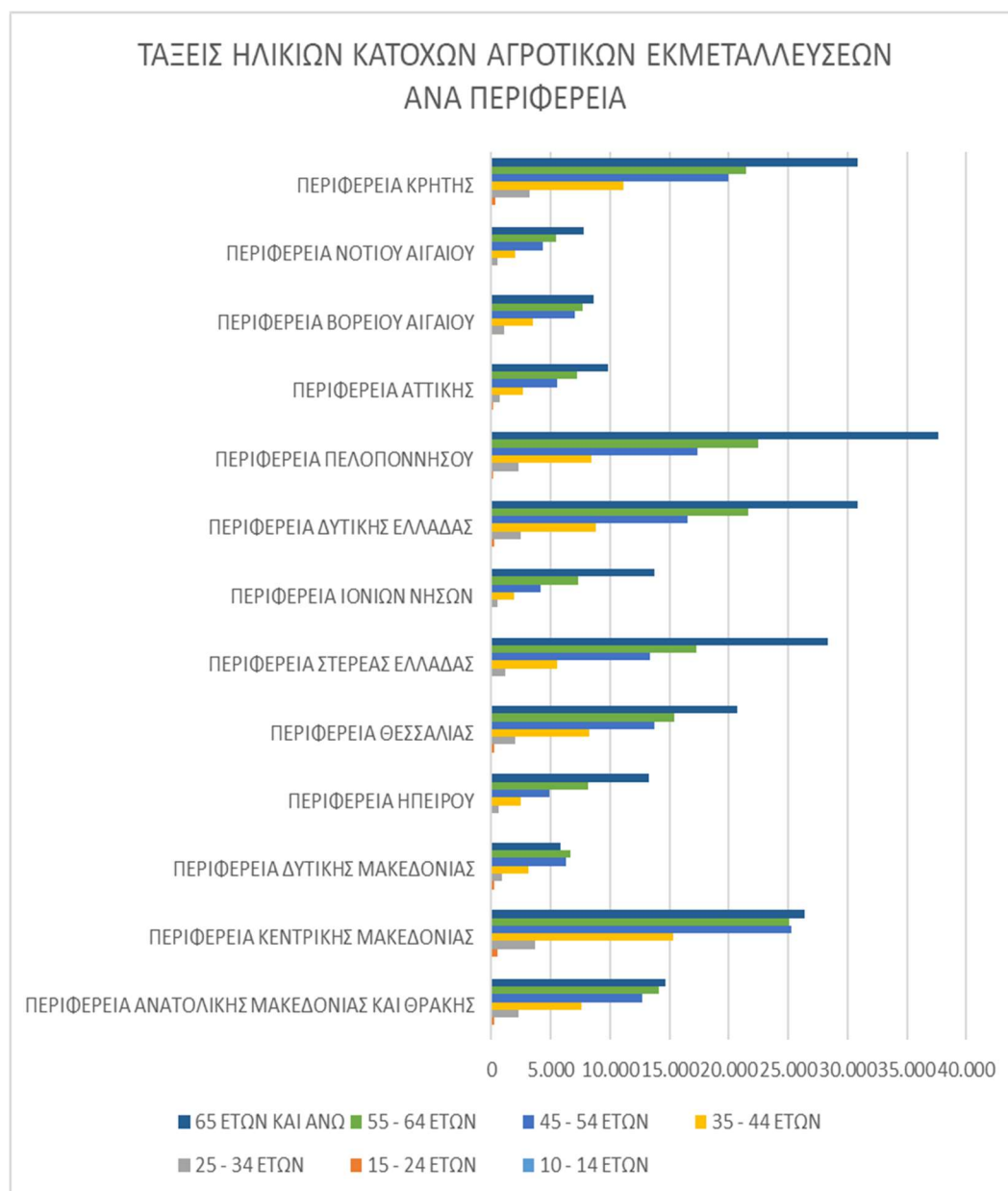
Πίνακας 1.1 Αριθμός Εκμεταλλεύσεων, Χ.Γ.Ε και κατηγορίες απασχολούμενων σε γεωργικές εκμεταλλεύσεις ανά περιφέρεια για το έτος 2016 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

Στην Πελοπόννησο και στην Κεντρική Μακεδονία παρατηρείται ο μεγαλύτερος αριθμός απασχολούμενων σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις αλλά και πολύ μεγάλος αριθμός κατ' αποκοπή εργαζόμενων (ολοκλήρωση έργου σύμφωνα με προσυμφωνημένο ποσό). Επίσης βλέπουμε ότι στην Κρήτη υπάρχει ο μεγαλύτερος αριθμός απασχολούμενων που είναι κάτοχοι και μέλη της οικογένειας κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων, ενώ 2^η έρχεται η Κεντρική Μακεδονία. Αντίθετα οι εποχιακά απασχολούμενοι εργάτες εμφανίζονται περισσότεροι στην Πελοπόννησο. Επιπλέον μπορούμε να συμπεράνουμε από τον παραπάνω πίνακα ότι ο αριθμός των μόνιμων, μη κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων, εργαζόμενων είναι πολύ μικρός.



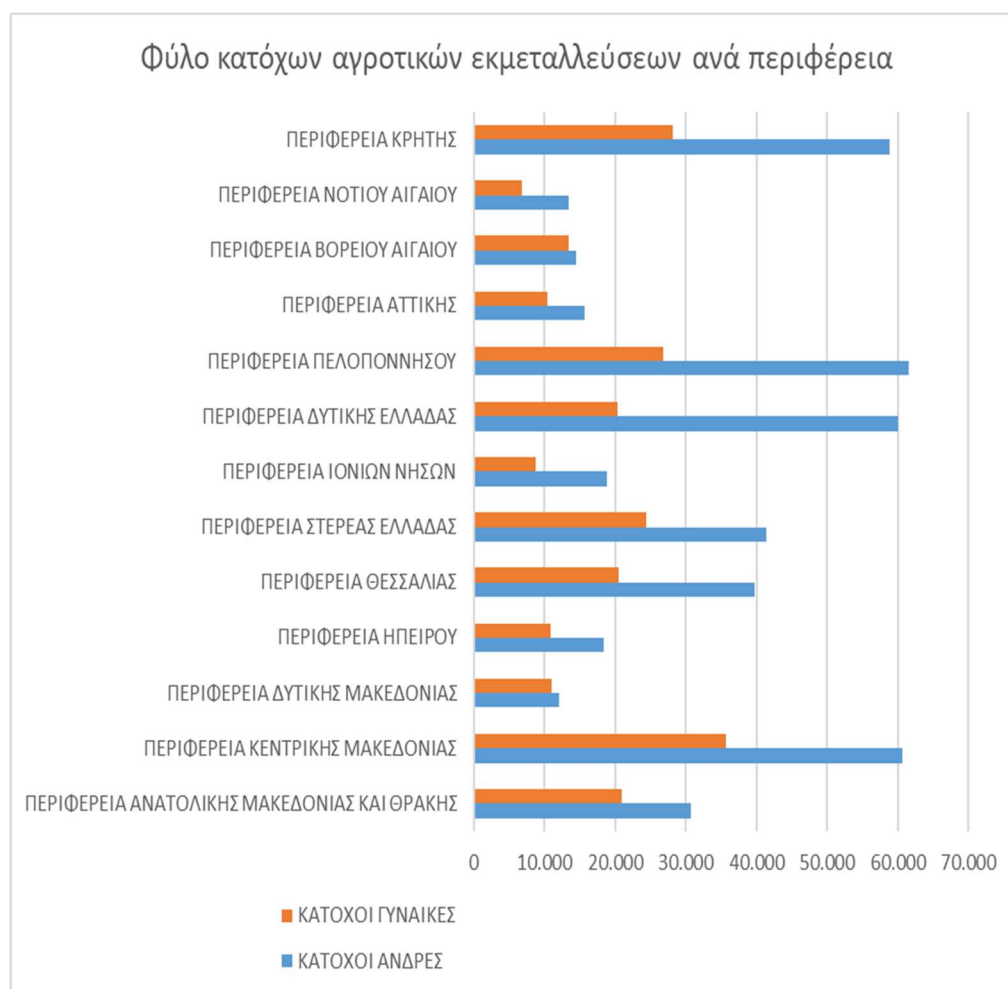
Διάγραμμα 1.5 Κατηγορία απασχολούμενων στον αγροτικό τομέα ανά περιφέρεια για το έτος 2016 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

Από το παραπάνω γράφημα μπορούμε να εστιάσουμε στο γεγονός ότι στην Κρήτη εμφανίζεται ο υψηλότερος αριθμός δευτερευόντως εργαζομένων στον αγροτικό τομέα. Πιθανόν αυτό να οφείλεται στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, που σημαίνει ότι μεγάλος αριθμός ατόμων που ζουν και εργάζονται στην ύπαιθρο έχουν ως κύρια ασχολία τους τον τουρισμό.



Διάγραμμα 1.6 Τάξεις ηλικιών κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων ανά περιφέρεια για το έτος 2016
(Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

Στο γράφημα με τις τάξεις ηλικιών των κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο αγροτικός πληθυσμός στην χώρα μας έχει γεράσει, ενώ οι πολύ νέοι δεν ασχολούνται με τον αγροτικό τομέα (άτομα κάτω των 25 ετών). Εξάιρεση αποτελεί η Μακεδονία όπου εκεί φαίνονται πιο ομοιόμορφα κατανεμημένοι οι κάτοχοι βάση ηλικίας. Αυτό πιθανόν να οφείλεται στη δυσκολία επιβίωσης, λόγω χαμηλών εισοδημάτων και του πολύ υψηλού ποσοστού ανεργίας. Φαίνεται ότι ο αγροτικός τομέας αποτελεί διέξοδο σε περιοχές χαμηλής οικονομικής ανάπτυξης.



Διάγραμμα 1.7 Φύλο κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων ανά περιφέρεια για το έτος 2016 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

Από το παραπάνω γράφημα παρατηρούμε ότι σχεδόν σε όλες τις περιφέρειες ο αριθμός ανδρών κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων είναι περίπου διπλάσιος από αυτών των γυναικών, κάτι που μας δείχνει ότι ο αγροτικός τομέας είναι κυρίως αντρική υπόθεση. Λιγότερο έντονο παρουσιάζεται το φαινόμενο στην Μακεδονία και στη Ήπειρο, όπου οι αναλογίες είναι λίγο καλύτερες για τις γυναίκες. Αυτό ίσως να οφείλεται, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, στην χαμηλή οικονομική ανάπτυξη των περιοχών όπου αναγκάζεται ο γυναικείος πληθυσμός να ασχοληθεί με τον αγροτικό τομέα, παρόλη τη δυσκολία του επαγγέλματος γι' αυτές.

1.2 Ευρωπαϊκή-Εθνική Αγροτική Πολιτική

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση η γεωργία αποτελεί την κύρια χρήση γης, αντιπροσωπεύοντας το 47% του συνολικού εδάφους. Για δεκαετίες η ευρωπαϊκή γεωργία χαρακτηριζόταν από μείωση του αριθμού των αγροτικών εκμεταλλεύσεων, με αύξηση όμως του μεγέθους τους. Τα τελευταία χρόνια οι Μεσογειακές χώρες (Πορτογαλία, Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος & Ελλάδα), οι οποίες επλήγησαν από την κρίση χρέους, εμφανίζουν μικρή μείωση του αριθμού των εκμεταλλεύσεων. Αυτό ίσως να οφείλεται είτε λόγω της μείωσης της απασχόλησης στον δευτερογενή και τριτογενή τομέα, είτε από το γεγονός ότι οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις λειτουργούν ως δίκτυ ασφαλείας για τις δύσκολες περιόδους (Giannakis & Bruggeman, 2015).

Το 2012 η γεωργία στην ΕΕ-27 συγκέντρωσε περίπου 159,4 δις. Ευρώ προστιθέμενης αξίας, περίπου το 1,4% της συνολικής αξίας της ευρωπαϊκής οικονομίας. Επιπλέον η γεωργική απασχόληση αντιπροσώπευε το 5,3% της συνολικής απασχόλησης. Παρά την μείωση του σχετικού οικονομικού βάρους του πρωτογενούς τομέα ως συνέπεια της οικονομικής προόδου (Byerlee et al, 2009) ο οικονομικός ρόλος του εξακολουθεί να είναι σημαντικός σε πολλές αγροτικές περιοχές, όπως στην Ανατολική και Νοτιοανατολική Ευρώπη. Η ελευθέρωση του αγροτικού εμπορίου και οι διαδοχικές μεταρρυθμίσεις της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ) προσανατόλισαν τον αγροτικό τομέα στην αγορά και στην έλλειψη προστασίας. Οι μεταβολές αυτές έφεραν πιέσεις στους αγρότες με αποτέλεσμα να οδηγήσουν στην γήρανση του αγροτικού πληθυσμού και σε ορισμένες περιοχές στην εντατικοποίηση των γεωργικών δραστηριοτήτων (Krausmann et al, 2003, Stoate et al, 2009), ενώ σε άλλες περιπτώσεις οδήγησαν στην περιθωριοποίηση ή και εγκατάλειψη της γεωργίας (Navarro & Pereira, 2012).

Η εγκατάλειψη της γεωργικής γης δημιουργεί σημαντικές απειλές για το περιβάλλον, από άποψη βιοποικιλότητας και απώλειας φυσικού κεφαλαίου (Mac Donald et al, 2000, Cramer et al, 2008) και δημιουργεί αρνητικές κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις στις αγροτικές περιοχές. Η γεωργία εκτός από τον πρωταρχικό της ρόλο στην παροχή τροφίμων και ινών αποτελεί κύριο παράγοντα της αγροτικής ζωτικότητας δημιουργώντας απασχόληση στην ύπαιθρο, εμποδίζοντας την εγκατάλειψή της και διατηρώντας ζωντανές τις παραδόσεις (ΟΟΣΑ, 2001). Επίσης η γεωργία είναι ιδιαίτερος ευάλωτη στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, οι οποίες θα εκδηλωθούν μέσω της αυξανόμενης συχνότητας και βαρύτητας των ακραίων καιρικών φαινομένων και των αλλαγών στη διαθεσιμότητα νερού (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2009a).

Η ΚΑΠ δημιουργήθηκε για να ρυθμίσει και να υποστηρίξει την ευρωπαϊκή γεωργία. Στόχος της είναι να συνδυάσει τις υψηλές οικονομικές επιδόσεις με την αειφόρο χρήση των φυσικών πόρων στον τομέα της γεωργίας (Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, 2001). Στα πλαίσια της ΚΑΠ σχεδιάστηκε το Πρόγραμμα Αγροτικής

Ανάπτυξης (ΠΑΑ), το οποίο περιλαμβάνεται στα προγράμματα που χρηματοδοτεί και φέρει ευθύνη το ΕΣΠΑ και στις δυο περιόδους 2007-2013 και 2014-2020. Το υπάρχον ΠΑΑ στοχεύει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του αγροδιατροφικού τομέα, στην ανάδειξη του πολυλειτουργικού χαρακτήρα των αγροτικών περιοχών και στην προστασία του περιβάλλοντος. Η στρατηγική του προγράμματος διαμορφώνεται με κεντρικούς στόχους την μετάβαση σε ένα ισχυρό, ανταγωνιστικό, βιώσιμο και αειφόρο αγροδιατροφικό σύστημα και την αύξηση της προστιθέμενης αξίας των αγροτικών περιοχών. Η υλοποίηση των στόχων αυτών πραγματοποιείται μέσω της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας και της παραγωγικότητας του αγροδιατροφικού συστήματος καθώς και της ενίσχυσης της αξίας αλυσίδας των εγχώριων αγροτικών προϊόντων, την αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού με ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, της προστασίας του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων και την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή, της παροχής βασικών υπηρεσιών και βελτίωσης της ποιότητας ζωής στην ύπαιθρο και της διαφοροποίησης της οικονομικής βάσης και ενίσχυσης του κοινωνικού ιστού στις αγροτικές περιοχές.

Το σύνολο των πόρων του Ευρωπαϊκού Γεωργικού Ταμείου Αγροτικής Ανάπτυξης (Ε.Γ.Τ.Α.Α.) για την Ελλάδα κατά την Προγραμματική Περίοδο 2014-2020 ανέρχονται σε 4.718.291.793 €, τα οποία αντιστοιχούν σε περίπου 5.880.192.246 € δημόσια δαπάνη. Πιο συγκεκριμένα, η κατανομή των πόρων του Ε.Γ.Τ.Α.Α. στις κύριες στρατηγικές επιλογές του ΠΑΑ 2014-2020 διαμορφώνεται ως εξής:

- το **16,02%** διατέθηκε για την ενίσχυση της βιωσιμότητας των γεωργικών εκμεταλλεύσεων και της ανταγωνιστικότητας
- το **8,02%** στην προώθηση της οργάνωσης της αλυσίδας τροφίμων
- το **42,07%** στην αποκατάσταση, διατήρηση και ενίσχυση των οικοσυστημάτων που συνδέονται με τη γεωργία και τη δασοπονία
- το **20,18%** στην προώθηση της αποδοτικότητας των πόρων και στήριξη της στροφής προς μια οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα
- το **12,44%** στην προώθηση της κοινωνικής ένταξης, της μείωσης της φτώχειας και της οικονομικής ανάπτυξης στις αγροτικές περιοχές
- το **1,27%** στην τεχνική βοήθεια

Επίσης, στο Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020 έχει διατηρηθεί μια σειρά μέτρων, η οποία είναι η εξής:

- Σχέδια βελτίωσης
- Μεταποίηση και εμπορία αγροτικών προϊόντων
- Νέοι αγρότες
- Υποδομές για την ανάπτυξη και προσαρμογή της γεωργίας
- Γεωργικές και περιβαλλοντικές ενισχύσεις
- Δράσεις μεταφοράς γνώσεων και ενημέρωσης
- Συμβουλευτικές υπηρεσίες διαχείρισης γεωργικής εκμετάλλευσης
- Συστήματα ποιότητας γεωργικών προϊόντων και τροφίμων
- Ενισχύσεις εκκίνησης επιχειρήσεων εκτός γεωργικού τομέα στις αγροτικές περιοχές

- Επενδύσεις στην ανάπτυξη δασικών περιοχών και στη βελτίωση της βιωσιμότητας των δασών
- Σύσταση ομάδων και οργανώσεων παραγωγών

Παράλληλα, με την διατήρηση των συγκεκριμένων μέτρων εισάγονται και σημαντικά νέα στοιχεία, όπως:

- Δράσεις συνεργασίας με διευρυμένο πεδίο δυνατότητας μεταξύ διαφορετικών φορέων του χώρου της αγροτικής ανάπτυξης. Προβλέπεται, μεταξύ άλλων, η σύσταση Επιχειρησιακών Ομάδων, στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Σύμπραξης Καινοτομίας για την Παραγωγικότητα και Βιωσιμότητα της Γεωργίας, με σκοπό τη σύνδεση γεωργικής έρευνας και πράξης.
- Μια σειρά μέτρων, μεταξύ των οποίων η ανάπτυξη μικρών εκμεταλλεύσεων, οι ενισχύσεις εκκίνησης επιχειρήσεων εκτός γεωργικού τομέα στις αγροτικές περιοχές, οι επενδύσεις στην ανάπτυξη δασικών περιοχών και στη βελτίωση της βιωσιμότητας των δασών, η σύσταση ομάδων και οργανώσεων παραγωγών.
- Τα προγράμματα LEADER τα οποία στοχεύουν στην τοπική ανάπτυξη.
- Η πρόβλεψη ευρείας αποκεντρωμένης υλοποίησης συγκεκριμένων μέτρων και δράσεων.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω τα προγράμματα LEADER αποτελούν σημαντικούς παράγοντες ανάπτυξης αγροτικών περιοχών, προσφέροντας επιχορήγηση για επενδύσεις, έως 65% του συνολικού προβλεπόμενου κόστους. Στα προγράμματα αυτά δύναται να συμμετέχουν ιδιώτες (αγρότες ή μη), επιχειρήσεις ήδη υπάρχουσες ή υπό σύσταση, μη κερδοσκοπικοί φορείς, Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) και εταιρίες που ανήκουν σε Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Οι επιχορηγούμενες δραστηριότητες μέσω αυτών των προγραμμάτων αφορούν:

- Μικρά τουριστικά καταλύματα (μέχρι 40 κλίνες).
- Επισκέψιμα αγροκτήματα (έκτασης τουλάχιστον 20 στρεμμάτων).
- Εστιατόρια, αναψυκτήρια, παραδοσιακά καφενεία.
- Βιοτεχνικές μονάδες παραγωγής προϊόντων, όπως χειροτεχνήματα μεταλλουργίας ή ξυλοτεχνίας, προϊόντα κεραμικής - υφαντουργίας, ξύλινες κατασκευές (καρέκλες, έπιπλα, έπιπλα κουζίνας).
- Βιοτεχνίες μεταποίησης-τυποποίησης γεωργικών προϊόντων (με προτεραιότητα σε δημητριακά, οίνος, οπωροκηπευτικά, κρέας, γάλα, αυγά).
- Μικρές βιοτεχνίες επεξεργασίας ειδών διατροφής και δασοκομικών υλών μετά την α' μεταποίηση (πχ αρτοποιία, παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής, παραγωγή αλευροειδών προϊόντων, παραγωγή αλκοολούχων ποτών, παραγωγή ζαχαρωδών προϊόντων από φρούτα και λαχανικά κλπ).
- Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών (κομμωτήρια, κουρεία, δραστηριότητες φυσικής ευεξίας, καλλιτεχνική και λογοτεχνική δημιουργία και ερμηνεία, επισκευή υποδημάτων & δερμάτινων ειδών, λιανικό εμπόριο οινοπνευματωδών και άλλων ποτών, παντοπωλεία κλπ).
- Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση του τουρισμού της υπαίθρου (εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ειδικές μορφές τουρισμού, χώροι αθλοπαιδιών, χώροι γευσιγνωσίας).
- Γραφεία οργάνωσης, πληροφόρησης και προώθησης αγροτικού τουρισμού.

- Διατήρηση, αποκατάσταση και αναβάθμιση περιοχών, όπως βελτίωση σήμανσης μονοπατιών, φυτοτεχνικές εργασίες, τεχνικά έργα μικρής κλίμακας για την προστασία του εδάφους, διαμόρφωση θέσεων θέας καθώς και δράσεις περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.

Ο σχεδιασμός της Νέας ΚΑΠ, από το 2020 και μετά, θα υλοποιηθεί με την θέσπιση και έγκριση ενός Στρατηγικού Σχεδίου ανά κράτος μέλος, το οποίο θα καλύπτει τόσο τον Πυλώνα Ι (άμεσες ενισχύσεις, τομεακές παρεμβάσεις ανά τομέα αγροτικών προϊόντων) όσο και τον Πυλώνα ΙΙ (αγροτική ανάπτυξη). Το νέο μοντέλο λειτουργίας της νέας ΚΑΠ θα εστιάσει στη μεγιστοποίηση της συμβολής της ΚΑΠ στη προστασία του περιβάλλοντος και στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής («πράσινη αρχιτεκτονική») μέσω θέσπισης φιλόδοξων περιβαλλοντικών και κλιματικών στόχων από τα κράτη μέλη, στην εγκαθίδρυση μιας νέας σχέσης με τα κράτη μέλη, ενισχύοντας την αρχή της επικουρικότητας και την ευελιξία σχεδιασμού των κρατών μελών, με ταυτόχρονη μετάβαση από ένα σύστημα που στηρίζεται στην συμμόρφωση σε ένα σύστημα που θα στηρίζεται στην επίτευξη των αποτελεσμάτων (με καθορισμό και επίτευξη σχετικών στόχων και οροσήμων από τα κράτη μέλη) και στην προώθηση της καινοτομίας, της γνώσης και των νέων τεχνολογιών (π.χ. ψηφιοποίηση) στη γεωργία. Η στόχευση της νέας ΚΑΠ για μια έξυπνη και ανθεκτική γεωργία, για την ενίσχυση της μέριμνας για το περιβάλλον και το κλίμα και για την ενίσχυση του κοινωνικοοικονομικού ιστού των αγροτικών περιοχών εκφράζεται μέσα από την επίτευξη 9 ειδικών στόχων που αφορούν τόσο τον Πυλώνα Ι όσο και τον Πυλώνα ΙΙ και οι οποίοι είναι εξής:

1. Υποστήριξη βιώσιμων γεωργικών εισοδημάτων και ανθεκτικότητας σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση για τη στήριξη της επισιτιστικής ασφάλειας.
2. Ενίσχυση του προσανατολισμού προς την αγορά και αύξηση της ανταγωνιστικότητας, συμπεριλαμβανομένης της μεγαλύτερης εστίασης στην έρευνα, την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση.
3. Βελτίωση της θέσης των αγροτών στην αλυσίδα αξίας.
4. Συμβολή στο μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και στην προσαρμογή σε αυτήν, καθώς και τη συμβολή στην παραγωγή βιώσιμων μορφών ενέργειας.
5. Προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης και της αποτελεσματικής διαχείρισης των φυσικών πόρων, όπως το νερό, το έδαφος και ο αέρας.
6. Συμβολή στην προστασία της βιοποικιλότητας, ενίσχυση των υπηρεσιών οικοσυστήματος και διατήρηση οικοτόπων και τοπίων.
7. Προσέλκυση νέων γεωργών και διευκόλυνση της επιχειρηματικής ανάπτυξης στις αγροτικές περιοχές.
8. Προώθηση της απασχόλησης, της ανάπτυξης, της κοινωνικής ένταξης και της τοπικής ανάπτυξης στις αγροτικές περιοχές, συμπεριλαμβανομένης της βιοοικονομίας και της βιώσιμης δασοκομίας.
9. Βελτίωση της ανταπόκρισης της γεωργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις απαιτήσεις της κοινωνίας όσον αφορά τα τρόφιμα και την υγεία, συμπεριλαμβανομένης της απαίτησης για ασφαλή, θρεπτικά και βιώσιμα τρόφιμα, διαχείρισης, για επίλυση του ζητήματος των απορριμμάτων τροφίμων, καθώς και για καλή μεταχείριση των ζώων.

1.3 Προφίλ αγροτικού τομέα στην Ελλάδα

Ο αγροτικός τομέας στην Ελλάδα απασχολεί περίπου το 9% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της χώρας και συμβάλλει με ποσοστό 2,3% στο συνολικό ΑΕΠ. Οι δημόσιες και ιδιωτικές επενδύσεις στον πρωτογενή τομέα παρουσιάζουν μια μακροχρόνια πτωτική τάση, με ετήσιο ρυθμό μείωσης από -2,5 έως -3%. Η μείωση είναι ιδιαίτερα σημαντική για τις ιδιωτικές επενδύσεις. Τα στοιχεία για το εμπορικό ισοζύγιο αγροτικών προϊόντων δείχνουν την επιδεινούμενη εξαγωγική θέση της χώρας (Atkins, & Bowler, 2016). Το ανθρώπινο δυναμικό που απασχολείται στον πρωτογενή τομέα φθάνει το 16% του συνολικού εργατικού δυναμικού της χώρας. Παρά τη συνεχή μείωση των απασχολούμενων στην γεωργία, με ρυθμό -2,8%, η μείωση συνολικά του ενεργού πληθυσμού στην ύπαιθρο είναι αρκετά χαμηλότερη, γεγονός που σημαίνει, ότι η έξοδος από το αγροτικό επάγγελμα δεν συνεπάγεται και ισόποση οριστική εγκατάλειψη των αγροτικών περιοχών (Latruffe & Desjeux, 2016). Σύμφωνα με στοιχεία της EUROSTAT (2010), οι αγρότες ή οι πρώην αγρότες παραμένουν στην ευρύτερη περιοχή του τόπου καταγωγής τους και προσπαθούν να συνδυάσουν διάφορων ειδών απασχόλησης (υποαπασχόληση-πολυαπασχόληση) και πηγές εισοδημάτων προκειμένου να επιβιώσουν.

Η ηλικιακή σύνθεση των απασχολούμενων στη γεωργία, σε συνδυασμό με το μορφωτικό επίπεδο, αποτελεί κριτήριο για την δυνατότητα εισαγωγής νέων τεχνολογιών και καινοτομιών και την υιοθέτηση νέων τρόπων παραγωγής και εμπορίας (Latruffe & Desjeux, 2016). Το υψηλό ποσοστό, των γεωργών άνω των 55 ετών και η μείωση των νέων ηλικίας κάτω των 24 ετών, αποτελεί σημαντικό πρόβλημα στην ανάπτυξη αγροτικών περιοχών. Παρόλα αυτά η απασχόληση οικονομικών μεταναστών με τον αγροτικό τομέα αμβλύνει το πρόβλημα (Rodan, 2016). Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο αγροτικός τομέας είναι ο μικρός και πολυτεμαχισμένος κλήρος.

Η καθαρή προστιθέμενη αξία της εκμετάλλευσης, ανά μονάδα εργασίας, βρίσκεται στην Ελλάδα στο 50% του μέσου όρου της Ε.Ε. (Eurostat, 2010). Η χρηματοδότηση της γεωργίας, χαρακτηρίζεται από υψηλά επιτόκια, έλλειψη και μη ορθολογική αξιοποίηση των χρηματοδοτικών πόρων, περιορισμένο φάσμα και χαμηλή ποιότητα παρεχόμενων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών από τις τράπεζες και από έλλειψη προγραμματισμού και οργανικής σύνδεσης με μια πολιτική ανάπτυξης της γεωργίας και της υπαίθρου (Rodan, 2016). Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί βρίσκονται σε πλήρη απαξίωση, οικονομική και κοινωνική, σε μια εποχή που θα μπορούσαν να αποτελέσουν την μόνη λύση για την στήριξη των μικρών και μεσαίων αγροτών.

Οι βιολογικές καλλιέργειες και η βιολογική κτηνοτροφία, η οποία λόγω δομής της Ελληνικής γεωργίας (μικρός κλήρος, οικογενειακές επιχειρήσεις, εντατική κτηνοτροφία) θα μπορούσε να αποτελέσει μια σημαντική εναλλακτική λύση για την παραγωγή πιστοποιημένων προϊόντων ποιότητας, με υψηλή προστιθέμενη αξία, δεν προωθήθηκαν και δεν στηρίχθηκαν στο βαθμό που έπρεπε από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης. Οι προβλεπόμενες προϋποθέσεις, όπως βιολογικός καθαρισμός, αυστηροί και σχεδόν ανεφάρμοστοι κανόνες υγιεινής για κτηνοτροφικές μονάδες, σε συνδυασμό με τα προβλήματα πιστοποίησης, κόστους, διάθεσης, κ.ά., καθιστούν έντονα προβληματική τη βιολογική παραγωγή.

Η ολοκληρωμένη διαχείριση των γεωργικών εκμεταλλεύσεων, πολιτική που προωθείται και ενισχύεται από την Ε.Ε. για την παραγωγή πιστοποιημένων προϊόντων ποιότητας, δεν στηρίζεται από τους αναγκαίους για την πιστοποίηση μηχανισμούς και δεν αντιμετωπίζεται, ως μια δυνατότητα ανάδειξης του εθνικού

σήματος και της Ελληνικής ταυτότητας προϊόντων στην Ελληνική και διεθνή αγορά (Atkins & Bowler, 2016).

1.4 Χρήσεις γης

Το 2016 παρατηρείται μείωση σε σχέση με το 2013, τόσο στο συνολικό αριθμό των εκμεταλλεύσεων της χώρας όσο και στη χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση. Ειδικότερα οι καλλιεργούμενες εκτάσεις με αμπέλια, με ετήσιες καλλιέργειες, με λοιπές εκτάσεις καθώς και οι αρδευόμενες εκτάσεις παρουσιάζουν μείωση, ενώ οι εκτάσεις με δενδρώδεις καλλιέργειες παρουσιάζουν μικρή αύξηση. Από τα στοιχεία της κατανομής της Χρήσης Γεωργικής Έκτασης (ΧΓΕ) κατά κατηγορία χρήσης το 2016 σε σχέση με το 2013, στο σύνολο της χώρας παρουσιάζεται μείωση στον αριθμό των εκμεταλλεύσεων που καλλιεργούν ετήσιες καλλιέργειες κατά 5,2%, αμπέλια και σταφιδάμπελα κατά 5,1%, δενδρώδεις καλλιέργειες κατά 1,0% και λοιπές εκτάσεις κατά 5,0% . Το 2016 συγκριτικά με το 2013 οι εκτάσεις που καλλιεργήθηκαν με ετήσιες καλλιέργειες, με αμπέλια και σταφιδάμπελα και με λοιπές εκτάσεις παρουσιάζουν μείωση κατά 2,5%, 8,0%, 23,8% αντίστοιχα και οι δενδρώδεις εκτάσεις παρουσιάζουν μικρή αύξηση κατά 0,4%.

Ειδικότερα το 2016 παρατηρείται ότι στην Κεντρική Μακεδονία καλλιεργούνται οι περισσότερες εκτάσεις με ετήσιες καλλιέργειες (4.979 χιλ. στρέμματα) και ακολουθούν η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη (3.062 χιλ. στρέμματα) και η Θεσσαλία (2.883 χιλ. στρέμματα). Οι περισσότερες εκτάσεις με αμπέλια και σταφιδάμπελα καλλιεργούνται στην Πελοπόννησο (168 χιλ. στρέμματα) και ακολουθεί η Κρήτη (123 χιλ. στρέμματα) και η Δυτική Ελλάδα (118 χιλ. στρέμματα). Οι περισσότερες εκτάσεις με δενδρώδεις καλλιέργειες βρίσκονται στην Πελοπόννησο (2.064 χιλ. στρέμματα) και ακολουθούν η Κρήτη (1.484 χιλ. στρέμματα) και η Κεντρική Μακεδονία (978 χιλ. στρέμματα) . Επίσης κατά το 2016, οι ετήσιες καλλιέργειες αποτελούν το 51,9% της ΧΓΕ, οι δενδρώδεις το 27,0%, τα αμπέλια το 2,3% και οι λοιπές εκτάσεις το 18,8%

1.5 Φυσικό περιβάλλον

Η γεωργική δραστηριότητα, η οποία αποτελεί μια από τις κύριες πηγές εισοδήματος της χώρας μας, εξασφαλίζει την παραγωγή τροφίμων και πρώτων υλών, συντελεί στην μείωση της ανεργίας και βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της υπαίθρου αυξάνοντας το εισόδημά τους. Εκτός όμως από τις θετικές επιδράσεις, η εντατικοποίηση της γεωργίας και η μη τήρηση κανόνων οδηγεί σε σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα όπως η διάβρωση των εδαφών, η υφαλμύρυνση των υδροφορέων λόγω της υπεράντλησης, η νιτρορρύπανση καθώς και ο κίνδυνος επιπτώσεων στην υγεία των ανθρώπων εξαιτίας της υπερβολικής χρήσης λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων. Μια άλλη παράμετρος είναι ότι η άσκηση αγροτικών δραστηριοτήτων, όπως η λειτουργία ηλεκτροκίνητων και πετρελαιοκίνητων αντλιών

άντλησης και προώθησης νερού για αρδευτικούς σκοπούς, αυξάνει των κατανάλωση ενέργειας ενώ συμβάλλει και στο φαινόμενο του θερμοκηπίου λόγω έκλυσης στην ατμόσφαιρα CO₂, εξαιτίας της καύσης του πετρελαίου ή της χρήσης της ηλεκτρικής ενέργειας.

Η ΚΑΠ συμβάλλει στον περιορισμό της περιβαλλοντικής υποβάθμισης και εξάντλησης των φυσικών πόρων, αποδεσμεύοντας τις επιδοτήσεις από τις καλλιέργειες με σκοπό να προστατέψει την ανθρώπινη υγεία. Μέσω της αναδιάρθρωσης των καλλιεργειών, της βιολογικής γεωργίας, της αλλαγής των αρδευτικών μεθόδων καθώς και των αρχών που πρεσβεύει η πολλαπλή συμμόρφωση μπορεί να περιορίσει το πρόβλημα της εξάντλησης των υδατικών πόρων. Αν και αρχικός στόχος της ΚΑΠ ήταν η ελεύθερη διακίνηση προϊόντων, με το χρόνο οδηγήθηκε στις θέσπιση κανόνων προστασίας του περιβάλλοντος, θέτοντας όρια στην ελευθερία της αγοράς.

Κεντρική φιλοσοφία της πολιτικής της υπάρχουσας ΚΑΠ είναι ότι η προστασία του περιβάλλοντος δεν έρχεται σε αντίθεση με την οικονομία, αλλά, αντίθετα, τα αυστηρά περιβαλλοντικά πρότυπα δημιουργούν κίνητρα που αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας και την επιχειρηματικότητα. Επιπλέον η προστασία του περιβάλλοντος βοηθά στην διατήρηση ενός καλού βιοτικού επιπέδου και ποιότητας ζωής.

Η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος οδήγησε την ΕΕ στην εφαρμογή γεωπεριβαλλοντικών μέτρων τα οποία συμβάλλουν στην προστασία του. Οι γεωργοί δεσμεύονται να υιοθετούν περιβαλλοντικά φιλικές γεωργικές πρακτικές και ως ανταπόδοση λαμβάνουν πληρωμές που αντισταθμίζουν το επιπρόσθετο κόστος και την απώλεια του εισοδήματος. Τα μέτρα αυτά αφορούν την φιλική προς το περιβάλλον εντατικοποίηση της γεωργίας, τη χαμηλής έντασης διαχείριση συστημάτων βόσκησης, την ολοκληρωμένη διαχείριση και βιολογική γεωργία, τη διατήρηση της υπαίθρου και των ιστορικών της χαρακτηριστικών όπως φυτοφράκτες, τάφροι και δάση, τη διατήρηση υψηλής αξίας οικοτόπων και της συναφούς βιοποικιλότητας. Οι πρακτικές οι οποίες θα πρέπει να εφαρμόζουν οι γεωργοί ονομάστηκαν Κώδικες Ορθής Γεωργικής Πρακτικής (Κ.Ο.Γ.Π.) και σκοπό έχουν την προστασία και διαφύλαξη των αγροτικών τοπίων και των χαρακτηριστικών και την προστασία της υγείας των αγροτών και των καταναλωτών.

Οι Κώδικες Ορθής Γεωργικής Πρακτικής παρεμβαίνουν στις ακόλουθες γεωργικές δραστηριότητες:

1. Κατεργασία του εδάφους

Η κατεργασία του εδάφους γίνεται για να ετοιμαστεί το χωράφι για την σπορά της επόμενης καλλιέργειας, να καταστραφούν και να παραχωθούν τα ανεπιθύμητα φυτά, να εξασφαλιστεί η σωστή στράγγιση των νερών και ο αερισμός του εδάφους. Με την ακατάλληλη κατεργασία του εδάφους διαταράσσεται ή και καταστρέφεται η δομή του. Το κατεργασμένο γυμνό έδαφος είναι ευάλωτο στη διάβρωση από τον αέρα ή από το νερό. Επομένως, η κατεργασία του εδάφους πρέπει να περιορίζεται όσο είναι δυνατόν, στις απαραίτητες επεμβάσεις. Η υπερβολική κατεργασία εδάφους αυξάνει την απαιτούμενη ενέργεια, επιφέρει μεγάλη και άσκοπη κατανάλωση καυσίμων, και παράλληλα προκαλεί αρνητικές συνέπειες στο έδαφος.

2. Αμειψισπορά

Η αμειψισπορά είναι η εναλλαγή καλλιεργειών σε ένα αγροτεμάχιο. Η αμειψισπορά τόσο στις αροτραίες καλλιέργειες όσο και στα κηπευτικά αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για τη διατήρηση της γονιμότητας των αγροτεμαχίων και ήταν απαραίτητη και αναντικατάστατη διαδικασία πριν την εισαγωγή των γεωργικών μηχανημάτων και των χημικών λιπασμάτων. Η εισαγωγή των νέων τεχνικών καλλιέργειας έδωσε την δυνατότητα το ίδιο χωράφι να καλλιεργείται συνεχώς με την ίδια καλλιέργεια. Η πρακτική αυτή όμως επιβαρύνει τα αγροτεμάχια τα οποία χάνουν την γονιμότητα τους, πολλαπλασιάζονται τα προβλήματα με τα ζιζάνια και τις ασθένειες και το κόστος της παραγωγής αυξάνει, γιατί υπάρχει μεγαλύτερη ανάγκη για λιπάσματα και φυτοφάρμακα, ενώ οι αποδόσεις μειώνονται με το χρόνο. Το κυριότερο όμως είναι ότι τα ίδια τα χωράφια χάνουν την γονιμότητα τους, ενώ η αυξημένη χρήση φυτοφαρμάκων και λιπασμάτων μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις για το περιβάλλον και την ανθρώπινη υγεία.

3. Λίπανση

Η λίπανση είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη των φυτών και την ποιοτική και ποσοτική βελτίωση των αποδόσεων τους, καθώς και για τη διατήρηση της γονιμότητας του εδάφους. Για να επιτευχθούν όμως οι παραπάνω στόχοι, χρειάζεται η λίπανση να γίνεται με το κατάλληλο για το έδαφος και την καλλιέργεια λίπασμα, να ελέγχονται οι ποσότητες που προστίθενται κάθε φορά στο έδαφος, καθώς και ο τρόπος και ο χρόνος εφαρμογής τους. Η χρήση των λιπασμάτων, χωρίς την επιλογή του κατάλληλου είδους και την εφαρμογή στην κατάλληλη ποσότητα και στο σωστό χρόνο, αυξάνει το κόστος παραγωγής καθώς γίνεται υπερκατανάλωση λιπασμάτων. Πέρα όμως από τη αύξηση του κόστους δημιουργούνται προβλήματα στο έδαφος και ρυπαίνονται τα υπόγεια και τα επιφανειακά ύδατα.

Το πρόβλημα προκαλείται κυρίως από τα αζωτούχα λιπάσματα τα οποία είναι εύκολα διαλυτά στο νερό. Τα νιτρικά ιόντα είναι πολύ ευκίνητα στο έδαφος σε αντίθεση με τα φωσφορικά και το κάλιο. Οι ποσότητες από τα νιτρικά που βρίσκονται στο έδαφος και δεν απορροφούνται από τα φυτά, είτε γιατί δεν είναι στο κατάλληλο στάδιο ανάπτυξης για να τα απορροφήσουν, είτε γιατί έχουν χορηγηθεί μεγαλύτερες ποσότητες από αυτές που μπορούν να απορροφήσουν, εκπλύνονται με το νερό της βροχής ή της άρδευσης και καταλήγουν στα υπόγεια ύδατα όπου και συσσωρεύονται. Όταν η περιεκτικότητα των υδάτων αυτών υπερβεί κάποια όρια (50 mg/l) τότε το νερό θεωρείται ακατάλληλο προς πόση. Εξ άλλου όταν το έδαφος είναι επικλινές ή έχει μικρή διηθητικότητα (είναι βαρύ ή αδιαπέραστο) ή το σημείο όπου εφαρμόζονται τα λιπάσματα είναι πλησίον ή εντός λεκανών απορροής, τα νιτρικά και τα φωσφορικά παρασύρονται και μεταφέρονται προκαλώντας ευτροφισμό των επιφανειακών υδάτων και την υποβάθμισή τους.

4. Προστασία υδάτινων πόρων

Οι υδάτινοι πόροι είναι η βάση της ζωής στον πλανήτη, επομένως και αναγκαίοι για την καλλιέργεια αγροτικών προϊόντων. Η λάθος διαχείρισή τους μπορεί να διαταράξει την οικολογική ισορροπία μιας περιοχής. Για τον λόγο αυτό οι αγρότες θα πρέπει να συνειδητοποιήσουν την σημαντικότητα χρήσης τεχνικών καλλιέργειας οι οποίες απαιτούν την ελάχιστη δυνατή ποσότητα νερού. Αντιθέτως η υπάρχουσα

εικόνα δείχνει ότι γίνεται αλόγιστη χρήση των υδάτινων πόρων όπως υπεράντληση, κατακλύσεις γειτονικών χωραφιών και δρόμων, χρήση ακατάλληλων ή ελαττωματικών συστημάτων κλπ., τα οποία όχι μόνο δεν οδηγούν στην αύξηση της παραγωγικότητας της εκμετάλλευσης αλλά αντίθετα απειλούν και το μέλλον της με ότι αυτό συνεπάγεται, αφού μειώνει τους διαθέσιμους υδάτινους πόρους ή τους καθιστά ακατάλληλους για άρδευση (π.χ. υφαλμύρυνση υπογείων υδροφορέων). Μια επιτυχημένη άρδευση δίνει στο έδαφος τόσο νερό όσο χρειάζεται για να αναπτυχθεί σωστά η καλλιέργεια, ενώ η εφαρμογή του νερού πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να υπάρχουν όσο το δυνατόν μικρότερες απώλειες νερού και θεραπευκών στοιχείων από βαθιά διήθηση και επιφανειακή απορροή. Σε κάθε άρδευση πρέπει να εφαρμόζεται τόσο νερό ώστε να κορεστεί το έδαφος σε τόσο βάθος όσο το βάθος του ριζικού συστήματος.

5. Οικολογικά ευαίσθητες περιοχές

Ως οικολογικά ευαίσθητες περιοχές καθορίζονται οι περιοχές της Οδηγίας 92/43/ΕΟΚ. Οι περιοχές, που έχουν ενταχθεί στο δίκτυο NATURA 2000, έχουν επιλεγεί, με βάση τις προδιαγραφές που έχει θεσπίσει η Ευρωπαϊκή Ένωση, ως σημαντικές για το φυσικό περιβάλλον της χώρας αλλά και ολόκληρης της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σε αυτές τις περιοχές συναντιούνται οικότοποι, φυτικά και ζωικά είδη, τα οποία είναι σπάνια ή απειλούμενα και χαρακτηρίζονται σαν «κοινοτικού ενδιαφέροντος» (παραρτήματα της οδηγίας 92/43). Η χώρα μας έχει αναλάβει την υποχρέωση διατήρησης τους αφού οι περιοχές αυτές αποτελούν ένα φυσικό κεφάλαιο για τη χώρα μας και για το λόγο αυτό πρέπει να εξασφαλιστεί η διατήρηση του φυσικού τους πλούτου. Οι ζώνες, που περιβάλλουν δάση, λίμνες, δέλτα ποταμών και ακτές, που δεν έχουν ενταχθεί στο Δίκτυο NATURA 2000 αποτελούν τόπους με ιδιαίτερη σημασία για τα οικοσυστήματα που περιβάλουν, γιατί τα επηρεάζουν άμεσα. Η οικολογικά ευαίσθητη ζώνη των παραπάνω περιοχών είναι η ζώνη, που επεκτείνεται σε απόσταση μέχρι 600 μέτρων από τις όχθες λιμνών, μέχρι 150 μέτρα ένθεν και ένθεν κοίτης ποταμών, μέχρι 1000 μέτρα από την ακτογραμμή προκειμένου για κλειστούς κόλπους, μέχρι 300 μέτρα για τις λοιπές ακτές και μέχρι 500 μέτρα από τα όρια δασών. Οι αποστάσεις καθορίζονται από τη Γεωγραφική Υπηρεσία Στρατού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Παρούσα κατάσταση-Στατιστικά στοιχεία

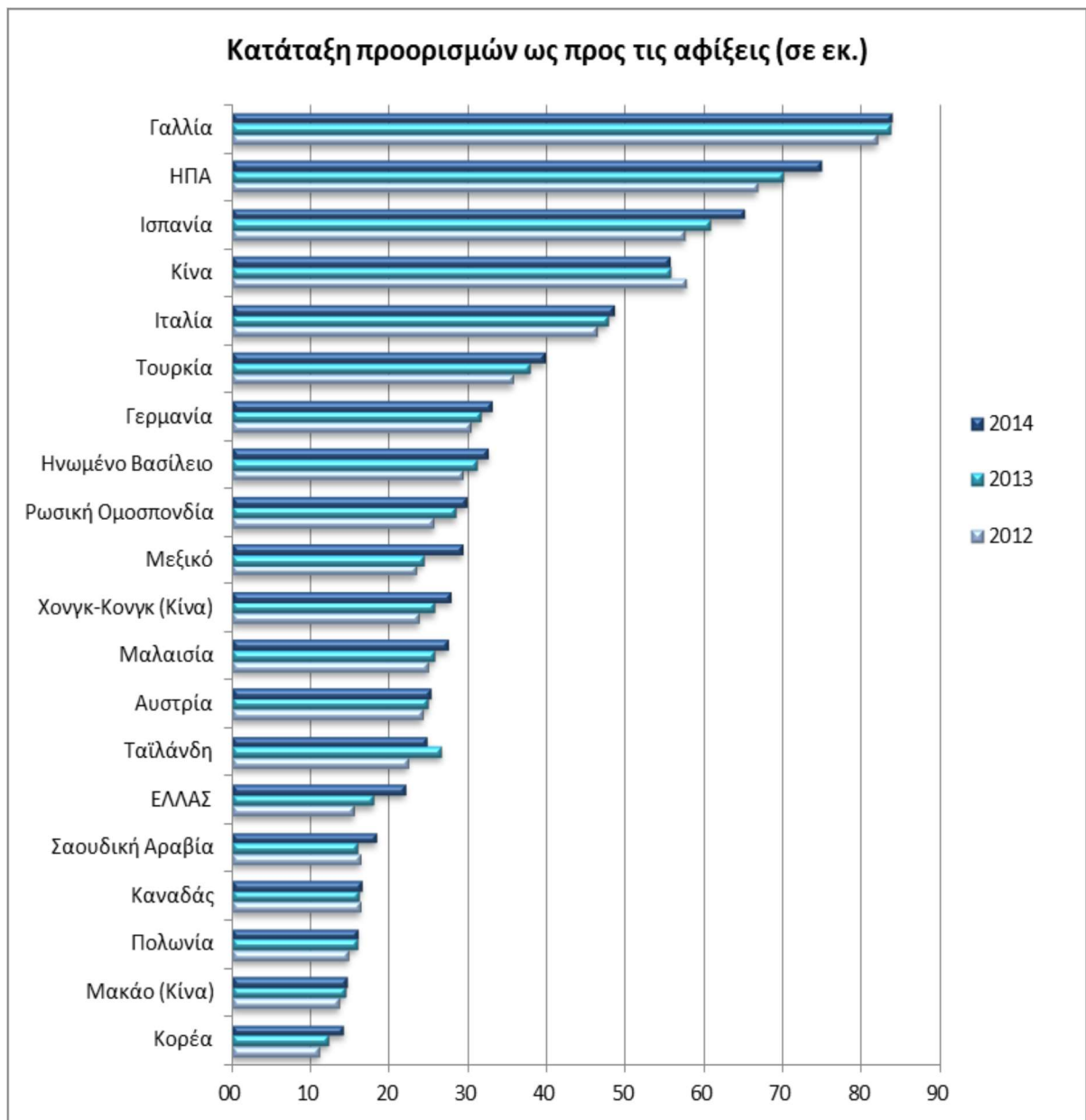
2.1.1 Στοιχεία Διεθνούς Τουρισμού

Ο τουρισμός διεθνώς παρουσιάζει βραχυπρόθεσμα διακυμάνσεις κυρίως λόγω πολιτικών κρίσεων, φυσικών καταστροφών, χρηματοπιστωτικών κρίσεων κλπ. όμως μακροπρόθεσμα αποδεικνύεται ανθεκτικός. Η οικονομική κρίση οδήγησε στον επαναπροσδιορισμό της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης, συμπιέζοντας το κόστος για την διατήρηση των μεριδίων στην τουριστική αγορά, προτείνοντας ανταγωνιστικές προσφορές. Ο τομέας της απασχόλησης στον τουρισμό δέχθηκε δυσμενείς επιδράσεις από την κρίση αυτή, αφού αυξήθηκε το ποσοστό ανεργίας, μειώθηκαν οι αποδοχές των εργαζομένων, ενώ αναπτύχθηκε η επισφαλής εργασία. Ένας άλλος κρίσιμος τομέας για την διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος είναι το φυσικό περιβάλλον. Διεθνώς αυξήθηκε η ευαισθησία σε θέματα όπως η κλιματική αλλαγή, η οικολογική διαχείριση, η εξοικονόμηση ενέργειας και η αναζήτηση διακοπών με μειωμένο περιβαλλοντικό αποτύπωμα, επιβάλλοντας τον προσανατολισμό στην διαφύλαξη των πολύτιμων φυσικών πόρων.

Επίσης καινούργιες ευκαιρίες έχουν παρουσιαστεί από την διάδοση νέων τεχνολογιών. Η κοινωνική δικτύωση μέσω διαδικτύου, οι εφαρμογές σε έξυπνα κινητά, η οικονομία διαμοιρασμού μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων (π.χ. Airbnb) έφεραν αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας της αγοράς, καθιστώντας δύσκολη την πρόβλεψη της μελλοντικής ζήτησης και των εξελίξεων στον τομέα του τουρισμού.

