

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ(Πάτρα)**

*Τίτλος εργασίας: Επιχειρηματικότητα και  
Καινοτομία στην Π.Ε Ηλείας*



*Πτυχιακή των:  
Δημητράκη Ελένη Άννα  
Ζώη Δημητρίου  
Επιβλέπων: Βασιλείου Κωνσταντίνος*

*ΠΑΤΡΑ, Ιούλιος 2015*

## Περίληψη

Η επιχειρηματικότητα είναι μια έννοια στενά συνυφασμένη και συνδεδεμένη με τον άνθρωπο και κυρίως με αυτόν που ζει, απευθύνεται και συναλλάσσεται με οργανωμένες κοινωνίες. Αν και πολλοί θα πίστευαν ότι η επιχειρηματικότητα είναι χαρακτηριστικό του σύγχρονου ανθρώπου ανθρώπου, οι πρώτες μορφές επιχειρηματικότητας εντοπίζονται στην αρχαιότητα. Ένα κλασσικό παράδειγμα είναι η ιστορία του Θαλή του Μιλήσιου, με την δημιουργία «Υπόθεση του Θαλή» που προέβλεψε την αυξημένη σοδειά της ελιάς για την επόμενη χρονιά, διαπραγματεύτηκε σε χαμηλές τιμές με ιδιοκτήτες ελαιотριβείων της περιοχής βάζοντας ως ενέχυρο την λιγοςτή του περιουσία. Το αποτέλεσμα τον δικαίωσε αφού η διαπραγμάτευση του απέφερε μεγάλα κέρδη παρακάμπτοντας την αβεβαιότητα και τον κίνδυνο της κίνησης του.

Η μικρή αυτή εισαγωγή θέλει να δηλώσει την σημασία της επιχειρηματικότητας και πόσο βαθιά βρίσκεται στην ιστορία σε οποιαδήποτε μορφή συναλλαγής. Σκοπός λοιπόν της παρούσας πτυχιακής είναι να αναλύσει των πτυχές της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στο Νομό Ηλείας, μια περιοχή που στηρίζεται κυρίως στο πρωτογενή τομέα και στον τουρισμό, και να αναδείξει ένα μοντέλο εναλλακτικού τουρισμού, τον αγροτουρισμό βασιζόμενο στους πόρους της περιοχής. Στόχοι της πτυχιακής η διερεύνηση των παραγόντων που ευνοούν και εμποδίζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, ο βαθμός ύπαρξης και εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου και ο βαθμός ενημέρωσης, αποδοχής και μελλοντικής εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου από τις επιχειρήσεις του νομού Ηλείας.

Η συλλογή των ερευνητικών αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε μέσω πρωτογενούς έρευνας με την χρήση ερωτηματολογίου και η επαφή με τους ερωτώμενους έγινε μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας. Τα δεδομένα επεξεργάστηκαν με την χρήση του Microsoft excel 2010.

Τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα στηρίχθηκαν τόσο στην βιβλιογραφική ανασκόπηση όσο και στην πρωτογενή έρευνα που πραγματοποιήθηκε, σύμφωνα με τα αποτελέσματα παρατέθηκαν προτάσεις βελτίωσης για την επιχειρηματικότητα και την

καινοτομία, βασιζόμενοι στους πόρους που διαθέτει η Ηλεία καθώς και προτάσεις για εναλλακτικό τουρισμό σε συνδυασμό ή μη με τον αγροτουρισμό.

## Κεφάλαιο 1-Εισαγωγή

1.1 Εισαγωγή.....	8
1.2 Σκοπός και ερευνητικοί στόχοι.....	8
1.3 Δομή πτυχιακής.....	9