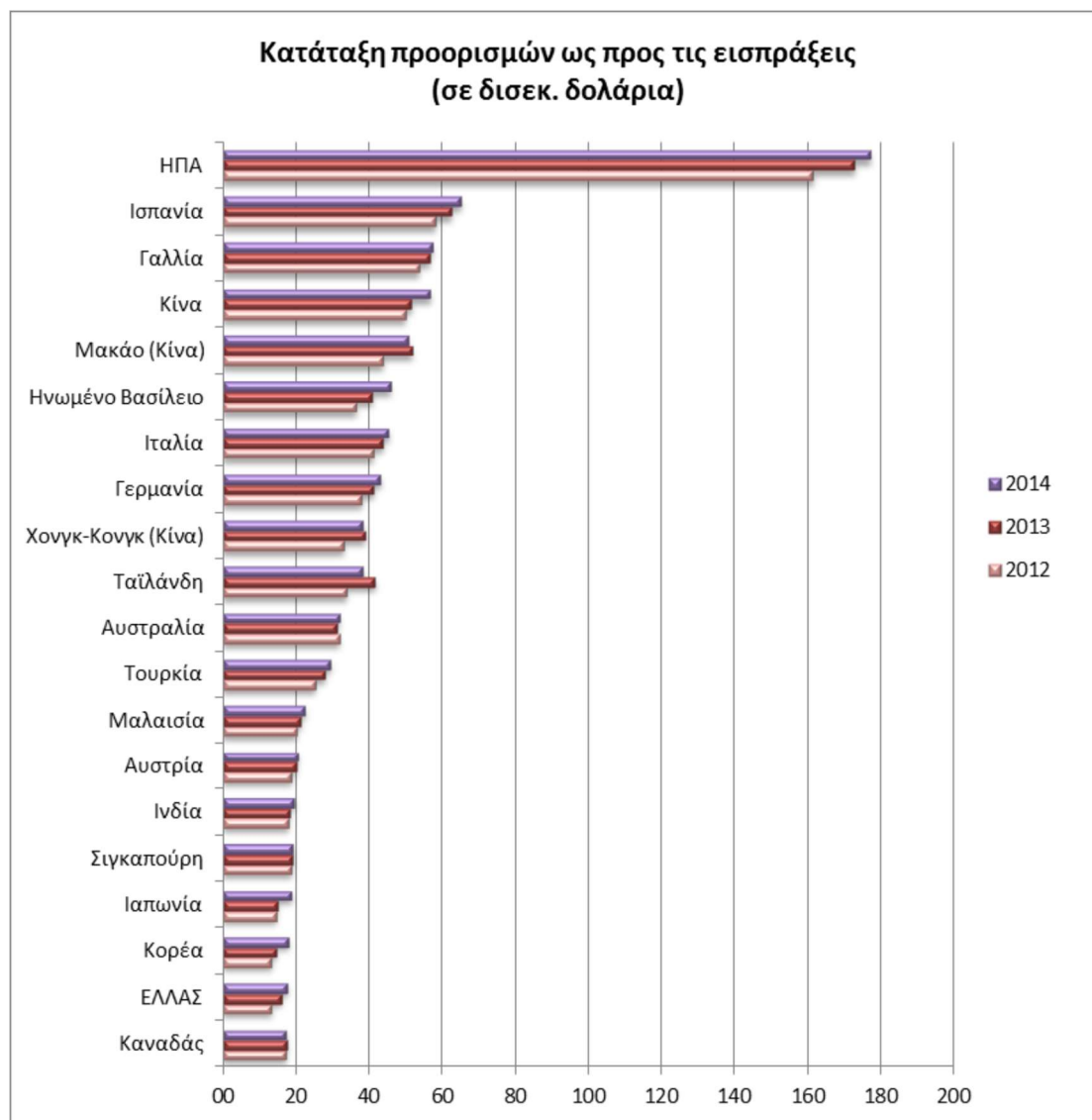
«Με στόχο τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού προορισμού, κύριοι άξονες για τις αναγκαίες δράσεις πρέπει να είναι ο εμπλουτισμός και η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, η διασφάλιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, η αναζήτηση νέων αγορών παράλληλα με την προσέλκυση νέων τμημάτων αγοράς στις παραδοσιακές πηγές ζήτησης, η επέκταση της τουριστικής περιόδου με κατάλληλα μέτρα σε προσφερόμενους προορισμούς, η διαφοροποίηση του προϊόντος και η "έξυπνη" εξειδίκευση των επιμέρους προορισμών, καθώς και η στοχευμένη προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας ως τουριστικού προορισμού, μέσω πολλαπλών και κατάλληλων διαύλων» (Χατζηδάκης, 2015).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, τον μεγαλύτερο όγκο επισκεπτών δέχεται η Γαλλία, ενώ ακολουθούν οι ΗΠΑ, η Ισπανία, η Κίνα και η Ιταλία. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 15^η θέση της κατάταξης.

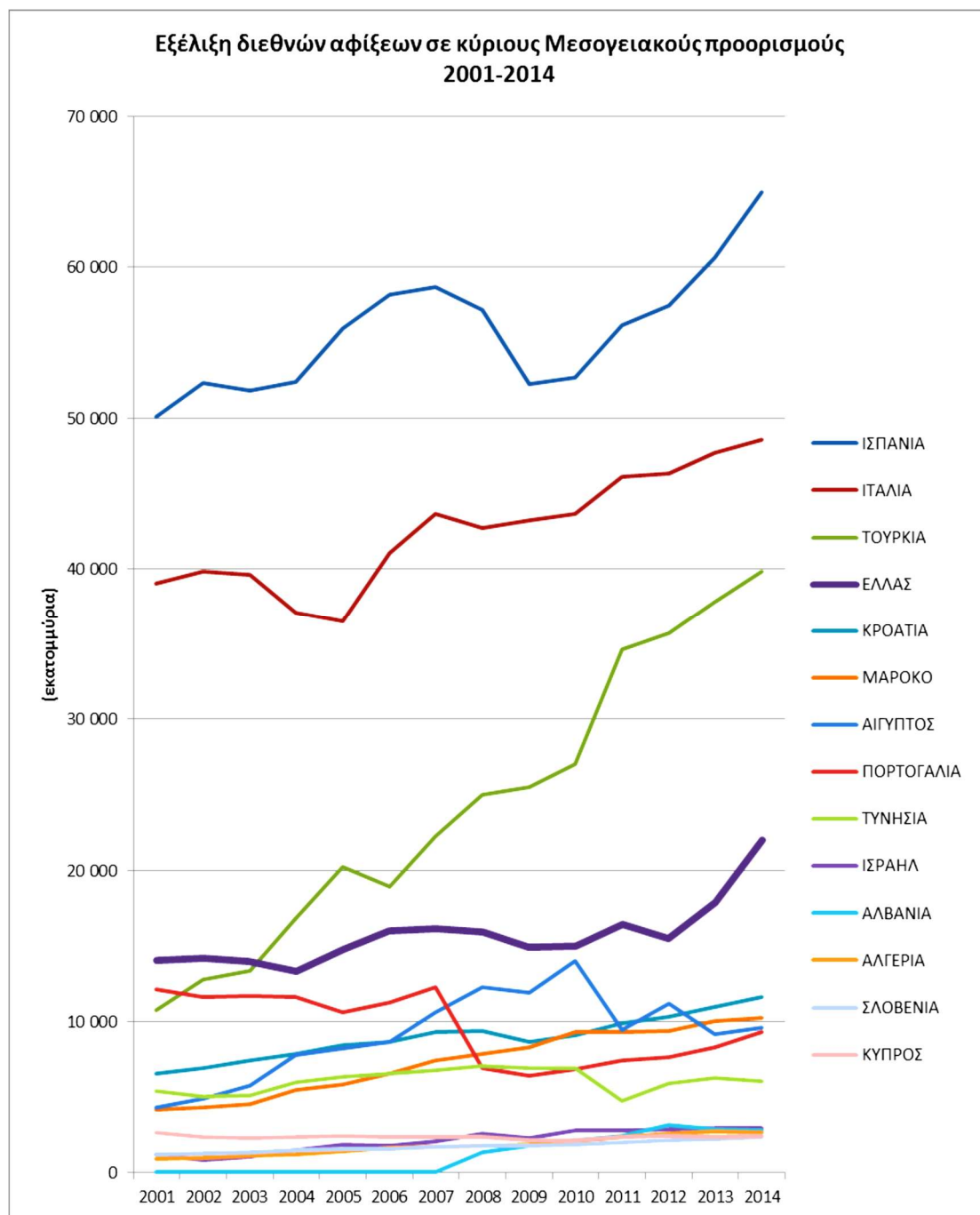


Διάγραμμα 2.1 Κατάταξη προορισμών ως προς τις αφίξεις (Πηγή Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)

Όμως από άποψη εισπράξεων πρώτη θέση κατέχουν οι ΗΠΑ με μεγάλη διαφορά και ακολουθούν η Ισπανία, η Γαλλία, η Κίνα και το Ηνωμένο Βασίλειο. Αυτό σημαίνει ότι το τουριστικό προϊόν στις ΗΠΑ είναι υψηλής προστιθέμενης αξίας. Η Ελλάδα σ' αυτήν την κατάταξη βρίσκεται πολύ χαμηλά, μόλις στην 19^η θέση.

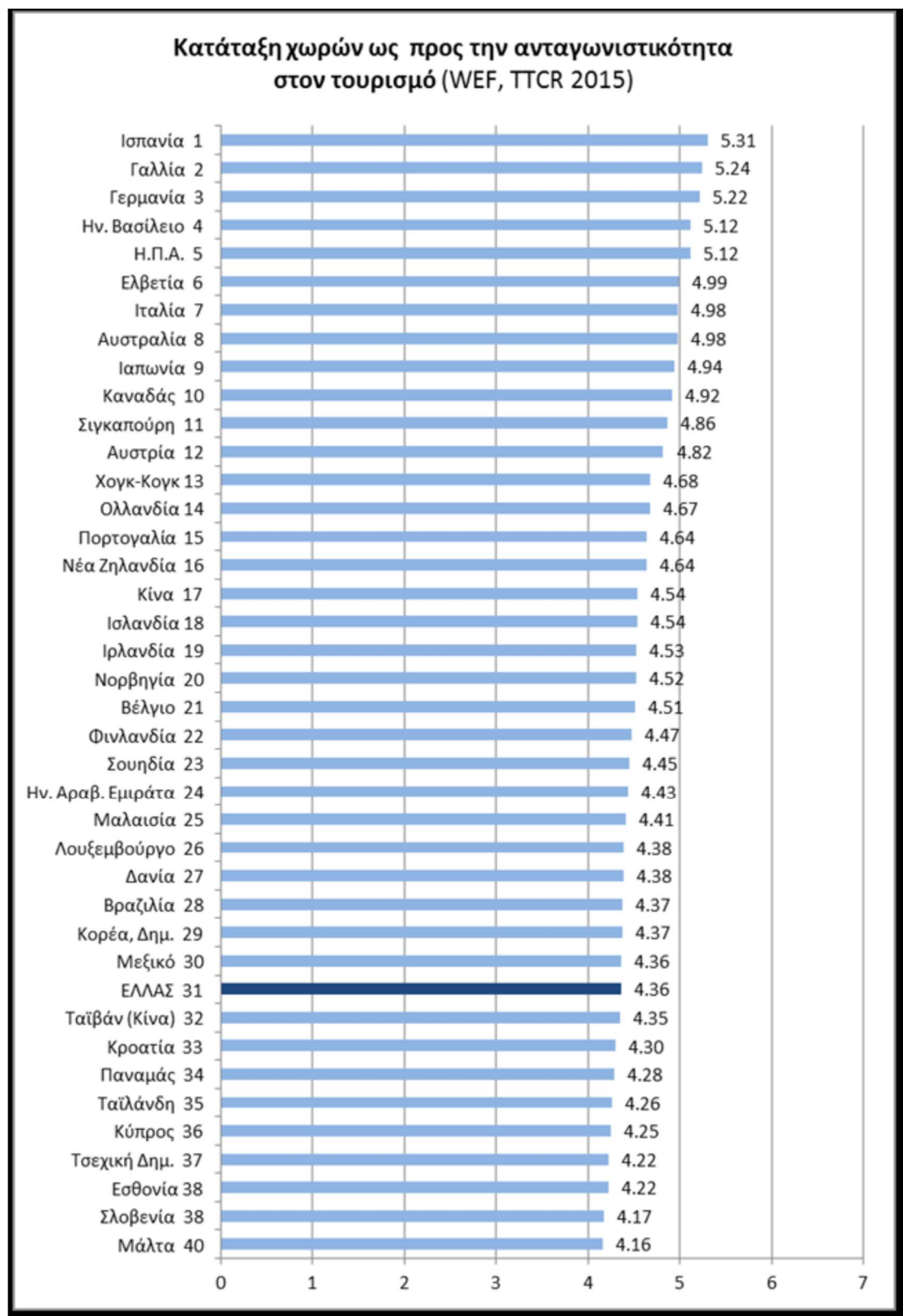


Διάγραμμα 2.2 Κατάταξη προορισμών ως προς τις εισπράξεις (Πηγή Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)



Διάγραμμα 2.3 Εξέλιξη διεθνών αφίξεων σε κύριους Μεσογειακούς προορισμούς 2001-2014 (Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)

Σε ότι αφορά στις επισκέψεις σε Μεσογειακούς προορισμούς η Ισπανία κατέχει την 1^η θέση, στη 2^η θέση βρίσκεται η Ιταλία ενώ 3^η παρουσιάζεται η Τουρκία. Και οι τρεις αυτές μεσογειακές χώρες εμφανίζουν μεγάλη αύξηση στις αφίξεις τους τα τελευταία έτη, ενώ η Ελλάδα βρίσκεται στην 4^η θέση με σχεδόν σταθερό αριθμό αφίξεων. Αυτό ίσως οφείλεται στην οικονομική κρίση και ανασφάλεια που επικράτησε στην χώρα. Το έτος 2014 όμως εμφάνισε μια ανάκαμψη η οποία προέρχεται από τη βελτίωση του οικονομικού κλίματος και την αναπροσαρμογή της τιμολόγησης και τουριστικής πολιτικής. Σε επίπεδο ανταγωνιστικότητας στον τουρισμό, πάλι η Ισπανία και η Γαλλία κατέχουν τις πρώτες θέσεις. Και σ' αυτήν την κατάταξη η Ελλάδα βρίσκεται πολύ χαμηλά, στην 31^η θέση. Ο δείκτης «ανταγωνιστικότητα των τιμών» παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και στηρίζεται στη στάθμιση τεσσάρων υποδεικτών: φόροι εισιτηρίων και επιβαρύνσεις αεροδρομίων, δείκτης τιμών ξενοδοχείων, ισοδυναμία αγοραστικής δύναμης και επίπεδα τιμής καυσίμων. Η Ελλάδα καταλαμβάνει τη 113^η θέση ως προς τον δείκτη αυτόν.



Διάγραμμα 2.4 Κατάταξη χωρών ως προς την ανταγωνιστικότητα στον τουρισμό (Πηγή World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2015)

Οι σύγχρονες τάσεις που επικρατούν στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον και οι έντονες ανταγωνιστικές συνθήκες επιτάσσουν την ανανέωση και διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και τον αναπροσανατολισμό προς τμηματοποιημένες αγορές και αναζήτηση νέων τμημάτων αγοράς, επανατοποθέτηση του προορισμού στη διεθνή αγορά, αξιοποίηση ευκαιριών και εξειδικευμένη στόχευση των δράσεων προώθησης (Χατζηδάκης, 2015). Η επισήμανση αυτή αφορά τόσο στις τουριστικές επιχειρήσεις όσο και στους δημόσιους φορείς, κεντρικούς ή τοπικούς, που διαχειρίζονται τους επιμέρους προορισμούς.

Τα παραπάνω δεδομένα μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η κατοχύρωση και βελτίωση της θέσης μας σε διεθνές επίπεδο απαιτεί επανατοποθέτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, χάραξη μακροπρόθεσμης στρατηγικής μάρκετινγκ με εξειδίκευση σε αγορές στόχους. Διαφορετικά ανταγωνιστικοί παραδοσιακοί και αναδυόμενοι προορισμοί θα καταφέρουν να αποσπάσουν μεγαλύτερα μερίδια από τη διεθνή τουριστική αγορά.

	Σειρά κατάταξης				Βαθμός (κλίμακα 1-7)			
	2009 (μεταξύ 133 χωρών)	2011 (μεταξύ 139 χωρών)	2013 (μεταξύ 140 χωρών)	2015 (μεταξύ 141 χωρών)	2009	2011	2013	2015
Γενικός Δείκτης	24	29	32	31	4.9	4.8	4.8	4.36
Ευνοϊκό περιβάλλον				48				5.11
Επιχειρηματικό περιβάλλον				104				4.04
Προστασία και ασφάλεια	47	73	69	57	5.6	4.7	4.7	5.49
Υγεία και υγιεινή	19	20	13	9	6.4	6.4	6.4	6.57
Ανθρώπινοι πόροι και αγορά εργασίας	44	59	50	45	5.3	5	5	4.75
Ετοιμότητα ICT (Υποδομές τεχνολογιών πληροφορικής – τηλεπικοινωνιών)	40	39	33	49	3.8	4.3	4.3	4.71
Τουριστική πολιτική και ευνοϊκές συνθήκες				33				4.39
Προτεραιότητα του τουρισμού	3	17	28	24	6.1	5.6	5.2	5.36
Άνοιγμα στο διεθνές περιβάλλον				25				4.09
Ανταγωνιστικότητα τιμών	114	123	127	113	3.9	3.8	3.6	3.93
Περιβαλλοντική αειφορία	47	68	72	61	4.8	4.5	4.5	4.19
Υποδομές				24				4.78
Υποδομές αερομεταφορών	19	19	20	27	4.7	4.8	4.7	4.25
Υποδομές επίγειων και λιμενικών μεταφορών	43	61	58	51	4.1	4	4	4.01
Υποδομές τουριστικών υπηρεσιών	5	5	3	12	6.7	6.9	6.8	6.08
Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι				35				3.15
Φυσικοί πόροι	74	61	40	46	3	3.4	4.2	3.49
Πολιτιστικοί πόροι	23	25	25	32	5	4.7	4.3	2.82

Πίνακας 2.1 Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού και Ταξιδιών για την Ελλάδα (Πηγή WEF)

Οι ισχυρότεροι παράγοντες που θα διαμορφώσουν τον μελλοντικό μετασχηματισμό της διεθνούς τουριστικής αγοράς είναι (Χατζηδάκης, 2015):

- η ανάγκη για ασφάλεια και προστασία στους προορισμούς, ιδιαίτερα απέναντι σε κινδύνους πολιτικούς, οικονομικούς ή φυσικούς
- η ολοένα διευρυνόμενη χρήση του διαδικτύου με τις διάφορες εφαρμογές του από τις τουριστικές επιχειρήσεις, τους καταναλωτές αλλά και τους ενδιαμέσους παρόχους υπηρεσιών
- η ανακατάταξη των δικτύων διανομής (ανάπτυξη οικονομίας «διαμοιρασμού» - sharing economy-, διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων, κ.ά.)
- η ανάπτυξη των αερομεταφορών χαμηλού κόστους σε συνάρτηση με το ενεργειακό κόστος
- οι αλλαγές στις αξίες, στο στυλ ζωής και στα καταναλωτικά πρότυπα, και η μεταστροφή από την οικονομία υπηρεσιών στην οικονομία εμπειριών
- οι δημογραφικές εξελίξεις.

Οι δημογραφικές, κοινωνικές και τεχνολογικές εξελίξεις θα οδηγήσουν σε μεταβολές των καταναλωτικών προτύπων, οι οποίες θα επηρεάσουν και την ταξιδιωτική συμπεριφορά. Στον τομέα του τουρισμού, οι τάσεις της ζήτησης θα διαμορφώσουν νέα πρότυπα συμπεριφοράς. Σύμφωνα με τον Lundy (2015), θα διαμορφωθούν έξι «πρότυπα» τουριστών. Εκείνοι που επιζητούν την απλότητα (“simplicity searchers”), εκείνοι που αναζητούν την πολιτιστική κάθαρση (“cultural purists”), οι επιδιώκοντες το κοινωνικό κεφάλαιο (“social capital seekers”), οι κυνηγοί ευεξίας και ανταμοιβής (“reward hunters”), αυτοί που συναντώνται από υποχρέωση (“obligation meeters”) και οι «ηθικοί ταξιδιώτες» (“ethical travellers”). Κάθε τέτοιο πρότυπο έχει ιδιαίτερη συμπεριφορά ως προς τα κριτήρια επιλογής του προορισμού, τη χρονική περίοδο και τη διάρκεια της παραμονής του, τις επιδιωκόμενες ανέσεις, το φάσμα των αγορών αγαθών και υπηρεσιών στον προορισμό, τη χρήση νέων τεχνολογιών, τα συστήματα κράτησης, κλπ. Πιο αναλυτικά, οι παραπάνω κατηγορίες ταξιδιωτών επιλέγουν τους προορισμούς τους ως εξής:

- ✓ **Simplicity seekers:** Αυτή η κατηγορία τουριστών είναι πιο δεκτική σε εξειδικευμένες προσφορές, ευθυγραμμισμένες με τις απαιτήσεις τους, ιδίως από αξιόπιστα εμπορικά σήματα που τους προσφέρουν το τέλειο ταξιδιωτικό πακέτο που ταιριάζει στις ανάγκες τους. Οι παροχείς πρέπει να είναι απλοί, διαφανείς, μη παρεμβατικοί και να κατανοούν τις ταξιδιωτικές τους απαιτήσεις.
- ✓ **Reward Hunters:** Οι κυνηγοί ευεξίας και ανταμοιβής θέλουν να γνωρίζουν τις ξεχωριστές εμπειρίες, τοποθεσίες και μέρη διαμονής που προσφέρουν κάτι παραπάνω από τους υπόλοιπους προορισμούς. Το στυλ ταξιδιού μπορεί να ποικίλει σημαντικά, από έναν απομακρυσμένο προορισμό που προσφέρει χαλάρωση έως μια ενθουσιώδη νέα εμπειρία ή γεγονός. Δεν ενδιαφέρονται για προσφορές μαζικής αγοράς, προτιμούν να αποφεύγουν τα πλήθη και στρέφονται σε ειδικούς για να τους συμβουλέψουν να επιλέξουν το σωστό προορισμό.
- ✓ **Social Capital Seekers:** Αυτή η ομάδα τουριστών θέλει να θεωρηθεί ότι έχει τα είδη ταξιδιωτικών εμπειριών που οι συνάδελφοι και οι ομάδες δικτύωσής τους θεωρούν ως «μόδα» και αναφέρονται σ’ αυτές. Επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης και εμπνέονται από φίλους και διάσημα πρόσωπα. Ενδεχομένως να μοιραστούν με τους γύρω τους τους

επόμενους κορυφαίους προορισμούς τους ώστε να προετοιμαστούν και να βρουν τη σωστή προσφορά.

- ✓ **Cultural Purist:** Ο τύπος αυτός συγκεντρώνει ερεθίσματα από τον τρόπο ζωής που προβάλλεται στα ΜΜΕ, όπως τηλεοπτικά ντοκιμαντέρ, βίντεο στο YouTube, σε προγράμματα μαγειρικής (τοπικής κουζίνας) και φύσης, σε βιβλία και ταινίες που δίνουν μια εικόνα για ποικίλους αυθεντικούς ταξιδιωτικούς προορισμούς. Επιδιώκουν να εμπνέονται από ταξιδιωτικές εμπειρίες που τους επιτρέπουν να «βυθιστούν» σε άλλο τρόπο ζωής για την περίοδο του ταξιδιού, είτε είναι για λίγες ημέρες είτε για ένα Σαββατοκύριακο.
- ✓ **Ethical Travellers:** Οι «ηθικοί» ταξιδιώτες θα επιλέξουν μόνο οργανισμούς και προορισμούς που έχουν δημοσιευμένες λεπτομέρειες της κοινωνικής τους επίπτωσης σχετικά με το περιβάλλον, τις πολιτικές εργασίας και αγοράς και την καλή τους καταγραφή ως προς την κοινωνική ευθύνη των παρόχων. Συστάσεις από εταιρίες και άλλους αξιόπιστους συμβούλους θεωρούνται πολύτιμες.
- ✓ **Obligation Meeters:** Οι ημερομηνίες και προορισμοί των ταξιδιών αυτής της ομάδας είναι προκαθορισμένοι από επαγγελματικές, οικογενειακές και θρησκευτικές δεσμεύσεις. Με βάση το μοναδικό προφίλ τους και χαρακτηριστικά θα προσπαθήσουν να μάθουν ή να καθοδηγηθούν για να καταλάβουν τις επιλογές που είναι διαθέσιμες, για να προσαρμόσουν το ταξίδι τους και να επιτύχουν την καλύτερη εμπειρία. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες θα πρέπει να επιδιώξουν ευελιξία στα ταξίδια αυτής της κατηγορίας τουριστών, να διαμορφώσουν προσωπικά ταξιδιωτικά σχέδια γι' αυτούς, εντός καθορισμένων προϋπολογισμών ή άλλων παραμέτρων.

Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στις 28 χώρες της ΕΕ αναμένεται να αυξηθούν με μέσο ετήσιο ρυθμό 2,1% έως το 2025, σύμφωνα με ειδική μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού. Με αυτόν τον ρυθμό προβλέπεται ότι διεθνείς αφίξεις στις χώρες της ΕΕ, θα ξεπεράσουν τα 500 εκ το 2023 και θα φθάσουν τα 520 εκ. το 2025 και τα 557 εκ. το 2030. Οι χώρες της τελευταίας διεύρυνσης της ΕΕ (Βουλγαρία, Ρουμανία, Κροατία, Εσθονία, Λετονία, Λιθουανία, Ουγγαρία) θα σημειώσουν ταχύτερο ρυθμό μέσης ετήσιας αύξησης των αφίξεων (+3,4%), αυξάνοντας έτσι το μερίδιό τους στο σύνολο των χωρών της ΕΕ-28. Αντίθετα, οι χώρες της Νότιας και της Μεσογειακής Ευρώπης αναμένεται να σημειώσουν βραδύτερο ρυθμό αυξήσεων, κατά μέσο όρο 1,8% ετησίως.

Το μερίδιο των 28 χωρών της ΕΕ στο σύνολο των παγκόσμιων αφίξεων εκτιμάται ότι το 2025 θα έχει μειωθεί, από 40% το 2010, στο 33%. Στη μείωση αυτή θα συμβάλει η ταχύτερη αύξηση των αναδυόμενων τουριστικών προορισμών, ιδιαίτερα της Ασίας και του Ειρηνικού. Από την άλλη μεριά, η Ευρώπη παραμένει η κυριότερη πηγή εξερχόμενου τουρισμού και τα ταξίδια αναμένεται να αυξάνονται με μέσο ρυθμό 2,7% τον χρόνο, φθάνοντας τα 834 εκ. το 2025. Οι χώρες της Ασίας και του Ειρηνικού, όμως, θα έχουν ταχύτερο μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης (+5,4%) έως το 2025. Η ισχυρή ροπή για ταξίδια με προέλευση τις χώρες της ΕΕ θα συνεχιστεί και μάλιστα αναμένεται να αυξηθεί από το 57% του πληθυσμού το 2010 στο 90% το 2030.

Η αρνητική δημοσιότητα για την εικόνα της Ελλάδας στα διεθνή μέσα, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των ετών 2011 και 2012, οφειλόμενη κατά κύριο λόγο στη σοβαρή χρηματοοικονομική κρίση που αντιμετώπιζε η χώρα μας, συνέβαλε στην

μείωση της ελκυστικότητας των ελληνικών τουριστικών προορισμών και ανέκοψε προσωρινά, τους ρυθμούς της επιδιωκόμενης ανάκαμψης του τουριστικού ρεύματος.

2.1.2 Στοιχεία Ελληνικού Τουρισμού

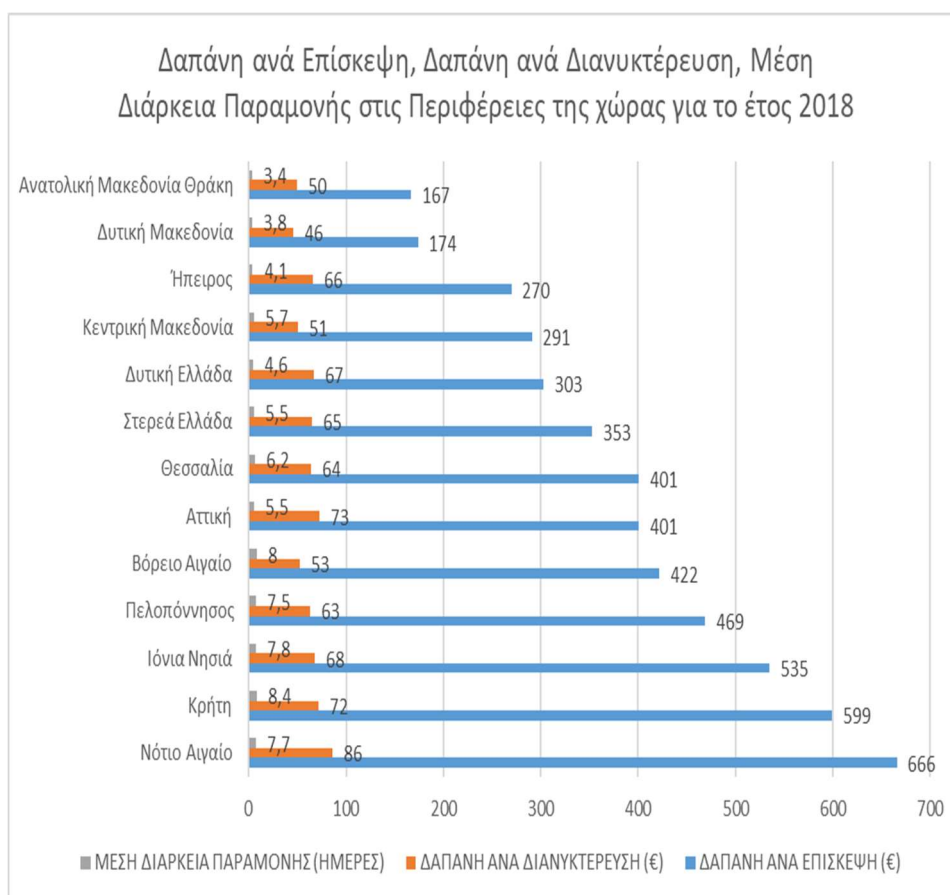
Η κατανομή των αφίξεων στα σύνορα κατά στη διάρκεια του έτους παρουσιάζει έντονα φαινόμενα εποχικότητας, με τα υψηλότερα ποσοστά επισκεψιμότητας να παρατηρούνται κατά τους θερινούς μήνες (Ιούνιος-Σεπτέμβριος). Παρά τις προσπάθειες για άμβλυνση της εποχικότητας, η οποία θεωρείται ως μια από τις μεγαλύτερες αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού, δεν έχει σημειωθεί καμία ουσιαστική πρόοδος. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν δεν έχει κατορθώσει να επανατοποθετηθεί στη διεθνή τουριστική αγορά και ο προορισμός Ελλάδα παραμένει κατεξοχήν τόπος θερινών διακοπών κυρίως παραθαλάσσιων. Ο επιχειρηματικός και ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων και σύντομων διακοπών ("city breaks"), ο πολιτιστικός τουρισμός και οι άλλες μορφές τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων έχουν εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν, αλλά όχι σε βαθμό που να μπορέσουν να μεταβάλουν συνολικά τη φυσιογνωμία του και να επαναπροσδιορίσουν την ταυτότητα του ελληνικού προορισμού.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, συνεδριακός, θρησκευτικός, ιατρικός, πολιτιστικός, γαστρονομικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, κλπ.) θα μπορούσαν να συμβάλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας, λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους και της καταλληλότητας αρκετών περιοχών της χώρας που ευνοούν την ανάπτυξή τους. Αυτό, όμως, αφορά περισσότερο στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στους μήνες «στήριξης» (άνοιξη και φθινόπωρο), γιατί η ανάπτυξη τουρισμού και κατά τη χειμερινή περίοδο απαιτεί τη συγκέντρωση και άλλων προϋποθέσεων. Η χώρα μας, λόγω κλιματολογικών συνθηκών και έλλειψης αντίστοιχων εγκαταστάσεων, δύσκολα θα μπορούσε να προσελκύσει τουρίστες για «χειμερινά σπορ». Προκειμένου να επιτύχει τον στόχο του «τουρισμού επί 12 μήνες», θα πρέπει να στηριχτεί σε διαφορετικούς άξονες. Συγκεκριμένα, μεταξύ αυτών, πρέπει να αναπτυχθεί η δημιουργία υποδομών για το προϊόν «διακοπές χειμερινού ήλιου» στις καταλληλότερες περιοχές του Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης (με ανοικτά καταστήματα, πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, εγκαταστάσεις ευεξίας, κλπ.). Ακόμη, απαιτείται δημιουργία υποδομών συνεδριακού τουρισμού, ανάπτυξη Κέντρων Επισκεπτών και Συνεδρίων (CVBs) από «οργανισμούς διαχείρισης προορισμών» (DMOs), τουλάχιστον στις μεγάλες πόλεις. Παράλληλα, πρέπει να επιδιωχθεί η προσέλκυση τουριστών τρίτης ηλικίας και εισερχόμενου σχολικού και εκπαιδευτικού τουρισμού, η ανάπτυξη και προώθηση ιατρικού τουρισμού και τουρισμού υγείας σε πιστοποιημένες μονάδες. Τέλος, θα πρέπει να αναζητηθούν και να διερευνηθούν οι τουριστικές αγορές στις οποίες το κύριο κίνητρο ταξιδιού δεν είναι οι διακοπές παραθαλάσσιου παραθερισμού. Τέτοιες αγορές είναι οι χώρες της Μέσης Ανατολής και οι μακρινές χώρες της Ασίας και του Ειρηνικού, της Βόρειας και Νότιας Αμερικής, της Ωκεανίας, κ.ά. (Χατζηδάκης, 2015).

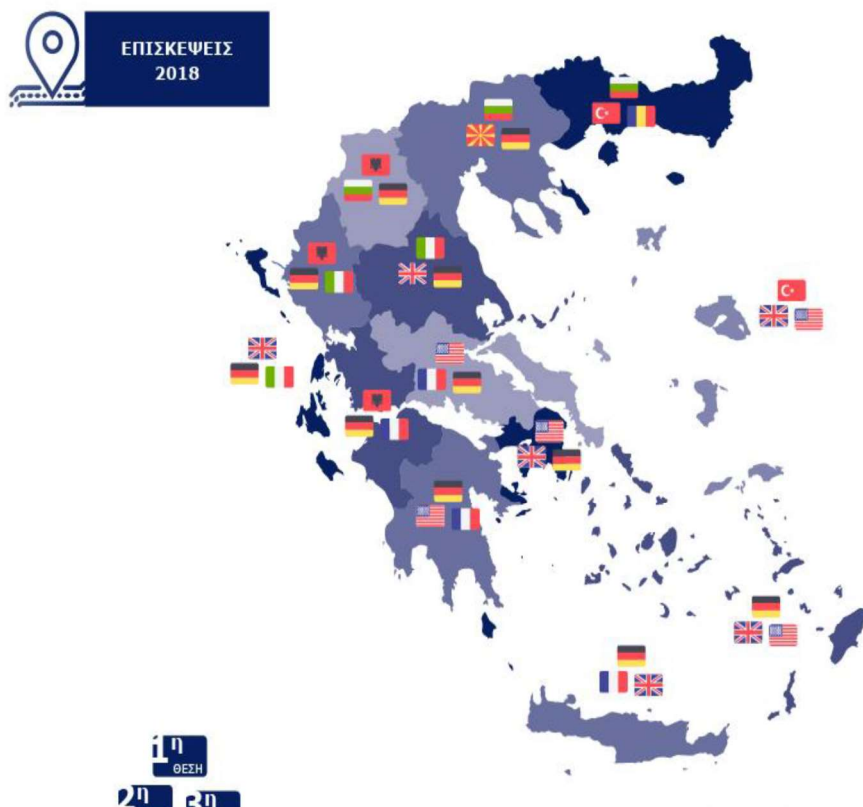
Το 2018, στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν συνολικά 34.831 χιλ. επισκέψεις στις 13 Περιφέρειες της χώρας, παρουσιάζοντας αύξηση 12,3%, σε σχέση με το 2017. Στις τρεις πρώτες θέσεις κατάταξης των χωρών με βάση τον αριθμό των επισκέψεων το 2018 διατηρήθηκαν η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Βουλγαρία. Οι

διανυκτερεύσεις διαμορφώθηκαν στις 227.012 χιλ. παρουσιάζοντας αύξηση 8,2% και οι ταξιδιωτικές εισπράξεις διαμορφώθηκαν σε 15.653 εκατ. € παρουσιάζοντας αύξηση 10,2%. Στις τρεις πρώτες θέσεις κατάταξης των χωρών με βάση τον αριθμό των διανυκτερεύσεων το 2018 βρέθηκαν η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ιταλία, ενώ στις τρεις πρώτες θέσεις με βάση τον αριθμό στις εισπράξεις η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και οι ΗΠΑ (Τράπεζα της Ελλάδος). Η δαπάνη ανά επίσκεψη ανά Περιφέρεια μειώθηκε ως αποτέλεσμα της μείωσης της διάρκειας παραμονής, παρόλο που η δαπάνη ανά διανυκτέρευση αυξήθηκε. Παράλληλα, 12 από τις 13 Περιφέρειες παρουσίασαν αύξηση στον αριθμό των επισκέψεων, 9 από τις 13 κατέγραψαν αύξηση διανυκτερεύσεων με αποτέλεσμα την αύξηση των εισπράξεων σε σχέση με το 2017. Συγκεκριμένα η δαπάνη ανά επίσκεψη στις 13 Περιφέρειες της χώρας το 2018 διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο στα 449 € παρουσιάζοντας μείωση - 1,8% σε σχέση με το 2017 (458 €). Η υψηλότερη δαπάνη ανά επίσκεψη καταγράφηκε στην Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου με 666 € παρουσιάζοντας αύξηση 6,4%. Η χαμηλότερη δαπάνη ανά επίσκεψη καταγράφηκε στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης μόλις 167 €, παρουσιάζοντας μείωση 20,3%. Η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση στις 13 Περιφέρειες της χώρας το 2018 διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο στα 69 € παρουσιάζοντας αύξηση 1,9% σε σχέση με το 2017 (68 €). Η υψηλότερη δαπάνη ανά διανυκτέρευση το 2018 καταγράφηκε στην Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου με 86 € παρουσιάζοντας αύξηση 9,3%. Αντίθετα, η χαμηλότερη δαπάνη ανά διανυκτέρευση καταγράφηκε στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με 46 €, παρουσιάζοντας μείωση 12,0%.

Η μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη στις Περιφέρειες της Ελλάδας ήταν 6,5 διανυκτερεύσεις παρουσιάζοντας μείωση (-3,7%). Η μέγιστη διάρκεια παραμονής 8,4 διανυκτερεύσεις καταγράφηκε στην Περιφέρεια της Κρήτης παραμένοντας στα επίπεδα του 2017. Η ελάχιστη διάρκεια παραμονής το 2018, ήταν 3,4 διανυκτερεύσεις και σημειώθηκε στην Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης καταγράφοντας μείωση 16,6%. Οι πέντε σημαντικότερες αγορές της Ελλάδας για το 2018, με βάση την κατάταξη των εσόδων είναι: η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, οι ΗΠΑ, η Γαλλία και η Ιταλία. Προστιθέμενης και της Ρωσίας, που παρόλο που τα τελευταία χρόνια έχει μειωθεί αισθητά η δυναμική της, έχει μεγάλη σημασία για ορισμένες Περιφέρειες και υψηλή δαπάνη. Οι έξι αυτές χώρες, αθροιστικά συνεισφέρουν το 41,5% των επισκέψεων, το 49,7% των διανυκτερεύσεων και το 52,2% των ταξιδιωτικών εισπράξεων στην Ελλάδα. Αναφορικά με τη χώρα προέλευσης, το 2018 την υψηλότερη δαπάνη ανά διανυκτέρευση καταγράφουν οι επισκέπτες από τις ΗΠΑ (89€), ενώ ανά επίσκεψη οι επισκέπτες από τη Γερμανία (614€), λόγω μεγάλης διάρκειας παραμονής (8,8 νύχτες). Το 81,9% των επισκέψεων, το 86,2% διανυκτερεύσεων και το 88,1% των εσόδων από τον εισερχόμενο τουρισμό κατευθύνθηκε σε πέντε από τις δεκατρείς Περιφέρειες. Οι Περιφέρειες αυτές είναι το Νότιο Αιγαίο, η Κρήτη, η Αττική, η Κεντρική Μακεδονία και τα Ιόνια Νησιά. Οι τρεις από αυτές (Νότιο Αιγαίο, Κρήτη, Ιόνια Νησιά), που αποτελούν κατ' εξοχήν προορισμούς για «Ηλιο και Θάλασσα», είναι στο top-5 των Περιφερειών και στους δείκτες δαπάνης ανά επίσκεψη, δαπάνης ανά διανυκτέρευση και μέσης διάρκειας παραμονής.

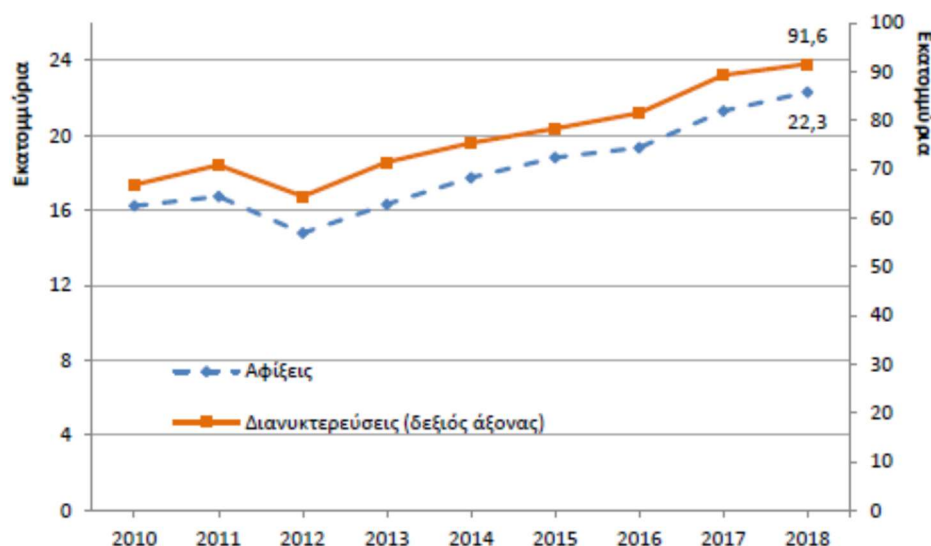


Διάγραμμα 2.5 Δαπάνη ανά Επίσκεψη & Διανυκτέρευση (€) και Μέση Διάρκεια Παραμονής (διανυκτερεύσεις) στις περιφέρειες για το έτος 2018 (Πηγή Τράπεζα της Ελλάδος)



Χάρτης 2.1 Top 3 κύριων αγορών ανά περιφέρεια βάσει επισκέψεων (Πηγή Τράπεζα της Ελλάδος)

Από τα στοιχεία της Έρευνας Κίνησης Καταλυμάτων Ξενοδοχειακού Τύπου και Κάμπινγκ, που διενεργείται από την ΕΛΣΤΑΤ, προκύπτει ότι, κατά το έτος 2018, στο σύνολο των καταλυμάτων αυτών παρουσιάζεται αύξηση στις αφίξεις κατά 4,7% και στις διανυκτερεύσεις κατά 2,6% σε σχέση με τα αντίστοιχα στοιχεία του έτους 2017. Συγκεκριμένα, κατά το 2018 παρουσιάζεται αύξηση στις αφίξεις και στις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών κατά 8,0% και 4,1% αντίστοιχα, σε σχέση με το 2017 και μείωση στις αφίξεις και στις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών κατά 3,3% και 5,3% αντίστοιχα. Η συνολική πληρότητα κλινών στα ξενοδοχειακά καταλύματα (πλην κάμπινγκ) το έτος 2018 ανήλθε σε 52,7%, έναντι 51,9% το έτος 2017. Ειδικότερα, από τη μηνιαία κατανομή των στοιχείων προκύπτει ότι, το 85,3% των αφίξεων και το 92,2% των διανυκτερεύσεων στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και στα κάμπινγκ της Χώρας, συγκεντρώνεται στους μήνες Απρίλιο έως Οκτώβριο.



Διάγραμμα 2.6 Αφίξεις και διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, 2010 – 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

Από τα στοιχεία της έρευνας κατά Περιφέρεια, παρατηρείται αύξηση της κίνησης καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά απόλυτες τιμές, στις Περιφέρειες της Κρήτης (9,2% στις αφίξεις και 2,5% στις διανυκτερεύσεις), του Νοτίου Αιγαίου (7,5% στις αφίξεις και 5,3% στις διανυκτερεύσεις) και στην Αττική (3,9% στις αφίξεις και 3,0% στις διανυκτερεύσεις). Το μεγαλύτερο μερίδιο κίνησης των καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ κατά το 2018, αναλογεί σε αλλοδαπούς, δηλαδή 73,0% του συνόλου των αφίξεων και 84,5% του συνόλου των διανυκτερεύσεων.

Το μεγαλύτερο μερίδιο των αφίξεων και διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ κατά το 2018 αναλογεί σε τουρίστες με χώρα μόνιμης διαμονής στην Ευρώπη (81,2% των αφίξεων και 90,7% των διανυκτερεύσεων) με σημαντικότερη συμβολή από τα Κράτη Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (68,9% των αφίξεων και 77,1% των διανυκτερεύσεων). Τη μεγαλύτερη συμμετοχή, με βάση τις αφίξεις, κατέχει η Γερμανία (14,4% των αφίξεων και 18,9% των διανυκτερεύσεων), το Ηνωμένο Βασίλειο (13,0% των αφίξεων και 16,1% των διανυκτερεύσεων), η Γαλλία (7,7% των αφίξεων και 6,6% των διανυκτερεύσεων), η Ιταλία (4,6% των αφίξεων και 3,9% των διανυκτερεύσεων) και η Πολωνία (4,4% των αφίξεων και 5,2% των διανυκτερεύσεων). Από τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης τη μεγαλύτερη συμμετοχή παρουσιάζει η Ρωσία (4,8% των αφίξεων και 6,4% των διανυκτερεύσεων). Από τις χώρες των υπολοίπων ηπείρων τη μεγαλύτερη συμμετοχή παρουσιάζουν οι ΗΠΑ (6,3% των αφίξεων και 2,9% των διανυκτερεύσεων).

Από τη σύγκριση των στοιχείων της κίνησης καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά χώρα μόνιμης διαμονής των τουριστών, του έτους 2018 ως προς το 2017, με βάση τις απόλυτες τιμές των αφίξεων, σημαντική αύξηση παρατηρείται για τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης από τη Γερμανία (13,8% στις αφίξεις και 9,2% στις διανυκτερεύσεις), την Πολωνία (27,1% στις αφίξεις και 23,1% στις διανυκτερεύσεις) και το Ηνωμένο Βασίλειο (6,5% στις αφίξεις και 4,3% στις διανυκτερεύσεις). Από τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης, σε απόλυτες τιμές των αφίξεων, παρατηρείται σημαντική μείωση από την Τουρκία (25,3% στις αφίξεις και 24,7% στις διανυκτερεύσεις) και από την Ρωσία (7,8% στις αφίξεις και 13,7% στις

διανυκτερεύσεις). Από τις υπόλοιπες ηπείρους, κατά απόλυτες τιμές των αφίξεων, αύξηση παρατηρείται από την Αμερική, με σημαντική συμβολή από τις ΗΠΑ (αύξηση 20,4% στις αφίξεις και 15,8% στις διανυκτερεύσεις) και από την Ασία με σημαντική συμβολή από τη Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας (αύξηση 13,6% στις αφίξεις και 14,8% στις διανυκτερεύσεις).

2017						2018					Μεταβολή % συνόλου 2018/2017	
Καταλύματα Ξενοδοχειακού τύπου				Κάμπινγκ		Καταλύματα Ξενοδοχειακού τύπου				Κάμπινγκ		
Μήνας	Σύνολο ⁽¹⁾	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί ⁽¹⁾	Αλλοδαποί	Σύνολο	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Αλλοδαποί		
Σύνολο	21.303.885	6.105.805	14.830.511	132.934	234.635	22.307.735	5.903.020	16.019.878	131.116	253.721	4,7	
Ιανουάριος	521.020	356.144	164.639	62	175	552.227	367.056	184.856	79	236	6,0	
Φεβρουάριος	569.785	388.671	180.815	69	230	589.500	381.974	207.170	79	277	3,5	
Μάρτιος	759.642	472.511	286.704	80	347	862.791	456.109	405.931	125	626	13,6	
Απρίλιος	1.332.810	544.947	782.536	697	4.630	1.415.611	523.341	886.409	617	5.244	6,2	
Μάιος	2.270.114	479.815	1.765.509	4.818	19.972	2.633.143	530.778	2.068.561	6.649	27.155	16,0	
Ιούνιος	2.964.581	570.571	2.349.940	12.725	31.345	3.108.472	525.354	2.531.328	14.260	37.530	4,9	
Ιούλιος	3.512.975	716.439	2.689.901	44.894	61.741	3.556.154	643.469	2.805.931	41.448	65.306	1,2	
Αύγουστος	3.552.822	775.507	2.640.188	61.444	75.683	3.600.390	721.789	2.744.972	59.908	73.721	1,3	
Σεπτέμβριος	2.866.998	562.467	2.262.546	7.170	34.815	2.986.799	533.299	2.408.758	7.215	37.527	4,2	
Οκτώβριος	1.690.087	438.597	1.245.954	663	4.873	1.725.526	413.328	1.306.452	425	5.321	2,1	
Νοέμβριος	641.535	368.715	272.131	179	510	668.205	376.729	290.780	165	531	4,2	
Δεκέμβριος	621.516	431.421	189.648	133	314	608.917	429.794	178.730	146	247	-2,0	

Πίνακας 2.2 Αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά μήνα, 2017 και 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

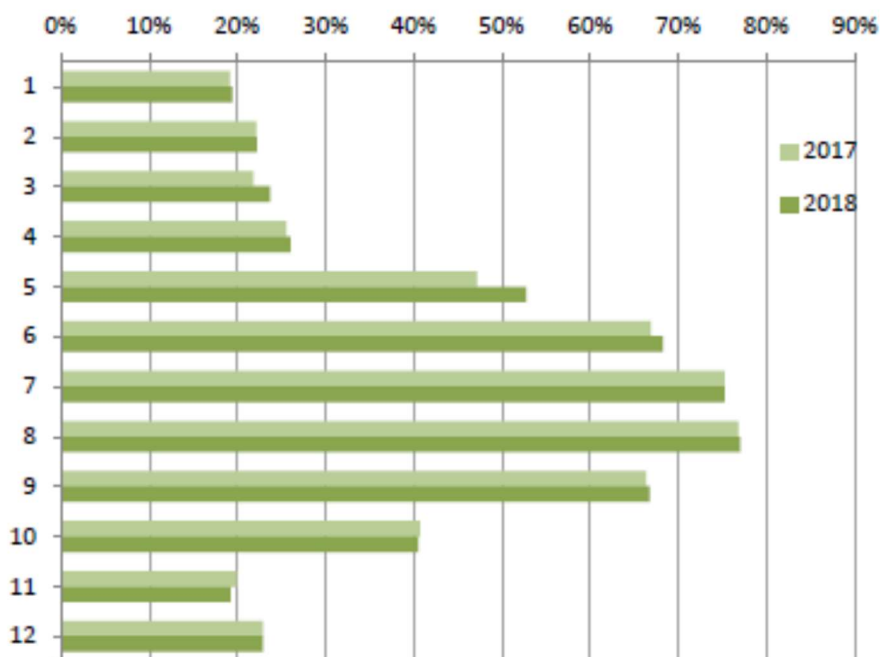
Η πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου για το 2018 κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα με το 2017, παρουσιάζοντας όμως μεγάλη διακύμανση μέσα στο έτος. Η υψηλότερη πληρότητα επιτυγχάνεται τους μήνες Ιούνιο έως Σεπτέμβριο, με κορυφαία τιμή τον Αύγουστο (77%). Η χαμηλότερη πληρότητα εντοπίζεται τους μήνες Ιανουάριο και Νοέμβριο (περίπου 19%). Το μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων εντοπίζεται στην περιφέρεια Κρήτης (19,6%) και ακολουθούν η περιφέρεια Αττικής (19,2%) και Νοτίου Αιγαίου (18%). Οι περιφέρειες με την υψηλότερη πληρότητα είναι οι περιφέρειες Κρήτης, Ιονίων Νήσων και Νοτίου Αιγαίου.