## Κεφάλαιο 2 - Βιβλιογραφική ανασκόπηση

2.1 Επιχειρηματικότητα.....	10
2.1.1 Εισαγωγή.....	10
2.1.2 Ο ορισμός της επιχειρηματικότητας.....	10
2.1.3 Η έννοια του επιχειρηματία.....	12
2.1.4 Επιχειρηματικότητα των νέων.....	13
2.1.5 Κίνητρα και επιχειρηματικότητα.....	15
2.1.6 Επιχειρηματικότητα και παράγοντες που την επηρεάζουν..	16
2.1.7 Επιχειρηματικότητα και καινοτομία στην Ελλάδα.....	17
2.1.8 Στατιστικά στοιχεία επιχειρηματικότητας και καινοτομίας N.Ηλείας.....	18
2.2 Τουρισμός.....	23
2.2.1 Εισαγωγή.....	23
2.2.2 Η έννοια του τουρισμού.....	24
2.2.2.1 Βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού.....	24
2.2.2.2 Το τουριστικό προϊόν.....	25
2.2.3 Ιστορική αναδρομή.....	26
2.2.4 Κατηγορίες και είδη τουρισμού.....	27
2.2.4.1 Κατηγορίες τουρισμού.....	27
2.2.4.2 Είδη τουρισμού.....	29
2.2.5 Τουρισμός στην Ελλάδα.....	30
2.2.5.1 Πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού.....	31
2.2.5.2 Μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού.....	31
2.2.6 Τουρισμός και οικονομία.....	32
2.3 Αγροτουρισμός.....	34
2.3.1. Εισαγωγή.....	34
2.3.2 Αγροτουρισμός: Ορισμός και ιστορική αναδρομή.....	35
2.3.2.1 Οι βασικές αρχές και στόχοι του αγροτουρισμού.....	39
2.3.2.2 Πλεονεκτήματα του αγροτουρισμού.....	40
2.3.2.3 Μειονεκτήματα του αγροτουρισμού.....	41
2.3.2.4 Προβλήματα και αδυναμίες.....	42
2.3.3 Χώρες Ανάπτυξης.....	42
2.3.3.1 Γαλλία.....	43
2.3.3.2 Ιταλία.....	44

2.3.3.3 Αγγλία.....	44
2.3.3.4 Αυστρία.....	45
2.3.3.5 Ελλάδα.....	45
2.3.4 Προϋποθέσεις ανάπτυξης του αγροτουρισμού.....	46
2.3.5 Σχεδιασμός και δαχειρίση της ανάπτυξης του αγροτικού Τουρισμού.....	48
2.3.6 Μορφές αγροτουρισμού.....	48
2.3.6.1 Κύριες μορφές αμιγή αγροτουρισμού στην Ελλάδα.....	49
2.3.6.2 Κύριες σύνθετου αμιγή αγροτουρισμού στην Ελλάδα.....	50
2.3.7 Κατηγορίες αγροτουρισμού .....	50
2.3.8 Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού.....	52
2.3.9 Το προφίλ του αγροτουρίστα.....	53
2.3.10 Αγροτουριστικό προϊόν.....	55
2.3.10.1 Οι προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες.....	55
2.3.10.2 Τα τοπικά προϊόντα.....	57
2.3.10.3 Η εικόνα της περιοχής.....	58
2.3.11 Είδη αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα.....	59
2.3.11.1 Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής.....	59
2.3.11.2 Τουριστικά γραφεία ή παροχείς προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων αγροτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.....	59
2.3.11.3 Επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών ανάδειξης της τοπικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.....	60
2.3.11.4 Αγροτουρισμός σε αγρόκτημα εκτός λειτουργίας.....	60
2.3.11.5 Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, παθητική επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες .....	61
2.3.11.6 Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, έμμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες .....	62
2.3.11.7 Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, άμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες , σχεδιασμένος αγροτουρισμός... ..	62
2.3.11.8 Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, άμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες , αυθεντικός αγροτουρισμός.....	63
2.3.12 Αγροτουρισμός στην Ηλεία.....	64
2.3.13 Προγράμματα χρηματοδότησης.....	67
2.3.13.1 Φορείς Αγροτουρισμού.....	67
2.3.13.2 Κανονισμός.....	68
2.3.13.3 Περιφερειακά επιχειρησιακά προγράμματα και Ε.Π «Αγροτική ανάπτυξη –ανασυγκρότηση της υπαίθρου.....	69
2.3.13.4 Κοινοτική πρωτοβουλία LEADER.....	70
2.3.13.4.1 Leader I.....	70
2.3.13.4.2 Leader II.....	71