	2017				2018				Μεταβολή % συνόλου 2018/2017
	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Κάμπινγκ	Αναλογία % επί του συνόλου	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Κάμπινγκ	Αναλογία % επί του συνόλου	
Γενικό Σύνολο	15.065.146	14.830.511	234.635	100,0	16.273.599	16.019.878	253.721	100,0	8,0
Σύνολο Ευρώπης	12.370.587	12.153.442	217.145	82,1	13.221.139	12.985.322	235.817	81,2	6,9
Κράτη Ευρωπαϊκής Ένωσης	10.257.676	10.060.684	196.992	68,1	11.219.928	11.005.973	213.955	68,9	9,4
Αυστρία	212.225	203.123	9.102	1,4	228.515	219.062	9.453	1,4	7,7
Βέλγιο	321.624	317.825	3.799	2,1	331.818	328.198	3.620	2,0	3,2
Βουλγαρία	268.614	239.974	28.640	1,8	261.006	229.712	31.294	1,6	-2,8
Γαλλία	1.164.128	1.128.919	35.209	7,7	1.252.809	1.216.655	36.154	7,7	7,6
Γερμανία	2.054.654	2.009.852	44.802	13,6	2.337.805	2.289.348	48.457	14,4	13,8
Δανία	268.390	266.834	1.556	1,8	295.259	293.876	1.383	1,8	10,0
Εσθονία	29.172	29.010	162	0,2	33.275	33.131	144	0,2	14,1
Ηνωμένο Βασίλειο	1.989.262	1.983.888	5.374	13,2	2.118.580	2.111.269	7.311	13,0	6,5
Ιρλανδία	53.202	52.174	1.028	0,4	60.460	59.409	1.051	0,4	13,6
Ισπανία	205.388	202.524	2.864	1,4	233.565	230.142	3.423	1,4	13,7
Ιταλία	744.695	718.960	25.735	4,9	747.927	722.400	25.527	4,6	0,4
Κροατία	17.004	16.839	165	0,1	23.620	23.475	145	0,1	38,9
Κύπρος	226.485	226.113	372	1,5	217.087	216.666	421	1,3	-4,1
Λετονία	24.884	24.761	123	0,2	26.905	26.787	118	0,2	8,1
Λιθουανία	43.157	42.963	194	0,3	62.725	62.494	231	0,4	45,3
Λουξεμβούργο	21.918	21.835	83	0,1	23.788	23.710	78	0,1	8,5
Μάλτα	8.325	8.262	63	0,1	8.971	8.954	17	0,1	7,8
Ολλανδία	567.479	551.060	16.419	3,8	613.592	594.867	18.725	3,8	8,1
Ουγγαρία	67.977	65.646	2.331	0,5	75.287	73.008	2.279	0,5	10,8
Πολωνία	558.723	552.790	5.933	3,7	710.252	701.686	8.566	4,4	27,1
Πορτογαλία	32.464	32.023	441	0,2	38.103	37.602	501	0,2	17,4
Ρουμανία	363.327	357.987	5.340	2,4	364.718	358.479	6.239	2,2	0,4
Σλοβακία	73.673	73.019	654	0,5	85.475	84.744	731	0,5	16,0
Σλοβενία	33.673	31.097	2.576	0,2	38.588	35.043	3.545	0,2	14,6
Σουηδία	503.770	502.859	911	3,3	558.998	557.988	1.010	3,4	11,0
Τσεχία	227.999	225.139	2.860	1,5	258.925	255.591	3.334	1,6	13,6
Φινλανδία	175.464	175.208	256	1,2	211.875	211.677	198	1,3	20,8
Σύνολο λοιπών Ευρωπαϊκών χωρών	2.112.911	2.092.758	20.153	14,0	2.001.211	1.979.349	21.862	12,3	-5,3
Ισλανδία	10.074	10.044	30	0,1	11.592	11.549	43	0,1	15,1
Νορβηγία	277.549	277.183	366	1,8	302.749	302.423	326	1,9	9,1
Ελβετία και Λιχτενστάιν	243.633	237.430	6.203	1,6	246.906	239.547	7.359	1,5	1,3
Ρωσία	847.624	846.185	1.439	5,6	781.459	779.926	1.533	4,8	-7,8
Τουρκία	301.312	297.118	4.194	2,0	225.178	221.629	3.549	1,4	-25,3
Λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες	432.719	424.798	7.921	2,9	433.327	424.275	9.052	2,7	0,1
Σύνολο Αφρικής	65.948	65.427	521	0,4	68.713	68.298	415	0,4	4,2
Σύνολο Αμερικής	1.170.586	1.163.609	6.977	7,8	1.383.698	1.375.691	8.007	8,5	18,2
Βόρειος Αμερική	1.000.591	996.786	3.805	6,6	1.187.763	1.183.059	4.704	7,3	18,7
ΗΠΑ	845.424	843.595	1.829	5,6	1.017.572	1.015.081	2.491	6,3	20,4
Καναδάς	155.167	153.191	1.976	1,0	170.191	167.978	2.213	1,0	9,7
Νότια και Κεντρική Αμερική	169.995	166.823	3.172	1,1	195.935	192.632	3.303	1,2	15,3
Σύνολο Ασίας	1.172.722	1.170.742	1.980	7,8	1.304.071	1.302.221	1.850	8,0	11,2
Ιαπωνία	57.665	57.535	130	0,4	70.490	70.360	130	0,4	22,2
Κίνας Λαϊκή Δημοκρατία	292.705	292.526	179	1,9	332.513	332.280	233	2,0	13,6
Λοιπές χώρες Ασίας	822.352	820.681	1.671	5,5	901.068	899.581	1.487	5,5	9,6
Σύνολο Ωκεανίας	271.961	263.987	7.974	1,8	277.689	270.075	7.614	1,7	2,1
Αυστραλία	254.797	247.758	7.039	1,7	259.259	252.616	6.643	1,6	1,8
Νέα Ζηλανδία και λοιπές Ωκεανίας	17.164	16.229	935	0,1	18.430	17.459	971	0,1	7,4
Δε δήλωσαν χώρα μόνιμης διαμονής	13.342	13.304	38	0,1	18.289	18.271	18	0,1	37,1

Πίνακας 2.3 Αφίξεις αλλοδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά χώρα μόνιμης διαμονής, 2017 και 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

	Πληρότητα κλινών %	
	2017 ⁽²⁾	2018
Ετήσια πληρότητα	51,9	52,7
Ιανουάριος	19,1	19,4
Φεβρουάριος	22,1	22,2
Μάρτιος	21,8	23,7
Απρίλιος	25,5	26,0
Μάιος	47,1	52,7
Ιούνιος	66,8	68,2
Ιούλιος	75,2	75,2
Αύγουστος	76,8	77,0
Σεπτέμβριος	66,3	66,7
Οκτώβριος	40,7	40,5
Νοέμβριος	19,9	19,2
Δεκέμβριος	22,9	22,9

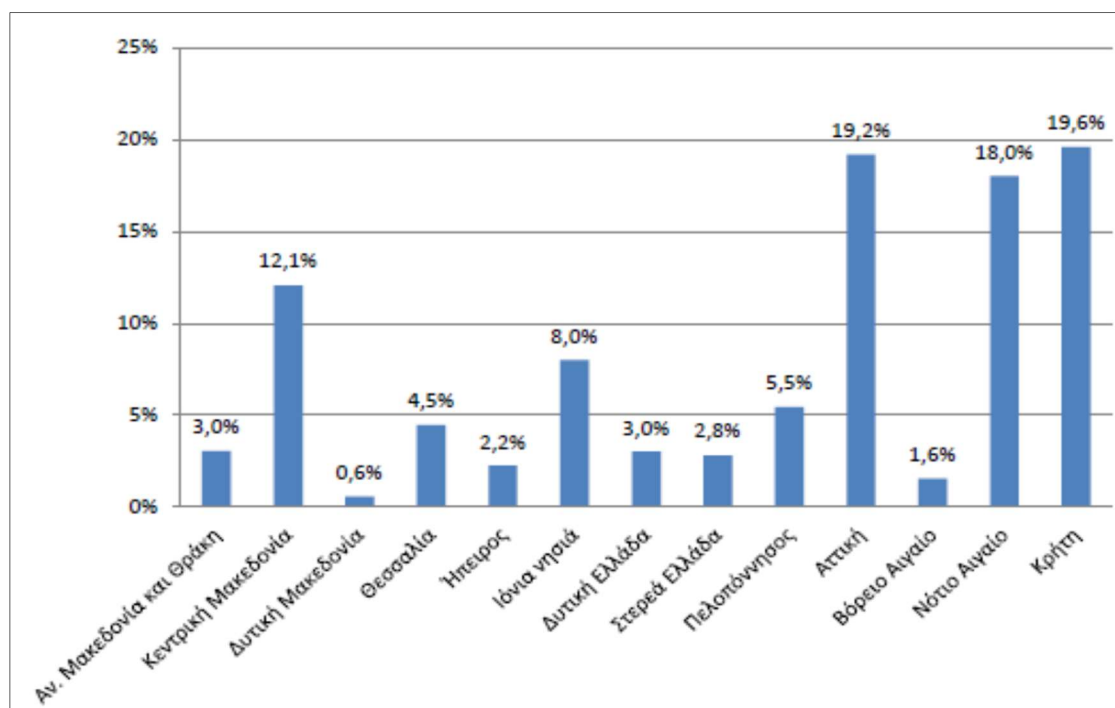
Πίνακας 2.4 Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά μήνα, 2017 και 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)



Διάγραμμα 2.7 Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά μήνα, 2017 και 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

	2017				2018				Μεταβολή % συνόλου 2018/2017
	Σύνολο ⁽¹⁾	Καταλύματα Ξενοδοχειακού τύπου	Κάμπινγκ ⁽¹⁾	Αναλογία % επί του συνόλου	Σύνολο	Καταλύματα Ξενοδοχειακού τύπου	Κάμπινγκ	Αναλογία % επί του συνόλου	
Σύνολο	21.303.885	20.936.316	367.569	100,0	22.307.735	21.922.898	384.837	100,0	4,7
Αν. Μακεδονία και Θράκη	675.158	649.015	26.143	3,2	674.734	646.938	27.796	3,0	-0,1
Κεντρική Μακεδονία	2.654.847	2.547.544	107.303	13,1	2.691.440	2.578.398	113.042	12,1	1,4
Δυτική Μακεδονία ⁽²⁾	131.741	131.741	0	0,6	123.310	123.310	0	0,6	-6,4
Θεσσαλία	946.949	923.834	23.115	4,3	995.936	972.442	23.494	4,5	5,2
Ήπειρος	473.055	457.581	15.474	2,2	501.106	482.102	19.004	2,2	5,9
Ιόνια νησιά	1.737.859	1.717.806	20.053	7,8	1.785.045	1.763.942	21.103	8,0	2,7
Δυτική Ελλάδα	652.682	633.483	19.199	3,1	671.432	651.288	20.144	3,0	2,9
Στερεά Ελλάδα	614.840	598.656	16.184	2,9	625.028	609.729	15.299	2,8	1,7
Πελοπόννησος	1.207.387	1.133.876	73.511	5,4	1.217.111	1.142.046	75.065	5,5	0,8
Αττική	4.121.114	4.107.066	14.048	19,3	4.282.132	4.267.891	14.241	19,2	3,9
Βόρειο Αιγαίο ⁽²⁾	343.099	343.099	0	1,5	346.398	346.398	0	1,6	1,0
Νότιο Αιγαίο	3.738.955	3.698.691	40.264	17,3	4.020.660	3.976.452	44.208	18,0	7,5
Κρήτη	4.006.199	3.993.924	12.275	19,2	4.373.403	4.361.962	11.441	19,6	9,2

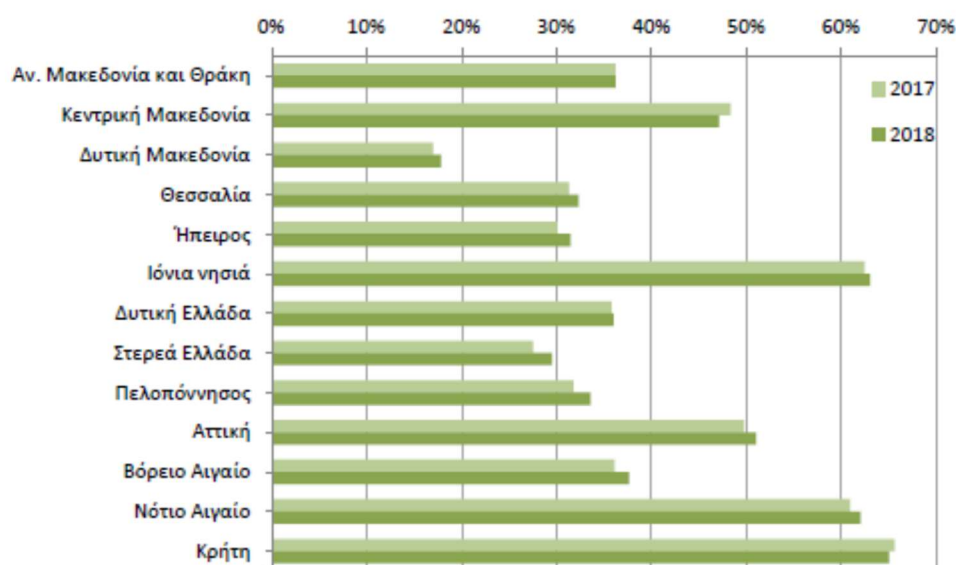
Πίνακας 2.5 Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά Περιφέρεια, 2017 και 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)



Διάγραμμα 2.8 Ποσοστιαία (%) κατανομή αφίξεων στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά Περιφέρεια, 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

	Πληρότητα κλινών %	
	2017 ⁽¹⁾	2018
Ετήσια πληρότητα	51,9	52,7
Αν. Μακεδονία και Θράκη	36,2	36,2
Κεντρική Μακεδονία	48,3	47,1
Δυτική Μακεδονία	17,0	17,8
Θεσσαλία	31,3	32,3
Ήπειρος	30,1	31,5
Ιόνια νησιά	62,4	63,0
Δυτική Ελλάδα	35,8	36,0
Στερεά Ελλάδα	27,5	29,5
Πελοπόννησος	31,8	33,6
Αττική	49,7	51,0
Βόρειο Αιγαίο	36,1	37,6
Νότιο Αιγαίο	60,9	62,0
Κρήτη	65,6	65,0

Πίνακας 2.6 Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφέρεια, 2017 και 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)



Διάγραμμα 2.9 Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφέρεια, 2017 και 2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)

2.2 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Το 2018, η αύξηση αφίξεων εισερχόμενου τουρισμού οδήγησε σε αύξηση των εσόδων (11,7%), πετυχαίνοντας νέα επίπεδα ρεκόρ 30,1 εκ. και € 15,9 δισ. αντίστοιχα. Συγκεκριμένα, η αύξηση των εσόδων το 2018 κυμάνθηκε στα ίδια επίπεδα με το 2017 (+11,4%), ενώ παράλληλα το 2018 σημειώθηκε νέο ρεκόρ εσόδων, καταγράφοντας την υψηλότερη επίδοση στις ταξιδιωτικές εισπράξεις από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων (2005). Αναφορικά με τις διανυκτερεύσεις εισπράχθηκαν συνολικά σχεδόν 227 εκ., που επίσης αποτελεί νέο ρεκόρ. Η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη (ΜΚΔ) ανήλθε στα € 526,7, εμφανίζοντας αύξηση κατά 0,8% που οφείλεται στην αύξηση της Δαπάνης ανά Διανυκτέρευση κατά 3,3% (από € 67,7 σε € 69,9). Αντίθετα η Μέση Διάρκεια Παραμονής σημείωσε μείωση κατά 2,3% (7,5 διανυκτερεύσεις), μετά την οριακή αύξηση (0,5%) που καταγράφηκε το 2017. Στην καταγραφή των εσόδων, δεν περιλαμβάνονται το μέρος της δαπάνης του τουρίστα που παρέμεινε πρωτογενώς στο εξωτερικό, π.χ. η αμοιβή και το κέρδος του Tour Operator, αλλά περιλαμβάνονται μόνο το μέρος της δαπάνης του τουρίστα που καταναλώθηκε στην Ελλάδα, π.χ. το έσοδο του ξενοδοχείου ή τη δαπάνη του τουρίστα στα καταστήματα. Ομοίως, δεν περιλαμβάνονται ούτε τα έσοδα από τις αερομεταφορές και θαλάσσιες μεταφορές των εισερχόμενων τουριστών για την μετάβασή τους στην Ελλάδα, που καταγράφονται ξεχωριστά και αθροίζονται με όλες τις άλλες δαπάνες μεταφορών, ούτε τα στοιχεία από επιβάτες κρουαζιέρας (ΙΝΣΕΤΕ, 2019).

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2017 - 2018				
Αφίξεις		Έσοδα		
	2017	2018	2017	2018
Ιαν	520.436	603.474	156.745.700	152.047.087
Φεβ	444.404	484.123	134.220.234	151.205.279
Μαρ	627.577	708.169	190.160.000	246.454.499
Απρ	1.009.699	1.106.808	455.766.000	463.016.875
Μαι	1.982.124	2.449.690	1.043.583.000	1.427.889.000
Ιουν	3.356.286	4.103.702	1.949.939.000	2.271.114.311
Ιουλ	5.141.621	5.539.244	2.881.923.000	3.309.532.000
Αυγ	5.813.441	6.093.067	3.489.988.000	3.541.725.670
Σεπ	4.639.734	4.868.855	2.364.914.000	2.374.119.000
Οκτ	2.355.849	2.722.457	1.128.518.000	1.347.860.000
Νοε	740.535	786.222	218.929.000	315.670.000
Δεκ	562.475	656.978	187.854.000	263.704.354
Σύνολο	27.194.181	30.122.789	14.202.539.934	15.864.338.075
Μεταβολή		10,8%		11,7%

Πίνακας 2.7 Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα 2017-2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος)

	2017	2018	% Δ
Έσοδα (εκ. €)	14.203	15.864	11,7%
Διαν/σεις (χιλ.)	209.855	227.012	8,2%
Αφίξεις (χιλ.)	27.194	30.123	10,8%
Μέση Διάρκεια Παραμονής	7,7	7,5	-2,3%
ΜΚΔ	522,3	526,7	0,8%
Δαπάνη/Διαν/ση	67,7	69,9	3,3%

Πίνακας 2.8 Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα 2017-2018 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος)

Η τελευταία διαθέσιμη εκτίμηση της δαπάνης του εγχώριου τουρισμού είναι η «Έρευνα Διακοπών» της ΕΛΣΤΑΤ για το 2017. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, η εγχώρια τουριστική δαπάνη για ταξίδια με τουλάχιστον μία διανυκτέρευση ήταν 1.398 εκ. €, αυξημένη κατά 8,7% σε σύγκριση με το 2016. Για τα ταξίδια με τουλάχιστον μια διανυκτέρευση την περίοδο 2016 -2017, προκύπτει ότι ο αριθμός των ταξιδιών αυξήθηκε κατά 15,4% (από 4,6 εκ. ταξίδια το 2016 σε 5,3 εκ. ταξίδια το 2017), η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη ανά ταξίδι μειώθηκε κατά 5,8% (από € 280 το 2016 σε € 264 το 2017), ενώ η συνολική δαπάνη αυξήθηκε κατά 8,7% (από € 1,3 δισ. το 2016 σε € 1,4 δισ. το 2017).

Εγχώριος Τουρισμός Ταξίδια με 1 τουλάχιστον διανυκτερεύση					
	2014	2015	2016	2017	Δ
Ταξίδια	5.340.163	4.841.525	4.590.484	5.296.499	15,4%
Δαπάνη (€)	1.352.466.146	1.264.125.934	1.286.735.621	1.398.365.311	8,7%
ΜΚΔ (€)/ταξίδι	253	261	280	264	-5,8%

Πίνακας 2.9 Εγχώριος τουρισμός στην Ελλάδα 2014-2017 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος)

Το 2018 καταγράφεται αύξηση της κίνησης εσωτερικού, σύμφωνα με τα στοιχεία των αεροπορικών αφίξεων εσωτερικού, με συνέπεια η αντίστοιχη αναλογική αύξηση, όπως της αεροπορικής κίνησης εσωτερικού, να οδηγεί στην εκτίμηση της ταξιδιωτικής δαπάνης του εγχώριου τουρισμού για το 2018 σε 1.454 εκ. €. Σύμφωνα με το IOBE (2012), κάθε € 1,0 που δημιουργεί η τουριστική δραστηριότητα, δημιουργεί έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα € 1,2 και άρα, συνολικά, δημιουργεί € 2,2 ΑΕΠ. Δηλαδή, ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας ανέρχεται σε 2,2. Στον πίνακα 2.10 απεικονίζονται οι πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας σύμφωνα με μελέτη του ΚΕΠΕ (2014), καθώς και η ποσοστιαία συμβολή του κάθε υποκλάδου στην ελληνική τουριστική δραστηριότητα σύμφωνα με την μελέτη του IOBE (2012). Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι πολλαπλασιαστής του τουρισμού για την ελληνική τουριστική οικονομία ανέρχεται σε 2,65 που σημαίνει πως για κάθε € 1,0 από την τουριστική δραστηριότητα, δημιουργείται έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα € 1,65 και άρα, συνολικά, το ΑΕΠ αυξάνει

κατά € 2,65. Συνεπώς ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας κυμαίνεται μεταξύ 2,2 και 2,65.

	% Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλαπλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Πίνακας 2.10 Πολλαπλασιαστές και ποσοστιαία συμβολή κάθε υποκλάδου στην Ελληνική τουριστική δραστηριότητα (Πηγή ΚΕΠΕ, IOBE)

Το ΑΕΠ της χώρας, σε τρέχουσες τιμές, το 2018 διαμορφώθηκε στα 184.714 εκ. € (ΕΛΣΤΑΤ). Από την σύγκριση των παραπάνω στοιχείων για τον τουρισμό με το ΑΕΠ της χώρας προκύπτουν τα ακόλουθα:

- Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ ανήλθε στο 11,7% ή σε περίπου € 21,6 δισ..
- Συνυπολογίζοντας και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, η συνολική συνεισφορά ανέρχεται μεταξύ €47,4 δισ. και €57,1 δισ., δηλαδή κυμάνθηκε μεταξύ 25,7% και 30,9% του ΑΕΠ, καθιστώντας τον τουρισμό βασικό πυλώνα της Ελληνικής οικονομίας.
- Το ΑΕΠ παρουσίασε αύξηση 2,5%, ενώ η δραστηριότητα του τουρισμού αυξήθηκε κατά 13,3% ή κατά 2.524 εκ. €.
- Περισσότερο από το 90% του εισοδήματος της τουριστικής δραστηριότητας προέρχεται από το εξωτερικό, καθιστώντας τον τουρισμό σχεδόν αμιγώς εξαγωγική δραστηριότητα.

Κατηγορία Δαπάνης	2017, € εκ.	2018, € εκ.
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	€14.203	€15.864
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	428	416
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	158	154
Αερομεταφορές	1.468	1.657
Θαλάσσιες Μεταφορές	90	98
Εγχώριος Τουρισμός	1.398	1.454
Επενδύσεις	1.294	1.920
Άμεση Επίπτωση Τουρισμού	€19.039	€21.562
ως % ΑΕΠ	10,6%	11,7%
πολλαπλασιαστής IOBE	2,2	2,2
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€41.885	€47.437
ως % ΑΕΠ	23,2%	25,7%
πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65	2,65
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€50.452	€57.140
ως % ΑΕΠ	28,0%	30,9%
ΑΕΠ	€180.218	€184.714

***Πίνακας 2.11** Κατηγορία δαπάνης τουριστών στην Ελλάδα 2017-2018 σε εκατ. € (Πηγή Τράπεζα της Ελλάδος-INSETE Intelligence)*

Το Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) εκτιμά, παρόλο την έλλειψη στοιχείων, προσεγγιστικά την περιφερειακή κατανομή της συνολικής τουριστικής δαπάνης, βάσει της κατανομής των εσόδων του εισερχόμενου τουρισμού όπως αποτυπώνονται από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας. Τα στοιχεία αυτά τα συγκρίναν με την εκτίμηση του ΑΕΠ της κάθε Περιφέρειας, λαμβάνοντας υπόψιν αφενός το ΑΕΠ του 2018 και αφετέρου την τελευταία διαθέσιμη % κατανομή (στοιχεία 2016). Λόγω της προσεγγιστικής φύσης των στοιχείων του πίνακα, η εικόνα που ανέδειξαν ήταν κατά κύριο λόγο ενδεικτική. Παρόλα αυτά είναι εντυπωσιακή η συμμετοχή του τουρισμού στην διαμόρφωση του ΑΕΠ του Νοτίου Αιγαίου (97,1%), των Ιονίων Νήσων (71,2%) και της Κρήτης (47,2%). Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει το γεγονός ότι-εξαιρούμενης της Αττικής-το Νότιο Αιγαίο, με κύρια οικονομική δραστηριότητα τον τουρισμό, έχει το υψηλότερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ ενώ επίσης η Κρήτη και τα Ιόνια Νησιά έχουν από τα υψηλότερα.

Περιφέρεια	% κατανομή εσόδων εισερχόμενου τουρισμού 2018	αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2018 - σε € εκ.	ΑΕΠ Περιφερειών 2018* - σε εκ.	άμεση συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ Περιφέρειας με στοιχεία 2018	κατά κεφαλήν ΑΕΠ 2016 σε €
Ν. Αιγαίο	28,2%	6.080	6.260	97,1%	17.769
Κρήτη	20,0%	4.317	9.139	47,2%	13.811
Αττική	14,6%	3.139	87.782	3,6%	22.204
Κεντ. Μακεδονία	14,5%	3.134	25.367	12,4%	12.880
Ιόνια Νησιά	10,8%	2.329	3.270	71,2%	15.182
Πελοπόννησος	2,7%	572	8.245	6,9%	13.579
Θεσσαλία	1,7%	373	9.643	3,9%	12.662
Αν. Μακεδονία & Θράκη	2,1%	443	7.223	6,1%	11.432
Ήπειρος	1,4%	306	4.145	7,4%	11.785
Δυτ. Ελλάδα	1,4%	292	8.406	3,5%	12.058
Β. Αιγαίο	1,0%	226	2.570	8,8%	12.266
Στερεά Ελλάδα	1,2%	267	8.567	3,1%	14.727
Δυτ. Μακεδονία	0,4%	83	4.098	2,0%	14.361
Σύνολο Χώρας	100,0%	21.562	184.714	11,7%	16.378

Πίνακας 2.12 Περιφερειακή κατανομή και συμβολή τουρισμού ανά περιφέρεια έτους 2018, λαμβάνοντας υπόψη την κατανομή ΑΕΠ του 2016 (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος)

Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων της χώρας που εξισορροπούν το Ισοζύγιο Πληρωμών. Συγκεκριμένα, για το 2018 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψαν το 72,0% του ελλείμματος του Ισοζυγίου Αγαθών (έναντι 74% το 2017). Αν συνυπολογιστούν και τα έσοδα αερομεταφορών, κρουαζιέρας κλπ. που η Τράπεζα της Ελλάδας υπολογίζει σε άλλους κωδικούς του ισοζυγίου πληρωμών, τότε η συμβολή του εισερχόμενου τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος ισοζυγίου αγαθών φτάνει το 81,0% (έναντι 82% το 2016). Επίσης, οι εισπράξεις από τον τουρισμό το 2018 αντιπροσωπεύουν το 50,0% (έναντι 52,0% το 2017) του συνόλου των εισπράξεων από τις εξαγωγές κάθε μορφής αγαθών που κάνει η χώρα. Αν στις εισπράξεις αυτές συνυπολογιστούν και τα έσοδα από τις μεταφορές, τότε το σύνολο ισούται με το 56,0% (έναντι 58,0% το 2017) των εισπράξεων από τις εξαγωγές αγαθών. Αν από τις εξαγωγές αγαθών αφαιρεθούν οι εξαγωγές πλοίων και καυσίμων, τότε το ποσοστό των εισπράξεων από τον τουρισμό ισούται με το 73,0% (όσο και το 2016) του συνόλου των εισπράξεων από τις εξαγωγές αγαθών. Επίσης, εάν στις εισπράξεις του τουρισμού συνυπολογιστούν και οι μεταφορές, το ποσοστό των εισπράξεων ισούται με το 82,0% (όσο και το 2017) των εισπράξεων από τις εξαγωγές αγαθών που κάνει η χώρα, πλην πλοίων και καυσίμων (ΙΝΣΕΤΕ, 2019).

	2017 (εκ. €)	2018 (εκ. €)	% μεταβολή
Ισοζύγιο Αγαθών	-19.834	-22.489	-13,4%
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις (περ. κρουαζιέρα)	14.630	16.280	11,3%
ως % ελλείμματος Ισοζυγίου Αγαθών	74%	72%	
Εκτίμηση Εσόδων από Μεταφορές	1.716	1.908	
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και Μεταφορές/Ισοζύγιο αγαθών	82%	81%	
Εξαγωγές Αγαθών	28.040	32.373	15,5%
Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	20.051	22.225	10,8%
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές Αγαθών	52%	50%	
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και μεταφορές / Εξαγωγές Αγαθών	58%	56%	
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	73%	73%	
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και μεταφορές / Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	82%	82%	

Πίνακας 2.13 Συμβολή του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών (Πηγή Τράπεζα της Ελλάδος)

Ο τουρισμός, εκτός από την μεγάλη συμβολή του στο ΑΕΠ της χώρας έχει μεγάλη συμβολή και στην απασχόληση συμβάλλοντας τα τελευταία χρόνια στην σημαντική μείωση της ανεργίας. Η πορεία αυτή συνεχίστηκε και το 2018, ιδιαίτερα στο 2ο, 3ο και 4ο τρίμηνο, όπου η απασχόληση στον τουρισμό αυξήθηκε κατά 2,1%, 3,1% και 7,9% αντίστοιχα. Με δεδομένο ότι τα καταλύματα και η εστίαση αντιπροσωπεύουν το 63,3% της τουριστικής δαπάνης στην Ελλάδα και με την υπόθεση εργασίας ότι αντίστοιχη είναι και η συμβολή των δύο αυτών κλάδων στην απασχόληση σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό, συναγάζεται ότι το σύνολο της απασχόλησης που δημιούργησε ο τουρισμός κατά την αιχμή του 2018 εκτιμάται σε 650 χιλιάδες εργαζόμενους ή το 16,7% της συνολικής απασχόλησης. Αν συνυπολογισθούν, με πολλαπλασιαστική αντίστοιχο του ΑΕΠ (2,2 ή 2,65), τότε η συνολική απασχόληση (άμεση και έμμεση) που δημιουργεί ο τουρισμός ανέρχεται στο 36,7% έως 44,2% του συνόλου.

2.3 Τουριστική πολιτική (διεθνής, εθνική, τοπική)

Τις τελευταίες δεκαετίες οι πολιτικές προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης έχουν αυξηθεί ραγδαία. Οι πολιτικές αυτές προέρχονται είτε από διεθνείς οργανισμούς (ΕΕ, WTO, ΟΗΕ), είτε από αναπτυγμένες τουριστικά χώρες, ενώ και η προσπάθεια αποκέντρωσης των διαδικασιών λήψης αποφάσεων έχει ενισχύσει το ρόλο των ΟΤΑ και άλλων περιφερειακών φορέων στο σχεδιασμό και την προώθηση πολιτικών σχετικών με την τουριστική ανάπτυξη, ενισχύοντας τον τοπικό προγραμματισμό. Οι κυριότερες πολιτικές αφορούν τα παρακάτω ζητήματα:

- I. Πολιτική περιφερειακής ανάπτυξης: Η πολιτική αυτή στοχεύει στην ενίσχυση της παραγωγικής δομής της υπαίθρου και τη μείωση της μετανάστευσης στα αστικά κέντρα. Ειδικότερα σε ορεινές και μειονεκτικές περιοχές ο τουρισμός θεωρήθηκε ότι μπορεί να βελτιώσει τους όρους απασχόλησης και να εκσυγχρονίσει την παραγωγική δομή. Τα αποτελέσματα σε πολλές περιπτώσεις ήταν απογοητευτικά λόγω έλλειψης σωστού σχεδιασμού, οργάνωσης και τεχνογνωσίας αλλά και συμμετοχής φορέων και ατόμων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή.
- II. Πολιτική ενίσχυσης του αγροτικού τομέα: Στόχος της πολιτικής αυτής από την ΕΕ ήταν η ενίσχυση του εισοδήματος των αγροτών μέσω της προώθησης νέων και παραγωγικών δραστηριοτήτων. Έμφαση δόθηκε στην κατάρτιση νέων αγροτών σε σύγχρονες επαγγελματικές δραστηριότητες, ώστε να παραμείνουν στις περιοχές όπου κατοικούν ή έχουν την αγροτική τους εκμετάλλευση. Έτσι ο τουρισμός προωθήθηκε ως επιχειρηματική δραστηριότητα η οποία μπορούσε να ενισχύσει το εισόδημα της αγροτικής οικογένειας μέσω αγροτουρισμού, τουρισμού στην ύπαιθρο, καταλυμάτων σε παραδοσιακούς οικισμούς κ.α. διαμορφώνοντας τα πρότυπα ήπιας τουριστικής ανάπτυξης στην ύπαιθρο.
- III. Πολιτική προστασίας και διαχείρισης του περιβάλλοντος (φυσικού και δομημένου): Η πολιτική αυτή στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος σε περιοχές με πλούσιο οικοσύστημα ή παραδοσιακά δομημένο περιβάλλον. Τα αποτελέσματα της προώθησής της στην τουριστική ανάπτυξη ήταν να προβληθεί το πρότυπο μιας ήπιας τουριστικής ανάπτυξης ενταγμένης στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον της περιοχής, την επισήμανση ανάγκης ελέγχου και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης ιδιαίτερα σε περιοχές με πλούσιους περιβαλλοντικούς ή πολιτιστικούς πόρους, την συμβολή στην προώθηση του προτύπου ορισμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός, ο πολιτιστικός, ο αστικός τουρισμός και ο τουρισμός στην ύπαιθρο. Τέλος οδήγησε στη διαμόρφωση ειδικών πολιτικών για τη διαχείριση και τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης.

- IV. Πολιτικές τουρισμού: Ζητήματα που απασχόλησαν τις πολιτικές τουρισμού αφορούν τον σχεδιασμό και προγραμματισμό στην τουριστική ανάπτυξη ώστε να αποφεύγονται οι δυσμενείς επιπτώσεις στην οικονομία, την κοινωνία, το περιβάλλον και τον πολιτισμό, την προώθηση ειδικών και εναλλακτικών μορφών ως προτύπων τουρισμού που ενισχύουν μια ανάπτυξη ήπια, ισόρροπη και αειφορική σε τοπικό επίπεδο, την σύνδεση του τουρισμού με τον πολιτισμό, την προστασία των δικαιωμάτων των τουριστών και τη βελτίωση των δομών εκπαίδευσης και κατάρτισης στον τουρισμό με στόχο την καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

2.4 Παράγοντες που διαμορφώνουν τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης

Υπάρχουν ομάδες παραγόντων οι οποίες διαμορφώνουν τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης στο σύγχρονο κόσμο και συνδέονται τόσο με την τουριστική ανάπτυξη όσο και με τη λειτουργία του τουριστικού τομέα. Χαρακτηριστικά των παραγόντων αυτών είναι η υπερεθνική διάσταση της λειτουργίας πολλών εξ' αυτών, η θεσμική συγκρότηση και δυναμική ανάπτυξη τους υπό τη μορφή οργανωμένων ομάδων συμφερόντων ή πολιτικών που προωθούνται σε διεθνές και εθνικό επίπεδο και τον καθορισμό σημαντικών παραμέτρων της τουριστικής ζήτησης (τάσεις που αφορούν συγκεκριμένους προορισμούς ή τύπων τουριστικών ταξιδιών ή προϊόντων), αλλά και της τουριστικής προσφοράς (πόροι, υποδομές και υπηρεσίες που διαθέτουν τουριστικές περιοχές ή χώρες) ως παράγοντες επιρροής της τουριστικής ανάπτυξης.

Οι ομάδες παραγόντων κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- ❖ Διεθνείς ή υπερεθνικοί φορείς και οργανισμοί: Σ' αυτήν την ομάδα παραγόντων ανήκουν φορείς και οργανισμοί που σχετίζονται με την παγκόσμια ανάπτυξη ή την ανάπτυξη σε περιφερειακό-υπερεθνικό επίπεδο. Οι τρόποι με τους οποίους εμπλέκονται οι φορείς στις διαδικασίες της τουριστικής ανάπτυξης αφορούν τη συστηματική συλλογή στατιστικών στοιχείων σχετικών με την τουριστική ανάπτυξη σε διεθνές και εθνικό επίπεδο (ΟΟΣΑ, EUROSTAT κ.α.), τη συγκρότηση ομάδων εργασίας από ειδικούς επιστήμονες με στόχο τη μελέτη ενός ζητήματος (ΟΗΕ), προώθηση οργανωμένων σχεδίων ανάπτυξης ή προγραμμάτων χρηματοδότησης σε αναπτυσσόμενες κυρίως χώρες, τη συμμετοχή στη σχεδίαση και τον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης μέσα από την έκδοση κυρίως ειδικών δημοσιευμάτων.

- ❖ Επιχειρήσεις του ευρύτερου τουριστικού τομέα (tour-operators, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, αεροπορικές εταιρίες, πρακτορεία κλπ.): Η ανάπτυξη πολλών αλυσίδων ξενοδοχείων και πρακτορείων έχει επιτρέψει σε πολλές επιχειρήσεις αυτών των κλάδων να λειτουργούν ως δυναμικοί πόλοι ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο. Η επέκταση των πτήσεων των αεροπορικών εταιρειών σε πολλές περιοχές του κόσμου και η ανάπτυξη των πτήσεων charter συνέβαλε άμεσα στην προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης σε γεωγραφικά απομακρυσμένες περιοχές. Καθοριστικός είναι ρόλος των tour operators που λειτουργούν ως διεθνοποιημένοι παραγωγοί και πωλητές πολλών τύπων τουριστικών ταξιδιών και ιδιαίτερα των οργανωμένων, που αποτελούν και το πλέον διαδεδομένο τουριστικό προϊόν.
- ❖ Άλλες τουριστικές επιχειρήσεις: Σ' αυτήν την ομάδα εντάσσονται επιχειρήσεις που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με την ανάπτυξη του τουρισμού ή με υποδομές και υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό και τον ελεύθερο χρόνο. Οι κυριότερες ομάδες τέτοιων επιχειρήσεων είναι οι επιχειρήσεις χερσαίων (λεωφορεία, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα) και θαλάσσιων (εταιρίες ακτοπλοϊκών σκαφών, κρουαζιερόπλοιων, μηχανοκίνητων και ιστιοπλοϊκών σκαφών) μέσων μεταφοράς, επιχειρήσεις που κατασκευάζουν και διαχειρίζονται θεματικά πάρκα (π.χ. Ντίσνεϋλαντ), επιχειρήσεις που στηρίζουν χρηματοοικονομικά την τουριστική ανάπτυξη (π.χ. τράπεζες) και επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής (εστιατόρια, μπαρ, αθλητικά κέντρα κλπ.).

2.5 Σχεδιασμός και διαχείριση τουριστικής ανάπτυξης

Η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει κατάλληλο σχεδιασμό και διαχείριση των υπαρχόντων πόρων μιας περιοχής. Όλες οι περιοχές δεν διαθέτουν τους ίδιους πόρους και αυτό αποτελεί τροχοπέδη στις διαδικασίες για ενιαίο εθνικό ή υπερεθνικό σχεδιασμό. Οι πόροι που αξιοποιούνται για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής είναι οι εξής:

- Τουριστικοί πόροι της περιοχής: η ύπαρξη, η αξιολόγηση και ταξινόμηση των τουριστικών πόρων αλλά και οι εκτιμήσεις για τις δυνατότητες εκμετάλλευσής τους είναι το πρώτο και βασικό βήμα του σχεδιασμού.
- Ευρύτερες υποδομές και υπηρεσίες της περιοχής: μια περιοχή θα πρέπει να διαθέτει τα κατάλληλα μεταφορικά και τηλεπικοινωνιακά δίκτυα, αλλά και τις υποδομές και υπηρεσίες σε θέματα υγείας, πρόνοιας, αθλητισμού, εμπορίου κλπ. Οι υποδομές αυτές συμβάλλουν στην συγκρότηση ενός πετυχημένου προγράμματος μάρκετινγκ της περιοχής.
- Σχέδιο μάρκετινγκ: γίνεται καταγραφή του εξειδικευμένου σχεδίου μάρκετινγκ της περιοχής, των σχεδίων προβολής που έχουν εκπονηθεί σε διαφορετικές χρονικές περιόδους και αφορούν την περιοχή.

- Γενικό θεσμικό πλαίσιο τουριστικής ανάπτυξης: Ιδιαίτερη επίδραση ασκεί το ισχύον θεσμικό πλαίσιο σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη όπως για τις επενδύσεις, τη χωροταξική και περιβαλλοντική πολιτική, την εκπαίδευση, την πολιτική, τους φορείς και οργανισμούς που εμπλέκονται στις διαδικασίες σχεδίασης της τουριστικής ανάπτυξης.
- Έρευνες και μελέτες σχετικές με τη ζήτηση για την περιοχή: αναφορά σε έρευνες και μελέτες για την περιοχή που καταγράφουν τη σύνθεση της ζήτησης ή τα προβλήματα της προσφοράς που αφορούν στην περιοχή, όπως και τις τάσεις που υπάρχουν για το μέλλον.
- Ανθρώπινοι πόροι: καταγραφή της σύνθεσης των ανθρώπινων πόρων και των ειδικότερων χαρακτηριστικών τους που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη π.χ. εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση στον τουρισμό.

2.6 Πρότυπα Τουριστικής Ανάπτυξης

Στις τουριστικές περιοχές λειτουργούν πλήθος διαφορετικών προτύπων τουριστικής ανάπτυξης, ενώ διαφορές υπάρχουν και στον τρόπο λειτουργίας και διαχείρισής τους. Τα κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης είναι τα εξής (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001):

- **Οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών καλοκαιρινής ή χειμερινής περιόδου:** Βασικά χαρακτηριστικά αυτού του προτύπου είναι α) οι εκτεταμένες και οργανωμένες υποδομές και προσφερόμενες υπηρεσίες, β) η καθοριστικής σημασίας παρουσία του προτύπου στην παραγωγική δομή της περιοχής, με αποτέλεσμα σχεδόν το σύνολο των υπόλοιπων κλάδων να εξαρτώνται από τον τουρισμό και γ) οι συχνά δυσμενείς επιπτώσεις της ανάπτυξής του στην τοπική κοινωνία και το περιβάλλον. Σημαντικό χαρακτηριστικό αυτού του τύπου ανάπτυξης είναι η εποχικότητα της ζήτησης με αιχμή το καλοκαίρι ή το χειμώνα (εξαρτάται από την περιοχή). Οι περιοχές που υιοθετούν αυτό το πρότυπο έχουν πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς πόρους και σταδιακά μετατρέπονται σε θέρετρα τουρισμού της καλοκαιρινής ή της χειμερινής περιόδου με συγκροτημένη διαφημιστική εικόνα σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο.
- **Ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο, π.χ. αστικός τουρισμός, τουρισμός υπαίθρου:** Ένα επίσης διαδεδομένο πρότυπο το οποίο χαρακτηρίζεται από το ότι η ανάπτυξή του εντάσσεται στα ευρύτερα δεδομένα της τοπικής παραγωγικής δομής της περιοχής. Διακρίνονται δυο κυρίως διαφορετικές περιπτώσεις, ο αστικός τουρισμός και ο τουρισμός υπαίθρου. Ο αστικός τουρισμός συνδέεται κυρίως με την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών που εξυπηρετούν τους τουρίστες του επαγγελματικού τουρισμού (συνέδρια, ταξίδια κινήτρων κλπ.), του πολιτιστικού και εκπαιδευτικού τουρισμού, καθώς και όσων στα πλαίσια ενός ταξιδιού διακοπών περιηγούνται στην πόλη. Ο τουρισμός υπαίθρου συνδέεται με την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών τόσο του τουρισμού διακοπών (μικρές

ξενοδοχειακές μονάδες, συγκροτήματα ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων, πανδοχεία, πρακτορεία τουρισμού), όσο και του εναλλακτικού και ειδικού τουρισμού (οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, συνεδριακά κέντρα κλπ.). Βασικές του παράμετροι είναι η σχετικά μικρή κλίμακα εγκαταστάσεων και η ένταξη της γενικότερης τουριστικής ανάπτυξης στην παραγωγική και κοινωνική δομή της περιοχής, όπου κυριαρχούν τα επαγγέλματα και ο τρόπος ζωής του αγροτικού χώρου. Καθοριστικό στοιχείο και στις δυο περιπτώσεις είναι ο συμπληρωματικός χαρακτήρας τους, σε σχέση με τα κοινωνικά και παραγωγικά δεδομένα της περιοχής. Σε περίπτωση που διαταραχθεί η ισορροπία π.χ. ο τουρισμός αποκτήσει κυρίαρχο ρόλο στη γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής, η περιοχή αποκτά χαρακτηριστικά άλλου προτύπου, π.χ. οργανωμένου τουρισμού διακοπών.

- **Βιώσιμου τουρισμού με χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού:** Τα τελευταία χρόνια προωθείται ένα πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης βασικό χαρακτηριστικό του οποίου είναι η βιώσιμη ανάπτυξη. Περιοχές στόχοι είναι είτε περιοχές οργανωμένου μαζικού τουρισμού, είτε αναπτυσσόμενες τουριστικά περιοχές. Κυρίαρχες παράμετροι της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι ο ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, με στόχο την ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον, η ενίσχυση όλων των μέτρων (τοπικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες, λειτουργικές διασυνδέσεις ανάμεσα σε διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας, έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ) που συμβάλλουν στις διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης, ειδικό θεσμικό πλαίσιο που προωθεί τις διαδικασίες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και την τοπική συμμετοχή, προώθηση μέτρων και πολιτικών που συμβάλλουν στην προστασία και την ανάδειξη του τοπικού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος και η χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως βασικού άξονα της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης. Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση (π.χ. συνέδρια, οικολογία, πολιτισμός) και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών κάθε ειδικής μορφής.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών και χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση το οποίο συνδέεται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, αθλητισμός, περιήγηση, περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση. Στις εναλλακτικές μορφές, οι τουρίστες συχνά επιλέγουν ένα τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού στον οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού. Επιπλέον και εδώ καταγράφεται η ανάπτυξη μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί τους συγκεκριμένους τουρίστες. Τέλος, κοινός παρονομαστής, τόσο στη ζήτηση όσο και στην προσφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αποτελεί ο σεβασμός της τοπικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής δομής.

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού με δυναμική ανάπτυξης τις τελευταίες δεκαετίες:

1. Κοινωνικός τουρισμός
2. Κοινωνικός τουρισμός επαγγελματικών ενώσεων
3. Αγροτουρισμός (διάφοροι τύποι)
4. Συμπλέγματα αγροτουρισμού σε σύγχρονους οικισμούς, δομημένα με χαρακτηριστικά παραδοσιακών αγροτικών οικισμών
5. Τουρισμός στο ύπαιθρο, φυσιολατρικός τουρισμός
6. Τουρισμός τρίτης ηλικίας
7. Αθλητικός τουρισμός (διάφοροι τύποι)
8. Περιγητικός τουρισμός
9. Θαλάσσιος τουρισμός (διάφοροι τύποι)
10. Οικολογικός τουρισμός, Οικοτουρισμός (διάφοροι τύποι)
11. Τουρισμός υγείας και φυσικής ζωής
12. Ιαματικός τουρισμός, θερμαλιστικός τουρισμός
13. Πολιτιστικός τουρισμός
14. Εκπαιδευτικός τουρισμός
15. Θρησκευτικός τουρισμός
16. Επαγγελματικός τουρισμός
17. Συνεδριακός τουρισμός
18. Εκθεσιακός τουρισμός
19. Τουρισμός κινήτρων
20. Ορεινός τουρισμός
21. Χειμερινός τουρισμός
22. Γυμναστικός τουρισμός
23. Χρονομεριστική μίσθωση
24. Τουρισμός περιπέτειας
25. Τουρισμός σε οργανωμένα τουριστικά χωριά ειδικού τύπου (club)
26. Τουρισμός σε θεματικά πάρκα και θεματικά μουσεία
27. Αστικός τουρισμός

Πίνακας 2.14 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

- **Τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες, π.χ. τουριστικά χωριά, θεματικά πάρκα κ.α.:** Κυρίαρχο χαρακτηριστικό του προτύπου αυτού είναι η οργανωμένη ανάπτυξη τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών που συγκροτούν ένα θύλακα (περιοχή ενταγμένη σε ευρύτερη περιοχή) με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και λειτουργίες. Παραδείγματα τέτοιων προτύπων αποτελούν τα τουριστικά χωριά, οι περιοχές με θεματικά πάρκα (π.χ. Ντίσνεϋλαντ, τα οργανωμένα συμπλέγματα τουριστικών δραστηριοτήτων σε διάφορες περιοχές όπου συνδυάζονται π.χ. μαρίνα, ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, αθλητικές εγκαταστάσεις, εμπορικά κέντρα, καζίνο). Η λειτουργία των προτύπων αυτών χαρακτηρίζεται από μερική ή και πλήρη αυτονομία από τις υπόλοιπες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει η περιοχή.

- **Παραθεριστικό σε περιοχές με μεγάλο αριθμό διαφόρων τύπων παραθεριστικών κατοικιών:** Πρόκειται για πρότυπο που στηρίζεται στην αύξηση των παραθεριστικών κατοικιών στην περίμετρο των αστικών κέντρων αλλά και σε πολλές τουριστικές περιοχές. Συγκροτούνται με αυτόν τον τρόπο οργανωμένες περιοχές παραθερισμού, η ανάπτυξη των οποίων έχει πολλά κοινά με αυτήν του οργανωμένου τουρισμού διακοπών καθώς και του τουρισμού σε θύλακες. Τα κοινά χαρακτηριστικά αφορούν τον τρόπο οργάνωσης των περιοχών, στις προσφερόμενες υποδομές, στα κίνητρα των παραθεριστών και στους πόρους των περιοχών όπου αναπτύσσονται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.1 Αγροτικά προϊόντα-Γαστρονομία

Σύμφωνα με τον Belisle (1983) ανάμεσα στην γαστρονομία και τον τουρισμό υπάρχει στενή σχέση. Ο γαστρονομικός τουρισμός ορίζεται ως η επίσκεψη σε πρωτογενείς και δευτερογενείς παραγωγούς τροφίμων, φεστιβάλ τροφίμων, εστιατόρια και συγκεκριμένες τοποθεσίες για τις οποίες η γευστιγνωσία ή και η εμπειρία των χαρακτηριστικών της εξειδικευμένης παραγωγής τροφίμων σε μια περιοχή είναι το πρωταρχικό κίνητρο για το ταξίδι (Hall & Sharples, 2003). Θεωρείται ότι υπάρχει αρκετό ενδιαφέρον για την έρευνα και την ανάπτυξη της πολιτιστικής, κοινωνικής, γεωγραφικής και πολιτικής σημασίας των τροφίμων σε τουριστικό και επιχειρηματικό πλαίσιο. Στην βιβλιογραφία για τον τουρισμό που σχετίζεται με τα τρόφιμα συναντάμε πολυάριθμους όρους όπως «τουρισμός φαγητού & οινοτουρισμός», «γευστιγνωστικός τουρισμός», «γκουρμέ τουρισμός» και ο συνηθέστερος «γαστρονομικός τουρισμός» (Horng & Tsai, 2012; Sanchez Canizares & Lopez Guzman, 2012). Οι όροι αυτοί φαίνεται να χρησιμοποιούνται σε ελαφρώς διαφορετικά πλαίσια όπου κάθε όρος αντιπροσωπεύει τις διαφορετικές προοπτικές και κίνητρα του επισκέπτη.

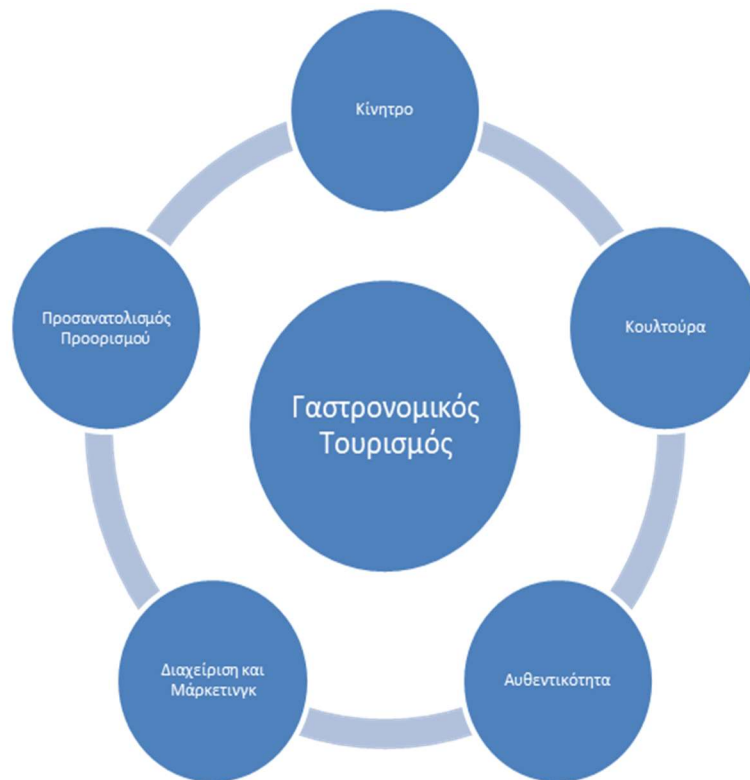
Ο μαγειρικός τουρισμός (Culinary tourism) είναι ο πιο δημοφιλής όρος για την μορφή τουρισμού που συνδέει το εσωτερικό με το εξωτερικό μιας χώρας μέσω της κουλτούρας φαγητού (πχ. Ελληνική κουζίνα, Ιταλική κουζίνα κλπ). Οι Horng & Tsai (2010) ισχυρίζονται ότι ο μαγειρικός τουρισμός είναι η εμπειρία των άλλων, μέσω δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τα τρόφιμα, διευκολύνοντας την εκμάθηση του πολιτισμού που μεταφέρεται από τον προορισμό και τους κατοίκους του. Το φαγητό στον γαστρονομικό τουρισμό θεωρείται ως μέσο πολιτιστικών εμπειριών. Έτσι ο μαγειρικός τουρισμός καθορίζεται από την εμπειρία των δραστηριοτήτων των τροφίμων και της συνακόλουθης εμπειρίας του πολιτισμού, καθώς και από την επιθυμία πίσω από τη συμμετοχή των ατόμων (Horng & Tsai, 2010; Silkes, Cai & Lehto, 2013; Smith & Xiao, 2008).

Ο τουρισμός τροφίμων ή διατροφικός τουρισμός εκφράζει το κίνητρο για απόκτηση φυσικής εμπειρίας μέσω ασχολίας με τοπικά τρόφιμα (Bertella, 2011; Cohen & Avieli, 2004; Everett & Slocum, 2013; Hall & Sharples, 2003). Οι Presenza & Chiappa (2013) υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός τροφίμων αφορά οποιαδήποτε εμπειρία σε σχέση με τους μαγειρικούς πόρους ενός προορισμού. Από αυτήν την άποψη ο τουρισμός τροφίμων μπορεί να σχετίζεται με την φυσική εμπειρία της διατροφής όσο και με δραστηριότητες που σχετίζονται με τα τρόφιμα όπως η επίσκεψη σε χώρους παραγωγής τροφίμων, μαθήματα μαγειρικής ή θεματικές εκδηλώσεις για τρόφιμα (Che, 2006).

Από άποψη κινήτρων, η επιθυμία γνωριμίας με την τοπική κουζίνα ή τις εμπειρίες που σχετίζονται με τα τρόφιμα ενός συγκεκριμένου προορισμού είναι σημαντικό κίνητρο για την επιλογή ενός προορισμού (Bertella, 2011; Hall & Sharples, 2003; Lee, Alexander & Kim, 2014; Presenza & Iocca, 2012; Smith & Costello, 2009; Su, 2013). Οι Presenza & Iocca (2012) περιγράφουν τον διατροφικό τουρισμό ως ταξιδιωτική συμπεριφορά που κινητοποιείται από την επιθυμία εξερεύνησης της εμπειρίας σε συγκεκριμένα φαγητά. Επίσης οι Smith & Costello (2009) ορίζουν το φαγητό ως βασικό πόρο ο οποίος ενθαρρύνει τα άτομα να ταξιδεύουν και να επισκέπτονται προορισμούς ειδικά για τα μοναδικά τρόφιμα που προσφέρουν. Από αυτήν την άποψη το φαγητό μπορεί να θεωρηθεί ως σημαντικό δευτερεύον κίνητρο.

Ο τουρισμός φαγητού μπορεί να θεωρηθεί ως στοιχείο ή υποκατηγορία του υπαίθριου τουρισμού, όπου σε μερικές περιπτώσεις τα τοπικά τρόφιμα, η εμπειρία φαγητού ή η κουλούρα φαγητού προτείνονται ως το κατάλληλο μέσο για την ανάπτυξη ενός αγροτικού τουριστικού προϊόντος, αντί για την ανάπτυξη τουρισμού φαγητού (Spilkova & Fialova, 2013). Σε πολλούς προορισμούς έχουν αρχίσει να κατανοούν την σημαντικότητα του φαγητού ως σημείο πώλησης της στρατηγικής και της διαχείρισης των στρατηγικών τουρισμού (Du Rand & Heath, 2006; du Rand, Heath & Alberts, 2003).

Έχουν πραγματοποιηθεί πολλές έρευνες για την διερεύνηση της επίδρασης μεταξύ διατροφικής κληρονομιάς και της περιφερειακής ανάπτυξης, κυρίως αγροτικής (Bertella, 2011; Gyimothy & Mykletun, 2009; Jolliffe & Aslam, 2009; Kim, 2015; Schluter, 2011; Sidali, Kastenholz & Bianchi, 2015). Ο Bertella (2011) αναγνωρίζει τις σημαντικές δυνατότητες του φαγητού για περιφερειακή ανάπτυξη υποστηρίζοντας τη δυνατή σχέση μεταξύ φαγητού, ως παράγοντα διατήρησης πολιτιστικών γνώσεων και έκφρασης και του τουρισμού υπαίθρου, ως τοποθεσία παραγωγής τροφίμων. Μια περιοχή συχνά συνδέεται με τη βιωσιμότητα του τουρισμού, γεγονός που δίνει έμφαση την περιφερειακή ταυτότητα και διατήρηση, ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην σημερινή παγκόσμια τυποποίηση των τροφίμων και του περιβάλλοντος παραγωγής τροφίμων. Επιπλέον η τοποθεσία αυξάνει τη σημασία των παραγωγών και προμηθευτών τροφίμων για τη δημιουργία περιφερειακού διατροφικού τουρισμού και την παροχή διατροφικών εμπειριών (Broadway, 2017; Kim & Iwashita, 2016; Telfer & Wall, 2000).



***Διάγραμμα 3.1** Γαστρονομικός Τουρισμός (Πηγή Ellis et al, 2018)*

3.2 Γεωργικά Τοπία - Φυσιολατρικές Δραστηριότητες

Ο πρωταρχικός στόχος του γεωργικού τομέα είναι η παραγωγή υπηρεσιών παροχής προϊόντων και πρώτων υλών. Ωστόσο αναγνωρίζεται ότι τα γεωργικά τοπία παράγουν επίσης πολιτιστικές & ψυχαγωγικές, ρυθμιστικές, οικολογικές και υποστηρικτικές υπηρεσίες (Gobster et al, 2007; Power, 2010; Groot et al, 2010). Πολλές γεωργικές δραστηριότητες ακούσια αποφέρουν οφέλη από την αισθητική λειτουργία των περιοχών, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού, της αίσθησης του τόπου, των πνευματικών εμπειριών και της αναψυχής, προσφέροντας δυνατότητες για πρόσθετο περιφερειακό εισόδημα π.χ. μέσω της αναψυχής και του τομέα του τουρισμού (Millennium Ecosystem Assessment, 2005; TEEB, 2010a).

Όλα τα συστατικά που αποτελούν το γεωγραφικό περιβάλλον , καθώς και η δομή τοπίου αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες χαρτοφυλακίου υπηρεσιών που παρέχονται από αυτά τα τοπία. Για να υποστηριχθεί ο αποτελεσματικός σχεδιασμός πολιτικών που επηρεάζουν τα γεωργικά τοπία απαιτείται η γνώση σχετικά με τις αξίες των υπηρεσιών που παρέχονται από αυτά. Οι γνώσεις αυτές θα παρείχαν πληροφορίες για την ικανότητα του τοπίου να συμβάλλει στην παραγωγή προστιθέμενης αξίας για την κοινωνία και των πιθανών εμπορικών και έμμεσων επιπτώσεων της διαχείρισης τοπίου.

Σε τοπικό επίπεδο οι γεωργικές εκτάσεις χαρακτηρίζονται από τη δομή και σύνθεση του εδάφους. Η δομή του εδάφους περιλαμβάνει την ποικιλομορφία και την πολυπλοκότητα της χωρικής (& χρονικής) δομής του τοπίου, ενώ η σύνθεση του τοπίου αναφέρεται στην σχετική επικράτηση των τύπων χρήσης/κάλυψης γης (π.χ. τύποι καλλιεργειών) και στοιχείων τοπίου (π.χ. μοναχικών δέντρων). Και τα δυο είναι σημαντικοί καθοριστικοί παράγοντες των λειτουργιών τοπίου, η αφθονία και η χωροταξική οργάνωση των αγρών, των γραμμών δέντρων, των φραχτών και της αγροδοσοπονίας καθορίζουν τις αισθητικές αξίες των περιοχών και τις περιβαλλοντικές ρυθμιστικές λειτουργίες (π.χ. δέσμευση άνθρακα, ρύθμιση υδροβιολογίας) (Jose, 2009; Burel, 1995; van Oudenhoven et al, 2012; Tscharntke et al, 2005).

Η δομή και η σύνθεση των γεωργικών τοπίων καθορίζονται από την αλληλεπίδραση μεταξύ διαχείρισης ενός τοπίου και των βιοφυσικών χαρακτηριστικών του περιβάλλοντος. Συχνά ένα τοπίο είναι το αποτέλεσμα μιας συμπαραγωγής ανθρώπινων και φυσικών διεργασιών, όπου οι άνθρωποι προσαρμόζουν τη διαχείρισή τους στη χωροταξική και χρονική ποικιλία στο περιβάλλον και το περιβάλλον τροποποιείται από την ανθρώπινη παρέμβαση.

Οι λειτουργίες του τοπίου περιγράφουν την ικανότητα του να παρέχει υπηρεσίες οικοσυστήματος. Για παράδειγμα η αισθητική λειτουργία των φραχτών και των γραμμών δέντρων μπορεί να προσφέρει πολιτιστικές και ψυχαγωγικές υπηρεσίες (de Groot, 2006, 2010). Οι τεχνικές καλλιέργειας, ο τρόπος φύτευσης και το κλάδεμα των δέντρων και γενικότερα η διαμόρφωση της αρχιτεκτονικής του γεωργικού τοπίου μιας περιοχής αποτελεί μέρος του πολιτισμού της, που διαμορφώθηκε από την εμπειρία των αγροτών αυτής της περιοχής. Η αίσθηση της θέας του αγροτικού τοπίου και η ξενάγηση σε καλλιεργούμενες περιοχές αποτελεί ένα είδος φυσιολατρικής δραστηριότητας, προκαλώντας ένα αίσθημα αναψυχής στον επισκέπτη. Οι πολιτικές που προωθούν τη ζήτηση για υπηρεσίες οικοσυστήματος, όπως αυτές που προάγουν τον αγροτικό τουρισμό, μεταβάλλουν τη ζήτηση των καταναλωτών τοπίου για παροχή πόρων και ροή πολιτιστικών υπηρεσιών. Ως εκ τούτου οι πολιτικές αυτές είναι πιθανόν να αυξήσουν την αξία των περιφερειακών υπηρεσιών οικοσυστήματος.

3.3 Παράδοση-Πολιτισμός

Σήμερα λόγω της τεχνολογικής προόδου, της παγκόσμιας επικοινωνίας, τα ταξίδια και τον τουρισμό ο κόσμος τείνει να ομογενοποιηθεί. Οι καταναλωτές καταναλώνουν παρόμοια παγκόσμια προϊόντα, ενώ στον τουρισμό η μαζική ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες οδηγεί στην προσφορά τυποποιημένων πακέτων διακοπών. Ο αστικός πληθυσμός τείνει να εμφανίζει ομοιότητες μεταξύ των δραστηριοτήτων και των συνηθειών σε διαφορετικές χώρες. Αντίθετα ο πληθυσμός της υπαίθρου συνήθως κρατάει τις παραδόσεις, τα ήθη και έθιμα, ζει περισσότερο ανέμελα κοντά στη φύση, χωρίς το άγχος και την πίεση που παρουσιάζεται σε μεγάλες αστικές περιοχές.

Η ύπαιθρος συμβάλλει στην προσέλκυση τουριστών που αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες κοντά στη φύση και την επαφή με ανθρώπους που διατηρούν την ξεχωριστή τους ταυτότητα. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω η διαμόρφωση των γεωργικών τοπίων, οι τεχνικές καλλιέργειας αγροτικών προϊόντων, η τεχνογνωσία στους μεθόδους μεταποίησης, διαμορφώθηκαν με βάση τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής. Κάτι αντίστοιχο συμβαίνει με την διατροφικές συνήθειες και τον τρόπο μαγειρικής των τροφίμων. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι η ετοιμασία φαγητού στην πηγή των φρέσκων και ποιοτικών πρώτων υλών δίνει την εντύπωση στον επισκέπτη ότι βιώνει μια μοναδική εμπειρία γεύσης και πολιτισμού. Εκτός όμως από τα παραπάνω, πολιτιστικά στοιχεία όπως η ιστορία μιας περιοχής και τα αρχαιολογικά και άλλα μνημεία που διαθέτει, οι σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων σε μια περιοχή, όπως η σχέση άνδρα- γυναίκας, γονιών με παιδιά κλπ., η γλώσσα και τοπική διάλεκτος, η παραδοσιακή ενδυμασία, η θρησκεία, ο μουσικός και χορευτικός πολιτισμός της περιοχής κάνουν τον επισκέπτη να νιώθει ότι η εμπειρία που βιώνει είναι διαφορετική από αυτές που έχει βιώσει στο παρελθόν σε διαφορετικά ταξίδια. Οπότε το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι ο αγροτικός τομέας και ο πληθυσμός της υπαίθρου συμβάλλουν στην δημιουργία μιας εικόνας ενός προορισμού με ξεχωριστή αυθεντική ταυτότητα.

3.4 Αγροτουρισμός

Ο τουρισμός υπαίθρου, στον οποίο εντάσσεται και ο αγροτουρισμός, είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που προωθείται στην τουριστική αγορά για την αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας του τουρισμού. Κύριος στόχος του είναι η διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, η ανάπτυξη τρόπων προσέλκυσης τουριστών και απόκτηση νέων μεριδίων της τουριστικής αγοράς. Επιπλέον ο τουρισμός υπαίθρου αποτελεί σημαντική πηγή συμπληρωματικού εισοδήματος για τον αγροτικό πληθυσμό.

Σύμφωνα με την έρευνα των Fons et al (2011) τα σημαντικά σημεία που θα πρέπει να εξεταστούν για την ανάπτυξη του υπαίθριου τουρισμού είναι η οικονομία, το περιβάλλον, κοινωνικό και πολιτιστικό, ο ανθρώπινος παράγοντας, η αίσθηση φιλοξενίας, η υπερηφάνεια της καταγωγής από την περιοχή, η ύπαρξη συνθημάτων ως μέσο πειθούς και η τοπική κουζίνα. Αδυναμίες του τουρισμού υπαίθρου είναι η απουσία ευκαιριών στον αγροτικό πληθυσμό και η αντίστοιχη μείωση κατοίκων σε αγροτικές περιοχές. Η έλλειψη βασικών υποδομών όπως τα μέσα επικοινωνίας, δρόμοι, η πρόσβαση στο διαδίκτυο, αλλά και έλλειψη μέσων μαζικής μεταφοράς. Αυτό σημαίνει ότι εμποδίζεται η επικοινωνία και ανταλλαγή πληροφοριών, γεγονός που δημιουργεί μοναξιά και θλίψη στους επισκέπτες κάνοντάς τους να νιώθουν αποκλεισμένοι. Επίσης το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης και κατάρτισης των κατοίκων της υπαίθρου, όπως και η μη γνώση ξένων γλωσσών, είναι ένα ακόμη πρόβλημα που μπορεί όμως να αντιμετωπιστεί μέσα από ειδικά προγράμματα κατάρτισης.

Για τον αγροτουρισμό υπάρχουν διαφορετικοί όροι και ορισμοί στην βιβλιογραφία. Παρακάτω αναφέρονται πέντε διαφορετικοί τύποι αγροτουρισμού οι οποίοι διαφοροποιούνται με βάση τρία χαρακτηριστικά. Το πρώτο χαρακτηριστικό αφορά το αν το προϊόν βασίζεται σε αγρόκτημα εργασίας, το δεύτερο τη φύση της επαφής μεταξύ τουρίστα και αγροτικής δραστηριότητας και το τρίτο το επίπεδο αυθεντικότητας της εμπειρίας του επισκέπτη.

I. Αγρόκτημα εργασίας

Αυτό το χαρακτηριστικό είναι το πιο συχνά αναφερόμενο. Όμως τίθεται το ερώτημα τι θεωρείται αγρόκτημα εργασίας. Εδώ ο όρος φάρμα εργασίας μπορεί να θεωρηθεί το αγρόκτημα που εφαρμόζεται η γεωργία (π.χ. Gludstone & Morris, 2000; Iakovidou, 1997; Kizos & Iosifides, 2007; Sonnino, 2004). Η γεωργία μπορεί να οριστεί ως η δραστηριότητα της εκτροφής ζώων και καλλιέργειας φυτών για κατανάλωση και πώληση ως τρόφιμα και άλλα βασικά προϊόντα (Robinson, 2004). Ο ορισμός αυτός βοηθά στην διάκριση των δραστηριοτήτων που βασίζονται σε αγροκτήματα αλλά δεν είναι

γεωργικές (π.χ. ιψασία, επεξεργασία τροφίμων) από αυτές που είναι γεωργικές (π.χ. συγκομιδή).

II. Επαφή με αγροτική δραστηριότητα

Το επίπεδο επαφής των τουριστών με τις γεωργικές δραστηριότητες σε μια εκμετάλλευση μπορεί να διαφέρει σημαντικά. Υπάρχουν τρεις τύποι επαφής, η άμεση, η έμμεση και η παθητική. Η άμεση επαφή με την αγροτική δραστηριότητα είναι χαρακτηριστικό της εμπειρίας του τουρίστα (π.χ. άρμεγμα αγελάδας, συγκομιδή καλλιέργειας). Έμμεση επαφή δείχνει μια δευτερεύουσα σύνδεση με την αγροτική δραστηριότητα εντός της τουριστικής εμπειρίας (π.χ. διαχωρισμός καρπών, επεξεργασία τροφίμων, πώληση ή κατανάλωση γευμάτων). Η παθητική επαφή με την αγροτική δραστηριότητα δείχνει ότι ο τουρισμός και η γεωργία λειτουργούν ανεξάρτητα και μόνο η γεωγραφική θέση της εκμετάλλευσης είναι κοινή (π.χ. υπαίθριες δραστηριότητες).

III. Αυθεντικότητα της αγροτικής εμπειρίας του τουρίστα

Σύμφωνα με τον MacCannell (1973) υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι με τους οποίους η αυθεντικότητα μπορεί να χωριστεί σε στάδια, από επαναλαμβανόμενες ρυθμίσεις που φαίνονται αυθεντικές (π.χ. μοντέλο αγροκτήματος), σε οργανωμένες επισκέψεις που επιτρέπουν στον τουρίστα να ρίξει μια ματιά στα «παρασκήνια» (π.χ. εκδρομές σε αγροκτήματα). Μια αυθεντική εμπειρία της γεωργίας μπορεί να αποκτηθεί μόνο μέσα από τη φυσική συμμετοχή σε γεωργικά καθήκοντα.

Χρησιμοποιώντας ως κριτήρια τα παραπάνω τρία χαρακτηριστικά διακρίνονται πέντε τύποι αγροτουρισμού:

1. Αγροτουρισμός μη γεωργικής εκμετάλλευσης (π.χ. αγροικία που μετατράπηκε σε αγροτουριστικό ξενώνα)
2. Αγρόκτημα εργασίας- παθητική επαφή αγροτουρισμού (π.χ. αγροικία με κρεβάτι, πρωινό και υπαίθριες δραστηριότητες τις οποίες παρακολουθούν χωρίς να συμμετέχουν)
3. Αγρόκτημα εργασίας-έμμεση επαφή αγροτουρισμού (π.χ. κατανάλωση αγροτικών προϊόντων σε γεύματα, επίσκεψη σε εκθεσιακό χώρο)
4. Αγρόκτημα εργασίας- σταδιακή άμεση επαφή αγροτουρισμού (π.χ. μοντέλο αγροκτήματος, εκδρομές σε αγρόκτημα)
5. Αγρόκτημα εργασίας άμεσης επαφής αυθεντικού αγροτουρισμού (π.χ. διάλεξε μόνος σου, εργασία σε γεωργικές δραστηριότητες)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια περιοχή επιφέρει τεράστιες αλλαγές τόσο σε επίπεδο οικονομικό όσο και σε επίπεδο κοινωνικό και περιβαλλοντικό. Παρατηρούμε ότι σε περιοχές όπου υπάρχει τουριστική ανάπτυξη το βιοτικό επίπεδο, το επίπεδο μόρφωσης αλλά και το δομημένο περιβάλλον διαφέρει άρδην σε σχέση με μη τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές. Οι αλλαγές μπορεί να είναι θετικές και αρνητικές ανάλογα με τη διαχείριση της κατάστασης και μπορούν να χαρακτηριστούν ως «επιπτώσεις». Ο όρος «επιπτώσεις» χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις αλλαγές που επέρχονται στην οικονομία, στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον των περιοχών ή των χωρών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα (Κοκκώσης-Τσάρτας 2001). Από τη μελέτη των επιπτώσεων αναδεικνύονται δυο σημαντικά θέματα: α) η σημασία ελέγχου των διαδικασιών της τουριστικής ανάπτυξης, β) η δυναμική του τουρισμού που αλλάζει εντελώς τα κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά των περιοχών όπου αναπτύσσεται, διαμορφώνοντας νέα δεδομένα για την πορεία ανάπτυξης των τουριστικών περιοχών.

4.1 Οικονομικές επιπτώσεις

Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία παρατηρείται σε αλλαγές σε παραμέτρους όπως;

- Στην απασχόληση: η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, οι οποίες είναι επί το πλείστον εποχικές, περιστασιακές και κάποιες φορές ανειδίκευτες. Εκτός όμως από τη μισθωτή εργασία ενισχύει και την αυτοαπασχόληση (τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα κ.α.). Συχνά οι εργαζόμενοι στον τουρισμό συνδυάζουν την εργασία τους με παράλληλη απασχόληση και σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας (π.χ. γεωργία, βιομηχανία) με σκοπό την απόκτηση επιπλέον εισοδήματος.
- Στην περιφερειακή ανάπτυξη: υπάρχουν περιπτώσεις όπου ο τουρισμός συμβάλλει στην ενίσχυση της ανάπτυξης περιφερειών αποβιομηχανοποιημένων, γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Η ανάπτυξη του τουρισμού οδηγεί σε αύξηση των εισοδημάτων, στην απασχόληση, στις επενδύσεις και διευρύνει την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας με αποτέλεσμα τη μείωση της μετανάστευσης και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής.
- Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία: από εκτιμήσεις σε σχέση τη λειτουργία ενός κοινού πολλαπλασιαστή του τουρισμού παρατηρείται ότι υπάρχουν θετικές επιδράσεις σε πολλούς κλάδους οι

δραστηριότητες των οποίων σχετίζονται με τον τουρισμό όπως η βιομηχανία, η βιοτεχνία, οι κατασκευές, η γεωργοκτηνοτροφία, οι υπηρεσίες, οι μεταφορές, το εμπόριο κλπ. Οι θετικές αυτές επιδράσεις καταγράφηκαν σε περιοχές και χώρες με πολύ διαφορετικά χαρακτηριστικά ανάπτυξης.

- Στο ισοζύγιο πληρωμών: υπάρχουν δυο τρόποι με τους οποίους επιδρά ο τουρισμός στο ισοζύγιο πληρωμών. Ο πρώτος είναι αρνητικός, αφού το επιβαρύνει λόγω της ανάγκης εισαγωγών προϊόντων που χρειάζονται για τη λειτουργία του τουριστικού τομέα. Ο δεύτερος τρόπος είναι θετικός, λόγω του ότι επιδρά στην αύξηση των συναλλαγματικών εισροών. Το τελικό θετικό ή αρνητικό αποτέλεσμα εξαρτάται από τη δυνατότητα των χωρών να σχεδιάζουν και να προγραμματίζουν τη γενικότερη λειτουργία του τουρισμού.
- Στα φορολογικά έσοδα του κράτους: οι επενδύσεις στον ευρύτερο τουριστικό τομέα αλλά και η ιδιότητα του τουρισμού να ενισχύει τη δημιουργία πολλών μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις περιοχές όπου αναπτύσσεται, οδηγούν στην αύξηση των φορολογικών εσόδων. Επίσης η αύξηση στα έσοδα μπορεί να προέρχεται και από τον μεγάλο αριθμό εργαζομένων στον τομέα, η πλειοψηφία των οποίων έχει υψηλά εισοδήματα και αντίστοιχη καταναλωτική δαπάνη.
- Στον πληθωρισμό και στην αύξηση των τιμών γης σε τοπικό επίπεδο: συχνά ο τουρισμός δημιουργεί πληθωριστικές πιέσεις με αποτέλεσμα να αυξάνεται το κόστος ζωής σε τοπικό επίπεδο, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η ανάπτυξή του είναι μαζική και οργανωμένη. Επίσης, εξαιτίας και της οικοπεδοποίησης υπάρχει υπερβολική αύξηση στις τιμές της γης, γεγονός που σχετίζεται με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων του ιδιαίτερα στις περιοχές με μαζικό οργανωμένο τουρισμό, όπου υπάρχει η μεγαλύτερη ζήτηση.

4.2 Κοινωνικές επιπτώσεις

Σε ότι αφορά τις κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις η τουριστική ανάπτυξη επιδρά ως εξής:

- Επιφέρει αλλαγές στην κοινωνική δομή. Αλλάζουν τόσο τα χαρακτηριστικά όσο και οι λειτουργίες της τοπικής κοινωνίας. Περισσότερο εμφανείς είναι οι αλλαγές σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές και σε αγροτικές περιοχές. Οι αλλαγές αφορούν τις παραγωγικές δομές που συνδέονται με τον τουρισμό και οδηγούν στη διαμόρφωση μιας νέου τύπου αστικοποιημένης κοινωνικής δομής όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα.

- Μεταβάλλει την επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα. Τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελμάτων οδηγεί σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, με τελικό στόχο την απασχόληση στον τουρισμό ή σε επαγγέλματα σχετιζόμενα με αυτόν (εμπόριο, κατασκευές). Ως αποτέλεσμα αυτής της επίπτωσης είναι η διάχυση των εισοδημάτων του τουρισμού σε ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού, αλλά και η εγκατάλειψη κλάδων όπως η γεωργοκτηνοτροφία, η βιομηχανία ή οι υπηρεσίες με παράλληλη στροφή στον τουρισμό. Η κινητικότητα αυτή είναι εμφανής κυρίως στους νέους και στις γυναίκες, αλλά σταδιακά τείνει να αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της κοινωνικής δομής των τουριστικών περιοχών, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους.
- Αλλάζει το πλαίσιο και τα αποτελέσματα της επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες. Η επικοινωνία επηρεάζεται από τον τύπο ανάπτυξης του τουρισμού, τις εμπορικές διαστάσεις των συναλλαγών, τις διαφορές των πολιτισμικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών των τουριστών και ντόπιων κλπ. Σε ότι αφορά τα αποτελέσματα, αυτά συνδέονται άμεσα με το στάδιο ανάπτυξης του τουρισμού. Στο υψηλότερο στάδιο ανάπτυξης η επικοινωνία εμπορευματοποιείται με αποτέλεσμα οι ντόπιοι και οι τουρίστες να καταλήγουν σε μια σχέση εμπορικής συναλλαγής όπου ο ένας πουλάει και ο άλλος αγοράζει.
- Ο τουρισμός επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στις σχέσεις των δυο φύλων, στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις ανάμεσα στα άτομα της ίδιας κοινωνίας κλπ. Οι αλλαγές αυτές προκαλούνται άμεσα ή έμμεσα από τις νέες παραγωγικές και κοινωνικές δομές οι οποίες εγκαθιδρύονται στις τουριστικές περιοχές της υπαίθρου και έχουν αστικά χαρακτηριστικά.
- Εμπορευματοποιούνται οι δραστηριότητες και τα προϊόντα του τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης. Η ανάπτυξη οργανωμένων υποδομών και υπηρεσιών τουρισμού οδηγεί σε συστηματική προώθηση των εμπορικών χαρακτηριστικών του τομέα με στόχο την εξυπηρέτηση του τουρίστα καταναλωτή, ιδιαίτερα αυτού που επιλέγει τα οργανωμένα πακέτα ταξιδιών. Μορφές του τοπικού πολιτισμού μετατρέπονται σε τουριστικά προϊόντα και πωλούνται στους τουρίστες ως δείγμα της τοπικής πολιτιστικής παράδοσης ή ως αναμνηστικό του ταξιδιού. Πολύ συχνά τα προϊόντα αυτά είναι χαμηλής ποιότητας και δεν αποδίδουν πιστά τα πραγματικά χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης ή του πολιτισμού.

4.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Η τουριστική ανάπτυξη είτε με την επέκτασή της στο χώρο της υπαίθρου είτε με την ανάπτυξη μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομών καταλήγει να επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι επιπτώσεις αυτές είναι πολύ πιο δραστικές σε περιοχές που θεωρούνται οικολογικά ευαίσθητες όπως παραθαλάσσιες περιοχές, ορεινές, υγροβιότοποι κλπ. Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον αποτέλεσαν για αρκετά χρόνια αντικείμενο μελετών που επισήμαναν την ανάγκη σχεδιασμού, προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.

Η επέκταση του τουρισμού έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία συγκρούσεων για τη χρήση γης οι οποίες παρατηρούνται σε περιοχές με αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή σε παραθαλάσσιες περιοχές. Και στις δυο περιπτώσεις παρατηρούνται φαινόμενα οικοπεδοποίησης με αποτέλεσμα ο τουρισμός να απορροφά εκτός από τη γη, το νερό αλλά και τις επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παραγωγική ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Επιπλέον στις τουριστικές περιοχές αναπτύσσονται παρόμοιες ανταγωνιστικές σχέσεις και με χρήσεις σχετικές με τη βιοτεχνία, τη βιομηχανία και τις υπηρεσίες. Γενικότερα λειτουργεί ολιστικά, διεκδικώντας διαρκώς περισσότερο χώρο για τις δραστηριότητες και τις υποδομές.

Παραδοσιακοί οικισμοί και περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους μετατρέπονται σε τουριστικούς πόρους. Έτσι το δομημένο και το φυσικό περιβάλλον διαμορφώνουν έναν ιδιότυπο τουριστικό πόρο που γίνεται πόλος έλξης τουριστών. Η εξέλιξη αυτή επιβάλλει την αναζήτηση νέων τρόπων σχεδιασμού και διαχείρισης παρόμοιων περιοχών οι οποίες αποτελούν περιβαλλοντικά και πολιτισμικά ευαίσθητους τουριστικούς πόρους. Κάθε περιοχή χαρακτηρίζεται από μια φέρουσα ικανότητα. Η φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής αναφέρεται στις δυνατότητες της κοινωνικοοικονομικής δομής και του περιβάλλοντος της συγκεκριμένης περιοχής να απορροφήσουν συγκεκριμένο όγκο υποδομών και αριθμό τουριστών. Έχει γίνει προσπάθεια να μετρηθεί ο δείκτης αυτός ώστε να εκτιμηθούν οι καταλληλότεροι τύποι τουριστικής ανάπτυξης.

Η αύξηση του αριθμού και των τύπων των τουριστικών θέρετρων έθεσε ζητήματα λειτουργίας και διαχείρισης τους σε σχέση με το περιβάλλον, τη χωροταξία και την πολεοδομία. Τα περισσότερα από αυτά τα ζητήματα αφορούν και στην ευρύτερη περιοχή όπου είχαν αναπτυχθεί αυτά τα θέρετρα, με αποτέλεσμα να διαμορφωθούν κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του σύνθετου περιβάλλοντος (δομημένου και φυσικού) των περιοχών αυτών. Κοινή παράμετρος των προσπαθειών υπήρξε η αναζήτηση προτύπων που συνδέονται με την έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Σύμφωνα με το World Wildlife Fund (WWF: Παγκόσμιο Ταμείο για την Άγρια Ζωή), η σχέση του τουρισμού με το περιβάλλον είναι άμεση και καθοριστική. Το βασικότερο συστατικό του τουριστικού προϊόντος είναι το ίδιο το περιβάλλον, τόσο το φυσικό όσο και το δομημένο. Οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης, αν και στην πλειοψηφία τους επιβαρύνουν το περιβάλλον, ενίοτε μπορούν να αποτελέσουν αφορμή για ορθή διαχείριση και προστασία του, με την προϋπόθεση ότι η ανάπτυξη είναι ορθολογικά σχεδιασμένη με προοπτικές βιωσιμότητας. Την ευθύνη για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων από την τουριστική ανάπτυξη και τη μεγιστοποίηση των θετικών αποτελεσμάτων φέρουν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς στο τουριστικό κύκλωμα που δραστηριοποιούνται σε μια περιοχή. Κρατικοί φορείς, τοπική αυτοδιοίκηση, επιχειρηματίες, τοπική κοινωνία και ο ίδιος ο τουρίστας. Οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής στους φυσικούς της πόρους αφορούν τα παρακάτω:

Νερό: Λόγω της τουριστικής δραστηριότητας σε έναν προορισμό αυξάνονται οι ανάγκες κατανάλωσης νερού καθώς πρέπει να υποστηριχθούν δραστηριότητες όπως η καθαριότητα, η πόση, η συντήρηση των κήπων, οι πισίνες κλπ. Η κατάχρηση των πόρων του νερού έρχεται σε σύγκρουση με τις ανάγκες για άλλες χρήσεις όπως είναι η γεωργία, η κτηνοτροφία κλπ. Συχνά παρατηρείται μείωση στα αποθέματα νερού τους καλοκαιρινούς μήνες με συνέπεια να διακόπτεται η υδροδότηση και οι ντόπιοι κάτοικοι να αντιμετωπίζουν δυσκολίες σε ότι αφορά τις οικιακές τους ανάγκες αλλά και για την άρδευση των καλλιεργειών τους. Για τον λόγο αυτό είναι σημαντικό να ληφθούν υποχρεωτικά μέτρα όπως η κατασκευή τουριστικών μονάδων ανάλογων με τη δυναμικότητα των υδάτινων πόρων μιας περιοχής, αλλά και η εγκατάσταση συστημάτων περιορισμού της κατανάλωσης νερού (π.χ. συστήματα εξοικονόμησης νερού, επανάχρηση νερού για το πότισμα των εκτάσεων των μονάδων κλπ.) και περιορισμού επιβαρυντικών χημικών στα συστήματα καθαρισμού με παράλληλη χρήση βιοαποικοδομήσιμων ουσιών.

Ένα άλλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν νησιωτικές και παράκτιες περιοχές τους μήνες έντονης τουριστικής δραστηριότητας είναι ότι λόγω της υπεράντλησης και μείωσης των αποθεμάτων νερού παρουσιάζονται μη αναστρέψιμα προβλήματα όπως η υφαλμύριση (ο υδροφόρος ορίζοντας του γλυκού νερού πέφτει κάτω από το επίπεδο της θάλασσας και το νερό αυτής εισχωρεί στο γλυκό νερό καθιστώντας το μη πόσιμο και με υφάλμυρη γεύση). Δευτερογενώς, λόγω της υφαλμύρισης των υδάτινων αποθεμάτων, προκαλείται αλάτωση των γεωργικών εδαφών τα οποία αρδεύονται από τα ίδια αποθέματα, με αρνητικές συνέπειες τόσο στην παραγωγή όσο και στην εδαφική ισορροπία του τοπικού οικοσυστήματος.

Γη-Εδαφος: Η παρεμπόδιση του υδρογραφικού δικτύου (παράνομες κατασκευές, μπαζώματα) οδηγεί στην μεταφορά ιζημάτων προς την παράκτια ζώνη με αποτέλεσμα τη διάβρωση της ακτής (απομάκρυνση λεπτής άμμου και λόγω κυματισμού απομένουν τα σκληρά βράχια). Με αυτόν τον τρόπο ανατρέπονται οι φυσικοί κύκλοι και μεταβάλλονται γεωμορφολογικά περιοχές αλλάζοντας την ισορροπία των οικοσυστημάτων στην ευρύτερη περιοχή. Επίσης ο ανεπαρκής σχεδιασμός και η κακή χωροθέτηση έργων σε παράκτιες και παραλίμνιες περιοχές (λιμάνια, μαρίνες, οχετοί κλπ.) επηρεάζουν και αυτά αρνητικά τη διαδικασία μορφοποίησης της ακτής, εμποδίζοντας την ολοκλήρωση του ιζηματογενούς κύκλου με αντίστοιχης έκτασης διάβρωση τοπίου.

Αέρας: Σχεδόν κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα επηρεάζει την κατάσταση της ατμόσφαιρας και την ποιότητα του αέρα. Η χρήση μηχανών εσωτερικής καύσης (π.χ. αυτοκίνητα) ιδιαίτερα σε αστικές περιοχές και σε περιοχές με έντονη τουριστική κίνηση, έχει σοβαρές συνέπειες στο μικροκλίμα της περιοχής. Επιπλέον ρύποι όπως το μεθάνιο (χωματερές) και το διοξείδιο του άνθρακα (καύση ορυκτών καυσίμων) συντελούν στην κλιμακωτή αλλαγή επιβαρύνοντας το φαινόμενο του θερμοκηπίου.

Φυσικοί πόροι για την παραγωγή ενέργειας: Σε περιοχές και περιόδους έντονης τουριστικής κίνησης η κατανάλωση ενέργειας αυξάνεται επιβαρύνοντας το περιβάλλον (κατανάλωση περισσότερων μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων, μόλυνση από τους εκπεμπόμενους ρύπους κατά την καύση τους). Για τους παραπάνω λόγους προωθείται η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας όπως είναι ο ήλιος και ο αέρας και η εδραίωση τεχνικών πιο φιλικών προς το περιβάλλον, ενώ επιβάλλεται η λήψη μέτρων για τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας σε τουριστικές και άλλες εγκαταστάσεις.

Προβλήματα από τη λανθασμένη διαχείριση απορριμμάτων: Σε περιοχές χωρίς συγκεκριμένο σχέδιο διαχείρισης μεγάλου όγκου αποβλήτων κατά την εποχή της έντονης τουριστικής κίνησης, απορρίπτονται ανεξέλεγκτα σε παράνομες χωματερές υποβαθμίζοντας την αισθητική του τοπίου και δημιουργώντας σοβαρές εστίες μόλυνσης. Συνέπεια αυτού είναι η μόλυνση του υδροφόρου ορίζοντα που βρίσκεται κάτω από τις χωματερές αλλά και το συχνό φαινόμενο της ανάφλεξης ή σκόπιμης καύσης των απορριμμάτων στις παράνομες χωματερές, η οποία παράγει βλαβερές χημικές ουσίες (π.χ. διοξίνες) που καταλήγουν στην ατμόσφαιρα της γύρω περιοχής. Παράλληλα ρυπαίνονται τεράστιες περιοχές ακτών και θαλασσών, ενώ λόγω της διάθεσης αποβλήτων και λυμάτων παρατηρείται το φαινόμενο του ευτροφισμού. Ο ευτροφισμός οδηγεί στην μείωση της διαφάνειας του θαλασσινού νερού αλλά και των λιμνών κυρίως λόγω υπερβολικής ανάπτυξης φυτοπλαγκτόν και άλλων οργανισμών, δημιουργώντας συνθήκες επιβίωσης βλαβερών οργανισμών που μολύνουν τους υδάτινους πόρους.

Οικοσυστήματα: Δραστηριότητες όπως:

- Επέκταση υποδομών και οικισμών
- Αστικοποίηση φυσικού τοπίου
- Εισβολή μεγάλων τουριστικών μονάδων μη εναρμονισμένων με το φυσικό περιβάλλον
- Χάραξη, κατασκευή και επέκταση του οδικού δικτύου ή αεροδρομίων
- Κατασκευή λιμανιών και μαρίνων και άλλες ανθρώπινες δραστηριότητες

διαταράσσουν τη λειτουργία των οικοσυστημάτων, επηρεάζοντας τον υδρολογικό κύκλο και το μικροκλίμα της περιοχής. Παρεμποδίζουν την διακίνηση και επικοινωνία των ειδών τα οποία περιορίζονται σε συγκεκριμένο ζωτικό χώρο, επηρεάζοντας τις φυσικές διεργασίες όπως η αναπαραγωγή των ειδών και άρα οδηγώντας στην μείωση των πληθυσμών σπάνιων ειδών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

5.1 Αγροτικός Τομέας στην Κρήτη

Σε εθνικό επίπεδο η περιφέρεια Κρήτης βρίσκεται στην 5^η θέση σε αξία παραγωγής αγαθών με 941,59 εκατομμύρια €. Στην γεωργία, δασοκομία και αλιεία εργάζονται το 14,7% του συνόλου των απασχολούμενων στην περιφέρεια και στη μεταποίηση το 5,9%. Δραστηριοποιούνται συνολικά στο νησί 87.040 αγροτικές εκμεταλλεύσεις, με 338.421 απασχολούμενους. Η πλειονότητα των απασχολούμενων είναι άνω των 65 ετών, ενώ το ποσοστό απασχολούμενων ηλικίας κάτω των 35 ετών είναι μικρό. Επίσης οι άντρες που δραστηριοποιούνται στη γεωργία και κτηνοτροφία είναι παραπάνω από διπλάσιοι σε σχέση με τις γυναίκες. Η συνολική καλλιεργούμενη έκταση ανέρχεται στα 3.641 χιλιάδες στρέμματα, από τα οποία 1.484 χιλ. στρέμματα καλύπτονται από δενδρώδεις καλλιέργειες, ενώ 123 χιλ. στρέμματα από αμπέλια και σταφιδάμπελα.

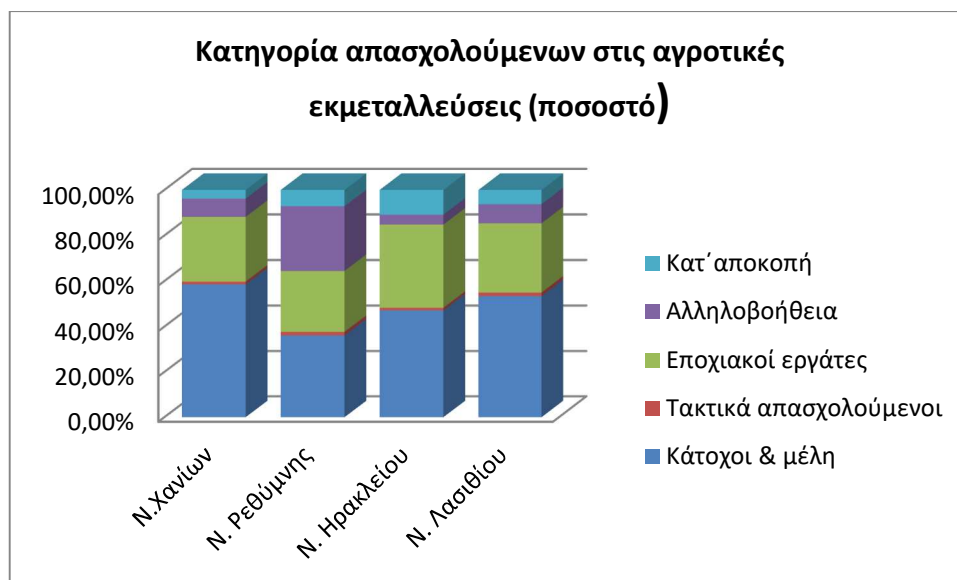
Πιο αναλυτικά ο αριθμός αγροτικών εκμεταλλεύσεων στον νομό Χανίων είναι 19.873, στον νομό Ρεθύμνης 13.024, στον νομό Ηρακλείου 41.162 και στο νομό Λασιθίου 12.981.

	Ν.Χανίων	Ν. Ρεθύμνης	Ν. Ηρακλείου	Ν. Λασιθίου
Κάτοχοι & μέλη	35.466	22.679	80.195	23.971
Τακτικά απασχολούμενοι	754	986	1.932	705
Εποχιακοί εργάτες	17.193	16.802	62.125	13.638
Αλληλοβοήθεια	4.884	17.866	7.477	3.777
Κατ'αποκοπή	2.293	4.470	18.412	2.797
Σύνολο απασχολούμενων	60.590	62.803	170.141	44.888
Σύνολο εκμεταλλεύσεων	19.873	13.024	41.162	12.981

Πίνακας 5.1 Αριθμός απασχολούμενων στις γεωργικές-κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις των νομών της Κρήτης

Από τους απασχολούμενους στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις στο νομό Χανίων, το 58,53% είναι κάτοχοι και μέλη της οικογένειας των κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων, το 28,38% εποχιακοί εργάτες, το 8,06% αλληλοβοήθεια από άλλους κατόχους, το 3,78% κατ' αποκοπή εργαζόμενοι και μόλις το 1,24% είναι τακτικά απασχολούμενοι. Στο νομό Ρεθύμνης το 36,11% είναι κάτοχοι και μέλη οικογένειας κατόχων, το 28,45% από αλληλοβοήθεια, το 26,75% εποχιακοί εργάτες, το 7,12% κατ' αποκοπή εργάτες και 1,14% τακτικοί εργάτες. Στον νομό Ηρακλείου το 47,13% είναι κάτοχοι και μέλη, το 36,51% εποχιακοί εργάτες, το 10,82% κατ' αποκοπή εργαζόμενοι, το 4,39% αλληλοβοήθεια και το 1,14% τακτικά απασχολούμενοι. Τέλος στον νομό Λασιθίου το 53,4% είναι κάτοχοι και μέλη, το

30,38% εποχιακοί εργάτες, το 8,41% αλληλοβοήθεια, το 6,23% κατ' αποκοπή απασχολούμενοι και το 1,57% τακτικά εργαζόμενοι. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι τα άτομα που απασχολούνται κυρίως στον αγροτικό τομέα είναι οι κάτοχοι και τα μέλη των αγροτικών εκμεταλλεύσεων, καθώς και εποχιακοί εργάτες.



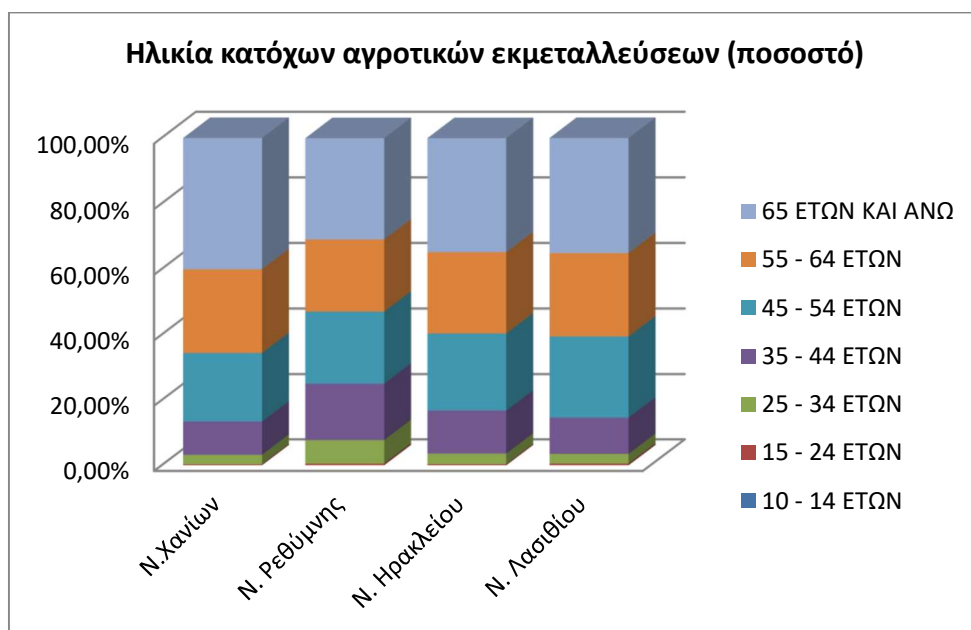
Διάγραμμα 5.1 Κατηγορία απασχολούμενων στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις των νομών της Κρήτης

	Ν.Χανίων	Ν. Ρεθύμνης	Ν. Ηρακλείου	Ν. Λασιθίου
10 - 14 ΕΤΩΝ	0	0	0	0
15 - 24 ΕΤΩΝ	66	69	149	70
25 - 34 ΕΤΩΝ	576	941	1.327	385
35 - 44 ΕΤΩΝ	2.032	2.256	5.436	1.448
45 - 54 ΕΤΩΝ	4.164	2.856	9.704	3.220
55 - 64 ΕΤΩΝ	5.076	2.867	10.203	3.300
65 ΕΤΩΝ ΚΑΙ ΑΝΩ	7.955	4.024	14.322	4.558
Σύνολο	19.873	13.024	41.162	12.981

Πίνακας 5.2 Αριθμός εκμεταλλεύσεων με βάση την ηλικία των κατόχων των νομών της Κρήτης

Σε σχέση με την ηλικία των κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων φαίνεται ότι η πλειονότητα των εκμεταλλεύσεων ανήκει σε άτομα ηλικίας από 65 ετών και άνω, γεγονός που δείχνει τη γήρανση του αγροτικού πληθυσμού. Συγκεκριμένα, στο νομό Χανίων το 40,03% ανήκει σε κατόχους ηλικίας άνω των 65 ετών, το 25,54% σε άτομα ηλικίας από 55 έως 64 ετών, , το 20,95% σε ηλικίες από 45 έως 54 ετών, το 10,22% από 35 έως 44 ετών, το 2,9% από 25 έως 34 ετών και το 0,33% σε ηλικίες

από 15 έως 24 ετών. Στον νομό Ρεθύμνης το 30,9% σε ηλικίες από 65 και άνω, το 22,01% από 55 έως 64 ετών, το 21,93% από 45 έως 54 ετών, το 17,32% από 35 έως 44 ετών, το 7,23% από 25 έως 34 ετών και το 0,53% από 15 έως 24 ετών. Στον νομό Ηρακλείου το 34,79% ανήκει σε αγρότες ηλικίας άνω των 65 ετών, το 24,79% ηλικίας από 55 έως 64 ετών, το 23,58% ηλικίας από 45 έως 54 ετών, το 13,21% από 35 έως 44 ετών, το 3,22% από 25 έως 34 ετών και το 0,36% από 15 έως 24 ετών. Στον νομό Λασιθίου το 35,11% ανήκει σε ηλικίες άνω των 65 ετών, το 25,42% από 55 έως 64 ετών, το 24,81% από 45 έως 54 ετών, το 11,15% από 35 έως 44 ετών, το 2,97% από 25 έως 34 ετών και το 0,54% από 15 έως 24 ετών.

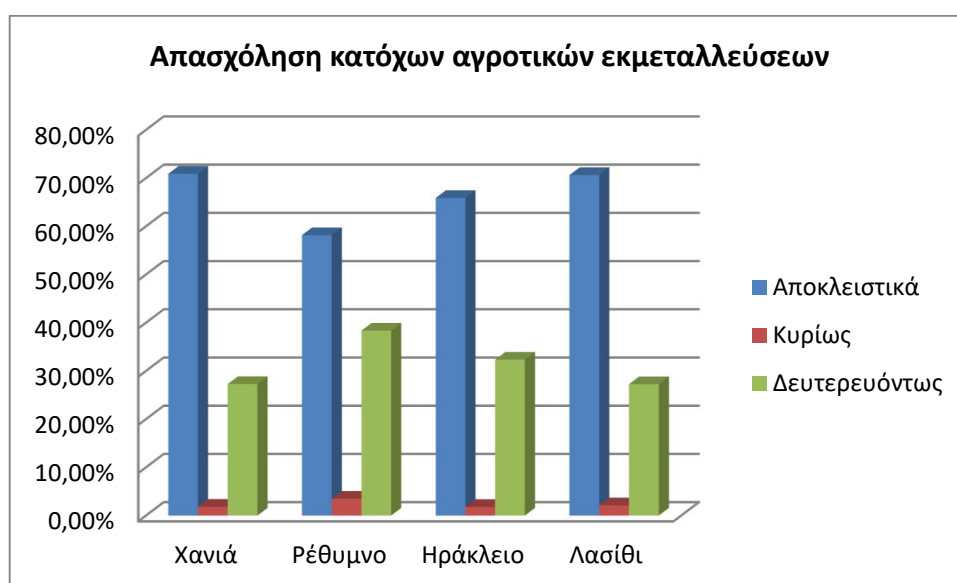


Διάγραμμα 5.2 Εκμεταλλεύσεις με βάση την ηλικία των κατόχων των νομών της Κρήτης

	Ν.Χανίων	Ν. Ρεθύμνης	Ν. Ηρακλείου	Ν. Λασιθίου
Αποκλειστικά	25.140	13.190	52.835	16.928
Κυρίως	651	791	1.437	510
Δευτερευόντως	9.675	8.698	25.923	6.533

Πίνακας 5.3 Απασχόληση (αριθμός) κατόχων εκμεταλλεύσεων και μελών νοικοκυριού στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις των νομών της Κρήτης

Από τους απασχολούμενους σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις στον νομό Χανίων, κάτοχοι και μέλη του νοικοκυριού των κατόχων, το 70,88% εργάζεται αποκλειστικά στην εκμετάλλευση, το 27,28% είναι δευτερεύουσα απασχόληση, ενώ μόλις το 1,84% είναι η κύρια απασχόλησή τους. Στον νομό Ρεθύμνης το 58,16% απασχολείται αποκλειστικά, το 38,35% είναι δευτερεύουσα εργασία και το 3,49% είναι η κύρια απασχόλησή τους. Στον νομό Ηρακλείου το 65,88% είναι αποκλειστικά εργαζόμενοι στον αγροτικό τομέα, το 32,32% δευτερευόντως απασχολούμενοι και το 1,79% κυρίως απασχολούμενοι. Τέλος στον νομό Λασιθίου το 70,62% είναι αποκλειστικά εργαζόμενοι, το 27,25% δευτερευόντως και το 2,13% κυρίως απασχολούμενοι. Από τα παραπάνω δεδομένα μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η πλειονότητα είναι αποκλειστικά εργαζόμενοι στον αγροτικό τομέα, ενώ υπάρχει ένα αξιόλογο ποσοστό όπου απασχολούνται δευτερευόντως σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις, οι οποίοι πιθανόν να είναι εποχιακά εργαζόμενοι.

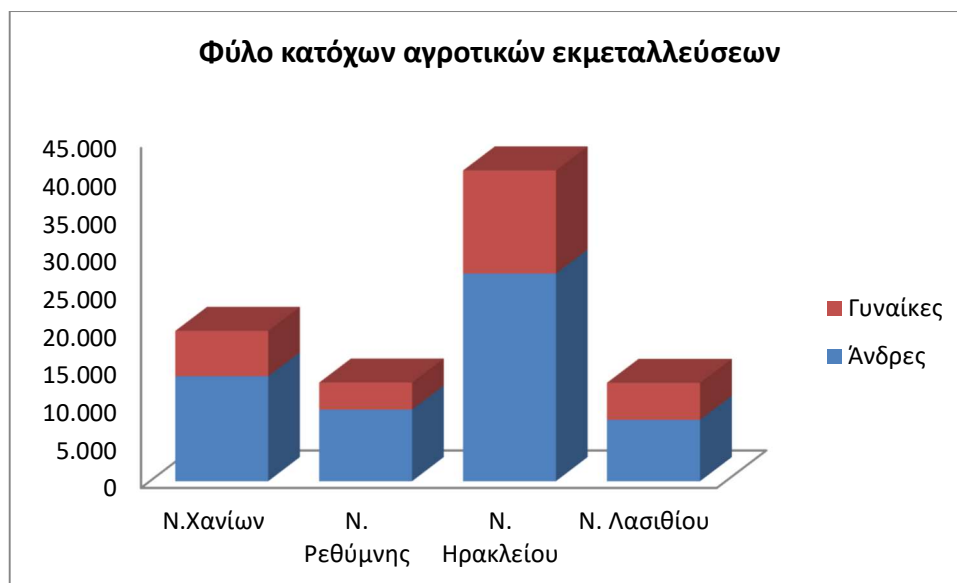


Διάγραμμα 5.3 Απασχόληση κατόχων εκμεταλλεύσεων και μελών νοικοκυριού στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις των νομών της Κρήτης

	Ν.Χανίων	Ν. Ρεθύμνης	Ν. Ηρακλείου	Ν. Λασιθίου
Άνδρες	13.846	9.445	27.470	8.091
Γυναίκες	6.023	3.569	13.671	4.889
Σύνολο	19.869	13.014	41.141	12.980

Πίνακας 5.4 Φύλο κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων στους νομούς της Κρήτης

Οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις ανήκουν κυρίως σε άντρες και στους τέσσερις νομούς της Κρήτης. Η αναλογία γυναικών κατόχων είναι περίπου το ένα τρίτο των συνολικών. Μόνο στον νομό Λασιθίου είναι ελαφρώς υψηλότερη η αναλογία.