2.3.13.4.3 Leader +.....	72
2.3.13.4.4 Leader 2015.....	74
2.3.13.5 Πρόγραμμα αγροτικής ανάπτυξης.....	75
2.3.13.6 Ολοκληρωμένα προγράμματα ανάπτυξης αγροτικού χώρου..	77
2.4 Συμπεράσματα.....	78

### Κεφάλαιο 3 - Μεθοδολογία έρευνας

3.1 Εισαγωγή.....	79
3.2 Σχεδιασμός έρευνας.....	79
3.3 Σχεδιασμός και περιγραφή ερωτηματολογίου.....	80
3.4 Επιλογή Δείγματος.....	81
3.5 Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων.....	82
3.6 Περιορισμοί έρευνας.....	83

### Κεφάλαιο 4 – Αποτελέσματα έρευνας

4.1 Εισαγωγή.....	84
4.2 Περιγραφή δείγματος και αντιπροσωπευτικότητα.....	84
4.2.1 Περιγραφή δείγματος ως προς τα δημογραφικά Χαρακτηριστικά.....	85
4.3 Επιχειρηματικότητα και καινοτομία.....	89
4.3.1 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστ....	89
4.3.2 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	90
4.3.3 Λόγοι ανάπτυξης επιχειρηματικότητας.....	92
4.3.4 Αξιολόγηση επιχείρησης.....	93
4.3.5 Πηγές πληροφόρησης για την ανάπτυξη μιας καινοτόμας Επιχείρησης.....	94
4.3.6 Παράγοντες επίτευξης καινοτόμων δράσεων.....	96
4.3.7 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων Δράσεων.....	98
4.4 Αγροτουρισμός.....	99
4.4.1 Αγροτουρισμός ως έννοια.....	100
4.4.2 Βαθμός εφαρμογής αγροτουριστικού μοντέλου.....	100
4.4.3 Υλοποίηση και εφαρμογή στο μέλλον.....	101
4.4.4 Ενημέρωση για τον αγροτουρισμό.....	102
4.4.5 Συμβολή αγροτουρισμού στην ανάπτυξη του Νομού Ηλείας.....	103
4.4.6 Υποδομές ανάπτυξης του αγροτουρισμού.....	103
4.4.7 Πλεονεκτήματα Νομού Ηλείας για την ανάδειξη του Αγροτουρισμού.....	103
4.5 Συμπεράσματα.....	104

## **Κεφάλαιο 5 – Συμπεράσματα προτάσεις**

<b>5.1 Εισαγωγή.....</b>	<b>105</b>
<b>5.2 Σκοπός και στόχοι της πτυχιακής εργασίας- συμπεράσματα     Για κάθε ερευνητικό στόχο.....</b>	<b>105</b>
<b>5.3 Προτάσεις.....</b>	<b>107</b>
<b>5.3.1 Τουρισμός και γεωγία.....</b>	<b>108</b>
<b>5.3.2 Αγροτουρισμός και άλλες μορφές εναλλακτικού         Τουρισμού.....</b>	<b>108</b>
<b>5.4 Περιορισμοί έρευνας- Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....</b>	<b>110</b>

### **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

# Κεφάλαιο 1- Εισαγωγή

## 1.1 Εισαγωγή

«Γίνε τόσο καλός που να μπορούν να σε αγνοήσουν» - Steve Martin

Με αυτό το γνωμικό ξεκινάμε την ανάλυση της πτυχιακής για να σας μνήσουμε ακόμα πιο πολύ στο θέμα μας. Το θέμα της πτυχιακής είναι «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στην περιφερειακή ενότητα Ηλείας». Η επιχειρηματικότητα σαν έννοια μπορεί να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα σε όλα τα επίπεδα του εξωτερικού περιβάλλοντος, να αλληλεπιδράσει μαζί τους, να τα επηρεάσει αλλά και να επηρεαστεί έντονα. Σε μια εποχή που η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει όλους τους τομείς, η επιχειρηματικότητα δεν θα μπορούσε να μείνει ανέγγιχτη. Η επιλογή του θέματος έγκειται στην ανάγκη ανάλυσης των παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία, πως αντιδρούν, την ανάλυση του αγροτουρισμού και πως θα μπορούσε να αποτελέσει ευκαιρία ανάπτυξης για τον Νομό Ηλείας και πολύ πιθανόν ευκαιρία ανταπόκρισης στην κρίση μέσα από την εκτενή παρουσίαση και έρευνα για το συγκεκριμένο μοντέλο εναλλακτικού τουρισμού.