Διάγραμμα 5.4 Φύλο κατόχων αγροτικών εκμεταλλεύσεων στους νομούς της Κρήτης

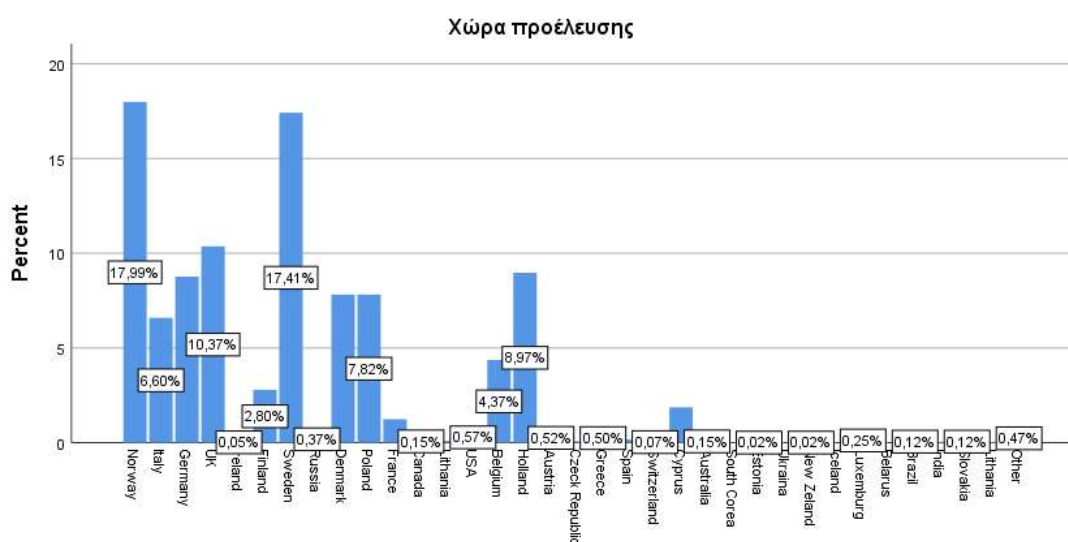
5.2 Τουρισμός στην Κρήτη

Ο τουρισμός στην περιφέρεια Κρήτης αποτελεί το 47,2% του παραγόμενου ΑΕΠ της περιφέρειας (το συνολικό ΑΕΠ Κρήτης για το 2018 ήταν 9.139 εκ €) και οι απασχολούμενοι σε δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης αποτελούν το 15,1% του συνόλου των απασχολούμενων. Η Κρήτη για το έτος 2018 είχε το 19,8% των συνολικών αφίξεων της χώρας (σύνολο αφίξεων 4.373.403), με 9,2% αύξηση από το προηγούμενο έτος. Η πληρότητα κλινών για το ίδιο έτος ήταν 65%. Η Κρήτη αποτελεί δημοφιλή προορισμό για «Ήλιο και θάλασσα» και κατατάσσεται στους κορυφαίους προορισμούς σε σχέση με τους δείκτες: δαπάνη ανά επίσκεψη (599 €), δαπάνη ανά διανυκτέρευση (72 €) και μέση διάρκεια παραμονής (8,4 ημέρες). Στις τρεις κορυφαίες χώρες προέλευσης τουριστών για την περιφέρεια Κρήτης το έτος 2018 τοποθετούνται η Γερμανία, η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Για τη διερεύνηση των τάσεων στον τουρισμό σε τοπικό επίπεδο διενεργείται ετησίως έρευνα από το Μεσογειακό Ινστιτούτο Χανίων (ΜΑΙΧ), σε συνεργασία με το Πολυτεχνείο Κρήτης και τον Σύνδεσμο Ξενοδόχων Χανίων. Έπειτα από παραχώρηση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν για το έτος 2015, έγινε επεξεργασία και τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας παρατίθενται παρακάτω. Σύμφωνα λοιπόν με την έρευνα του ΜΑΙΧ η πλειονότητα των τουριστών που συμμετείχαν στην έρευνα επέλεξαν ως τόπο διακοπών το Νομό Χανίων (84,81%). Συνήθως η διάρκεια των διακοπών τους ήταν 7 ημέρες (48,83%) ή 2 εβδομάδες (14,01%), συνοδεύονταν κυρίως από την οικογένειά τους (35,64%) ή τον/την σύζυγο (32,28%), ενώ οι περισσότεροι είχαν 2 παιδιά (44,79%). Σε σχέση με την τιμή θεωρούν ότι τα Χανιά έχουν κανονικές τιμές (60,01%) σε σύγκριση με άλλους προορισμούς, επιλέγουν για κατάλυμα ξενοδοχείο (65,94%), τεσσάρων (42,55%) και τριών (31,70%) αστερών. Οι περισσότεροι επιλέγουν ως πακέτο

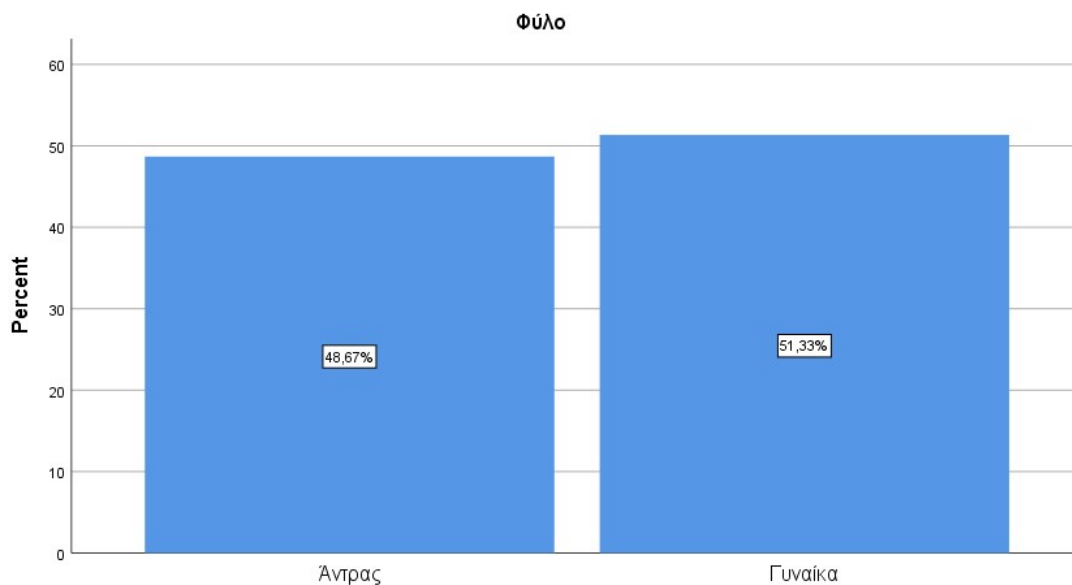
διαμονής την απλή διαμονή (32,66%) ή All inclusive (29,79%) και ως τρόπο κράτησης τα ταξιδιωτικά γραφεία (38,49%) ή το online σύστημα κράτησης (33,32%).

Σε σχέση με την ικανοποίησή τους σε ότι αφορά την εξυπηρέτηση στο κατάλυμα δηλώνουν πολύ ικανοποιημένοι (55,20%), ικανοποιημένοι με τις τιμές (54,49%), ικανοποιημένοι με την ασφάλεια (35,57%), με τις εσωτερικές δραστηριότητες στο κατάλυμα δήλωσαν μέτρια ικανοποιημένοι (35,57%), με τις εξωτερικές δράσεις ικανοποιημένοι (42,58%), με την καθαριότητα πολύ ικανοποιημένοι (51,01%), με την ποιότητα του φαγητού δήλωσαν ικανοποιημένοι το 40,41% και πολύ ικανοποιημένοι το 39,21%. Για το κατάλυμα δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι το 47,38% και ικανοποιημένοι το 45,12%. Δείχνουν πολύ ικανοποιημένοι από τη συμπεριφορά των ντόπιων κατοίκων (57,23%), ικανοποιημένοι από τα μέσα μεταφοράς (λεωφορεία 46,6% και ταξί 41,28%), από την οδική σήμανση σχετικά ικανοποιημένοι (ικανοποιημένοι 35,23% και ουδέτεροι 34,38%), ικανοποιημένοι από την καθαριότητα στις παραλίες (52,89%) και στους δρόμους (48,09%) ενώ επίσης ικανοποιημένοι δήλωσαν από τις ταβέρνες/ εστιατόρια (59,26%), από τις καφετέριες (61,10%), από την ασφάλεια (57,80%) και από το πράσινο/πάρκα (51,68%).

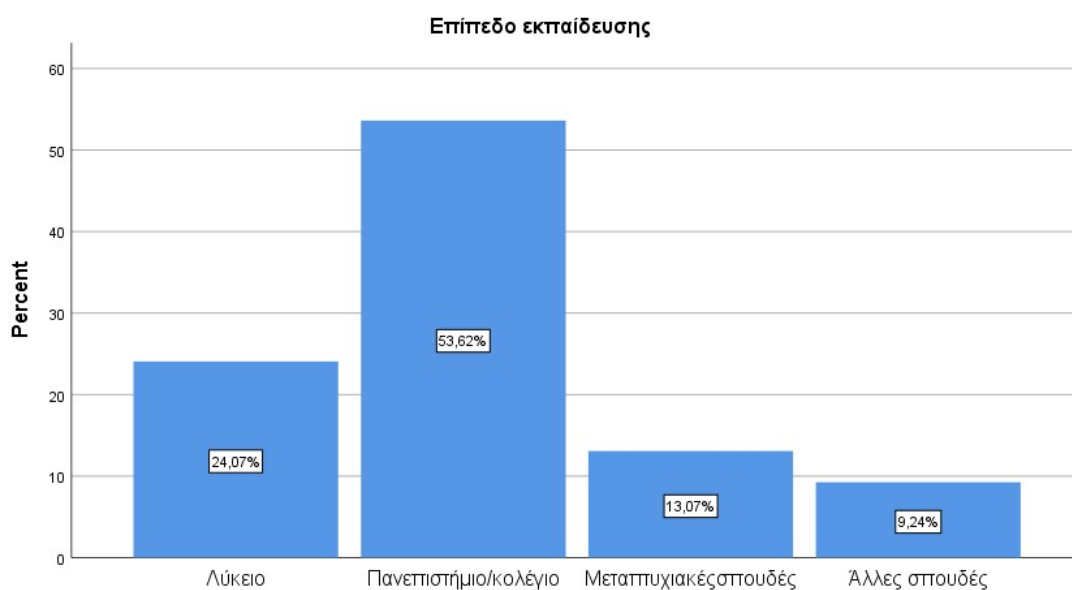


Διάγραμμα 5.5 Χώρες προέλευσης τουριστών στην Κρήτη έτους 2015

Οι 7 κυριότερες χώρες από τις οποίες προέρχονταν οι ερωτώμενοι ήταν Νορβηγία, Σουηδία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ολλανδία, Γερμανία, Δανία και Πολωνία. Οι γυναίκες ήταν ελαφρώς περισσότερες από τους άνδρες (51,33% γυναίκες, 48,67% άνδρες). Οι περισσότεροι ήταν απόφοιτοι Πανεπιστημίου/Κολεγίου (53,62%) και ακολουθούν οι απόφοιτοι Λυκείου (24,07%), οι απόφοιτοι Μεταπτυχιακών σπουδών (13,07) και αυτοί που έχουν ακολουθήσει άλλες σπουδές (9,24%).

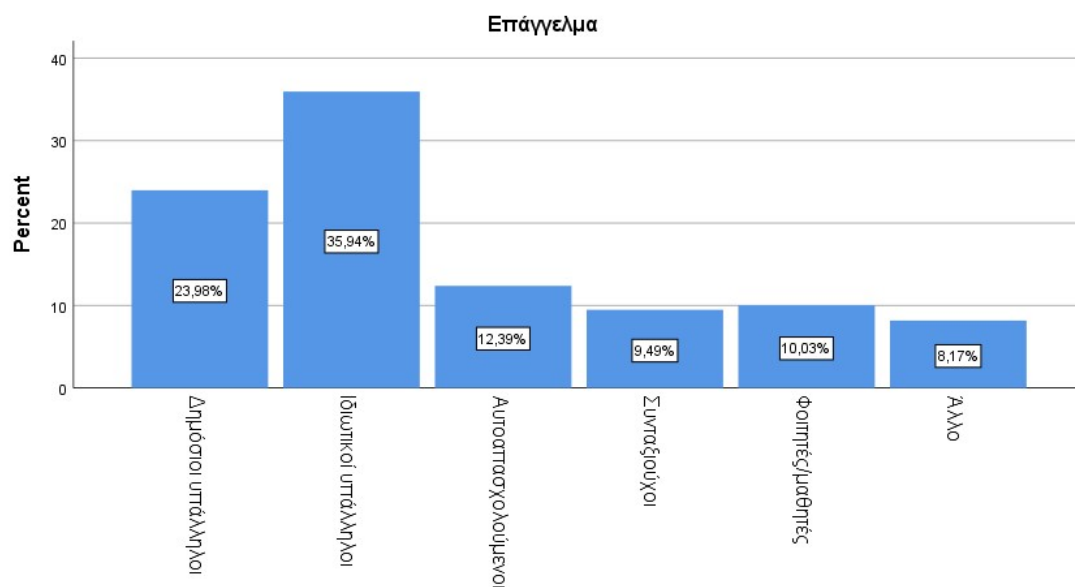


Διάγραμμα 5.6 Φύλο τουριστών που επισκέφθηκαν την Κρήτη το έτος 2015

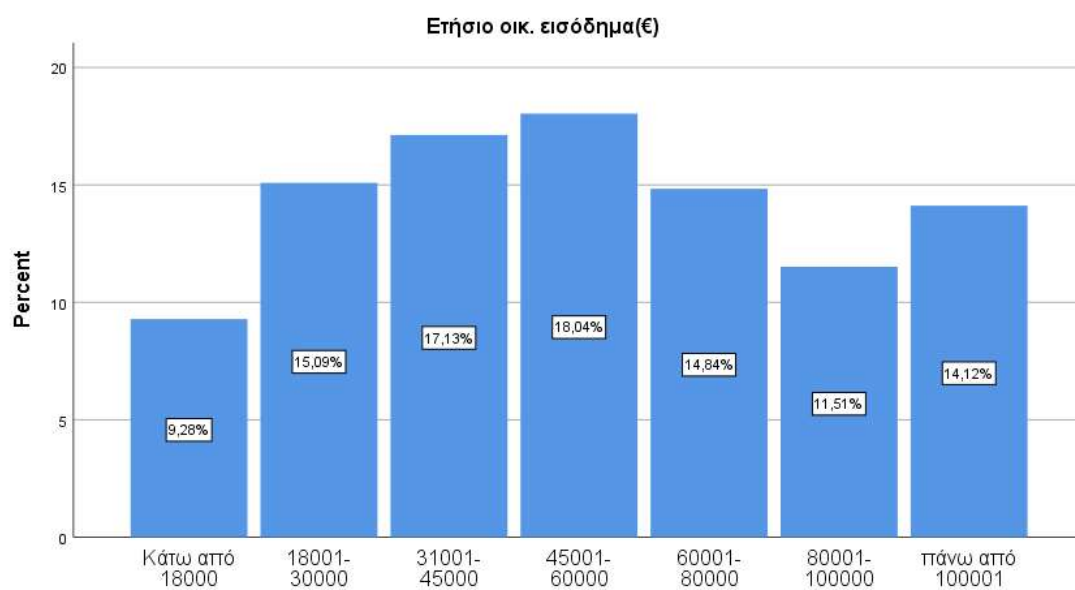


Διάγραμμα 5.7 Επίπεδο εκπαίδευσης τουριστών που επισκέφθηκαν την Κρήτη το έτος 2015

Οι περισσότεροι απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα (35,94%), ενώ μικρότερα ποσοστά εμφανίζονται σε επαγγέλματα όπως δημόσιοι υπάλληλοι (23,98%), αυτοαπασχολούμενοι (12,39%), φοιτητές/ μαθητές (10,03%), και συνταξιούχοι (9,49%). Επίσης όσον αφορά το ετήσιο οικογενειακό τους εισόδημα οι περισσότεροι είναι υψηλού επιπέδου όπως μπορούμε να δούμε και στο διάγραμμα 5.9 (άνω των 30.000 €).

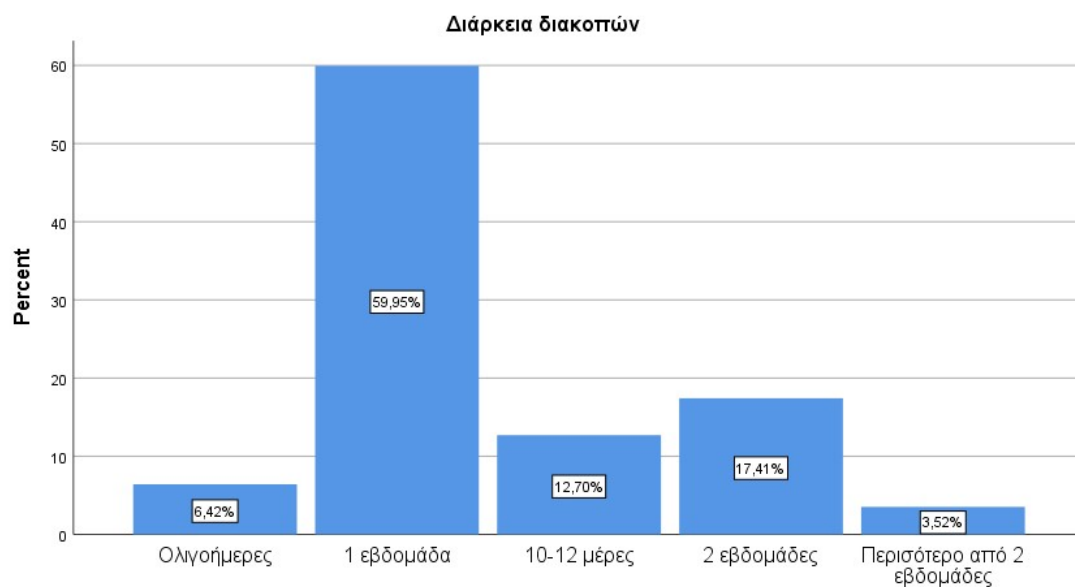


Διάγραμμα 5.8 Επάγγελμα τουριστών που επισκέφθηκαν την Κρήτη το έτος 2015

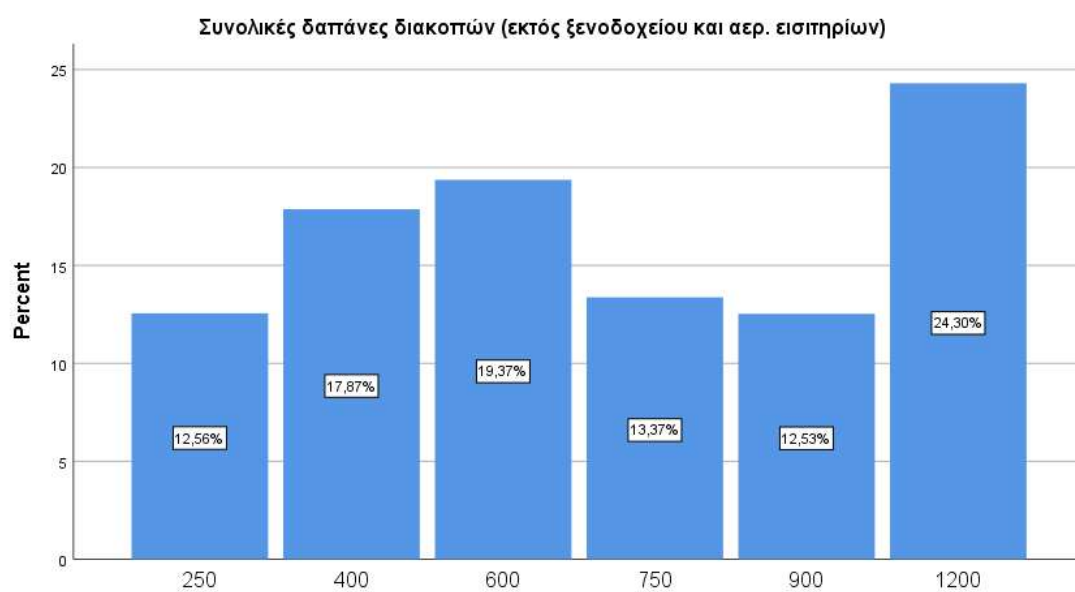


Διάγραμμα 5.9 Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα τουριστών (€) που επισκέφθηκαν την Κρήτη το έτος 2015

Οι διακοπές των περισσότερων διαρκούν 1 εβδομάδα (59,95%) ή 2 εβδομάδες (17,41%) και δαπανούν συνολικά, εκτός από τα έξοδα ξενοδοχείου και αεροπορικών εισιτηρίων, περίπου 1200 € (24,30%) ή 600€ (19,37%).



Διάγραμμα 5.10 Διάρκεια διακοπών τουριστών που επισκέφθηκαν την Κρήτη το έτος 2015



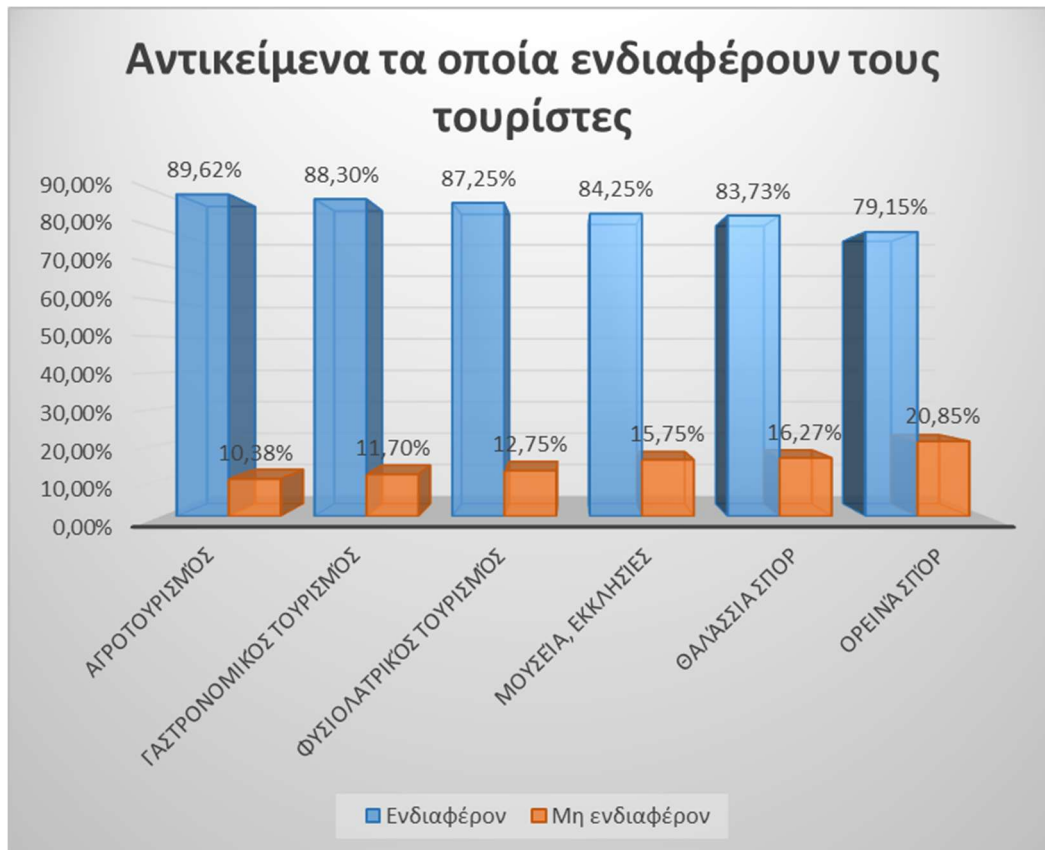
Διάγραμμα 5.11 Συνολικές δαπάνες (€) διακοπών (εκτός ξενοδοχείου και αεροπορικών εισιτηρίων) τουριστών που επισκέφθηκαν την Κρήτη το έτος 2015

Μέσα στα χρήματα που δαπανούν οι τουρίστες κατά τη διαμονή τους στην περιοχή, συγκαταλέγονται και οι αγορές τους σε αγροτικά προϊόντα. Συγκεκριμένα το 43,80% δήλωσε ότι αγόρασε κρασί, το 39,90% ελαιόλαδο, το 38,50% χυμό πορτοκαλιών, το 32,30% τυρί (μυζήθρα, φέτα), ενώ ακολουθούν και άλλα προϊόντα με μικρότερα ποσοστά.



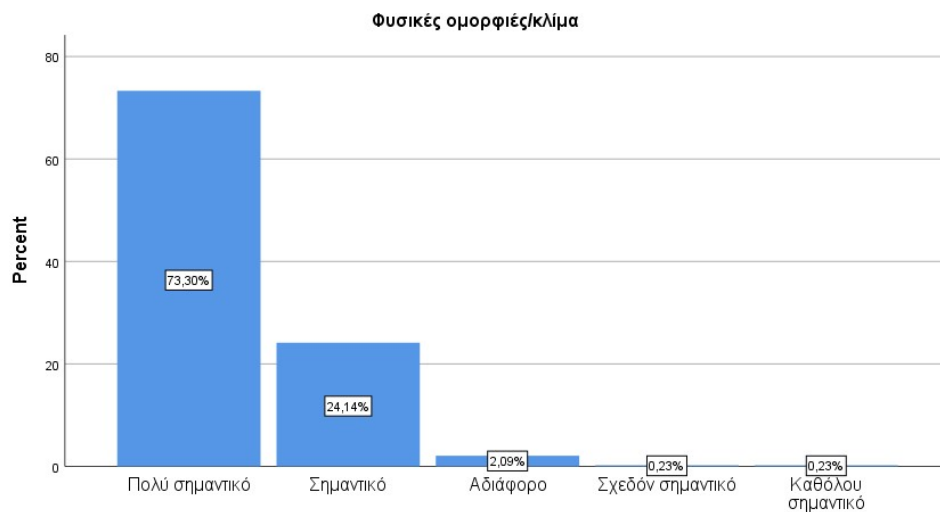
Διάγραμμα 5.12 Ποσοστό τουριστών που αγόρασαν αγροτικά προϊόντα κατά την παραμονή τους στην Κρήτη το έτος 2015

Το 89,62% δήλωσε ότι ενδιαφέρεται για τον αγροτουρισμό, το 88,30% για τον γαστρονομικό τουρισμό, το 87,25% για φυσιολατρικό τουρισμό, το 84,25% για μουσεία και εκκλησίες, το 83,73% για θαλάσσια σπορ και το 79,15% για ορεινά σπορ.

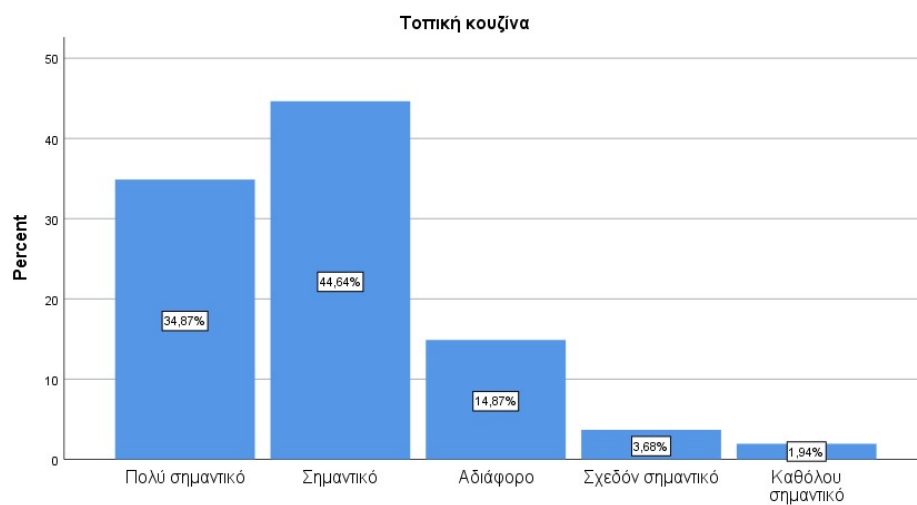


Διάγραμμα 5.13 Ποσοστό τουριστών που ενδιαφέρονταν για εναλλακτικά τουριστικά αντικείμενα στην Κρήτη το έτος 2015

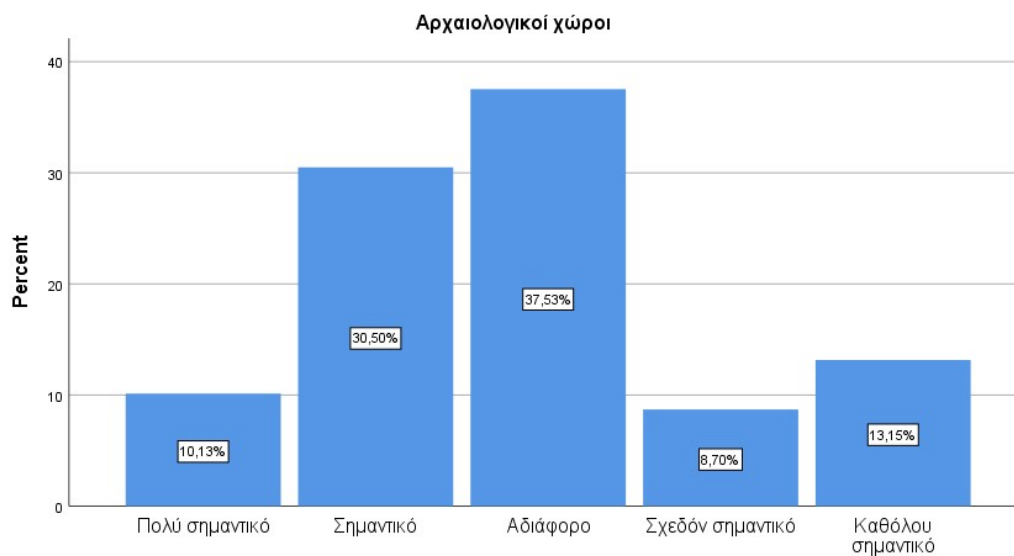
Επίσης οι τουρίστες απάντησαν στις παραμέτρους που θεωρούν ότι είναι σημαντικές κατά τη διαμονή τους σ' έναν προορισμό. Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό (73,30%) απάντησε ότι οι φυσικές ομορφιές και το κλίμα είναι πολύ σημαντικά γι' αυτούς. Επίσης η τοπική κουζίνα είναι αρκετά σημαντική (σημαντικό 44,64% και πολύ σημαντικό 34,87%). Οι αρχαιολογικοί χώροι ασκούν λιγότερη επίδραση αφού το 37,53% απάντησαν ότι τους είναι αδιάφορο, την διασκέδαση δεν την θεωρούν σημαντική, ενώ σημαντικές παράμετροι είναι η σχέση τιμή/κόστους (54,95%) και η ασφάλεια (46,42%). Το 53,66% δήλωσε ότι έχει επισκεφθεί τα Χανιά και στο παρελθόν, ενώ το 93,37% θα τα επιλέξει ξανά στο μέλλον ως προορισμό διακοπών.



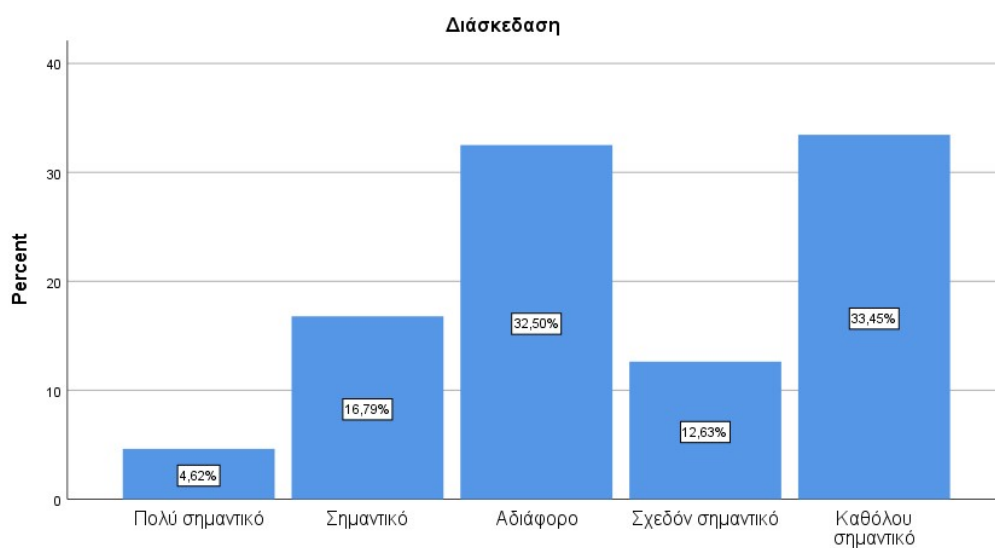
***Διάγραμμα 5.14** Ποσοστό τουριστών που θεωρούν σημαντικά τις φυσικές ομορφιές και το κλίμα του προορισμού τον οποίο επισκέπτονται*



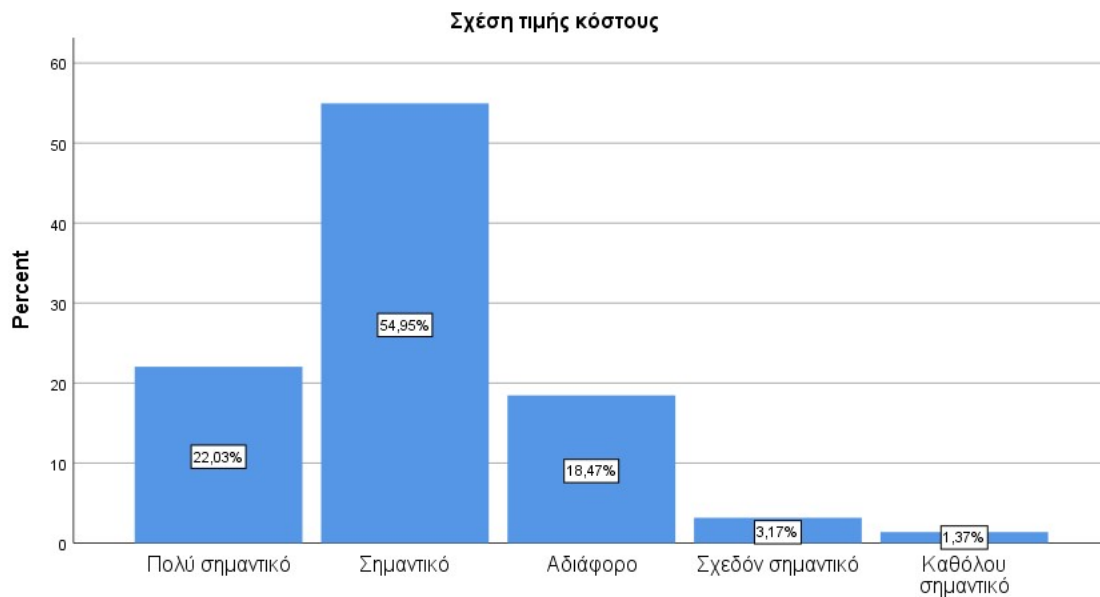
***Διάγραμμα 5.15** Ποσοστό τουριστών που θεωρούν σημαντική την τοπική κουζίνα του προορισμού τον οποίο επισκέπτονται*



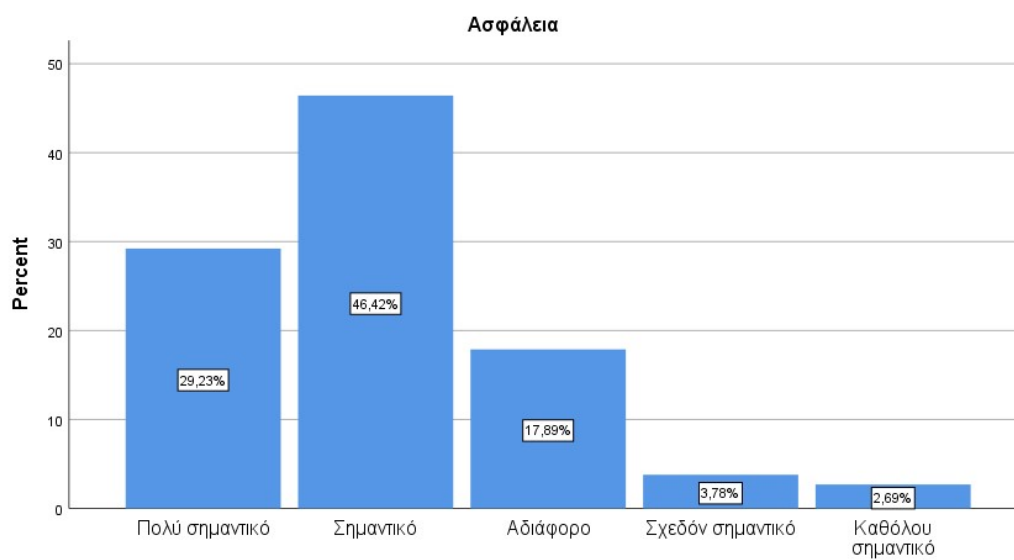
Διάγραμμα 5.16 Ποσοστό τουριστών που θεωρούν σημαντική την ύπαρξη αρχαιολογικών χώρων στον προορισμό τον οποίο επισκέπτονται



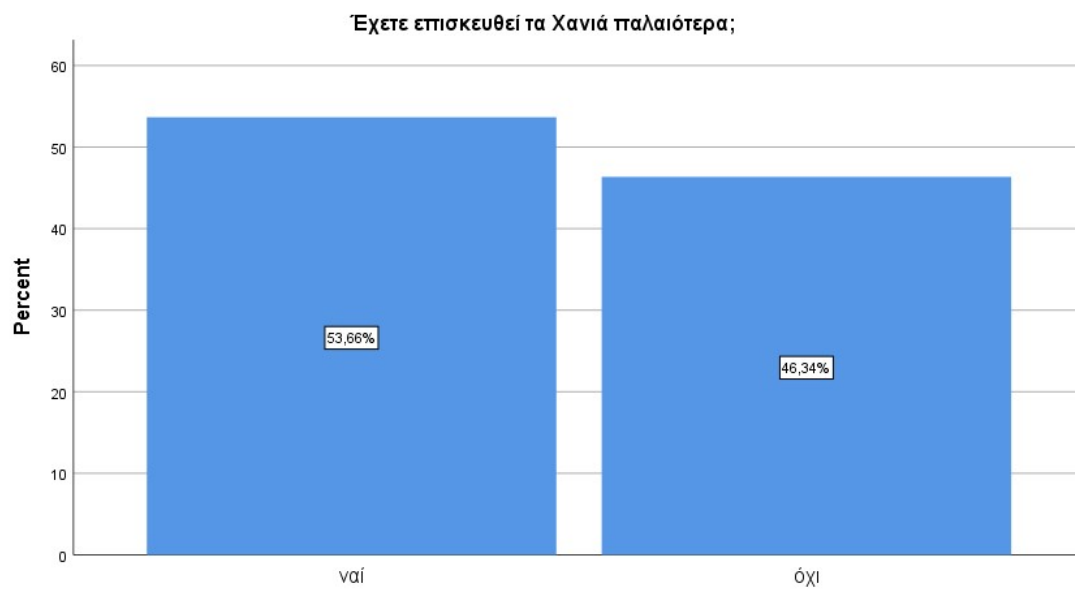
Διάγραμμα 5.17 Ποσοστό τουριστών που θεωρούν σημαντική την ύπαρξη διασκέδασης στον προορισμό τον οποίο επισκέπτονται



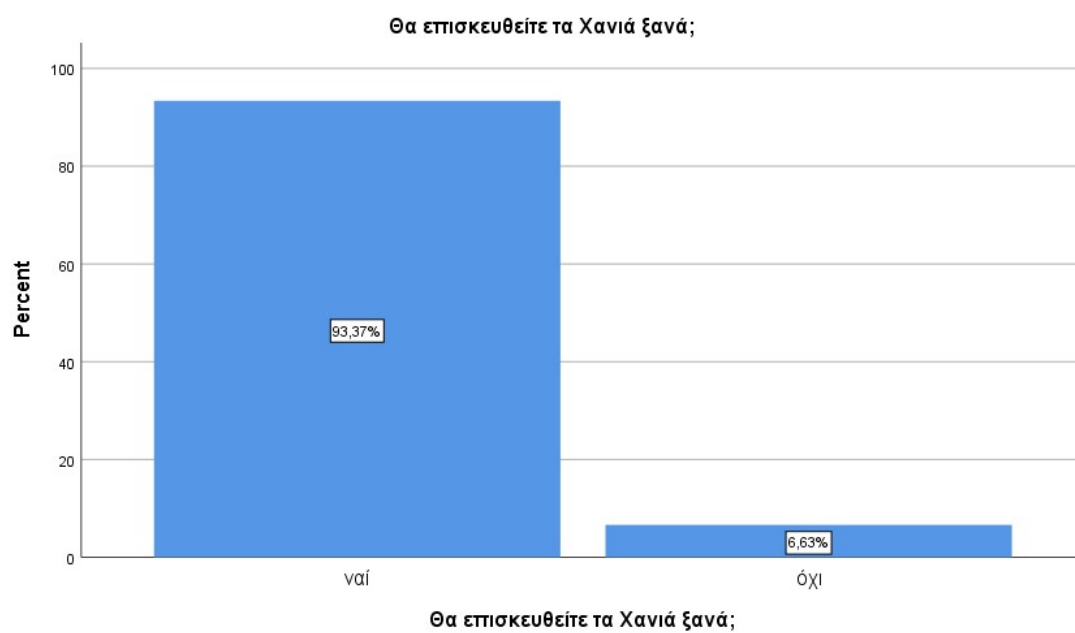
Διάγραμμα 5.18 Ποσοστό τουριστών που θεωρούν σημαντική την σχέση τιμής κόστους στον προορισμό τον οποίο επισκέπτονται



Διάγραμμα 5.19 Ποσοστό τουριστών που θεωρούν σημαντικό να νιώθουν ασφαλείς στον προορισμό τον οποίο επισκέπτονται



Διάγραμμα 5.20 Ποσοστό τουριστών που είχαν επισκεφθεί στο παρελθόν τα Χανιά



Διάγραμμα 5.21 Ποσοστό τουριστών που είχαν την πρόθεση να επισκεφτούν ξανά στο μέλλον τα Χανιά

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΧΑΝΙΩΝ

6.1 Στόχοι έρευνας

Ο αγροτικός τομέας είναι ένας τομέας λίγο παραμελημένος ενώ συμβάλλει σημαντικά στην τοπική οικονομία. Η ανομοιομορφία του αγροτικού πληθυσμού καθιστά δύσκολη την έρευνα, ενώ οι αγρότες είναι λίγο δύσπιστοι σε οποιονδήποτε προσπαθεί να τους προσεγγίσει έστω και σε ερευνητικό επίπεδο. Παρόλα αυτά θεωρήθηκε χρήσιμο να εξεταστεί η επίδραση που έχει η τουριστική ανάπτυξη, σε επίπεδο νομού στον αγροτικό τομέα, τόσο σε οικονομικό επίπεδο όσο και σε θέματα όπως το επίπεδο μόρφωσης, την απασχόληση και την κουλτούρα του αγροτικού πληθυσμού, αλλά και την επίδραση στην χρήση γης και στο περιβάλλον, σύμφωνα με τη γνώμη τους. Επίσης στόχος ήταν η διερεύνηση του πως θεωρούν ότι η περιοχή τους επιδρά στον τουρισμό, την στάση τους σε ενδεχόμενο ασχολίας τους με τον αγροτουρισμό, αλλά και σε ήδη υπάρχουσες αγροτουριστικές δραστηριότητες, την διερεύνηση της λειτουργίας τους.

6.2 Μεθοδολογία έρευνας

Για την διεξαγωγή της έρευνας επιλέχθηκε ο νομός Χανίων λόγω του ότι αποτελεί έναν πολύ δημοφιλή τουριστικό προορισμό αλλά και λόγω ευκολότερης πρόσβασης από εμένα στον αγροτικό πληθυσμό. Για την επιλογή του δείγματος υπήρξε προβληματισμός αν θα έπρεπε να επιλεχθούν μόνο αγρότες (πρωτογενής παραγωγή), δηλαδή αυτοί που μόνο παράγουν αγροτικά προϊόντα και δεν ασκούν καμία άλλη δραστηριότητα όπως μεταποίηση ή εμπόριο. Επειδή όμως οι περισσότεροι αγρότες πωλούν τα προϊόντα τους σε χονδρέμπορους και η άμεση επαφή τους με τουριστικές επιχειρήσεις είναι ελάχιστη, θεωρήθηκε ωφέλιμο να ερωτηθούν και επιχειρήσεις που ασχολούνται με παραγωγή, μεταποίηση, τυποποίηση, συσκευασία και εμπόριο αγροτικών προϊόντων. Έτσι σε ότι αφορά τον καθαρά αγροτικό πληθυσμό επιλέχθηκαν οι ερωτώμενοι τυχαία από διάφορες περιοχές του νομού Χανίων και τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν με προσωπική συνέντευξη. Σε ότι αφορά τις επιχειρήσεις έγινε προσπάθεια να καλυφθούν όσο γίνεται περισσότερες κατηγορίες αγροτικών προϊόντων. Οι επιχειρήσεις ως επί το πλείστον απάντησαν μετά από αποστολή, μέσω email, ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Η έρευνα διεξήχθη από τον Οκτώβριο του 2018 έως και τον Απρίλιο του 2019. Συνολικά απαντήθηκαν 100 ερωτηματολόγια για το σύνολο του νομού Χανίων.

Το ερωτηματολόγιο, το οποίο παρατίθεται στο παράρτημα, αποτελείται από πέντε κύριες ενότητες που αφορούν τα εξής αντικείμενα:

1η Ενότητα - Χαρακτηριστικά της εκμετάλλευσης/ επιχείρησης: Η τοποθεσία της έδρας της μας δίνει πληροφορίες για την κατανομή των συμμετεχόντων στην έρευνα σε ότι αφορά τις περιοχές του Νομού. Οι τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται είναι σημαντική παράμετρος για να ελεγχθεί κατά πόσο αξιοποιούνται τα τοπικά προϊόντα, δίνοντάς τους προστιθέμενη αξία μέσω μεταποίησης, συσκευασίας κλπ.. Η ερώτηση για την ένταξη σε κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα βοηθάει να δούμε πως η εφαρμοζόμενη αγροτική πολιτική στηρίζει τον αγροτικό τομέα. Τα δημογραφικά στοιχεία του διαχειριστή (φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης και χρόνια εμπειρίας στον συγκεκριμένο τομέα που δραστηριοποιείται) μας δίνουν το προφίλ των απασχολούμενων στον αγροτικό τομέα. Ο αριθμός των εργαζομένων που είναι μέλη της οικογένειας του διαχειριστή αλλά και μη συγγενικά μέλη, προστέθηκε για την επιβεβαίωση των στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ όπου φαίνεται ότι το μεγαλύτερο μέρος των απασχολούμενων στον αγροτικό τομέα είναι οι κάτοχοι και τα μέλη της οικογένειας του κατόχου της αγροτικής εκμετάλλευσης.

2η Ενότητα - Πώληση των παραγόμενων προϊόντων: Η κατηγορία προϊόντων μας πληροφορεί για τα κύρια αγροτικά προϊόντα που παράγονται στον νομό. Από τα μερίδια πώλησης των αγροτικών προϊόντων ελέγχεται η επίδραση του τουρισμού στις

πωλήσεις των προϊόντων και η συμβολή του στο εισόδημα των παραγωγών. Το ύψος των ετήσιων πωλήσεων της εκμετάλλευσης/επιχείρησης μας πληροφορεί για το εισόδημα και το εύρος εργασιών στον αγροτικό τομέα.

3^η Ενότητα - Υπηρεσίες αγροτουρισμού: Το ερώτημα, για το ενδιαφέρον των απασχολούμενων στον αγροτικό τομέα για αγροτουριστικές δραστηριότητες, δείχνει τις προθέσεις των ερωτώμενων να επεκταθούν και σε άλλες δραστηριότητες που θα ενίσχυαν το εισόδημά τους. Για τη διερεύνηση της υπάρχουσας κατάστασης σε σχέση με τον αγροτουρισμό ερωτήθηκαν αν ήδη δίνουν τη δυνατότητα σε ενδιαφερόμενους να επισκεφτούν την εκμετάλλευση/ επιχείρησή τους. Για όσους ήδη ασχολούνται με τον αγροτουρισμό σημαντική παράμετρος είναι τα μέσα προσέλκυσης επισκεπτών που χρησιμοποιούν, δηλαδή αν συνεργάζονται με κάποιο τουριστικό γραφείο ή αν χρησιμοποιούν άλλα μέσα προσέλκυσης και ποια είναι αυτά. Ο τρόπος εισόδου των επισκεπτών στην εκμετάλλευση/ επιχείρηση και ο αριθμός τους μας πληροφορεί για την επίδραση του αγροτουρισμού στον εισόδημά των αγροτών και των επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα.

4^η Ενότητα - Επίδραση του αγροτικού τομέα στον τουρισμό (σύμφωνα με την γνώμη των ερωτώμενων): Από την βιβλιογραφική ανασκόπηση προέκυψε ότι ο τουρισμός αποτελεί μια εποχική δραστηριότητα και ότι ο αγροτουρισμός αποτελεί μια από τις εναλλακτικές προτάσεις για την επέκταση της τουριστικής περιόδου. Γι' αυτό και προστέθηκε το ερώτημα για το αν θεωρούν τον Νομό Χανίων δημοφιλή αγροτουριστικό προορισμό και αν πιστεύουν ότι με την κατάλληλη διαχείριση θα μπορούσε η τουριστική σεζόν να επεκταθεί και στους χειμερινούς μήνες. Επίσης όπως αναφέρεται σε προηγούμενο κεφάλαιο το φυσικό περιβάλλον δίνει μια αισθητική, ψυχαγωγώντας τους επισκέπτες μιας περιοχής και μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως τουριστικός πόρος, γι' αυτό ερωτήθηκαν αν βλέπουν το περιβάλλον ως συγκριτικό αγροτουριστικό πλεονέκτημα της περιοχής της οποίας δραστηριοποιούνται. Άλλος σημαντικός τουριστικός πόρος είναι η τοπική κουζίνα και οι πολιτιστικές δραστηριότητες που συνδέονται με την γαστρονομία ενός προορισμού, οπότε ανάμεσα στα ερωτήματα συμπεριλήφθηκε και το αν θεωρούν ότι η κρητική διατροφή και η ποιότητα των προϊόντων τους συμβάλλουν σημαντικά στην προσέλκυση τουριστών. Το ερώτημα για τις φυσιολατρικές και αθλητικές δραστηριότητες στην περιοχή τους μας δείχνει αν ένας τουρίστας που θα επισκεφθεί την αγροτική περιοχή θα βρει δραστηριότητες για να γεμίσει τον ελεύθερο του χρόνο. Επιπλέον η πρόσβαση σε μια περιοχή είναι από τις σημαντικότερες παραμέτρους ανάπτυξης, οπότε ερωτήθηκαν και για αν οι υποδομές (οδικό δίκτυο, σήμανση) και η πρόσβαση είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο στην περιοχή όπου δραστηριοποιούνται.

5^η Ενότητα - Επίδραση του τουρισμού στον αγροτικό τομέα: Ο τουρισμός, σύμφωνα με την βιβλιογραφία, επιδρά σε κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο σε μια περιοχή. Οπότε οι ερωτήσεις αυτής της ενότητας αφορούσαν τις τρεις αυτές παραμέτρους. Συγκεκριμένα ερωτήθηκαν αν ο τουρισμός βελτιώνει το επίπεδο εισοδήματός τους, αυξάνει τις πωλήσεις των προϊόντων τους, αν αποτελεί κίνητρο για

τη βελτίωση του μορφωτικού τους επιπέδου (π.χ. απόκτηση γνώσεων ξένων γλωσσών, απόκτηση δεξιοτήτων), αν θεωρούν ότι αυξάνει την απασχόληση σε αγροτικές περιοχές, αν επιβαρύνει το περιβάλλον, περιορίζει την αγροτική χρήση γης και συνολικά αν πιστεύουν ότι η τουριστική ανάπτυξη ωφελεί τον αγροτικό τομέα της περιοχής. Στο τέλος του ερωτηματολογίου δόθηκε η δυνατότητα στους ερωτώμενους να εκφράσουν τη γνώμη τους και να προτείνουν μια νέα οπτική του πως θα μπορούσε να συνδυαστεί ο τουρισμός με την ανάπτυξη αγροτικών περιοχών.

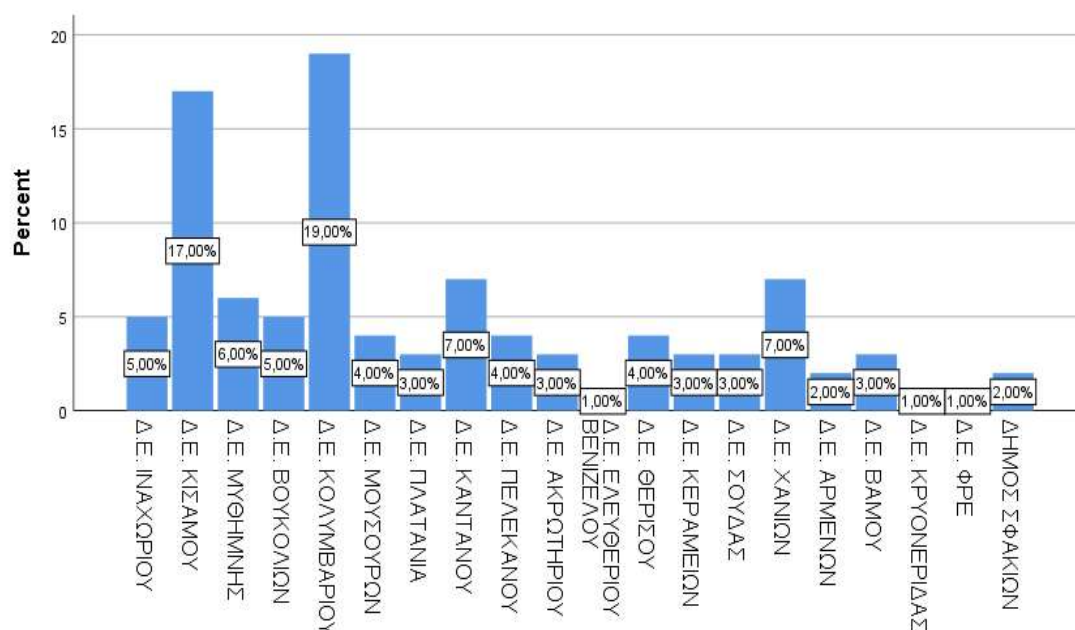
Κατά τη σύνταξη του ερωτηματολογίου έγινε προσπάθεια οι ερωτήσεις να τυποποιηθούν κατά το δυνατόν περισσότερο λόγω του γεγονότος ότι μεγάλο μέρος του αγροτικού πληθυσμού δυσανασχετεί με θέματα που αφορούν γραφικές δουλειές, αλλά και για μείωση του απαιτούμενου χρόνου συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Έτσι οι περισσότερες ερωτήσεις μεταφράζονται σε κατηγορικές μεταβλητές, ονομαστικές και κυρίως διάταξης. Οι ποσοτικές μεταβλητές ήταν ελάχιστες και αφορούσαν τον αριθμό εργαζομένων και τον αριθμό των επισκεπτών σε μια εκμετάλλευση/ επιχείρηση.

Η στατιστική επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν από την έρευνα έγινε με χρήση του προγράμματος SPSS Statistics, μετά από κωδικοποίηση των απαντήσεων σε μεταβλητές όπως αναφέρθηκε παραπάνω. Σε κάποιες περιπτώσεις χρησιμοποιήθηκε και το Microsoft Excel για την δημιουργία συγκεντρωτικών διαγραμμάτων. Τα αποτελέσματα προήλθαν από την επεξεργασία τριών ομάδων δεδομένων. Η μια ομάδα αφορούσε το σύνολο των ερωτώμενων, στη δεύτερη ομάδα τοποθετήθηκαν οι απαντήσεις των αγροτών, δηλαδή αυτών που μόνο παράγουν τα προϊόντα τους (αγρότες: 42 ερωτώμενοι) και στην τρίτη ομάδα συγκαταλέχθηκαν αυτοί που εκτός από παραγωγή ασκούν και άλλες δραστηριότητες (επιχειρήσεις: 58 ερωτώμενοι). Στην τρίτη ομάδα υπάρχει και ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων που δεν παράγουν τα προϊόντα τους, αλλά ασκούν άλλες δραστηριότητες που αφορούν αγροτικά προϊόντα. Στις περιπτώσεις που τα δεδομένα ακολουθούσαν και στις τρεις ομάδες την ίδια κατανομή, παρουσιάζονται τα συνολικά αποτελέσματα, ενώ εκεί όπου υπάρχει διαφοροποίηση αντιπαραβάλλονται τα αποτελέσματα από τα δυο μικρότερα δείγματα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται βάση συχνοτήτων των απαντήσεων, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις χρησιμοποιήθηκαν συχνότητες που προέκυψαν από διασταυρούμενους πίνακες, μετά από συνδυασμό ερωτήσεων.