## 1.2 Σκοπός και ερευνητικοί στόχοι

Η παρούσα πτυχιακή είχε ως σκοπό να ανάλυση των πτυχών της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στο Νομό Ηλείας, μια περιοχή που στηρίζεται κυρίως στο πρωτογενή τομέα και στον τουρισμό, και να αναδείξει ένα μοντέλο εναλλακτικού τουρισμού, τον αγροτουρισμό βασιζόμενο στους πόρους της περιοχής .

Οι ερευνητικοί στόχοι της πτυχιακής είναι οι εξής:

- Διερεύνηση των παραγόντων που ευνοούν και εμποδίζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.
- Ο βαθμός ύπαρξης και εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου.
- Ο βαθμός ενημέρωσης, αποδοχής και μελλοντικής εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου από τις επιχειρήσεις του νομού Ηλείας.



- Η συμβολή του αγροτουρισμού στην ανάπτυξη του Νομού Ηλείας και η ύπαρξη υποδομών.

### 1.3 Δομή πτυχιακής

Για την καλύτερη κατανόηση και φυσική ροή της πτυχιακής, ήταν σκόπιμο να χωριστεί σε τέσσερα κεφάλαια για την ορθότερη ανάλυση της.

Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται η βιβλιογραφική ανασκόπηση που χωρίζεται σε τρία μέρη. Το πρώτο μέρος αφορά στην επιχειρηματικότητα όπου αναλύεται η έννοια, παράγοντες που την επηρεάζουν, τα κίνητρα επιχειρηματικότητας και παρατίθενται στατιστικά στοιχεία για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία για την Ελλάδα και στη συνέχεια πιο στοχευμένα για την Ηλεία. Στο δεύτερο μέρος αναλύεται η έννοια του τουρισμού, οι κατηγορίες και τα είδη, τα βασικά χαρακτηριστικά του, πραγματοποιείται ιστορική αναδρομή, παρατίθενται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα και η επίδραση του στην οικονομία. Στο τρίτο κομμάτι αναλύεται ο αγροτουρισμός, εστιάζοντας στον ορισμό του, στα χαρακτηριστικά, στα είδη του, στους παράγοντες που τον επηρεάζουν, στις χώρες που εφαρμόζεται το αγροτουριστικό μοντέλο, στον αγροτουρισμό στην Ηλεία και στους τρόπους χρηματοδότησης.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται η μεθοδολογία της έρευνας, ο σχεδιασμός της, περιγράφεται το ερωτηματολόγιο, επιλογή του δείγματος, ο μέθοδος ανάλυσης των στοιχείων καθώς και οι περιορισμοί της έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρατίθενται η περιγραφή του δείγματος, η ανάλυση των πρωτογενών στοιχείων βάσει των ερευνητικών στόχων και η σύνοψη με τα πιο σημαντικά στοιχεία.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύονται ο σκοπός και οι στόχοι της έρευνας, τα συμπεράσματα για κάθε ερευνητικό στόχο συνδυάζοντας την έρευνα και την βιβλιογραφική ανασκόπηση, δίνονται προτάσεις βασισμένες στην πρωτογενή έρευνα και την βιβλιογραφική ανασκόπηση και κλείνει το κεφάλαιο με τους περιορισμούς της έρευνας και προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