6.3 Αποτελέσματα έρευνας

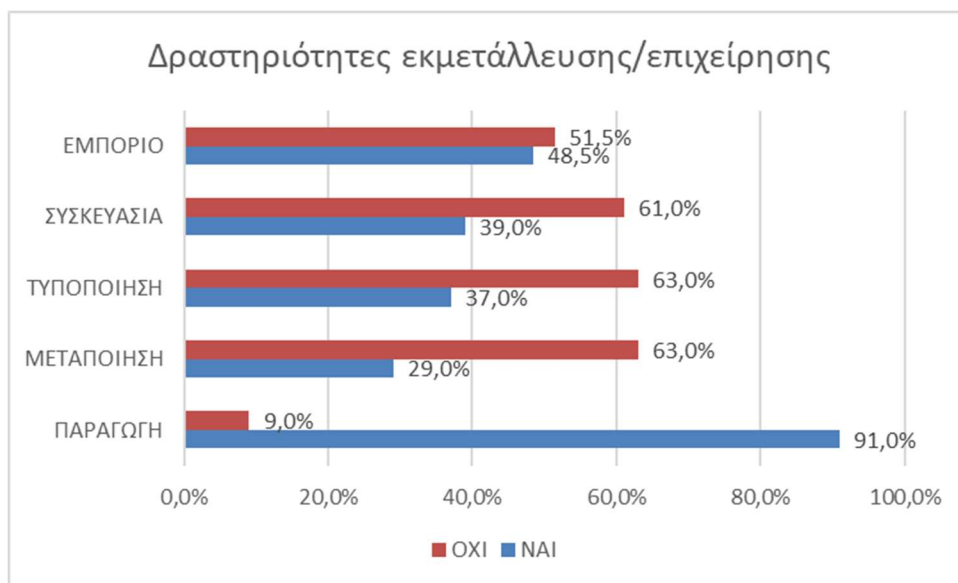
Α. Χαρακτηριστικά Εκμετάλλευσης

Η πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου, η οποία ήταν ανοικτού τύπου, αφορούσε την τοποθεσία στην οποία βρίσκεται η έδρα της επιχείρησης/εκμετάλλευσης. Οι απαντήσεις ομαδοποιήθηκαν με βάση τη Δημοτική Ενότητα (Δ.Ε.) στην οποία ανήκαν. Το μεγαλύτερο μέρος (19%) των ερωτώμενων δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Δ.Ε. Κολυμβαρίου αλλά και στην Δ.Ε. Κισάμου (17%). Ακολουθούν με ποσοστό 7% η Δ.Ε. Χανίων, στην οποία δραστηριοποιούνται κυρίως επιχειρήσεις και η Δ.Ε. Κανδάνου, στην οποία δραστηριοποιούνται αγρότες. Σε άλλες Δ.Ε. τα ποσοστά είναι σχετικά μικρά.



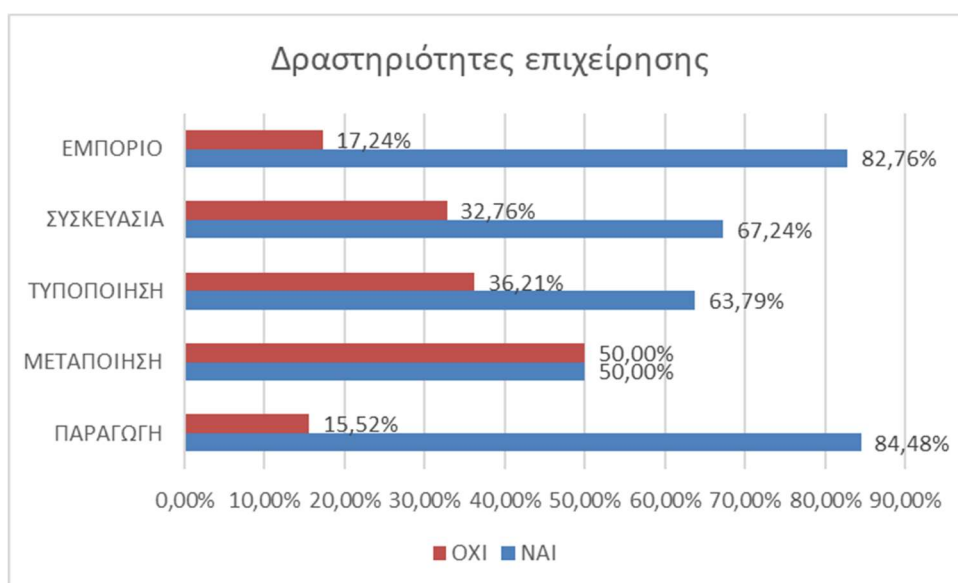
Διάγραμμα 6.3.1 Τοποθεσία έδρας της εκμετάλλευσης/επιχείρησης

Από το σύνολο των ερωτώμενων, το 91% παράγει τα προϊόντα του, το 48,5% εμπορεύεται τα προϊόντα που παράγει, το 39% τα συσκευάζει, το 37% τυποποιεί τα προϊόντα του σε διαφορετικές κατηγορίες και μόλις το 29% τα μεταποιεί.



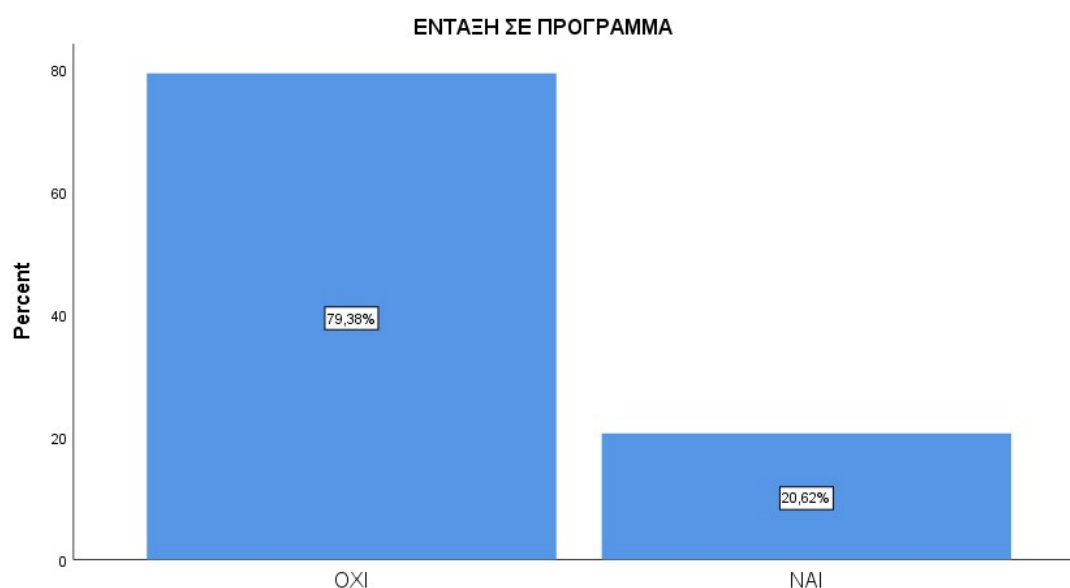
Διάγραμμα 6.3.2 Δραστηριότητες εκμετάλλευσης/επιχείρησης (Σύνολο δείγματος)

Από την επεξεργασία όμως του δείγματος με τις επιχειρήσεις, η εικόνα είναι διαφορετική, καθώς τα ποσοστά για δραστηριότητες εκτός της παραγωγής είναι πολύ υψηλότερα όπως ήταν αναμενόμενο. Συγκεκριμένα από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον αγροτικό τομέα το 84,48% παράγει τα προϊόντα του, το 82,76% τα εμπορεύεται, το 67,24% τα συσκευάζει, το 63,79% τα τυποποιεί και οι μισές επιχειρήσεις τα μεταποιούν.

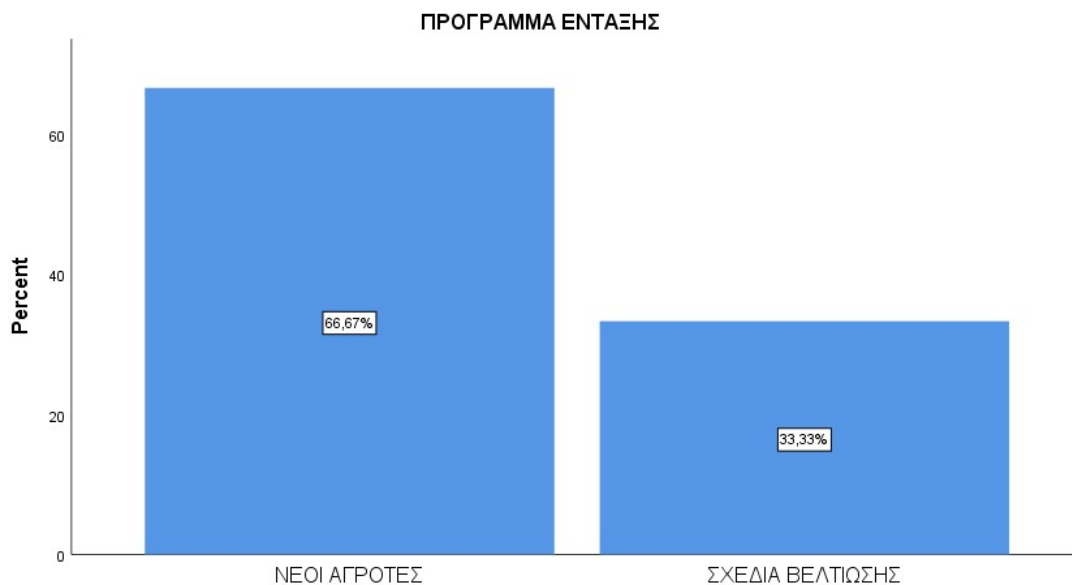


Διάγραμμα 6.3.3 Δραστηριότητες επιχειρήσεων που επεκτείνουν τη δράση τους και εκτός παραγωγής

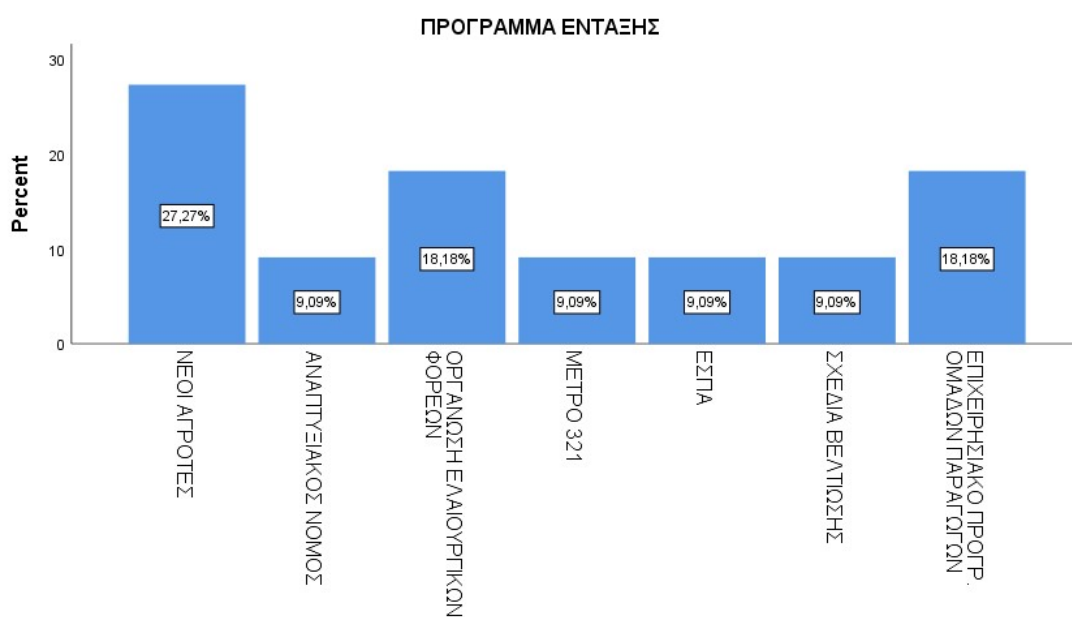
Από το σύνολο των ερωτώμενων, μόλις το 20,62% έχει ενταχθεί σε κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα. Αναλυτικότερα, το πρόγραμμα των Νέων Αγροτών κατέχει την πρώτη θέση ανάμεσα στα προγράμματα ένταξης με ποσοστό 41,18% συνολικά, ενώ ειδικότερα στην ομάδα των αγροτών το ποσοστό διαμορφώνεται στο 66,67%, και ακολουθούν τα Σχέδια Βελτίωσης με 33,33%. Στις επιχειρήσεις υπάρχει μεγαλύτερη ποικιλία στα προγράμματα ένταξης. Και εδώ την πρώτη θέση έχει το πρόγραμμα Νέων Αγροτών με ποσοστό 27,27%, στη δεύτερη θέση κατατάσσονται με ποσοστό 18,18% το πρόγραμμα Οργάνωσης Ελαιοϋργικών Φορέων και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ομάδων Παραγωγών. Με ποσοστό 9,09% ακολουθούν ο Αναπτυξιακός Νόμος, το Μέτρο 3.2.1 (Βασικές υπηρεσίες για την οικονομία και τον αγροτικό πληθυσμό), το ΕΣΠΑ και τα Σχέδια Βελτίωσης.



Διάγραμμα 6.3.4 Ποσοστό εκμεταλλεύσεων/επιχειρήσεων που έχουν ενταχθεί σε κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα (Σύνολο δείγματος)

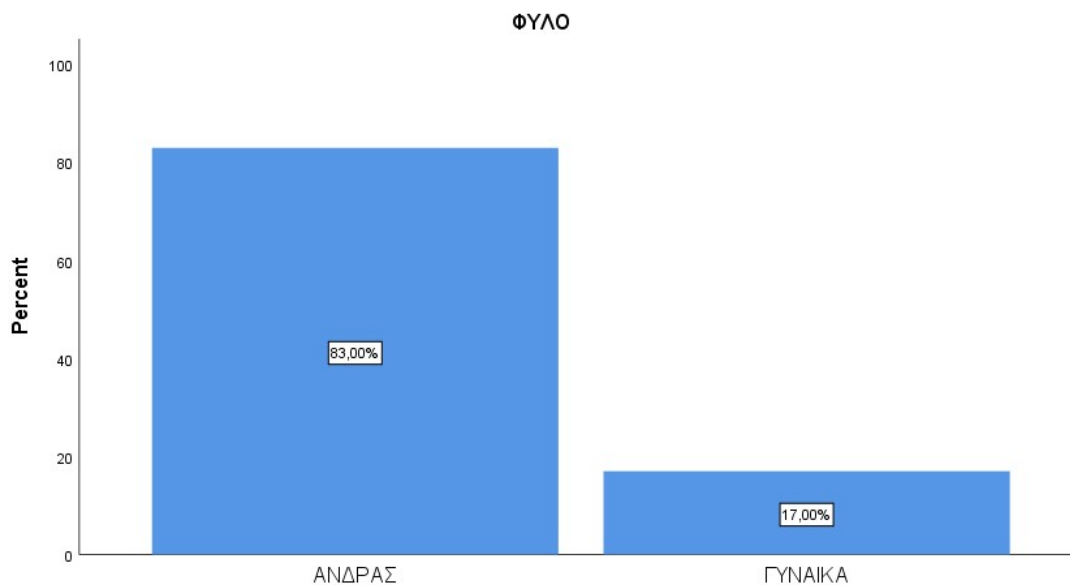


Διάγραμμα 6.3.5 Πρόγραμμα στο οποίο έχουν ενταχθεί οι εκμεταλλεύσεις (αγρότες)

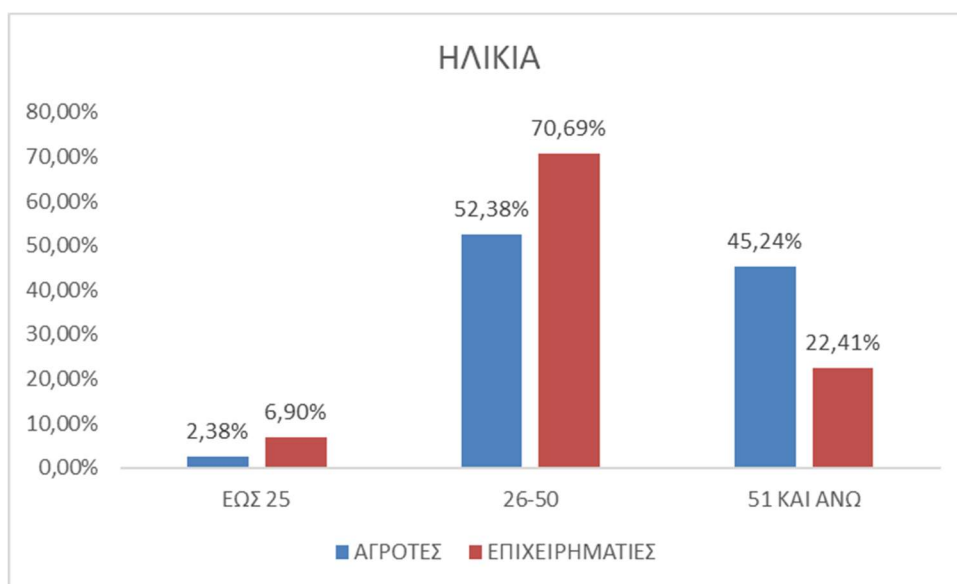


Διάγραμμα 6.3.6 Πρόγραμμα στο οποίο έχουν ενταχθεί οι επιχειρήσεις

Σε σχέση με τα δημογραφικά στοιχεία των διαχειριστών, το 83% είναι άντρες και μόλις το 17% γυναίκες. Στο σύνολο των ερωτώμενων τα άτομα ηλικίας 26-50 ετών αποτελούν το 63%, 51 ετών και άνω το 32%, ενώ κάτω των 25% δήλωσαν μόνο το 5%. Από την περαιτέρω επεξεργασία των μικρότερων δειγμάτων προκύπτει, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα, ότι οι αγρότες έχουν υψηλότερο Μ.Ο. ηλικίας σε σχέση με αυτούς που δραστηριοποιούνται στον επιχειρηματικό τομέα.

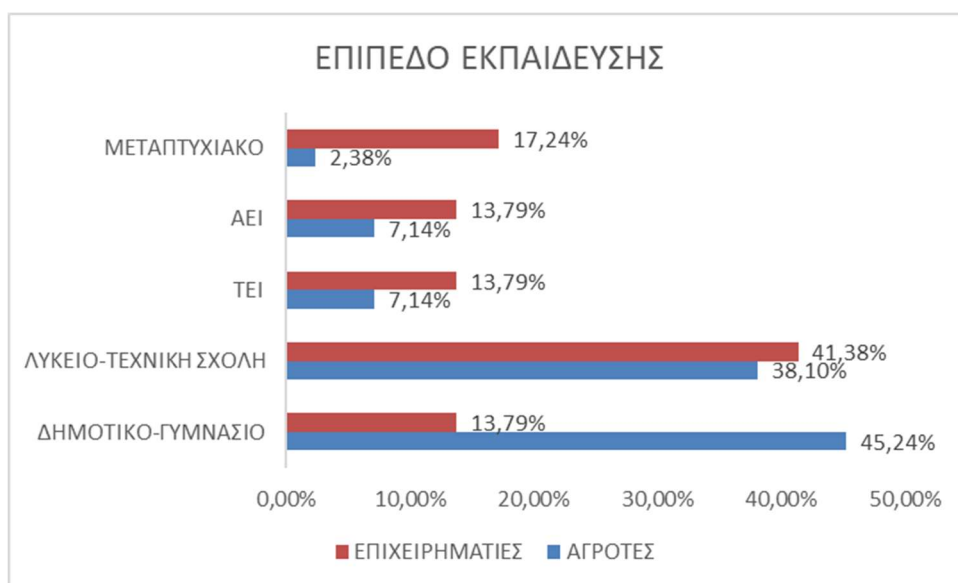


Διάγραμμα 6.3.7 Φύλο διαχειριστή εκμετάλλευσης/ επιχείρησης (Σύνολο δείγματος)



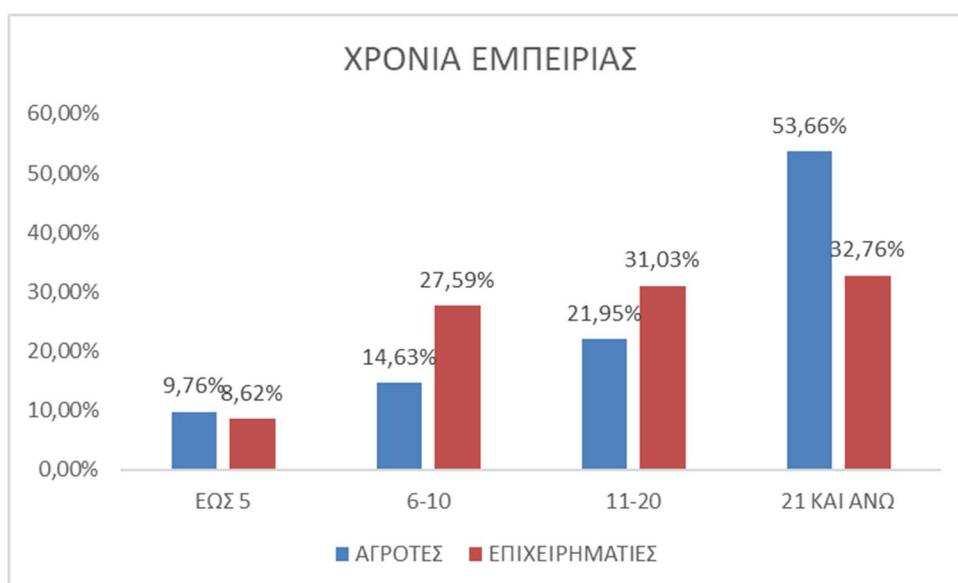
Διάγραμμα 6.3.8 Ηλικία διαχειριστή εκμετάλλευσης/ επιχείρησης (Επιμέρους δείγματα)

Διαφορές στις δυο ομάδες υπάρχουν και στο επίπεδο εκπαίδευσης. Στο σύνολο του δείγματος απόφοιτοι Λυκείου-Τεχνικής Σχολής δηλώνουν το 40%, απόφοιτοι Δημοτικού-Γυμνασίου το 27%, ενώ με το ίδιο ποσοστό (11%) ισοβαθμούν οι απόφοιτοι ΤΕΙ, ΑΕΙ και Μεταπτυχιακού Προγράμματος. Στα επιμέρους δείγματα, οι απόφοιτοι Δημοτικού- Γυμνασίου είναι περισσότεροι στην ομάδα των αγροτών, ενώ σε υψηλότερες βαθμίδες εκπαίδευσης έχουν φοιτήσει τα μέλη της ομάδας των επιχειρηματιών, με τους περισσότερους να είναι απόφοιτοι Λυκείου-Τεχνικής Σχολής.



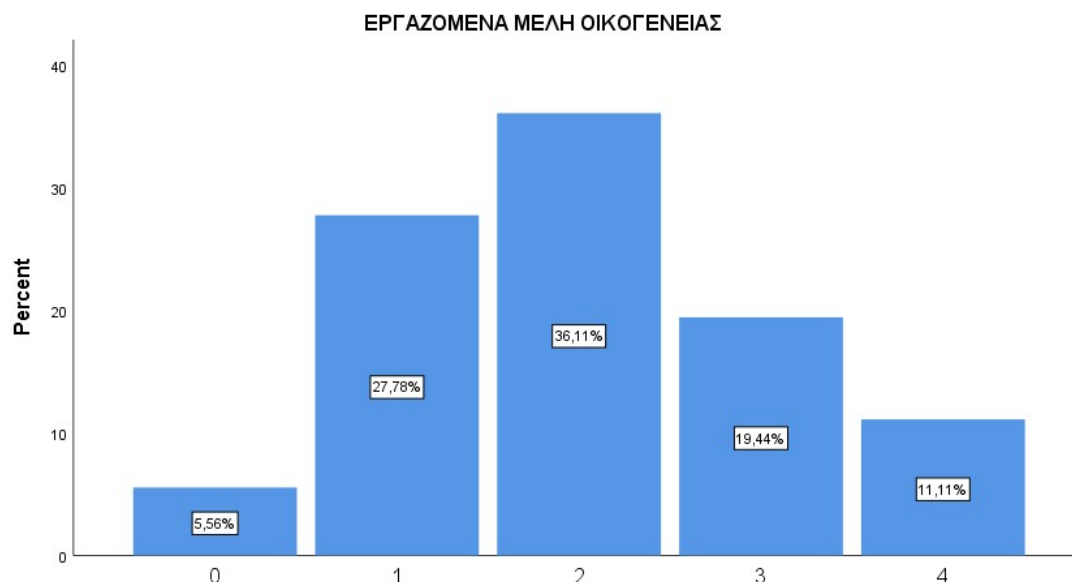
Διάγραμμα 6.3.9 Επίπεδο εκπαίδευσης διαχειριστή εκμετάλλευσης/ επιχείρησης (Επιμέρους δείγματα)

Οι περισσότεροι διαχειριστές φαίνεται ότι είναι αρκετά έμπειροι στον τομέα όπου δραστηριοποιούνται. Συγκεκριμένα το 41,41% έχει εμπειρία άνω των 21 ετών, το 27,27% ασχολείται 11-20 έτη με το αντικείμενο, το 22,22% 6-10 χρόνια και μόλις το 9,09% έχει εμπειρία έως 5 έτη. Αν αντιπαραβάλλουμε τα αποτελέσματα και των δυο ομάδων παρατηρούμε και πάλι ότι το μεγαλύτερο μέρος και των δυο ομάδων είναι πολύ έμπειροι, με τους αγρότες όμως να έχουν την μεγαλύτερη εμπειρία. Συγκεκριμένα οι αγρότες όπου ασχολούνται με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων πάνω από 21 χρόνια αποτελεί το 53,26% των διαχειριστών.

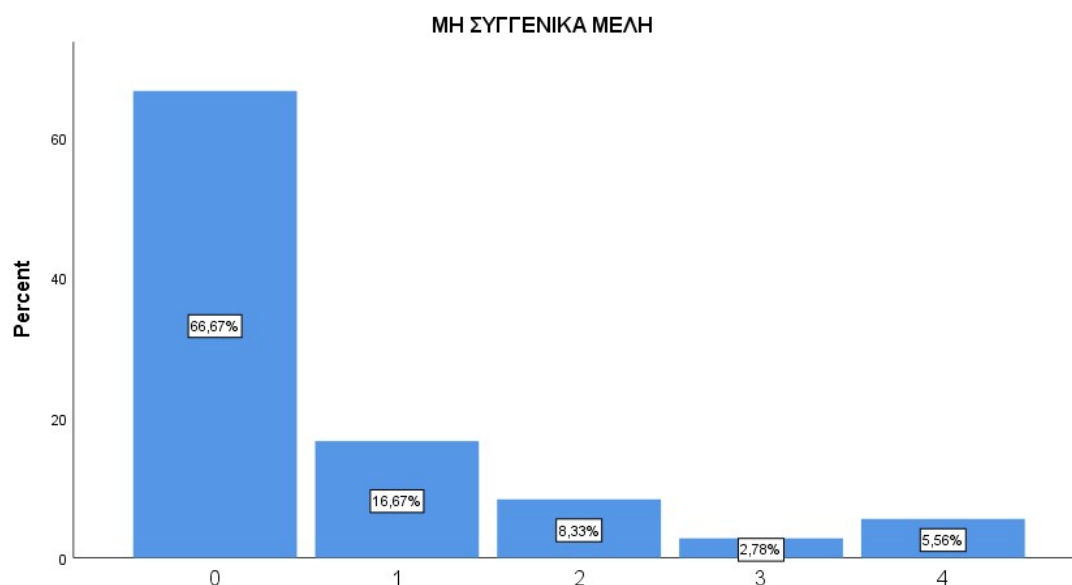


Διάγραμμα 6.3.10 Χρόνια εμπειρίας διαχειριστή εκμετάλλευσης/ επιχείρησης (Επιμέρους δείγματα)

Τα εργαζόμενα μέλη από την οικογένεια του διαχειριστή στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις κυμαίνονται από ένα έως τέσσερα, με το μεγαλύτερο μέρος να κατέχουν τα δύο άτομα (36,11%). Οι περισσότεροι αγρότες απάντησαν ότι δεν εργάζονται άτομα εκτός οικογενείας στην εκμετάλλευσή τους (66,67%), ενώ από αυτούς που απάντησαν ότι εργάζονται και μη συγγενικά μέλη, προσλαμβάνουν από ένα έως τέσσερα άτομα, με επικρατούσα τιμή έναν εργαζόμενο (16,67%).

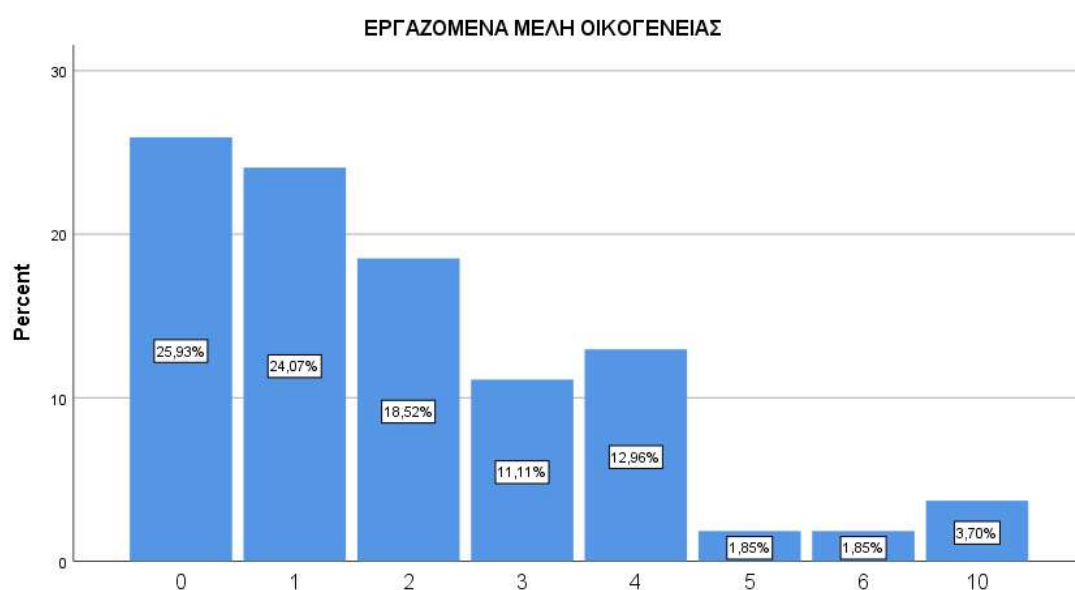


Διάγραμμα 6.3.11 Αριθμός εργαζόμενων μελών της οικογένειας του διαχειριστή της εκμετάλλευσης (αγρότες)

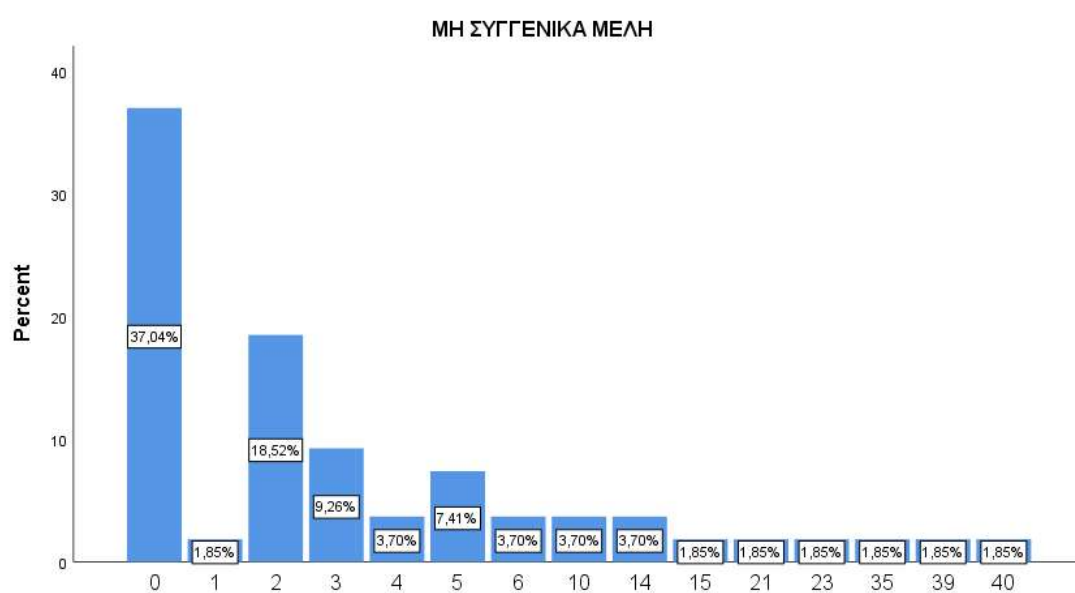


Διάγραμμα 6.3.12 Αριθμός εργαζόμενων μη συγγενικών μελών του διαχειριστή της εκμετάλλευσης (αγρότες)

Στις επιχειρήσεις, το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι δεν εργάζονται μέλη της οικογένειας του διαχειριστή της επιχείρησης (25,93%), το 24,07% απασχολεί 1 μέλος, το 18,52% 2 μέλη ενώ ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά έως 10 εργαζόμενα μέλη από το ευρύτερο συγγενικό περιβάλλον. Στα μη συγγενικά μέλη και πάλι το μεγαλύτερο ποσοστό δηλώνει ότι δεν απασχολεί άτομα εκτός οικογένειας (37,04%) δηλαδή μηδέν μη συγγενικά μέλη, ενώ αυτοί που απασχολούν προσλαμβάνουν συνήθως δυο άτομα (18,52%). Στην περίπτωση των επιχειρήσεων ο αριθμός εργαζομένων ανέρχεται έως 40 άτομα, όπου όμως σε κάποιες περιπτώσεις αφορά συνεταιριστικές οργανώσεις και οι εργαζόμενοι αποτελούν συνέταιρους της επιχείρησης.



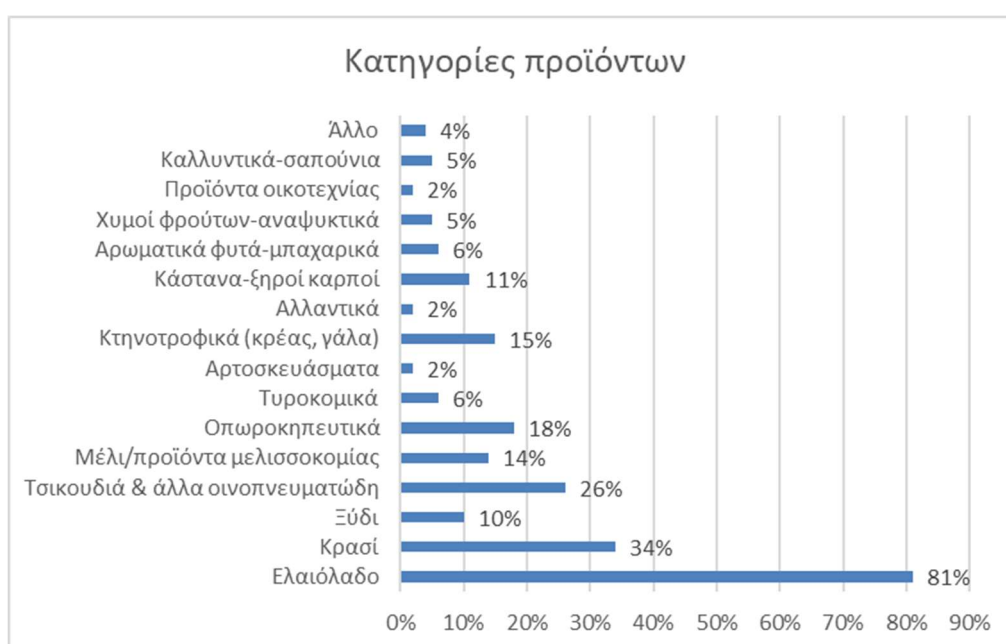
Διάγραμμα 6.3.13 Αριθμός εργαζόμενων μελών της οικογένειας του διαχειριστή της επιχείρησης



Διάγραμμα 6.3.14 Αριθμός εργαζόμενων μη συγγενικών μελών του διαχειριστή της επιχείρησης

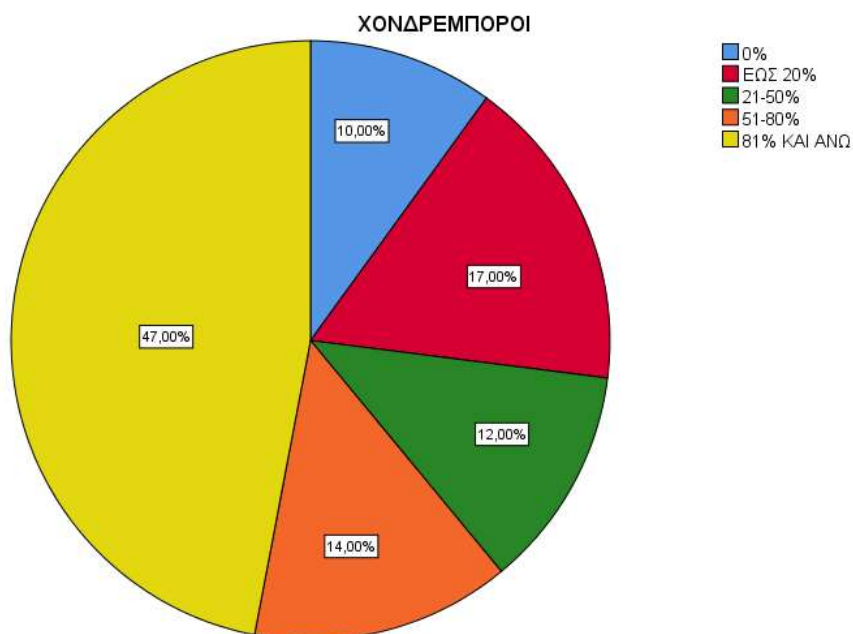
Β. Προϊόντα

Στη δεύτερη ενότητα των ερωτήσεων, η οποία αφορά τα παραγόμενα προϊόντα, το συντριπτικό ποσοστό του συνόλου των ερωτώμενων (81%) δήλωσε ότι δραστηριοποιείται στον τομέα του ελαιόλαδου. Δεύτερη θέση κατέχει το κρασί με 34%, την τρίτη θέση η τσικουδιά & άλλα οινοπνευματώδη με 26%, τέταρτη θέση τα οπωροκηπευτικά με ποσοστό 18%, την πέμπτη θέση τα κτηνοτροφικά προϊόντα (κρέας, γάλα) με ποσοστό 15%, ενώ με μικρότερα ποσοστά ακολουθούν οι υπόλοιπες ομάδες αγροτικών προϊόντων.



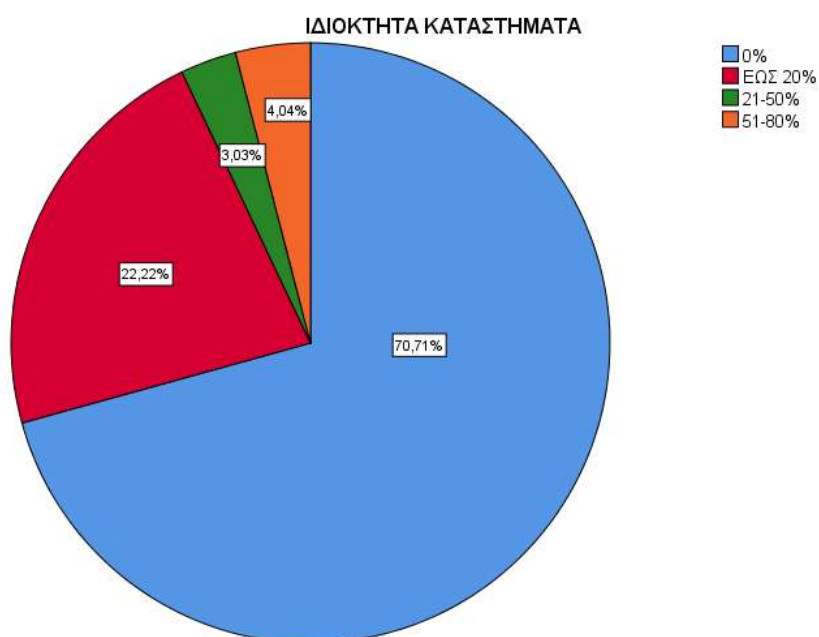
Διάγραμμα 6.3.15 Κατηγορίες προϊόντων στις οποίες δραστηριοποιούνται οι εκμεταλλεύσεις/επιχειρήσεις (Σύνολο δείγματος)

Η μεγαλύτερη ποσότητα των παραπάνω προϊόντων διατίθεται στην αγορά σε χονδρέμπορους (σε επίπεδο συνολικού δείγματος). Συγκεκριμένα το 47% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι πωλούν πάνω από 81% των παραγόμενων προϊόντων τους σε αυτούς, ενώ μόλις το 10% απάντησε ότι δεν πουλάει προϊόντα σε χονδρέμπορους.



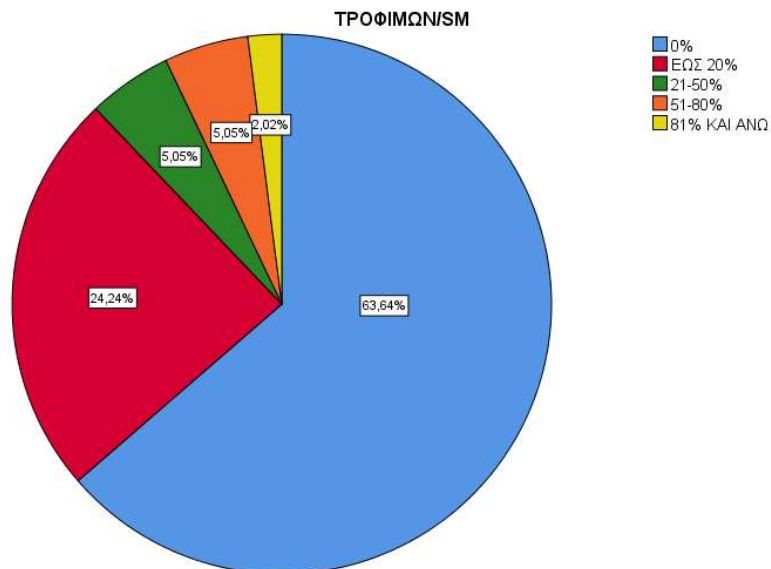
Διάγραμμα 6.3.16 Μερίδιο πώλησης αγροτικών προϊόντων σε χονδρέμπορους (Σύνολο δείγματος)

Η πώληση αγροτικών προϊόντων σε ιδιόκτητα καταστήματα είναι ελάχιστη, αφού μόνο το 22,22% απάντησε ότι πουλάει μικρές ποσότητες σε αυτά (έως 20% της παραγωγής), ενώ για μεγαλύτερες ποσότητες τα ποσοστά είναι πολύ μικρά.



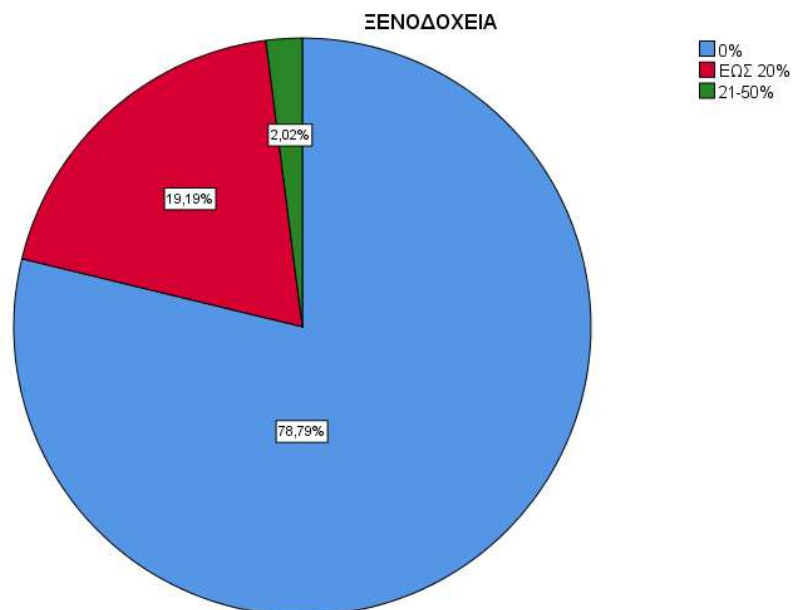
Διάγραμμα 6.3.17 Μερίδιο πώλησης αγροτικών προϊόντων σε ιδιόκτητα καταστήματα (Σύνολο δείγματος)

Σε καταστήματα τροφίμων και Σούπερ Μάρκετ διατίθενται λίγο μεγαλύτερες ποσότητες. Συγκεκριμένα το 24,24% πουλάει έως το 20% των προϊόντων τους σε καταστήματα τροφίμων/SM, το 5,05% πουλάει το 51-80% ή το 21-50% της παραγωγής σε αυτά και μόνο το 2,02% τους πουλάει το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων τους.

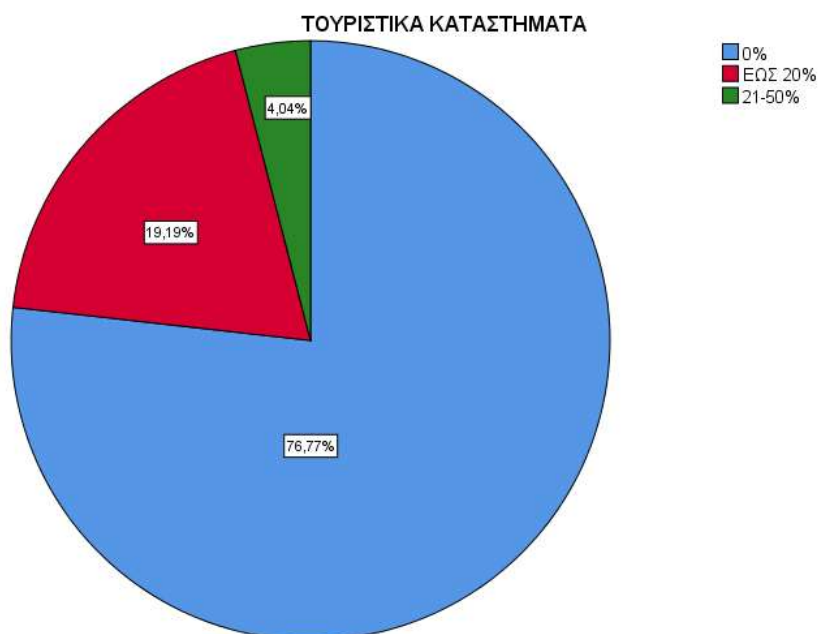


Διάγραμμα 6.3.18 Μερίδιο πώλησης αγροτικών προϊόντων σε καταστήματα τροφίμων & Supermarket (Σύνολο δείγματος)

Σε ξενοδοχεία πωλούνται μικρές ποσότητες αγροτικών προϊόντων αφού μόνο το 2,02% πουλάει το 21-50% της παραγωγής τους και το 19,19% πουλάει μικρές ποσότητες (κάτω του 20% των παραγόμενων προϊόντων). Ανάλογη είναι η κατάσταση και για τις πωλήσεις σε τουριστικά καταστήματα.

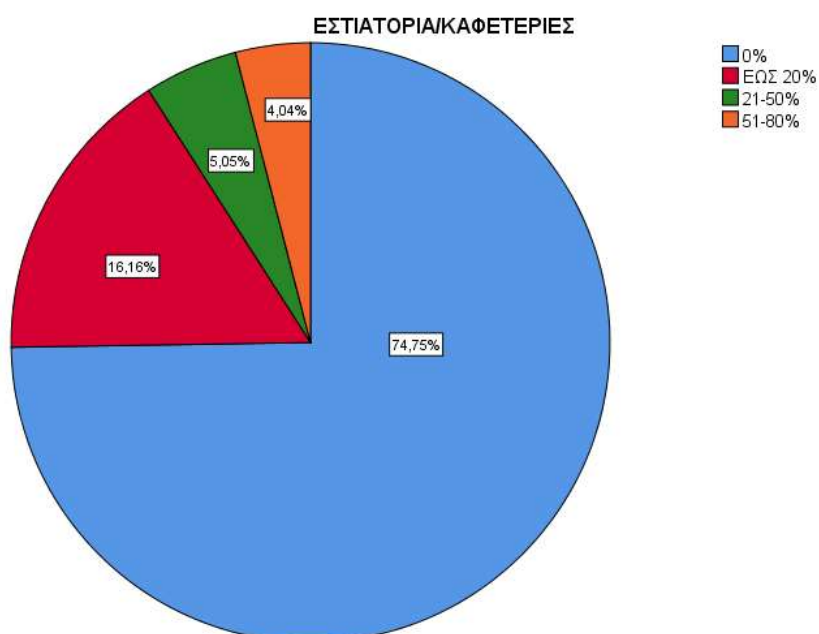


Διάγραμμα 6.3.19 Μερίδιο πώλησης αγροτικών προϊόντων σε ξενοδοχεία (Σύνολο δείγματος)

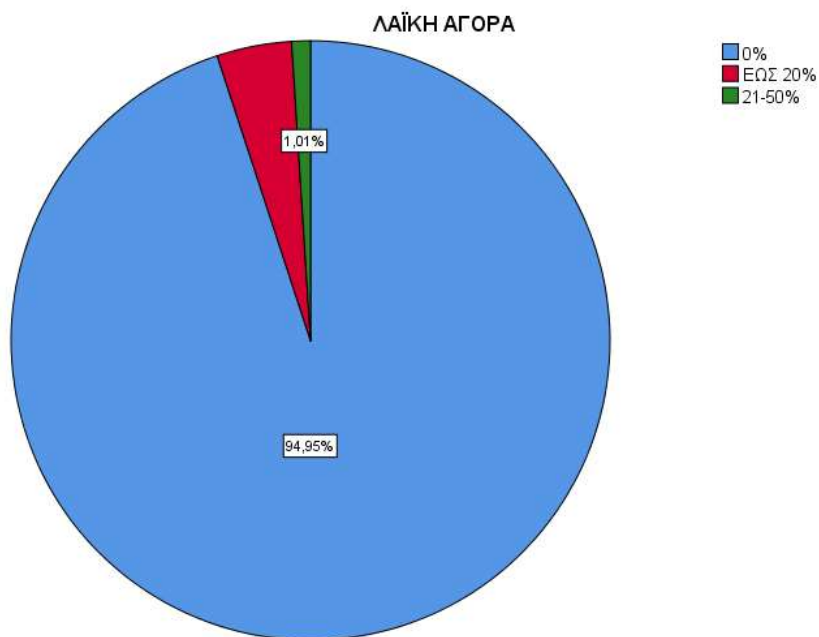


***Διάγραμμα 6.3.20** Μερίδιο πώλησης αγροτικών προϊόντων σε τουριστικά καταστήματα (Σύνολο δείγματος)*

Το μερίδιο πωλήσεων σε εστιατόρια και καφετέριες φαίνεται επίσης σχετικά χαμηλό, αφού το 16,16% πουλάει μικρές ποσότητες, το 5,05% των ερωτηθέντων το 21-50% της παραγωγής και το 4,04% ποσοστό από 51-80%. Αμελητέες είναι και οι ποσότητες των προϊόντων που πωλούνται στην λαϊκή αγορά.

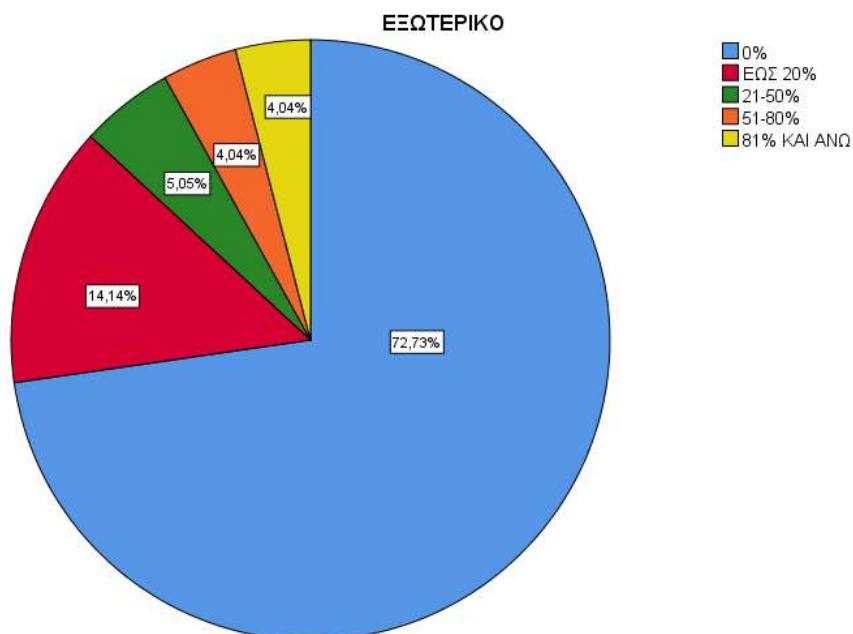


***Διάγραμμα 6.3.21** Μερίδιο πώλησης αγροτικών προϊόντων σε εστιατόρια & καφετέριες (Σύνολο δείγματος)*



Διάγραμμα 6.3.22 Μερίδιο πώλησης αγροτικών προϊόντων στη λαϊκή αγορά (Σύνολο δείγματος)

Μέρος των παραγόμενων αγροτικών προϊόντων εξάγεται στο εξωτερικό. Μικρό ποσοστό επιχειρήσεων εξάγουν το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων τους (4,04%), ενώ μικρές ποσότητες εξάγουν το 14,14% των επιχειρήσεων.