## **Κεφάλαιο 2- Βιβλιογραφική ανασκόπηση**

### **2.1 Επιχειρηματικότητα**

#### **2.1.1 Εισαγωγή**

Η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι ποικιλόμορφη και οδηγεί σε σημαντικά αποτελέσματα για την βελτίωση της οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας. Σκοπός του παρόντος κεφαλαίου είναι η εισαγωγή στην έννοια της επιχειρηματικότητας και σε όλες τις παραμέτρους που την απαρτίζουν. Αναλύεται η έννοια του επιχειρηματία καθώς και η επιχειρηματικότητα των νέων και πως επηρεάζεται από εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες. Επιπλέον, σημαντικός πυλώνας του κεφαλαίου αυτού είναι τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας όπως και η παράγοντες που την επηρεάζουν. Τέλος, σκιαγραφείται η επιχειρηματικότητα στον ελληνικό χώρο και παρατίθενται στατιστικά για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία στην Ελλάδα.

#### **2.1.2 Ο ορισμός της επιχειρηματικότητας**

Τα τελευταία χρόνια η έννοια και το περιεχόμενο της «επιχειρηματικότητας» έλκει όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον των ακαδημαϊκών και επιχειρηματιών. Αυτό οφείλεται στο γεγονός πως η επιχειρηματικότητα ως μια ολοκληρωμένη έννοια και οι επιχειρηματίες ως άτομα μπορούν να συμβάλλουν, αποφασιστικά, τόσο στην κοινωνία όσο και στην οικονομία με ποικίλους τρόπους. Ο πρώτος ακαδημαϊκός που αναγνώρισε την αξία της επιχειρηματικότητας στην παραγωγική διαδικασία ήταν ο Alfred Marshal. Στο βιβλίο του «Principles of Economics» το 1980, αναγνωρίζει 4 παράγοντες στην παραγωγική διαδικασία. Οι παράγοντες αυτοί είναι το κεφάλαιο, η γη, η εργασία, και η οργάνωση. Οι 3 πρώτοι παράγοντες οργάνωνονται και συντονίζονται από τον τέταρτο. Η επιχειρηματικότητα σε αυτήν την περίπτωση αποτελεί την κινητήρια δύναμη της οργάνωσης και εκείνον τον συντελεστή παραγωγής που θεμελιώνει την οικονομική σκέψη και συνδυάζει τους 4 παράγοντες αποτελεσματικά. (Welsch 2004)

Ο όρος επιχειρηματικότητα έχει εμφανιστεί να περιγράφει μια σειρά από δραστηριότητες όπως η διαχείριση, η διοίκηση, η ίδρυση, η δημιουργία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Η έννοια της επιχειρηματικότητας, σε πρώτο στάδιο, «ως μια προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και από αυτή τη διαδικασία να προκύψει κέρδος» (Cunningham, 1991). Η επιχειρηματικότητα, βάσει οικονομικών και κοινωνιολογικών μελετών, χαρακτηρίζεται ως μια ολοκληρωμένη διαδικασία και όχι ως ένα μετρήσιμο μέγεθος. Επομένως, όταν γίνεται αναφορά στην επιχειρηματικότητα θεωρείται «ως μια δυναμική διαδικασία με την οποία τα άτομα προσδιορίζουν συνεχώς τις οικονομικές ευκαιρίες που εμφανίζονται και τις εκμεταλλεύονται πουλώντας αγαθά και υπηρεσίες». Υπό αυτές τις συνθήκες όλες οι καινοτόμες ιδέες μετατρέπονται σε οικονομικές ευκαιρίες, γεγονός που αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor, 2009).

Ένας άλλος ορισμός για την επιχειρηματικότητα προέρχεται από έναν Γάλλο οικονομολόγο τον R. Cattilon, ο οποίος το 1970 όρισε τον επιχειρηματία ως το άτομο «που προσπαθεί να εκμεταλλευτεί την διαφορά των τιμών, ανάμεσα στην αγορά, με μια βεβαιωμένη τιμή, και στην πώληση των αγαθών με βεβαιότητα (Wennekers, Thurik 2006). Ένας άλλος ορισμός που χρησιμοποιεί ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α) είναι αυτός όπου «οι επιχειρηματίες είναι οι φορείς της αλλαγής και της ανάπτυξης της οικονομίας της αγοράς, είναι εκείνοι που με την δράση τους δημιουργούν, διαχέουν και εφαρμόζουν καινοτόμες ιδέες που δεν επιδιώκουν να αξιοποιήσουν τις οικονομίες αλλά έλκονται από την ανάληψη κινδύνου και αρέσκονται να βλέπουν την επιβεβαίωση του προαισθήματός τους».