Διάγραμμα 6.3.23 Μερίδιο πώλησης αγροτικών προϊόντων στο εξωτερικό (Σύνολο δείγματος)

Μετά από την επεξεργασία του συνολικού δείγματος για τον υπολογισμό των μεριδίων πώλησης των προϊόντων στην αγορά, έγινε επεξεργασία των επιμέρους δειγμάτων. Για κάθε κλάση μεριδίου πώλησης βρέθηκε η διάμεσός της και υπολογίστηκε κατά προσέγγιση το ποσοστό που αντιστοιχεί σε κάθε σημείο πώλησης, χρησιμοποιώντας τα ποσοστά κάθε κλάσης ως βάρη. Τα αποτελέσματα για το δείγμα των αγροτών έδειξαν όπως ήταν αναμενόμενο ότι το μεγαλύτερο μέρος των παραγόμενων προϊόντων πωλείται σε χονδρέμπορους (77%). Σε καταστήματα τροφίμων και Σούπερ Μάρκετ πωλείται το 4%, το ίδιο ποσοστό πωλήσεων (2%) υπολογίστηκε για τα ιδιόκτητα καταστήματα και τη λαϊκή αγορά. Απομένει ένα 15% της παραγωγής το οποίο δεν περιλαμβάνεται στις πωλήσεις. Πιθανόν το ποσοστό αυτό να χρησιμοποιείται για αυτοκατανάλωση ή για πώληση σε γνωστούς.



Διάγραμμα 6.3.24 Μερίδια πώλησης αγροτικών προϊόντων εκμεταλλεύσεων

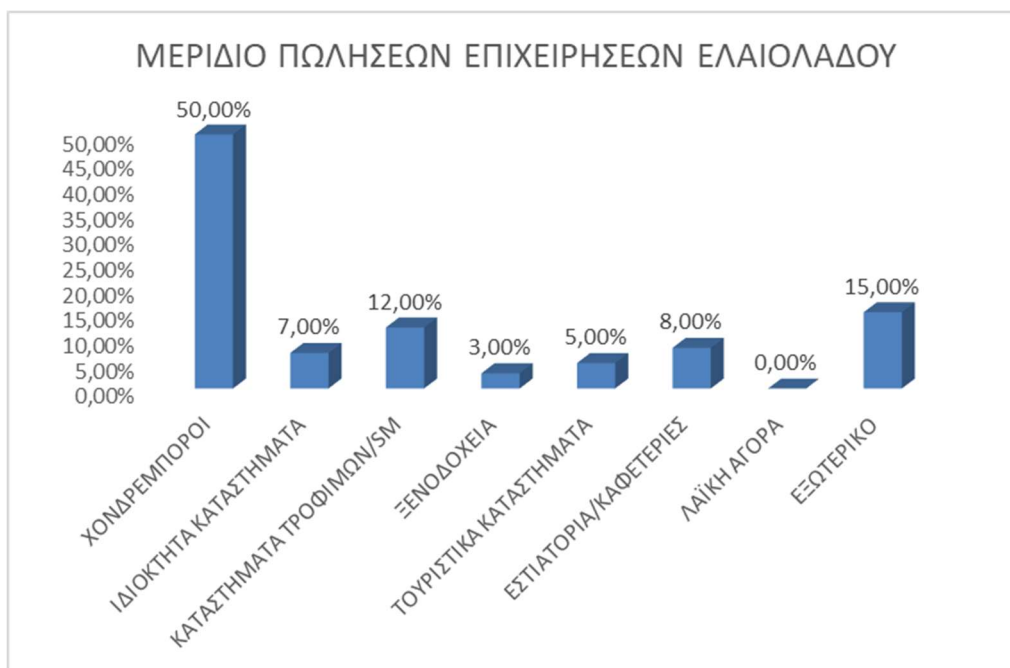
Στην ομάδα των επιχειρήσεων και πάλι φαίνεται ότι το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων διατίθεται σε χονδρέμπορους (43%), το 14% εξάγεται στο εξωτερικό, το 13% διατίθεται σε καταστήματα τροφίμων και Σούπερ Μάρκετ, το 10% σε εστιατόρια και καφετέριες, το 9% πωλείται σε ιδιόκτητα καταστήματα, το 6% σε τουριστικά καταστήματα, το 4% σε ξενοδοχεία, και μόνο το 1% στην λαϊκή αγορά.



Διάγραμμα 6.3.25 Μερίδια πώλησης αγροτικών προϊόντων επιχειρήσεων

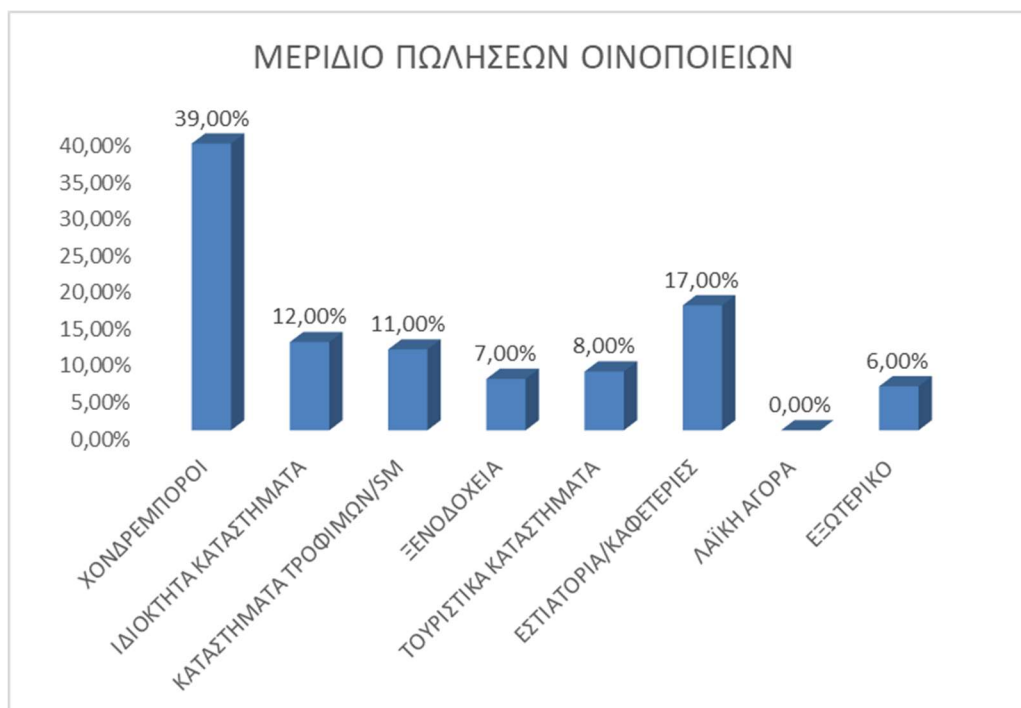
Επιπλέον επιλέχθηκαν οι δυο κύριες κατηγορίες προϊόντων στις οποίες δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις για να υπολογιστούν κατά προσέγγιση τα μερίδια πώλησης στην αγορά. Η έρευνα δεν επεκτάθηκε στις υπόλοιπες κατηγορίες λόγω του μικρού αριθμού επιχειρήσεων, όπου υπήρχε κίνδυνος το αποτέλεσμα να μην είναι αντιπροσωπευτικό της πραγματικότητας. Με τη χρήση του SPSS Statistics υπολογίστηκαν οι διασταυρούμενοι πίνακες μεταξύ αυτών που απάντησαν ότι δραστηριοποιούνται στην κατηγορία προϊόντων (ελαιόλαδο, κρασί) και στα μερίδια των σημείων πώλησης. Με την ίδια μεθοδολογία όπως στο συνολικό δείγμα υπολογίστηκαν κατά προσέγγιση τα ποσοστά που αντιστοιχούν σε κάθε κατηγορία σημείου πώλησης.

Για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην κατηγορία του ελαιόλαδου, η μισή ποσότητα των παραγόμενων προϊόντων τους πωλούνται σε χονδρέμπορους. Στο εξωτερικό διατίθεται το 15% της παραγωγής, το 12% σε καταστήματα τροφίμων και Σούπερ Μάρκετ, το 8% σε εστιατόρια και καφετέριες, το 7% σε ιδιόκτητα καταστήματα, το 5% σε τουριστικά καταστήματα και το 3% σε ξενοδοχεία.



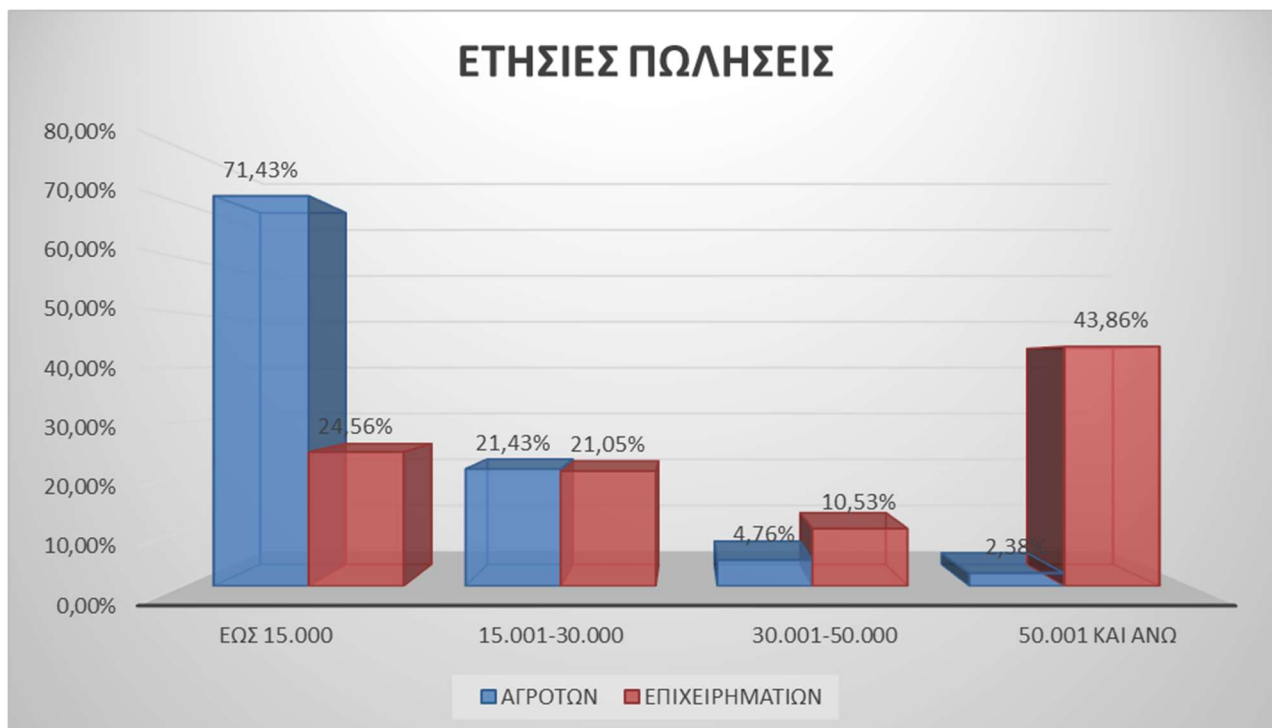
***Διάγραμμα 6.3.26** Μερίδια πώλησης επιχειρήσεων ελαιόλαδου*

Για τα οινοποιεία η εικόνα είναι λίγο διαφορετική. Τα ποσοστά στα μερίδια πώλησης εκτός των χονδρέμπορων είναι υψηλότερα. Αναλυτικότερα, σε χονδρέμπορους πωλείται το 39% της παραγωγής τους, αρκετά υψηλό είναι και το ποσοστό πώλησης σε εστιατόρια και καφετέριες (17%), σε ιδιότητα καταστήματα πωλούν το 12% της παραγωγής, το 11% σε καταστήματα τροφίμων, το 8% σε τουριστικά καταστήματα, το 7% σε ξενοδοχεία, και το 6% εξάγεται στο εξωτερικό.



***Διάγραμμα 6.3.27** Μερίδια πώλησης οινοποιείων*

Τα ετήσια έσοδα από τις πωλήσεις των προϊόντων και για τις δυο ομάδες παρουσιάζονται στο διάγραμμα 6.3.28. Μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία (71,43%) των αγροτών έχει εισόδημα έως 15.000 €, από 15.000 έως 30.000 έχει εισόδημα το 21,43% των αγροτών, ενώ σε υψηλότερα επίπεδα εισοδήματος τα ποσοστά είναι πολύ μικρά για τους αγρότες. Αντίθετα το 43,86% των επιχειρήσεων έχει εισόδημα πάνω από 50.000 €, έως 15.000 € έχουν το 24,56%, στο επίπεδο των 15.000 έως 30.000 τα ποσοστά είναι περίπου ίδια και για τις δυο ομάδες (21,05%) και εισόδημα από 30.000 έως 50.000 έχει το 10,53% των επιχειρήσεων.



Διάγραμμα 6.3.28 Ετήσιες πωλήσεις προϊόντων εκμεταλλεύσεων και επιχειρήσεων

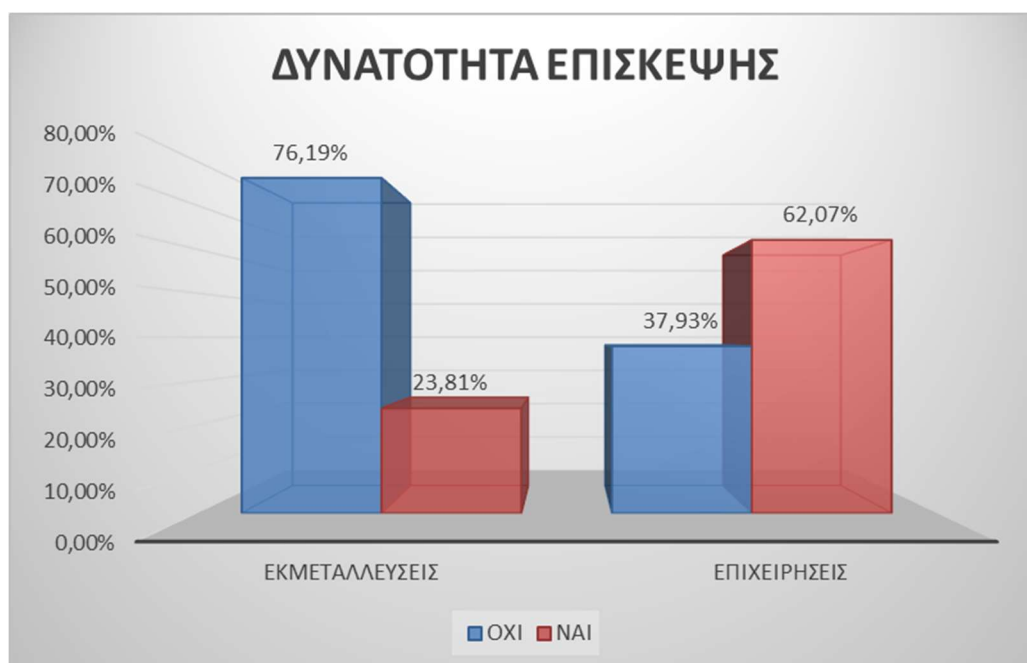
Γ. Υπηρεσίες Αγροτουρισμού

Στην ερώτηση για το αν είναι διατεθειμένοι να ασχοληθούν με αγροτουριστικές δραστηριότητες οι επιχειρήσεις δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον, δίνοντας θετική απάντηση το 55,17%. Οι αγρότες φαίνεται ότι είναι μοιρασμένοι καθώς προσδιορίστηκε το ίδιο ποσοστό (38,10%) και για τη θετική και για την αρνητική απάντηση. Και για τις δυο ομάδες υπάρχει ένα σεβαστό ποσοστό που θα ενδιαφερόταν να ασχοληθεί με τον αγροτουρισμό υπό συνθήκες.



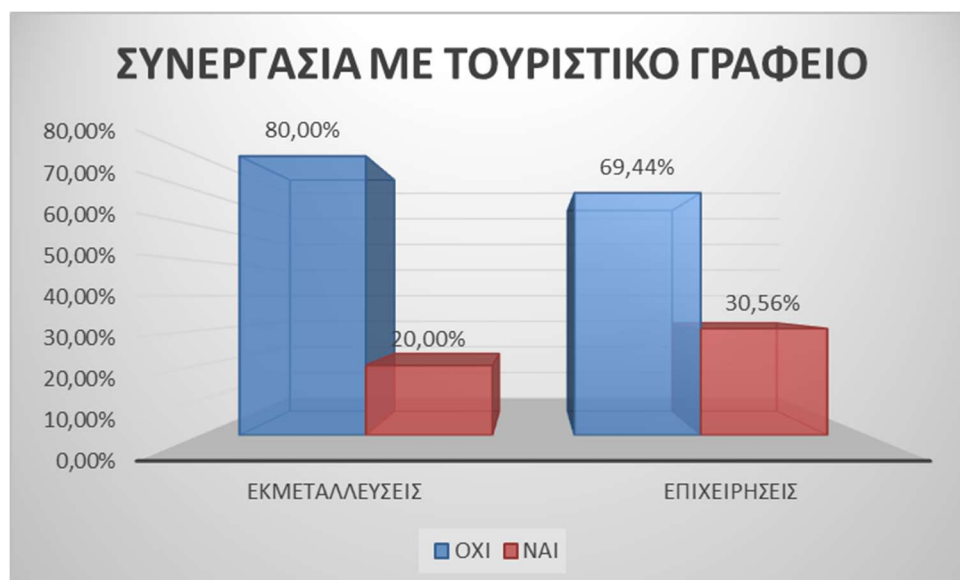
Διάγραμμα 6.3.29 Ποσοστό αγροτών και επιχειρηματιών που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με αγροτουριστικές δραστηριότητες

Υπάρχει ένα ποσοστό (23,81%) αγροτών που δίνουν τη δυνατότητα σε άτομα που ενδιαφέρονται να επισκεφθούν την εκμετάλλευσή τους, όμως τους περισσότερους δεν τους αφορά. Αντίθετα το ποσοστό των επιχειρήσεων που επιτρέπει την δυνατότητα επίσκεψης ανέρχεται στο 62,07%.



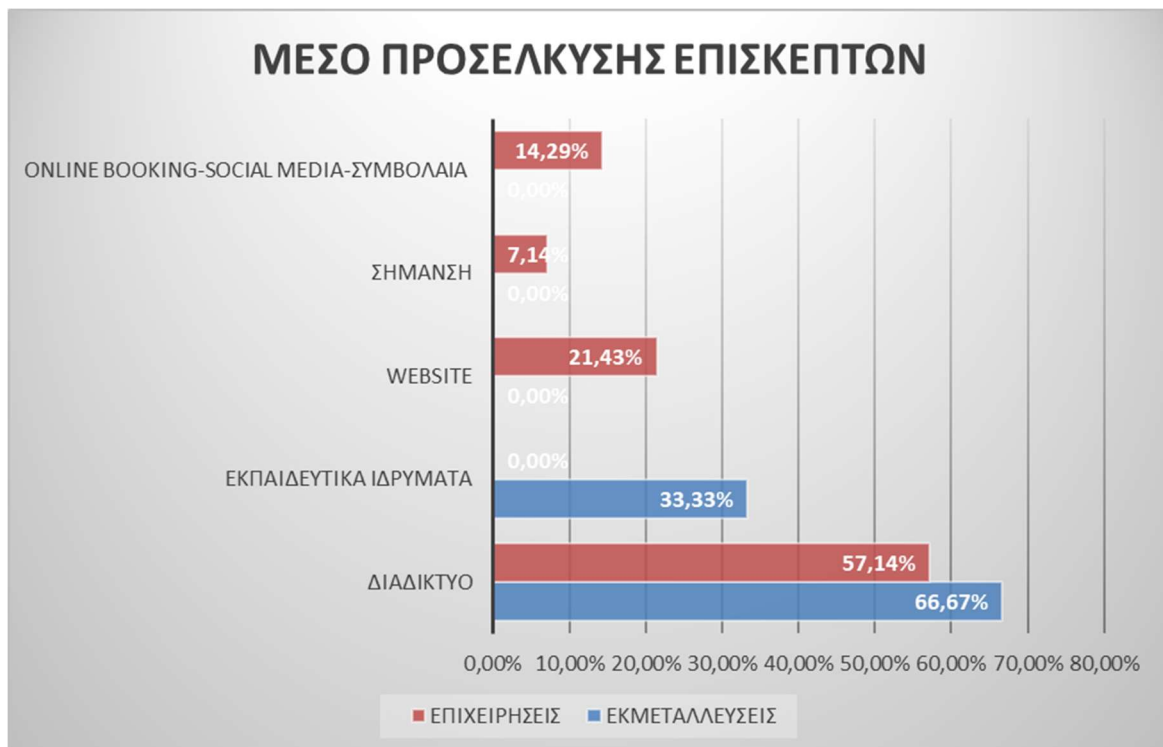
Διάγραμμα 6.3.30 Ποσοστό εκμεταλλεύσεων και επιχειρήσεων που παρέχουν τη δυνατότητα επίσκεψης τουριστών για εκπαιδευτικούς ή άλλους λόγους

Από τους αγρότες και τις επιχειρήσεις που δίνουν την δυνατότητα επίσκεψης στην εκμετάλλευση ή επιχείρησή τους αντίστοιχα, το 30,56% των επιχειρήσεων συνεργάζεται με τουριστικό γραφείο, ενώ για τους αγρότες το αντίστοιχο ποσοστό είναι μικρότερο (20%).



Διάγραμμα 6.3.31 Ποσοστό εκμεταλλεύσεων και επιχειρήσεων που συνεργάζονται με τουριστικό γραφείο

Συνολικά φαίνεται ότι το κυρίως μέσο που χρησιμοποιείται για την προσέλκυση επισκεπτών είναι το διαδίκτυο αφού και για τις δύο ομάδες κατέχει το υψηλότερο ποσοστό (66,67% για τις εκμεταλλεύσεις και 57,14% για τις επιχειρήσεις). Εναλλακτικό μέσο προσέλκυσης για τους αγρότες είναι η συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα (33,33%). Άλλα μέσα που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις είναι η κατασκευή ιστοσελίδων, μέσω των οποίων προσελκύουν επισκέπτες (21,43%), οι online κρατήσεις, οι συμφωνίες με συμβόλαια και η χρήση των κοινωνικών δικτύων με ποσοστό 14,29% και τέλος υπάρχει ένα μικρό ποσοστό (7,14%) που τοποθετεί πινακίδες για την προσέλκυση τουριστών.



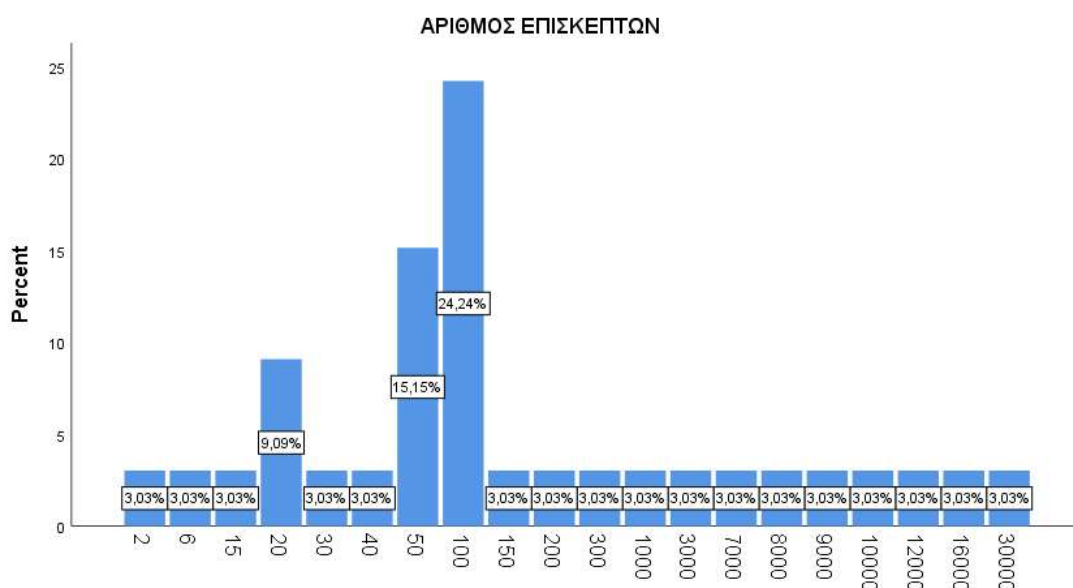
Διάγραμμα 6.3.32 Ποσοστό εκμεταλλεύσεων και επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν άλλα μέσα προσέλκυσης τουριστών

Ο κύριος τρόπος εισόδου και για τις δυο ομάδες είναι η δωρεάν είσοδος, με το ποσοστό για τις επιχειρήσεις να είναι 74,29% και για τους αγρότες 75%. Με εισητήριο επιτρέπουν την είσοδο το 22,86% των επιχειρήσεων και το 12,50% των αγροτών και τέλος εισητήριο μαζί με προσφορά μικρής ποσότητας προϊόντος το οποίο μπορούν να δοκιμάσουν οι επισκέπτες χρησιμοποιεί το 2,86% των επιχειρήσεων και το 12,5% των αγροτών.



Διάγραμμα 6.3.33 Ποσοστό εκμεταλλεύσεων και επιχειρήσεων βάσει τρόπου εισόδου επισκεπτών

Ο μέγιστος και επικρατούν αριθμός επισκεπτών για τις αγροτικές εκμεταλλεύσεις είναι τα 50 άτομα, ενώ για τις επιχειρήσεις υπάρχει μεγάλη διακύμανση επισκεπτών. Η επικρατούσα τιμή είναι οι 100 επισκέπτες, όμως η επισκεψιμότητα φτάνει μέχρι και τα 30.000 άτομα, τα οποία αντιστοιχούν σε οίνοποιείο το οποίο συνεργάζεται με τουριστικά γραφεία, αλλά και χρησιμοποιεί ως εναλλακτικό μέσο προσέλκυσης το διαδίκτυο.



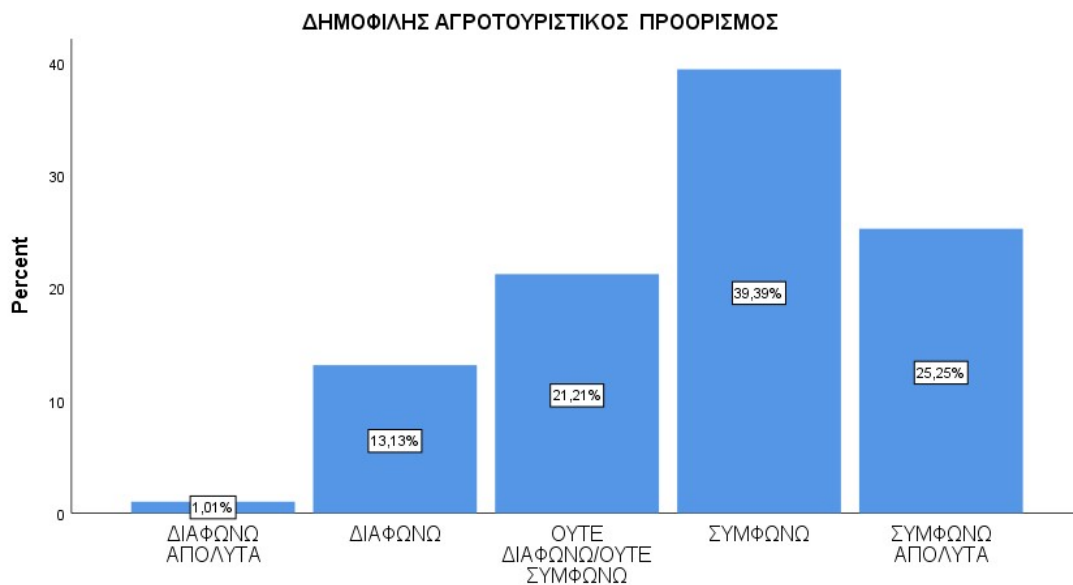
Διάγραμμα 6.3.34 Αριθμός επισκεπτών στις εκμεταλλεύσεις και επιχειρήσεις (Σύνολο δείγματος)

Δ. Επίδραση Αγροτικού Τομέα στον Τουρισμό

Στις απαντήσεις που αφορούν την επίδραση του αγροτικού τομέα στον τουρισμό και οι δυο ομάδες απάντησαν με παρόμοιο τρόπο, οπότε αφού τα δεδομένα ακολουθούν την ίδια κατανομή, παρουσιάζονται τα συνολικά αποτελέσματα.

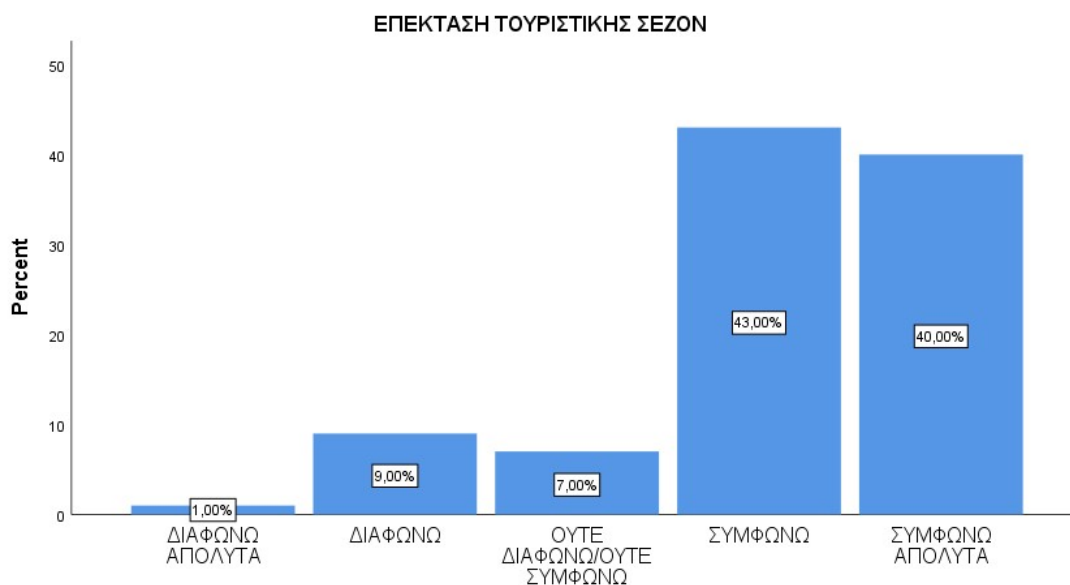
Ο νομός Χανίων είναι ένας νομός όπου ο αγροτικός τομέας είναι πολύ ανεπτυγμένος και τα προϊόντα που παράγονται είναι εξαιρετικής ποιότητας, ενώ σε πολλές περιοχές υπάρχει πιστοποίηση των προϊόντων ως ΠΟΠ ή ΠΓΕ. Η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής συμβάλλει στην προώθηση των αγροτικών προϊόντων, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις τουρίστες έρχονται σε επαφή με την ύπαιθρο, γνωρίζοντας και

από κοντά τον ντόπιο πολιτισμό αλλά και τις μεθόδους παραγωγής των προϊόντων. Έτσι θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι έχει αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός, άμεσα ή έμμεσα στην περιοχή. Οπότε στην αντίστοιχη ερώτηση οι περισσότεροι (39,39%) συμφωνούν ότι ο νομός Χανίων είναι δημοφιλής αγροτουριστικός προορισμός, το 25,25% συμφωνεί απόλυτα, ουδέτερα απάντησαν το 21,21%, ενώ το 13,13% θεωρεί ότι δεν είναι δημοφιλής αγροτουριστικός προορισμός και το 1,01% διαφωνεί απόλυτα.



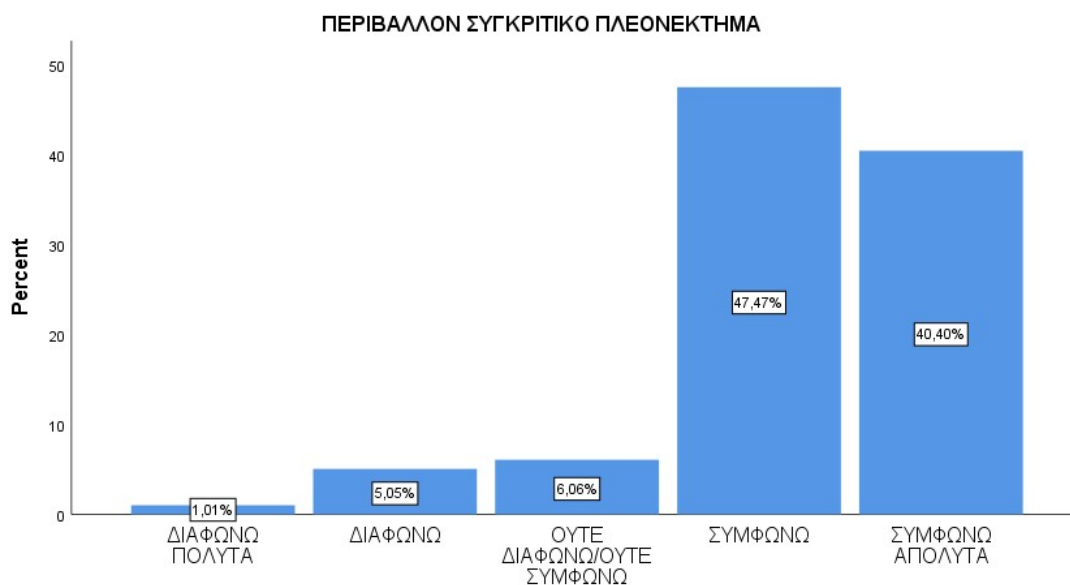
Διάγραμμα 6.3.35 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι ο Νομός Χανίων αποτελεί δημοφιλή αγροτουριστικό προορισμό

Ο τουρισμός στην περιοχή προέρχεται από τουρίστες που ενδιαφέρονται για τον ήλιο και τη θάλασσα. Επομένως παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας του τουρισμού κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Πιθανόν με τον σχεδιασμό κατάλληλης στρατηγικής θα μπορούσε να επεκταθεί η τουριστική σεζόν και τους χειμερινούς μήνες, κυρίως εστιάζοντας στην προσέλκυση τουριστών που ενδιαφέρονται για τουρισμό της υπαίθρου. Αυτοί που θεωρούν ότι με την κατάλληλη προώθηση του αγροτουρισμού η τουριστική σεζόν θα μπορούσε να επεκταθεί και τους χειμερινούς μήνες είναι η πλειονότητα των ερωτηθέντων (43% συμφωνούν και 40% συμφωνούν απόλυτα). Το 7% είναι ουδέτεροι και το 10% διαφωνεί (9% διαφωνούν και 1% διαφωνούν απόλυτα).



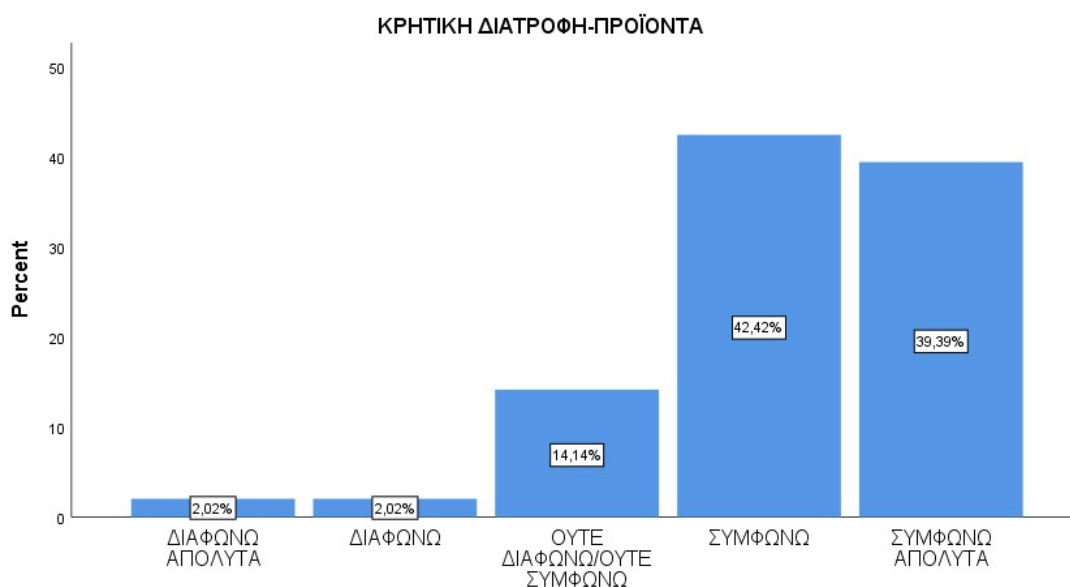
Διάγραμμα 6.3.36 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι με την κατάλληλη προώθηση του αγροτουρισμού η τουριστική σεζόν θα μπορούσε να επεκταθεί τους χειμερινούς μήνες

Το φυσικό περιβάλλον από άποψη κλίματος, ανάγλυφου του εδάφους, υδάτινων όγκων όπως ποτάμια και λίμνες, φυτικού και ζωικού κεφαλαίου δημιουργεί μια συγκεκριμένη αίσθηση σε αυτούς που επισκέπτονται την περιοχή. Θα μπορούσε να θεωρηθεί το περιβάλλον ως αγροτουριστικός πόρος. Ερωτώμενοι για την άποψή τους για το παραπάνω θέμα το 47,47% θεωρεί ότι το περιβάλλον αποτελεί συγκριτικό αγροτουριστικό πλεονέκτημα για τον νομό Χανίων, το 40,40% συμφωνεί απόλυτα, το 6,06% είναι ουδέτεροι, το 5,05% διαφωνούν και το 1,01% διαφωνεί απόλυτα.



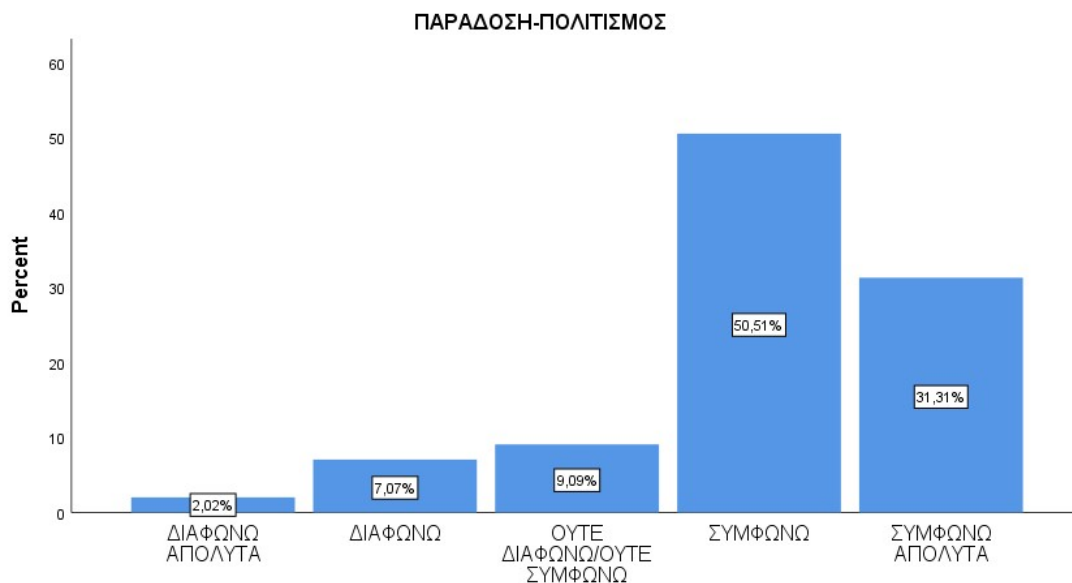
Διάγραμμα 6.3.37 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι το φυσικό περιβάλλον αποτελεί συγκριτικό αγροτουριστικό πλεονέκτημα της περιοχής

Κάθε περιοχή έχει τον δικό της πολιτισμό ο οποίος διαφέρει σε σχέση με άλλες περιοχές στην ίδια χώρα. Μια πτυχή του πολιτισμού αποτελεί και η τοπική κουζίνα, η οποία μεταξύ άλλων επηρεάζεται και από τα προϊόντα που παράγονται στην περιοχή. Οπότε για την κρητική διατροφή και την ποιότητα των τοπικών προϊόντων, θεωρεί ότι συμβάλλουν σημαντικά στην προσέλκυση τουριστών, το 42,42% των ερωτηθέντων. Απόλυτα συμφωνεί και το 39,39%, ουδέτερα απάντησαν το 14,14% ενώ αυτοί που διαφώνησαν με την παραπάνω πρόταση είναι ελάχιστοι.



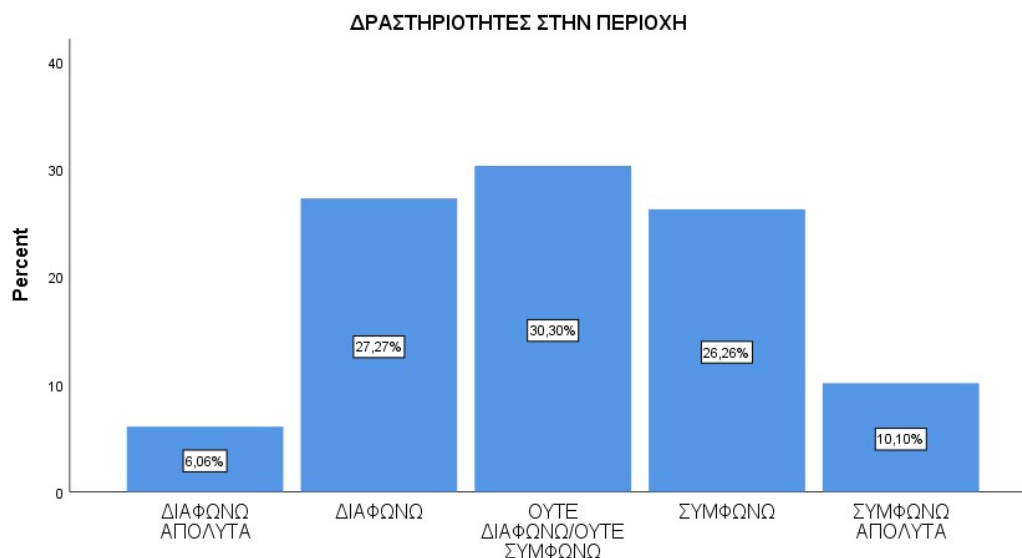
Διάγραμμα 6.3.38 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η κρητική διατροφή και η ποιότητα των τοπικών προϊόντων συμβάλλουν σημαντικά στην προσέλκυση τουριστών

Πάνω από τους μισούς (50,51% συμφωνούν και 31,31% συμφωνούν απόλυτα) απάντησαν ότι η τοπική παράδοση και ο πολιτισμός της περιοχής συμβάλλουν στην επίτευξη υψηλότερου επιπέδου ικανοποίησης των τουριστών. Το 9,09% έχει ουδέτερη άποψη για το θέμα, το 7,07% διαφωνεί και το 2,02% διαφωνεί απόλυτα. Το αποτέλεσμα αυτό φαίνεται λογικό αφού όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η τοπική γαστρονομία, η οποία είναι μια έκφραση πολιτισμού, η μουσική, ο χορός, οι θρησκευτικές τελετουργίες, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, η παραγωγή ντόπιων υφαντουργικών προϊόντων κλπ. αλλά και η συναναστροφή με ντόπιους κατοίκους δημιουργεί μια αίσθηση μοναδικότητας του προορισμού και αναπτύσσει το αίσθημα ικανοποίησης από την εμπειρία τους κατά τη διάρκεια των διακοπών των τουριστών.



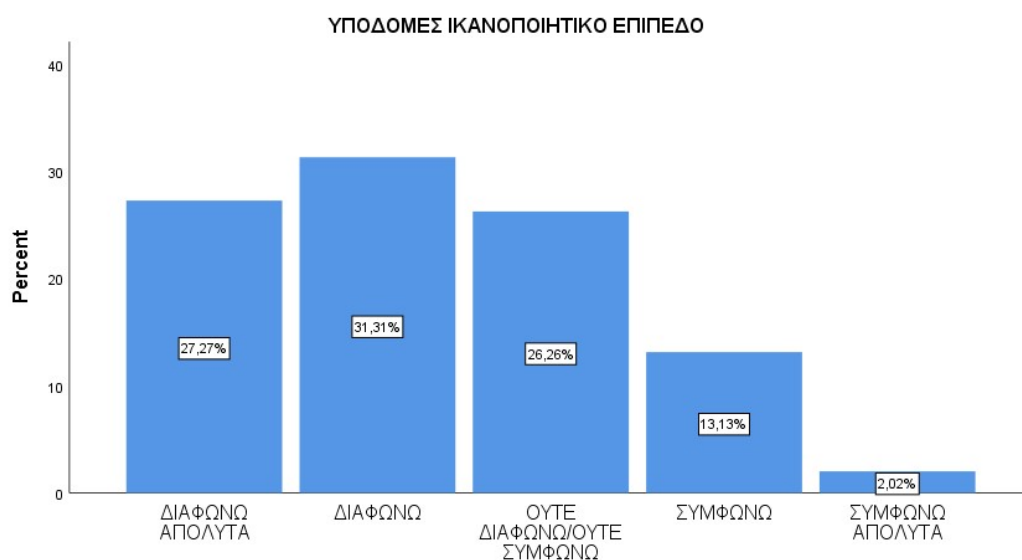
Διάγραμμα 6.3.39 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τοπική παράδοση και ο πολιτισμός της περιοχής συμβάλλουν στην επίτευξη υψηλότερου επιπέδου ικανοποίησης των τουριστών

Σε περιοχές τις υπαίθρου είναι δύσκολο να μπορέσει ένας επισκέπτης να βρει δραστηριότητες που θα μπορούσαν να γεμίσουν το χρόνο του. Υπάρχουν όμως επιλογές όπως η ορειβασία, η πεζοπορία σε φαράγγια, η ποδηλασία, αλλά και η περιήγηση σε αγροκτήματα και η επίδειξη των γεωργικών τοπίων και των καθημερινών εργασιών των αγροτών και κτηνοτρόφων της περιοχής. Έτσι σε ότι αφορά το πλήθος των φυσιολατρικών και αθλητικών δραστηριοτήτων στην περιοχή στην οποία δραστηριοποιούνται οι ερωτώμενοι, το 30,30% θεωρούν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν ξεκάθαρη άποψη για το αν οι επισκέπτες στην περιοχή τους θα έβρισκαν ικανοποιητική ποικιλία εναλλακτικών δραστηριοτήτων, το 27,27% θεωρεί ότι το πλήθος των δραστηριοτήτων είναι μικρό ή ανύπαρκτο, όπως και το 6,06% που είναι απόλυτα αρνητικό για το θέμα, ενώ το 36,36% των ερωτώμενων βρίσκουν ικανοποιητικό το πλήθος των δραστηριοτήτων στην περιοχή τους.



Διάγραμμα 6.3.40 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι υπάρχει πλήθος φυσιολατρικών και αθλητικών δραστηριοτήτων στην περιοχή τους

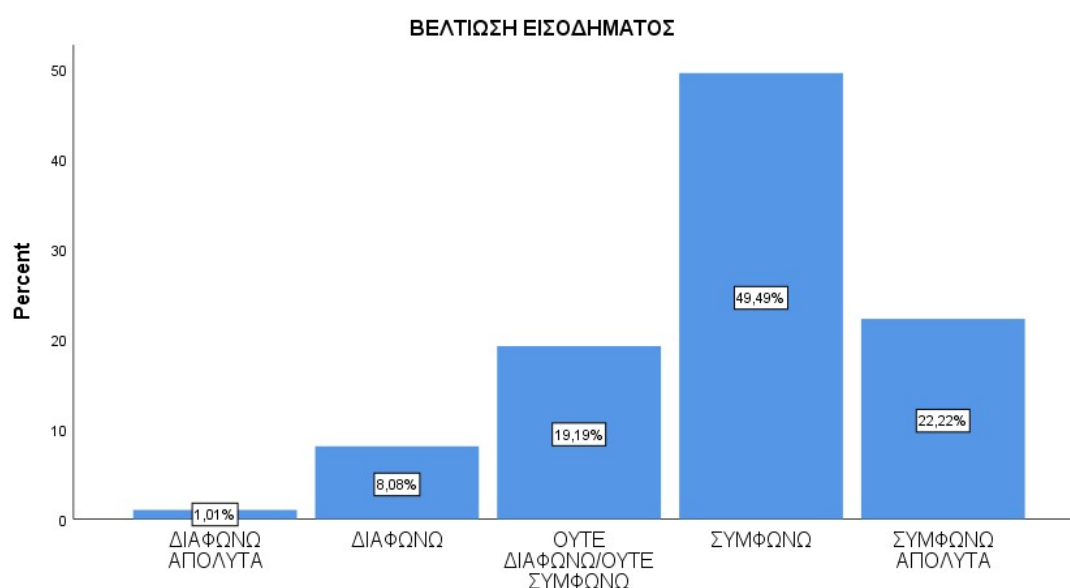
Στον νομό Χανίων οι περισσότερες περιοχές της υπαίθρου βρίσκονται ανάμεσα σε ορεινούς όγκους με αποτέλεσμα το οδικό δίκτυο να μην έχει την κατάλληλη υποδομή. Επιπλέον η σήμανση που τοποθετείται είναι ελλιπής ενώ συχνά οι ντόπιοι καταστρέφουν και τις ελάχιστες πινακίδες τις οποίες τοποθετεί η αρμόδια υπηρεσία. Αυτός είναι και ο λόγος της υψηλής δυσαρέσκειας που εκφράζεται από την πλειονότητα των ερωτηθέντων. Για τις υποδομές (οδικό δίκτυο, σήμανση) είναι αρκετά αρνητική η άποψη για σχεδόν όλες τις περιοχές. Συγκεκριμένα ικανοποιημένοι από τις υποδομές δηλώνουν το 15,15% των ερωτηθέντων, ουδέτεροι είναι το 26,26% ενώ δυσαρεστημένοι δήλωσαν το 58,58% του δείγματος.



Διάγραμμα 6.3.41 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι οι υποδομές (οδικό δίκτυο, σήμανση) και η πρόσβαση είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο στην περιοχή τους

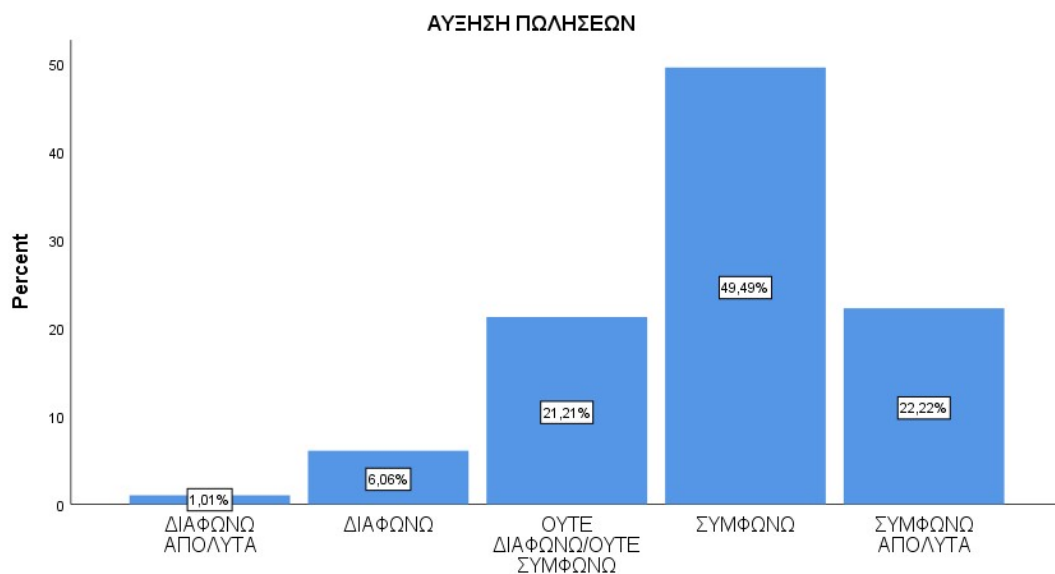
Ε. Επίδραση Τουρισμού στον Αγροτικό Τομέα

Και στις απαντήσεις που αφορούν την επίδραση του τουρισμού στον αγροτικό τομέα, όπως και στην προηγούμενη ενότητα, τα δεδομένα και των δυο ομάδων ακολουθούν την ίδια κατανομή οπότε και εδώ παρουσιάζονται τα συνολικά αποτελέσματα. Το 49,49% συμφωνεί ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής βελτιώνει το εισόδημά τους, είτε μέσα από την δευτερεύουσα απασχόλησή τους σε τουριστικά επαγγέλματα είτε από την αύξηση των τιμών των προϊόντων τους λόγω αυξημένης ζήτησης, το 22,22% συμφωνεί απόλυτα, το 19,19% δεν έχει άποψη, ενώ αυτοί που διαφωνούν είναι μόνο το 8,08% και αυτοί που διαφωνούν απόλυτα το 1,01%.



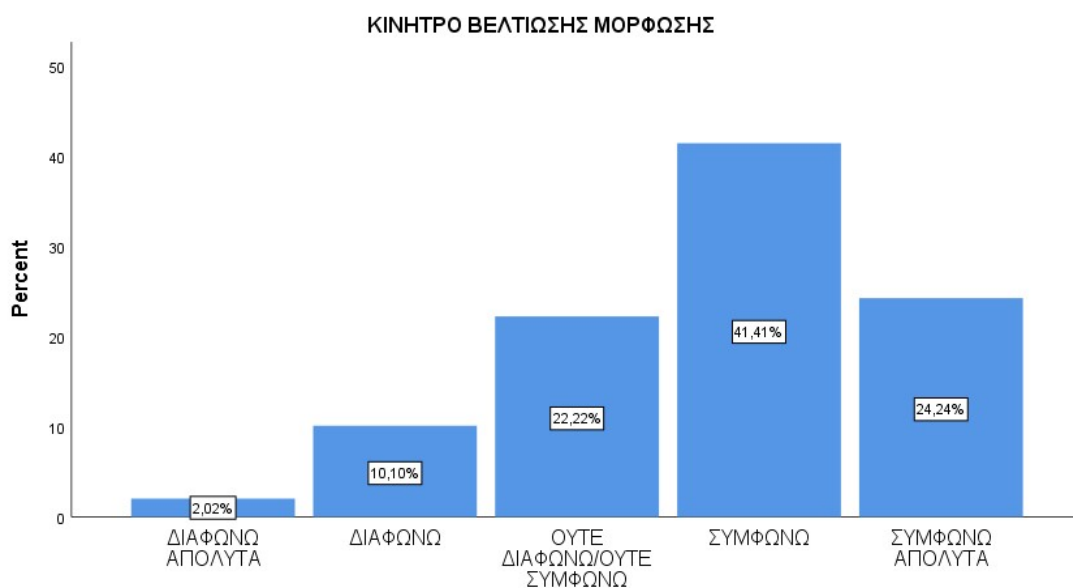
Διάγραμμα 6.3.42 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής βελτιώνει το επίπεδο του εισοδήματός τους

Αύξηση πωλήσεων των προϊόντων τους επιφέρει ο τουρισμός ισχυρίζονται το 49,49% και επιπλέον το 22,22% έχει απόλυτα θετική άποψη για την επίδραση του τουρισμού, το 21,21% είναι ουδέτεροι, διαφωνούν με αυτήν την άποψη το 6,06%, ενώ ελάχιστοι (1,01%) διαφωνούν απόλυτα.