Σύμφωνα με το Harvard Business School, η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία σύλληψης ή δημιουργίας μιας ευκαιρίας και η επιδίωξη εκμετάλλευσης της, ανεξάρτητα από τον έλεγχο ή την κατοχή των μέσων υλοποίησης της. (Timmons J. & Spinneli S. 2007). Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα ορίζεται ανάλογα με την οικονομική ή διοικητική οπτική (Hebert.R.F. & Link A.N, 1989). Από την οικονομική οπτική, επιχειρηματίας είναι το άτομο που αναλαμβάνει τον κίνδυνο και παίρνει αποφάσεις που επηρεάζουν την κατανομή, τον τύπο, τη χρήση των αγαθών, των πόρων ή των επιχειρήσεων. Από την σκοπιά της διοίκησης, οι επιχειρηματίες διακρίνονται σε εκείνους που αναζητούν τις ευκαιρίες και σε εκείνους που διοικούν μια επιχείρηση.

### 2.1.3 Η έννοια του επιχειρηματία

Οι πρώτες αναφορές στην έννοια του επιχειρηματία, έγιναν κατά τη διάρκεια του 14<sup>ου</sup> αιώνα, όπου άρχισαν να περιγράφονται ως τα άτομα που κατέβαλαν ένα συγκεκριμένο ποσό προς το κράτος με σκοπό να τους χορηγηθεί να συλλέγουν τους φόρους από μια περιοχή, συνήθως την περιοχή που κατοικούσαν. Κατά τον 17<sup>ο</sup> αιώνα ο όρος «entrepreneur» μεταφράζεται επίσημα ως επιχειρηματίας και χρησιμοποιείται επίσημα για πρώτη φορά με σκοπό να περιγράψει όλα τα οικονομούντα που αναλάμβαναν τον κίνδυνο μιας νέας επιχείρησης και αντιμετώπιζαν την αβεβαιότητα του πιθανού κέρδους ή μιας πιθανής απώλειας.

Το 1776, ο Adam Smith στο βιβλίου του « Η κοινωνία των εθνών» όρισε τον επιχειρηματία ως το άτομο που αναλάμβανε ενός οργανισμού για εμπορικούς σκοπούς. Σύμφωνα με τον Smith επιχειρηματίες είναι εκείνοι που αντιδρούν στις εξελίξεις της οικονομίας με αποτέλεσμα να δραστηριοποιηθούν ως μεσάζοντες και να μετατρέπουν την ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών σε προσφορά. Στις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα, ο Say το 1803, περιγράφει τον επιχειρηματία ως έναν άνθρωπο που διαθέτει τεχνικές και δεξιότητες, έτσι ώστε να μπορεί δημιουργήσει νέες επιχειρήσεις. Επιπλέον, υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματίας είναι ένα άτομο με εξαιρετικές γνώσεις και διαβλέπει τις ανάγκες της αγοράς με στόχο να τις ικανοποιήσει ανά πάσα στιγμή αυτές εκδηλωθούν. Στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα και τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα δεν έχει γίνει διαχωρισμός του επιχειρηματία από τον μάνατζερ. Ειδικότερα, οι Elys και Hess (1937) αναφέρουν ότι «ο επιχειρηματίας οργανώνει και λειτουργεί μια επιχείρηση για προσωπικό όφελος, καταβάλλει τρέχουσες τιμές για τα υλικά που καταναλώνονται στις επιχειρήσεις, για την χρήση γης, για την εργασία και το κεφάλαιο που απαιτείται. Συμβάλλει με τις δεξιότητες του και την εφευρετικότητα στον σχεδιασμό στις λειτουργίες, την οργάνωση και διοίκηση της επιχείρησης αναλαμβάνοντας το ρίσκο της απώλειας ή του κέρδους που καθορίζεται από παράγοντες που δεν μπορεί πάντα να προβλέψει ή αποτρέψει.