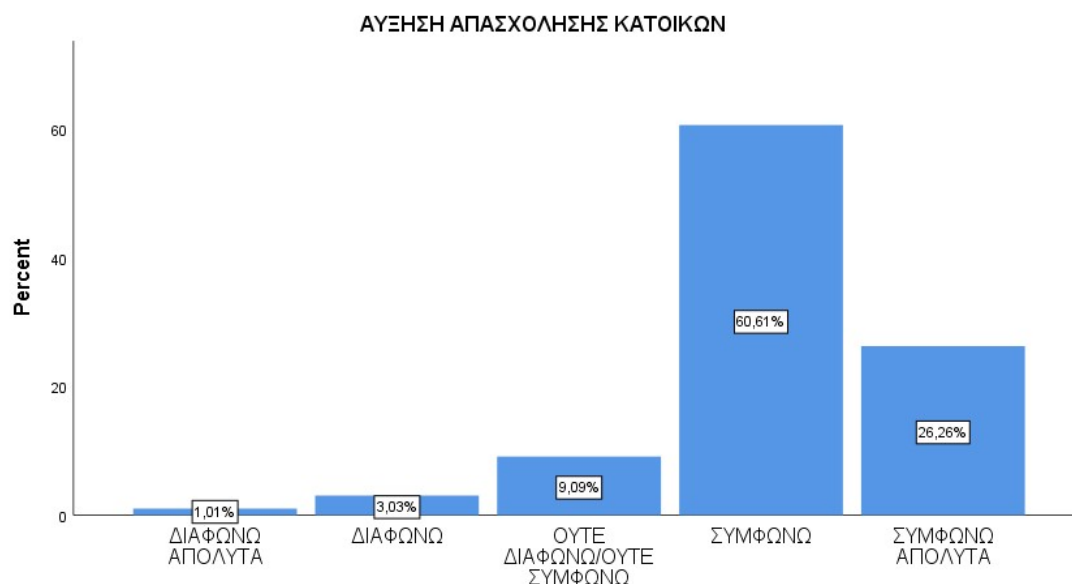
Διάγραμμα 6.3.43 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής αυξάνει τις πωλήσεις των προϊόντων τους

Η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής τις περισσότερες φορές λειτουργεί ως κίνητρο βελτίωσης του επιπέδου μόρφωσης με σκοπό την ευκολότερη εύρεση εργασίας. Η βελτίωση του επιπέδου μόρφωσης μπορεί να αφορά την εκμάθηση ξένων γλωσσών και ηλεκτρονικών υπολογιστών, αλλά και την απόκτηση δεξιοτήτων που αφορούν τουριστικά επαγγέλματα όπως μάγειροι, συντηρητές ηλεκτρολογικών ή υδραυλικών δικτύων κλπ. Έτσι στην ερώτηση αν ο τουρισμός αποτελεί κίνητρο για τη βελτίωση του επιπέδου μόρφωσής τους, το 41,41% συμφωνεί, το 24,24% συμφωνεί απόλυτα, το 22,22% είναι ουδέτεροι, το 10,10% διαφωνεί και το 2,02% διαφωνεί απόλυτα.



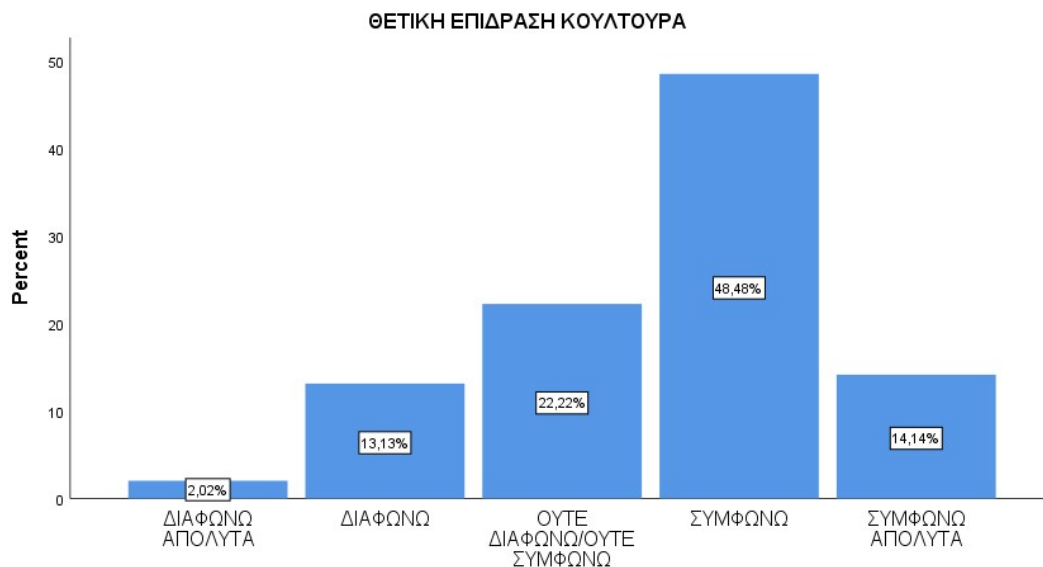
Διάγραμμα 6.3.44 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής αποτελεί κίνητρο για τη βελτίωση του επιπέδου μόρφωσής τους

Οι απαντήσεις στην ερώτηση αν η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής αυξάνει την απασχόληση των κατοίκων αγροτικών περιοχών, δείχνουν την εμφανή θετική επίδραση που ασκεί ο τουρισμός στην μείωση της ανεργίας στην ύπαιθρο. Έτσι το 60,61% συμφωνεί ότι ο τουρισμός αυξάνει την απασχόληση, το 26,26% συμφωνεί απόλυτα, ενώ αυτοί που είναι ουδέτεροι ή διαφωνούν κυμαίνονται στο 14,03%.



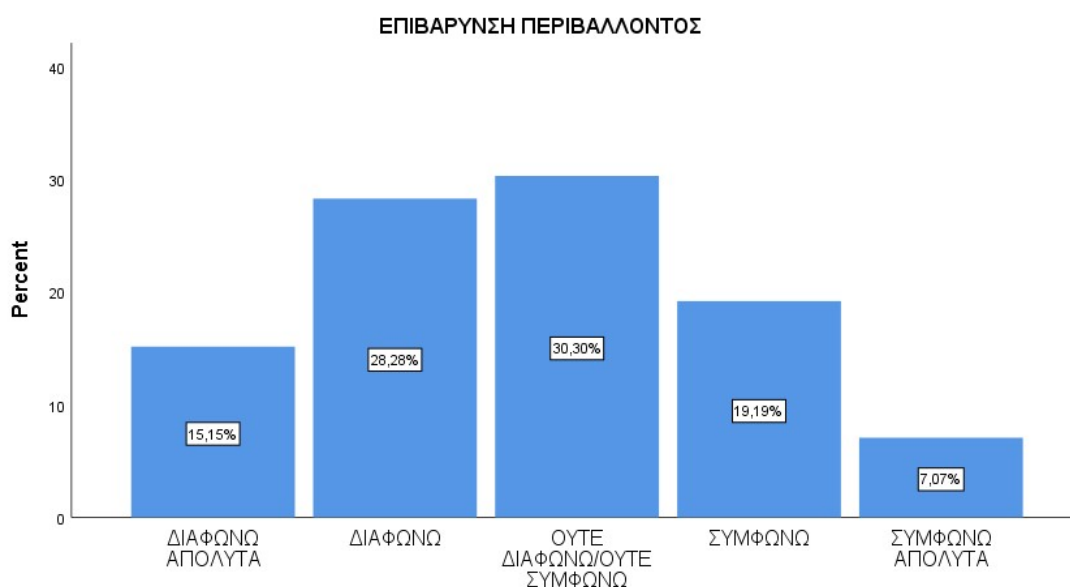
***Διάγραμμα 6.3.45** Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής αυξάνει την απασχόληση των κατοίκων αγροτικών περιοχών*

Επίσης και η κουλτούρα θεωρούν ότι δέχεται θετική επίδραση από την τουριστική ανάπτυξη, πιθανόν γιατί πιστεύουν ότι εμπλουτίζονται τα ήδη υπάρχοντα πολιτιστικά στοιχεία από την επαφή με ανθρώπους που έχουν άλλα ήθη και έθιμα. Εκτός όμως από αυτό βοηθάει στην ανάπτυξη ελαστικότητας στον τρόπο σκέψης και συμπεριφοράς, με αποτέλεσμα να αμβλύνονται κάποια προβλήματα που παρατηρούνται σε κλειστές αγροτικές κοινωνίες. Οπότε το 48,48% συμφωνεί ότι ο τουρισμός λειτουργεί θετικά στην κουλτούρα των κατοίκων της περιοχής. Το 14,14% συμφωνεί απόλυτα, το 22,22% είναι ουδέτεροι, το 13,13% διαφωνεί και το 2,02% διαφωνεί απόλυτα.



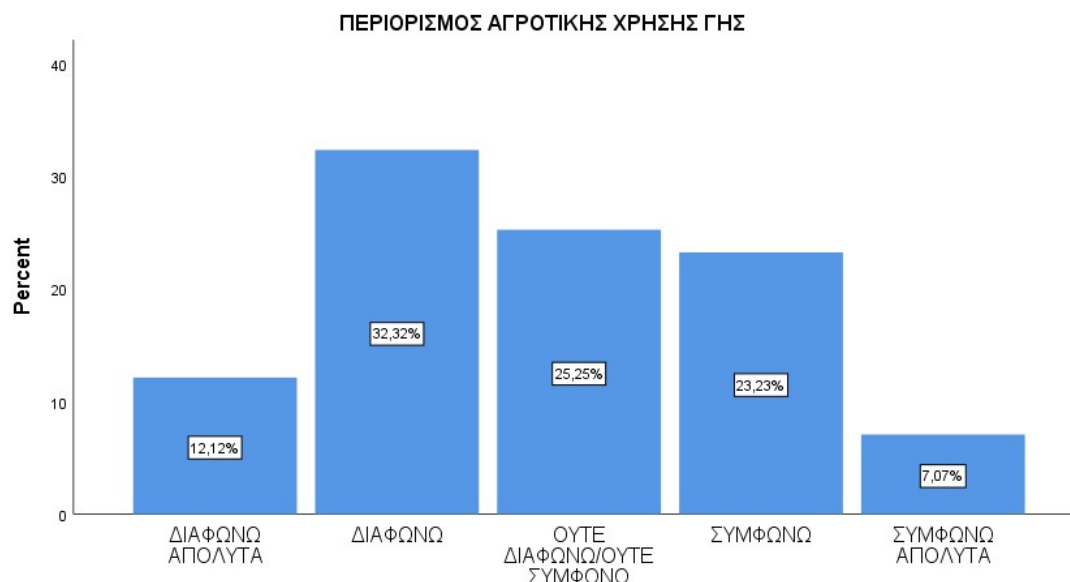
Διάγραμμα 6.3.46 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής λειτουργεί θετικά στην κουλτούρα των κατοίκων της περιοχής

Όταν μια περιοχή αναπτύσσεται τουριστικά χωρίς σωστή διαχείριση και σχεδιασμό έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενα κεφάλαια. Από αυτήν την άποψη θα περίμενε κανείς ότι από την έρευνα θα πρόκυπτε ότι το περιβάλλον επιβαρύνεται από τον τουρισμό. Όμως οι ερωτηθέντες είχαν διαφορετική άποψη. Η πλειοψηφία (30,30%) έχει ουδέτερη άποψη, το 28,28% διαφωνεί ότι ο τουρισμός επιβαρύνει το περιβάλλον και το 15,15% διαφωνεί απόλυτα. Αντίθετα συμφωνούν για τις αρνητικές συνέπειες σε περιβαλλοντικό επίπεδο το 19,19% και συμφωνούν απόλυτα το 7,07%.



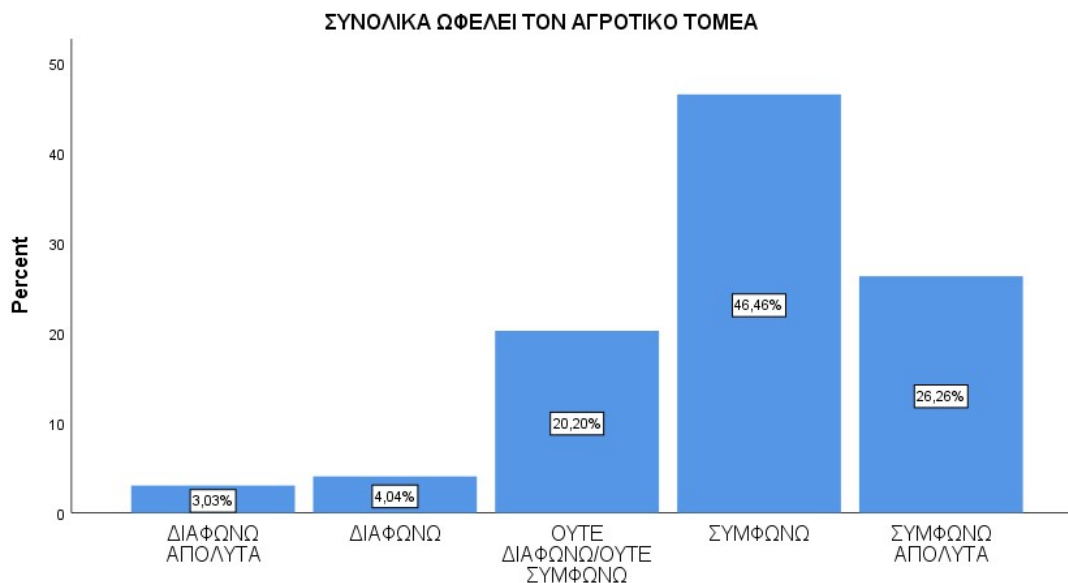
Διάγραμμα 6.3.47 Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής επιβαρύνει το περιβάλλον

Το ίδιο ισχύει και για την χρήση γης. Η υπέρμετρη ανάπτυξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων λειτουργεί ανταγωνιστικά προς την αγροτική χρήση γης, περιορίζοντάς την σε περιοχές κυρίως παραθαλάσσιες. Παρόλα αυτά οι ερωτώμενοι δεν είχαν την ίδια άποψη, ένα μέρος (30,30%) μόνο αυτών συμφωνεί, ουδέτεροι εμφανίζονται το 25,25% ενώ διαφωνεί για την ανταγωνιστική λειτουργία το 44,44%.



***Διάγραμμα 6.3.48** Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής περιορίζει την αγροτική χρήση γης*

Τέλος για την επιβεβαίωση της τελικής άποψης των ερωτηθέντων για την επίδραση του τουρισμού στον αγροτικό τομέα ερωτήθηκαν αν θεωρούν ότι συνολικά η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής ωφελεί τον αγροτικό της τομέα. Η συνολική εικόνα είναι ότι ο τουρισμός λειτουργεί θετικά βελτιώνοντας τη ζωή των κατοίκων της υπαίθρου. Συγκεκριμένα το 46,46% συμφωνεί ότι ο τουρισμός ωφελεί, το 26,26% συμφωνεί απόλυτα, το 20,20% είναι ουδέτεροι, το 4,04% διαφωνεί και το 3,03% διαφωνεί απόλυτα.



***Διάγραμμα 6.3.49** Ποσοστό ερωτώμενων που συμφωνούν ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής συνολικά ωφελεί τον αγροτικό τομέα της περιοχής*

ΣΤ. Καινοτόμες προτάσεις συνδυασμού τουρισμού με αγροτικό τομέα

Στο τέλος του ερωτηματολογίου της έρευνας δόθηκε η δυνατότητα στους συμμετέχοντες να προτείνουν μια καινούργια οπτική για το πως θα μπορούσαν να συνδυαστούν ο τουρισμός με τον αγροτικό τομέα για περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής. Οι ερωτώμενοι πρότειναν να δοθούν κίνητρα στους νέους να παραμείνουν στον τόπο τους, όπως την χορήγηση χαμηλότοκων δανείων ή τη μείωση της φορολογίας γι' αυτούς. Πολλοί από αυτούς θεωρούν σημαντικό τη βελτίωση των υποδομών για την ευκολότερη πρόσβαση των τουριστών. Η βελτίωση αφορά το οδικό δίκτυο, τη σήμανση, τον φωτισμό, την επίτευξη ενεργειακής αυτάρκειας και την πιο αποτελεσματική διαχείριση των απορριμμάτων και λυμάτων κυρίως κατά τους μήνες τουριστικής αιχμής.

Τα τοπικά αγροτικά προϊόντα θα μπορούσαν να προωθηθούν καλύτερα εάν τα εστιατόρια και τα ξενοδοχεία χρησιμοποιούσαν αποκλειστικά ντόπια προϊόντα, αντί να επιλέγουν φθηνά εισαγόμενα προϊόντα. Επίσης θα έπρεπε να πραγματοποιούνται αυστηροί έλεγχοι για τυχόν νοθείες συσκευασμένων αγροτικών προϊόντων τα οποία φαίνονται ως κρητικά αλλά δεν είναι, ώστε να αποφεύγεται η υποβάθμιση των προϊόντων αλλά και να λαμβάνουν οι ντόπιοι παραγωγοί υψηλότερες τιμές για τα προϊόντα τους.

Επίσης προτείνουν την αλλαγή των διαφημιστικών προτύπων, δίνοντας έμφαση στην βιοποικιλότητα και στο κλίμα της Κρήτης κατά την περίοδο Σεπτεμβρίου- Μάϊου, διαφημίζοντας τον ελαιοκομικό και αμπελουργικό τομέα της

περιοχής. Την τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς και τη στόχευση σε ομάδες που ενδιαφέρονται για εκπαίδευση και περιήγηση στη φύση. Την προσφορά οικονομικών πακέτων για προσέλκυση ειδικών ομάδων τουριστών, ως αποτέλεσμα της συνεργασίας ιδιωτικού και δημόσιου τομέα. Την περιήγηση και την οργάνωση εκδρομών των τουριστών σε αγροκτήματα και χώρους παραγωγής και μεταποίησης τοπικών αγροτικών προϊόντων, την επίδειξη της διαδικασίας και τη συμμετοχή σε αυτήν του επισκέπτη, δίνοντάς του τη δυνατότητα να αποκτήσει «το δικό του» αγροτικό προϊόν.

Την εισαγωγή και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών όπως το Augmentity Reality. Η τεχνολογία αυτή δίνει την σε «πραγματικό χρόνο άμεση ή έμμεση θέαση ενός φυσικού, πραγματικού περιβάλλοντος η οποία επιτρέπει τη ζωντανή προβολή ενός φυσικού περιβάλλοντος του οποίου η πραγματικότητα είναι επαυξημένη, με την προβολή πληροφοριών αλλά και εικονικών προσώπων ή χώρων σχεδιασμένων σ' έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή» (Wikipedia).

Επιπλέον προτάθηκε η ενοικίαση αγροτικών εκμεταλλεύσεων από το σύλλογο ξενοδόχων για προώθηση του αγροτουρισμού τη χειμερινή περίοδο, αλλά και η δημιουργία περισσότερων αγροτουριστικών καταλυμάτων μέσω κινήτρων όπως τη μείωση της γραφειοκρατίας και του κόστους έκδοσης οικοδομικής άδειας, αλλά και την ευκολότερη παροχή δανείων. Τη συνεργασία κρατικών φορέων για την επιπλέον ανάπτυξη και δημιουργία πιο ελκυστικού τουριστικού προϊόντος, με ανάδειξη των πολιτιστικών αξιοθέατων και της τοπικής κουλτούρας, με συνδυασμό μαζικού τουρισμού και αγροτουρισμού. Τη σωστή ενημέρωση των επισκεπτών, τη φιλική προσέγγιση προς αυτούς, τον συνδυασμό γαστρονομικού και φυσιολατρικού τουρισμού, την άθληση στην ύπαιθρο και τη δημιουργία περιπατητικών μονοπατιών και ποδηλατοδρόμων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο αγροτικός τομέας αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της ελληνικής οικονομίας με τις εξαγωγές των αγροτικών προϊόντων να φτάνουν περίπου το ένα πέμπτο των συνολικών στη χώρα μας. Όμως για την περαιτέρω ανάπτυξή του απαιτούνται βελτιώσεις οι οποίες αφορούν την ανταγωνιστικότητά του, την ενίσχυση μορφών συνεργασίας και δικτύωσης, την αύξηση της προστιθέμενης αξίας με μεταποίηση, τυποποίηση και πιστοποίηση των αγροτικών προϊόντων και των μεθόδων παραγωγής τους, αλλά και τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων. Επίσης προϋποθέτει τη χρήση αποτελεσματικών εργαλείων χρηματοδότησης, την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού και την πρόσβαση σε νέες τεχνολογίες.

Ένα σημαντικό ζήτημα το οποίο θα πρέπει να αντιμετωπιστεί στον αγροτικό τομέα είναι η γήρανση του αγροτικού πληθυσμού. Χρειάζεται να δοθούν ισχυρά κίνητρα στους νέους να ασχοληθούν με την γεωργική παραγωγή αλλά σε επιχειρηματικό επίπεδο. Το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης το οποίο σχεδιάστηκε στα πλαίσια της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής στοχεύει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του αγροδιατροφικού τομέα, στην ανάδειξη του πολυλειτουργικού χαρακτήρα των αγροτικών περιοχών και στην προστασία του περιβάλλοντος διατηρώντας μια σειρά από μέτρα.

Ένας άλλος βασικός πυλώνας της ελληνικής οικονομίας είναι και ο τουρισμός. Ενώ βραχυπρόθεσμα μπορούν να παρατηρηθούν διακυμάνσεις στα επίπεδα επισκεψιμότητας τουριστών λόγω πολιτικών και οικονομικών εξελίξεων ή φυσικών καταστροφών, μακροχρόνια εμφανίζεται ανθεκτικός. Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών έφερε αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας της αγοράς καθιστώντας δύσκολη την πρόβλεψη της μελλοντικής ζήτησης και των εξελίξεων στον τομέα του τουρισμού. Για να διατηρηθεί ο ελληνικός τουρισμός ανταγωνιστικός θα πρέπει να αναβαθμιστεί το τουριστικό προϊόν διασφαλίζοντας την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, να αναζητηθούν νέες αγορές με παράλληλη προσέλκυση νέων τμημάτων αγοράς αλλά και να προβληθούν αποτελεσματικά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας ως τουριστικού προορισμού.

Ένα άλλο «αγκάθι» του ελληνικού τουρισμού αποτελεί το φαινόμενο της εποχικότητας, με το υψηλότερο ποσοστό επισκεψιμότητας να παρατηρείται κατά τους θερινούς μήνες, συμπεριλαμβάνοντας την Ελλάδα στους κορυφαίους προορισμούς για «ήλιο & θάλασσα». Στην άμβλυνση της εποχικότητας θα μπορούσαν να συμβάλλουν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο. Για την επίτευξη «τουρισμού επί 12 μήνες» απαιτείται η ανάπτυξη υποδομών για τη δημιουργία τουριστικού προϊόντος «διακοπών χειμερινού ήλιου» στις κατάλληλες περιοχές της Νότιας Ελλάδας. Επίσης θα πρέπει να αναζητηθούν τουριστικές αγορές στις οποίες το κίνητρο δεν είναι οι διακοπές παραθαλάσσιου παραθερισμού.

Για το έτος 2018 οι κορυφαίες χώρες προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα ήταν η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Βουλγαρία. Οι διανυκτερεύσεις αυξήθηκαν σε σχέση με το προηγούμενο έτος, η δαπάνη ανά επίσκεψη κατά Μ.Ο. διαμορφώθηκε στα 449 € και η μέση διάρκεια παραμονής ανά επισκέπτη ήταν 6,5 διανυκτερεύσεις. Η συνολική πληρότητα κλινών στα ξενοδοχειακά καταλύματα (πλην κάμπινγκ) ανήλθε σε 52,7%, συγκεντρώνοντας το υψηλότερο ποσοστό (άνω

του 85%) των συνολικών αφίξεων και διανυκτερεύσεων της χώρας τους μήνες Απρίλιο έως Οκτώβριο.

Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων της χώρας που ισορροπούν το Ισοζύγιο πληρωμών καλύπτοντας συνολικά το 81% του ελλείμματος ισοζυγίου αγαθών. Επίσης συμβάλλει σημαντικά στην μείωση της ανεργίας εκτιμώντας το σύνολο της απασχόλησης (άμεσης και έμμεσης) στον τουριστικό τομέα για το έτος 2018 στο 40% περίπου της συνολικής απασχόλησης.

Ο αγροτικός τομέας και ο τουρισμός είναι δυο τομείς οι οποίοι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους μέσω διαφόρων παραγόντων. Συγκεκριμένα ο αγροτικός τομέας προσελκύει περισσότερους τουρίστες λόγω του ενδιαφέροντος των τουριστών να γευτούν ποιοτικά τοπικά αγροτικά προϊόντα. Επιπλέον πολλοί από αυτούς επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική κουζίνα μέσα από το υπάρχον πολιτιστικό υπόβαθρο των περιοχών της υπαίθρου, το οποίο δίνει την αίσθηση ότι βιώνουν μια ξεχωριστή αυθεντική εμπειρία. Ένας άλλος παράγοντας ο οποίος επιδρά είναι η διαμόρφωση των γεωργικών τοπίων, τα οποία παράγουν πολιτιστικές, ψυχαγωγικές, ρυθμιστικές και υποστηρικτικές υπηρεσίες, αποφέροντας οφέλη στην αισθητική λειτουργία των περιοχών, συμπεριλαμβανομένου και του τουρισμού. Επιπλέον μέσα από την τοπική παράδοση και τον πολιτισμό της υπαίθρου προσελκύονται τουρίστες οι οποίοι αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες κοντά στη φύση και την επαφή με ανθρώπους που διατηρούν την ξεχωριστή τους ταυτότητα. Τέλος μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, ο αγροτουρισμός, δίνει την ευκαιρία σε τουρίστες να γνωρίσουν από κοντά τις μεθόδους παραγωγής των αγροτικών προϊόντων και πως είναι η ζωή στο αγρόκτημα, διευρύνοντας την τουριστική αγορά.

Όμως και ο τουρισμός ασκεί πολύ σημαντική επίδραση σε αγροτικές περιοχές επιφέροντας αλλαγές τόσο σε επίπεδο οικονομικό όσο και σε επίπεδο κοινωνικό και περιβαλλοντικό. Οι αλλαγές μπορεί να είναι θετικές ή αρνητικές ανάλογα με τη διαχείριση της κατάστασης. Στον οικονομικό τομέα επιδρά αυξάνοντας την απασχόληση, συμβάλλει στην περιφερειακή ανάπτυξη ορεινών ή μειονεκτικών περιοχών και επιδρά πολλαπλασιαστικά σε κλάδους που σχετίζονται με τον τουρισμό όπως ο αγροτικός τομέας. Επιδρά επίσης στο ισοζύγιο πληρωμών, είτε επιβαρύνοντάς το λόγω ανάγκης εισαγωγών προϊόντων, είτε αυξάνοντας τα φορολογικά έσοδα του κράτους λόγω αύξησης συναλλαγματικών εισροών, ενώ δημιουργεί πληθωριστικές πιέσεις στις τιμές γης σε τοπικό επίπεδο. Ο τουρισμός επιφέρει αλλαγές στην κοινωνική δομή, μεταβάλλει την επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, αλλάζει το πλαίσιο επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες, αλλάζει τις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα, ενώ εμπορευματοποιούνται οι δραστηριότητες και τα προϊόντα τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης. Τέλος η τουριστική ανάπτυξη λόγω επέκτασής της στο χώρο της υπαίθρου, αναπτύσσοντας μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομές, επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Αποτέλεσμα πολλές φορές είναι η υποβάθμιση οικολογικά ευαίσθητων περιοχών όπως παραθαλάσσιες και ορεινές περιοχές, υδροβιότοποι κ.α. Επίσης μειώνονται οι φυσικοί πόροι (νερό, ενέργεια), αυξάνει ο όγκος των απορριμμάτων και λυμάτων δημιουργώντας προβλήματα ρύπανσης αλλά και προκαλώντας αρνητικές επιπτώσεις σε οικοσυστήματα.

Για τη διερεύνηση της επίδρασης που ασκεί ο τουρισμός στον αγροτικό τομέα του Νομού Χανίων πραγματοποιήθηκε έρευνα η οποία απευθύνθηκε σε κατόχους αγροτικών εκμεταλλεύσεων αλλά και επιχειρήσεις παραγωγής, μεταποίησης,

τυποποίησης, συσκευασίας και εμπορίου αγροτικών προϊόντων. Στόχος της έρευνας ήταν να εξεταστούν οι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής στον αγροτικό τομέα καθώς και τη γνώμη και στάση του αγροτικού πληθυσμού προς τον τουρισμό. Συνολικά απαντήθηκαν 100 ερωτηματολόγια από τα οποία, 58 στάλθηκαν σε επιχειρήσεις μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο) και 42 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από κατόχους αγροτικών εκμεταλλεύσεων με προσωπική συνέντευξη. Οι ερωτήσεις δομήθηκαν σε πέντε ενότητες και αφορούσαν τα χαρακτηριστικά της εκμετάλλευσης, τις κατηγορίες προϊόντων και τα μερίδια πώλησης στην αγορά, τις παρεχόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες, τη γνώμη των ερωτώμενων για τους παράγοντες του αγροτικού τομέα που ασκούν επίδραση στον τουρισμό, αλλά και την επίδραση του τουρισμού στον αγροτικό τομέα.

Από την έρευνα προκύπτει ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στην παραγωγή και το εμπόριο αγροτικών προϊόντων, με τις μισές από αυτές να μεταποιούν τα προϊόντα τους. Μόνο το ένα πέμπτο των ερωτώμενων έχει ενταχθεί σε κάποιο πρόγραμμα. Το πιο δημοφιλές εθνικό πρόγραμμα το οποίο έχουν ενταχθεί είναι το πρόγραμμα των νέων αγροτών. Η συντριπτική πλειοψηφία που απασχολείται στον αγροτικό τομέα είναι άντρες, μέσης ηλικίας, απόφοιτοι πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, με εμπειρία που ξεπερνάει τα 21 έτη. Συνήθως στις εκμεταλλεύσεις εργάζονται άτομα του συγγενικού περιβάλλοντος του κατόχου και μόνο εποχιακά προσλαμβάνεται μικρός αριθμός εργατών. Ανάλογη εικόνα είναι και για τις επιχειρήσεις, όμως εκεί είναι μεγαλύτερο το ποσοστό εργαζομένων που δεν είναι συγγενικά μέλη του ιδιοκτήτη.

Οι κύριες κατηγορίες προϊόντων στις οποίες δραστηριοποιούνται είναι το ελαιόλαδο, το κρασί, η τσικουδιά και άλλα οινοπνευματώδη, τα οπωροκηπευτικά και η κτηνοτροφία (κρέας, γάλα). Το μεγαλύτερο μέρος των αγροτικών προϊόντων διατίθεται σε χονδρέμπορους, κυρίως για τους κατόχους αγροτικών εκμεταλλεύσεων. Στις επιχειρήσεις περίπου η μισή τους παραγωγή διατίθεται σε χονδρέμπορους, το 14% περίπου εξάγεται στο εξωτερικό, ενώ σεβαστές ποσότητες πωλούνται σε καταστήματα τροφίμων και Supermarket, σε εστιατόρια και καφετέριες και σε ιδιόκτητα καταστήματα. Αντίθετα μικρές ποσότητες διατίθενται σε τουριστικά καταστήματα και ξενοδοχεία. Τα μερίδια πώλησης εκτός χονδρέμπορων είναι λίγο υψηλότερα στην κατηγορία του κρασιού. Οι περισσότεροι αγρότες έχουν εισόδημα από τις ετήσιες πωλήσεις των προϊόντων τους έως 15.000 €, ενώ οι επιχειρήσεις άνω των 50.000 €.

Το 55,17% των επιχειρηματιών και το 38,10% των αγροτών είναι πρόθυμοι να ασχοληθούν με αγροτουριστικές δραστηριότητες. Το 62,07% των επιχειρήσεων και το 23,81% των αγροτών παρέχουν τη δυνατότητα επίσκεψης. Από αυτούς που παρέχουν τη δυνατότητα επίσκεψης μόνο το 30,56% των επιχειρήσεων και το 20% των αγροτών συνεργάζεται με κάποιο τουριστικό γραφείο. Ως εναλλακτικά μέσα προσέλκυσης χρησιμοποιούνται κυρίως το διαδίκτυο, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, ιστοσελίδες των επιχειρήσεων, online bookings, social media και συμβόλαια, ενώ ελάχιστοι τοποθετούν πινακίδες οι οποίες όμως δεν φαίνονται να είναι αποτελεσματικές από μόνες τους. Στις περισσότερες περιπτώσεις η είσοδος είναι δωρεάν, ενώ ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων χρησιμοποιούν εισιτήριο ή εισιτήριο με δοκιμή προϊόντος. Ο αριθμός επισκεπτών ως επί τω πλείστων ανέρχεται στα 50 με 100 άτομα ετησίως. Υπάρχουν όμως περιπτώσεις οργανωμένων επιχειρήσεων που καταφέρνουν να έχουν υψηλή επισκεψιμότητα που φτάνει μέχρι και τα 30.000 άτομα.

Σε ότι αφορά την επίδραση του αγροτικού τομέα στον τουρισμό, η πλειονότητα συμφωνεί ότι ο Νομός Χανίων είναι δημοφιλής αγροτουριστικός προορισμός, ότι με κατάλληλη προώθηση του αγροτουρισμού θα μπορούσε να επεκταθεί η τουριστική σεζόν και τους χειμερινούς μήνες, ότι το περιβάλλον αποτελεί συγκριτικό αγροτουριστικό πλεονέκτημα της περιοχής, ότι η κρητική διατροφή και η ποιότητα των τοπικών προϊόντων συμβάλλουν σημαντικά στην προσέλκυση τουριστών και ότι η τοπική παράδοση και ο πολιτισμός συμβάλλουν στην επίτευξη υψηλότερου επιπέδου ικανοποίησης των τουριστών. Οι περισσότεροι θεωρούν ότι δεν υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός φυσιολατρικών και αθλητικών δραστηριοτήτων στην περιοχή τους και οι υποδομές (οδικό δίκτυο, σήμανση) δεν είναι σε καλή κατάσταση.

Σε σχέση με την επίδραση του τουρισμού στον αγροτικό τομέα, η πλειοψηφία συμφωνεί ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής βελτιώνει το επίπεδο του εισοδήματός τους, αυξάνει τις πωλήσεις των προϊόντων τους, λειτουργεί ως κίνητρο για να βελτιώσουν το επίπεδο μόρφωσής τους, αυξάνει την απασχόληση των κατοίκων αγροτικών περιοχών και επιδρά θετικά στην τοπική κουλτούρα. Επίσης θεωρούν ότι δεν επιβαρύνει το περιβάλλον, δεν περιορίζει την αγροτική χρήση γης και συνολικά ωφελεί τον αγροτικό τομέα.

Επίσης προτείνουν να δοθούν κίνητρα στους νέους να παραμείνουν στην ύπαιθρο, για να ασχοληθούν με τον αγροτικό τομέα, να βελτιωθούν οι υποδομές και η πρόσβαση, να προωθηθούν τα τοπικά προϊόντα σε ξενοδοχεία και εστιατόρια, όπως και να αυξηθούν οι έλεγχοι για πιθανή νοθεία προϊόντων. Προτείνουν την αλλαγή των διαφημιστικών προτύπων, δίνοντας έμφαση στην βιοποικιλότητα, στο κλίμα και στους σημαντικότερους αγροτικούς παραγωγικούς τομείς (ελαιοκομία, αμπελουργία) στην Κρήτη, την εισαγωγή νέων τεχνολογιών σε αγροτουριστικές δραστηριότητες και τέλος την παροχή κινήτρων για δημιουργία περισσότερων αγροτουριστικών καταλυμάτων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας (2018)

Ίκκος Α. & Κουτσός Σ. (2019). Η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία το 2018 (ΙΝΣΕΤΕ)

ΙΟΒΕ (2012), Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

ΚΕΠΕ (2014), Οικονομικές Εξελίξεις, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014

Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π. (2001). Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.

Λάμπρου Ε. & Ίκκος Α. (2019). Ανάλυση στοιχείων εισερχόμενου τουρισμού ανά Αγορά και ανά Περιφέρεια 2018 (ΙΝΣΕΤΕ)

ΜΑΙΧ, Πολυτεχνείο Κρήτης, Σύνδεσμος Ξενοδόχων Χανίων (2015). Δεδομένα Έρευνας για τον Τουρισμό στην Δυτική Κρήτη.

Ντότα Α. (2008). Η συμβολή της ΚΑΠ στην προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Εφαρμογή στην περιοχή της λίμνης Κορώνειας.

Παπαγιάννη, Π. (2018). Οι ικανότητες των αγροτών επιχειρηματιών στα πλαίσια της σύγχρονης ελληνικής επιχειρηματικότητας.

Πειραιώς, Τ. (2015). Η συμβολή και οι προοπτικές του αγροτροφικού τομέα στην Ελλάδα. *Economic Research & Investment Strategy*, Σεπτέμβριος.

Χατζηδάκης, Α. (2015). Τάσεις της τουριστικής κίνησης 2008-2015. *Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Εθνικό Τυπογραφείο, Αθήνα 2015)*.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Assessment, M. E. (2005). *Ecosystems and human well-being*(Vol. 5). Washington, DC:: Island press.
- Atkins, P., & Bowler, I. (2016). *Food in society: economy, culture, geography*. Routledge.
- Belisle, F. J. (1983). Tourism and food production in the Caribbean. *Annals of tourism research*, 10(4), 497-513.
- Bertella, G. (2011). Knowledge in food tourism: the case of Lofoten and Maremma Toscana. *Current issues in tourism*, 14(4), 355-371.
- Broadway, M. J. (2017). ‘Putting Place on a Plate’ along the West Cork Food Trail. *Tourism Geographies*, 19(3), 467-482.
- Burel, F., & Baudry, J. (1995). Social, aesthetic and ecological aspects of hedgerows in rural landscapes as a framework for greenways. *Landscape and Urban Planning*, 33(1-3), 327-340.
- Byerlee, D., De Janvry, A., & Sadoulet, E. (2009). Agriculture for development: Toward a new paradigm. *Annu. Rev. Resour. Econ.*, 1(1), 15-35.
- Che, D. (2006). Select Michigan: Local food production, food safety, culinary heritage, and branding in Michigan agritourism. *Tourism Review International*, 9(4), 349-363.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Cramer, V.A., Hobbs, R.J., Standish, R.J., 2008. What’s new about old fields? Landabandonment and ecosystem assembly. *Trends Ecol. Evol.* 23, 104–112.
- Crotti, R., & Misrahi, T. (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015-Growth through Shocks*. In World Economic Forum.
- De Groot, R. (2006). Function-analysis and valuation as a tool to assess land use conflicts in planning for sustainable, multi-functional landscapes. *Landscape and urban planning*, 75(3-4), 175-186.
- De Groot, R. S., Alkemade, R., Braat, L., Hein, L., & Willemen, L. (2010). Challenges in integrating the concept of ecosystem services and values in landscape planning, management and decision making. *Ecological complexity*, 7(3), 260-272.

- Du Rand, G. E., & Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current issues in tourism*, 9(3), 206-234.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism Management*, 68, 250-263.
- European Commission, 2009a. Why Do We Need a Common Agricultural Policy? Discussion Paper by DG Agriculture and Rural Development.
- European Council, 2001. Presidency Conclusions , Göteborg, 15 and 16 June 2001, SN 200/1/01 REV 1.
- Everett, S., & Slocum, S. L. (2013). Food and tourism: An effective partnership? A UK-based review. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 789-809.
- Fons, M. V. S., Fierro, J. A. M., & y Patiño, M. G. (2011). Rural tourism: A sustainable alternative. *Applied Energy*, 88(2), 551-557.
- Giannakis, E., & Bruggeman, A. (2015). The highly variable economic performance of European agriculture. *Land Use Policy*, 45, 26-35.
- Gladstone, J., & Morris, A. (2000). Farm accommodation and agricultural heritage in Orkney. In F. Brown (Ed.), *Tourism in peripheral areas: Case studies* (pp. 91–100). Clevedon: Multilingual Matters Limited.
- Gobster, P. H., Nassauer, J. I., Daniel, T. C., & Fry, G. (2007). The shared landscape: what does aesthetics have to do with ecology?. *Landscape ecology*, 22(7), 959-972.
- Gyimóthy, S., & Mykletun, R. J. (2009). Scary food: Commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism. *Journal of vacation marketing*, 15(3), 259-273.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste in Food tourism around the world.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development. Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Horng, J. S., & Tsai, C. T. S. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism management*, 31(1), 74-85.
- Horng, J. S., & Tsai, C. T. (2012). Culinary tourism strategic development: an Asia-Pacific perspective. *International journal of tourism research*, 14(1), 40-55.
- Iakovidou, O. (1997). Agro-tourism in Greece: the case of women agro-tourism co-operatives of Ambelakia. *MEDIT*, 1, 44–47.

- Jolliffe, L., & Aslam, M. S. (2009). Tea heritage tourism: evidence from Sri Lanka. *Journal of Heritage Tourism*, 4(4), 331-344.
- Jose, S. (2009). Agroforestry for ecosystem services and environmental benefits: an overview. *Agroforestry systems*, 76(1), 1-10.
- Kim, S. (2015). Understanding the historical and geographical contexts of food festival tourism development: The case of the Tatebayashi noodle grand prix in Japan. *Tourism Planning & Development*, 12(4), 433-446.
- Kim, S., & Iwashita, C. (2016). Cooking identity and food tourism: the case of Japanese udon noodles. *Tourism Recreation Research*, 41(1), 89-100.
- Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12, 59-77.
- Krausmann, F., Haberl, H., Schulz, N.B., Erb, K., Darge, E., Gaube, V., 2003. Land-use change and socio-economic metabolism in Austria – Part I: Driving forces of land-use change, 1950–1995. *Land Use Policy* 20, 1–20.
- Latruffe, L., & Desjeux, Y. (2016). Common Agricultural Policy support, technical efficiency and productivity change in French agriculture. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 97(1), 15-28.
- Lee, K. H., Alexander, A. C., & Kim, D. Y. (2014). A study of geographical distance groups on length of visitors' stay at local food festival destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 20(2), 125-136.
- Lundy, L. (2015). *Future Traveller Tribes 2030: Building a more rewarding journey*. Frost & Sullivan.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, 79, 589–603.
- MacDonald, D., Crabtree, J., Wiesinger, G., Dax, T., Stamou, N., Fleury, P., Gutierrez Lazpita, J., Gibon, A., 2000. Agricultural abandonment in mountain areas of Europe: environmental consequences and policy response. *J. Environ. Manage.* 59, 47–69.
- Navarro, L.M., Pereira, H.M., 2012. Rewilding abandoned landscapes in Europe. *Ecosystems* 15, 900–912.
- OECD, 2001. *Multifunctionality Towards an Analytical Framework*. Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris.

- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754-758.
- Power, A. G. (2010). Ecosystem services and agriculture: tradeoffs and synergies. *Philosophical transactions of the royal society B: biological sciences*, 365(1554), 2959-2971.
- Presenza, A., & Del Chiappa, G. (2013). Entrepreneurial strategies in leveraging food as a tourist resource: a cross-regional analysis in Italy. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 182-192.
- Presenza, A., & Iocca, S. (2012). High cuisine restaurants: Empirical evidences from a research in Italy. *Journal of tourism, Hospitality and Recreation* 3 (3), 69-85.
- Rand, G. E. D., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- Robinson, G. (2004). *Geographies of agriculture: Globalisation, restructuring and sustainability*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Rodan, G. (2016). *The political economy of Singapore's industrialization: national state and international capital*. Springer.
- Sánchez-Cañizares, S. M., & López-Guzmán, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. *Current issues in tourism*, 15(3), 229-245.
- Schlüter, R. G. (2011). Anthropological roots of rural development: A culinary tourism case study in Argentina. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(3), 77-91.
- Sidali, K. L., Kastenholz, E., & Bianchi, R. (2015). Food tourism, niche markets and products in rural tourism: Combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1179-1197.
- Silkes, C. A., Cai, L. A., & Lehto, X. Y. (2013). Marketing to the culinary tourist. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 335-349.
- Smith, S., & Costello, C. (2009). Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis. *Journal of Vacation Marketing*, 15(2), 99-110.
- Smith, S. L., & Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of travel research*, 46(3), 289-299.
- Sonnino, R. (2004). For a 'Piece of Bread'? Interpreting sustainable development through agritourism in Southern Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 44, 285-300.

Spilková, J., & Fialová, D. (2013). Culinary tourism packages and regional brands in Czechia. *Tourism geographies*, 15(2), 177-197.

Stoate, C., Baldi, A., Beja, P., Boatman, N.D., Herzon, I., van Doorn, A., de Snoo, G.R., Rakosy, L., Ramwell, C., 2009. Ecological impacts of early 21st century agricultural change in Europe – a review. *J. Environ. Manage.* 91, 22–46.

Su, C. S. (2013). An importance-performance analysis of dining attributes: A comparison of individual and packaged tourists in Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(6), 573-597.

TEEB (2010a) The economics of ecosystems and biodiversity: mainstreaming the economics of nature: a synthesis of the approach, conclusions and recommendations of TEEB

Telfer, D. J., & Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies*, 2(4), 421-447.

Tscharntke, T., Klein, A. M., Kruess, A., Steffan-Dewenter, I., & Thies, C. (2005). Landscape perspectives on agricultural intensification and biodiversity–ecosystem service management. *Ecology letters*, 8(8), 857-874.

Van Oudenhoven, A. P., Petz, K., Alkemade, R., Hein, L., & de Groot, R. S. (2012). Framework for systematic indicator selection to assess effects of land management on ecosystem services. *Ecological Indicators*, 21, 110-122.

Van Zanten, B. T., Verburg, P. H., Espinosa, M., Gomez-y-Paloma, S., Galimberti, G., Kantelhardt, J., ... & Raggi, M. (2014). European agricultural landscapes, common agricultural policy and ecosystem services: a review. *Agronomy for sustainable development*, 34(2), 309-325.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

<http://www.agrotikianaptixi.gr/el>

Οικονομικό Δελτίο. (2006, 07). Ανάκτηση από Τράπεζα της Ελλάδας:

<https://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/oikodelt200607.pdf>

Τράπεζα της Ελλάδας. (2018, 06). Ανάκτηση από Τράπεζα της Ελλάδας:

<https://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

https://www.espa.gr/elibrary/Fylladio_PAA_2014-2020.pdf

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>

<http://www.insete.gr> Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ)

<http://www.insete.gr/Portals/0/statistics/Tourism-statistics.pdf>

<https://oakae.gr/anaptyksiaka-erga/leader-clld/1i-prokiryksi-idiotikon-ergon-gia-to-programma-clld-oakae/>

<http://www.statistics.gr/> Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ)

<http://www2.unwto.org/> Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

<https://www.weforum.org/> World Economic Forum

http://www.wwf.gr/images/pdfs/OdigosPerivallonkaiTourismos_2010.pdf

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



Η παρούσα έρευνα διενεργείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας με θέμα «Αγροτική Ανάπτυξη & Τουρισμός», για την ολοκλήρωση του μεταπτυχιακού προγράμματος «Οργάνωση & Διοίκηση» της Σχολής Μηχανικών Παραγωγής & Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης.

A. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Τοποθεσία εκμετάλλευσης / επιχείρησης:

2. Δραστηριότητες εκμετάλλευσης / επιχείρησης:

Δραστηριότητα	Ναι	Όχι
Παραγωγή αγροτικών προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μεταποίηση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τυποποίηση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συσκευασία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εμπόριο αγροτικών προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Έχετε ενταχθεί σε κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα; ☐ Ναι ☐ Όχι

Αν ναι παρακαλώ αναφέρετε σε ποιο πρόγραμμα έχετε ενταχθεί:

4. Δημογραφικά στοιχεία διαχειριστή:

Φύλο:	<input type="checkbox"/> Άνδρας	<input type="checkbox"/> Γυναίκα
Ηλικία:	<input type="checkbox"/> Έως 25	<input type="checkbox"/> 26-50 <input type="checkbox"/> 51 και άνω
Επίπεδο εκπαίδευσης:	<input type="checkbox"/> Δημοτικό- Γυμνάσιο	<input type="checkbox"/> Λύκειο-Τεχνική σχολή <input type="checkbox"/> ΤΕΙ
	<input type="checkbox"/> ΑΕΙ	<input type="checkbox"/> Μεταπτυχιακό <input type="checkbox"/> Διδακτορικό
Χρόνια εμπειρίας:	<input type="checkbox"/> Έως 5	<input type="checkbox"/> 6-10 <input type="checkbox"/> 11-20 <input type="checkbox"/> 21 και άνω

5. Αριθμός εργαζομένων που αποτελούν:

Μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη :

Μη συγγενικά μέλη:

B. ΠΡΟΪΟΝΤΑ

6. Επιλέξτε από τη λίστα τα προϊόντα στα οποία δραστηριοποιείστε:

Προϊόντα	
Ελαιόλαδο	<input type="checkbox"/>
Κρασί	<input type="checkbox"/>
Ξύδι	<input type="checkbox"/>
Τσικουδιά & άλλα οινοπνευματώδη	<input type="checkbox"/>
Μέλι / προϊόντα μελισσοκομίας	<input type="checkbox"/>
Οπωροκηπευτικά	<input type="checkbox"/>
Τυροκομικά	<input type="checkbox"/>
Αρτοσκευάσματα	<input type="checkbox"/>
Κτηνοτροφικά (κρέας, γάλα)	<input type="checkbox"/>
Αλλαντικά	<input type="checkbox"/>
Κάστανα-ξηροί καρποί	<input type="checkbox"/>
Αρωματικά φυτά-μπαχαρικά	<input type="checkbox"/>
Χυμοί φρούτων-αναψυκτικά	<input type="checkbox"/>
Προϊόντα οικοτεχνίας	<input type="checkbox"/>
Καλλυντικά-σαπούνια	<input type="checkbox"/>
Άλλο:.....	<input type="checkbox"/>

7. Μερίδιο πωλήσεων προϊόντων στην αγορά:

Μερίδιο πώλησης σε (ποσοστό)	0%	Έως 20%	Από 21-50%	Από 51-80%	Από 81% και άνω
Χονδρέμπορους	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδιότητα καταστήματα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καταστήματα τροφίμων/Σούπερ μάρκετ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ξενοδοχεία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τουριστικά καταστήματα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εστιατόρια/καφετέριες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Λαϊκή αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στο εξωτερικό	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Ύψος ετήσιων πωλήσεων προϊόντων εκμετάλλευσης / επιχείρησης:

☐ Έως 15.000€ ☐ 15.001-30.000€ ☐ 30.001-50.000€ ☐ 50.001€ και άνω

Γ. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

9. Θα ήσασταν διατεθειμένοι να ασχοληθείτε με αγροτουριστικές δραστηριότητες;

☐ Ναι ☐ Υπό συγκεκριμένες συνθήκες ☐ Όχι

10. Παρέχετε τη δυνατότητα σε τουρίστες να επισκεφτούν την εκμετάλλευση / επιχείρησή σας για εκπαιδευτικούς ή άλλους λόγους;

☐ Ναι ☐ Όχι

Αν η απάντηση στην ερώτηση 10 είναι θετική τότε:

11. Συνεργάζεστε με κάποιο τουριστικό γραφείο;

☐ Ναι ☐ Όχι

12. Παρακαλώ αναφέρετε αν χρησιμοποιείτε άλλο μέσο για την προσέλκυση επισκεπτών στην εκμετάλλευση / επιχείρησή σας και ποιο είναι αυτό:

.....

13. Με ποιο τρόπο γίνεται η είσοδος των επισκεπτών στην εκμετάλλευση / επιχείρησή σας;

☐ Δωρεάν

☐ Με εισιτήριο

☐ Με πακέτο εισιτήριο συν μικρή ποσότητα προϊόντος

14. Περίπου πόσοι τουρίστες επισκέπτονται την εκμετάλλευση / επιχείρησή σας ετησίως;.....

Δ. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

15. Παρακαλώ επιλέξτε τον βαθμό στον οποίο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις σε σχέση με την επίδραση του αγροτικού τομέα στον τουρισμό:

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ /ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Ο νομός Χανίων αποτελεί δημοφιλή αγροτουριστικό προορισμό.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Με την κατάλληλη προώθηση του αγροτουρισμού η τουριστική σεζόν θα μπορούσε να επεκταθεί και τους χειμερινούς μήνες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί συγκριτικό αγροτουριστικό πλεονέκτημα της περιοχής.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η κρητική διατροφή και η ποιότητα των τοπικών προϊόντων συμβάλλουν σημαντικά στην προσέλκυση τουριστών.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η τοπική παράδοση και ο πολιτισμός της περιοχής συμβάλλουν στο υψηλότερο επίπεδο ικανοποίηση των τουριστών.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υπάρχει πλήθος φυσιολατρικών και αθλητικών δραστηριοτήτων στην περιοχή σας.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι υποδομές (οδικό δίκτυο, σήμανση) και η πρόσβαση είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο στην περιοχή σας.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ε. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

16. Παρακαλώ επιλέξτε τον βαθμό στον οποίο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις σε σχέση με την επίδραση του τουρισμού στον αγροτικό τομέα:

Η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής:	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ /ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Βελτιώνει το επίπεδο του εισοδήματός σας.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αυξάνει τις πωλήσεις των προϊόντων σας.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αποτελεί κίνητρο για τη βελτίωση του επιπέδου μόρφωσής σας (π.χ. απόκτηση γνώσεων ξένων γλωσσών, απόκτηση δεξιοτήτων)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αυξάνει την απασχόληση των κατοίκων αγροτικών περιοχών.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Λειτουργεί θετικά στην κουλτούρα των κατοίκων της περιοχής.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιβαρύνει το περιβάλλον.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Περιορίζει την αγροτική χρήση γης.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συνολικά η τουριστική ανάπτυξη ωφελεί τον αγροτικό τομέα της περιοχής.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Έχετε να προτείνετε μια καινούργια οπτική, όπου θα μπορούσε να συνδυαστεί ο τουρισμός με την ανάπτυξη αγροτικών περιοχών;

.....
.....

Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!