Προς τα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα αρχίζει να αποσαφηνίζεται και να εξειδικεύεται η έννοια του επιχειρηματία. Εισέρχονται οι όροι και η έννοια του επιχειρηματία σε τομείς του management, όπου δίνεται έμφαση στην προσωπική γνώμη του επιχειρηματία, προβάλλοντας κομμάτια της προσωπικότητας του όπως η καινοτομική σκέψη,

δημιουργικότητα, η οργάνωση και η ανάληψη κινδύνου. Σύμφωνα με τον Cole υπάρχουν τέσσερα είδη επιχειρηματία: ο καινοτόμος, ο εφερευτικός, ο οργανωτικός και ο υπεραισιόδοξος υποκινητής και δεν σχετίζονται με την προσωπικότητα του επιχειρηματία αλλά με το είδος της ευκαιρίας που αντιμετωπίζει. Ο επιχειρηματίας έχει έναν πολύ σημαντικό ρόλο όπως είναι η πρωτοπορία στην διάνοιξη νέων δρόμων και στόχος τους είναι να πετύχουν το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα από τις ευκαιρίες που τους παρουσιάζονται. (Βασιλειάδης 2008).

Για να κατανοηθούν τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του επιχειρηματία θα πρέπει να εξετασθούν και οι αξίες που προσβέβει. Ο προσανατολισμός των αξιών μπορεί να ορισθεί ως μια οργανωμένη και γενικευμένη αντίληψη της φύσης. Οι επιχειρηματίες προσανατολίζονται στην ανάγκη για επίτευξη στόχων, για αποτελεσματικότητα και αποτελεσματική ηγεσία. Ένα άλλο χαρακτηριστικό που χαρακτηρίζει την επιχειρηματική συμπεριφορά είναι η καινοτομία. Η καινοτομία και η επίλυση προβλημάτων αποτελούν τον πυρήνα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν προκλήσεις στην προσπάθεια τους να επιλύσουν προβλήματα και να εφαρμόσουν νέες ιδέες. Αξίζει να σημειωθεί ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα γίνεται πιο έντονη την περίοδο κοινωνικών, πολιτικών και οικονομικών αναταραχών, αφού στις περιόδους αυτούς επιβιώνουν όσοι έχουν ασχοληθεί με διαφορετικά αντικείμενα.

#### **2.1.4 Επιχειρηματικότητα των νέων**

Τα υψηλά ποσοστά ανεργίας και οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι νέοι σήμερα στην αναζήτηση και εύρεση εργασίας εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, στρέφει ολοένα και περισσότερους νέους στην δημιουργία δική τους επιχείρησης. Για την επιτυχή ίδρυση και λειτουργία μιας επιχείρησης δεν απαιτείται μόνο η εύρεση του απαραίτητου οικονομικού κεφαλαίου αλλά και κάποια χαρακτηριστικά και παράγοντες που σχετίζονται με τον επιχειρηματία όπως (Ιωάννου 2001):

- Τα τυπικά προσόντα του νεού που προέρχονται είτε από το αντικείμενο των σπουδών, με την κατάρτιση ή την επαγγελματική του εμπειρία.
- Το κίνητρο της δημιουργίας. Ο νέος επιχειρηματίας θα πρέπει να διαθέτει ουσιαστική θέληση να πετύχει το εγχείρημα, να πιστεύει πολύ σε αυτό και στην

κάθε δυσκολία που θα προκύψει να πιστεύει στις ικανότητες του και να έχει επιμονή μέχρι να την επιλύσει.

- Δεξιότητες και προσωπικά χαρακτηριστικά. Ο νέος επιχειρηματίας θα πρέπει να διαθέτει το στοιχείο της αυτοβελτίωσης, ώστε μέσα από τις δυσκολίες και τα ελαττώματα του να μαθαίνει και να επιδιώκει να βελτιωθεί και προοδεύει.
- Η καινοτομία, η δημιουργικότητα, η ικανότητα συνεργασίας και παρακίνησης έτσι ώστε να δημιουργεί νέες και δημιουργικές συνεργασίες και ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον.

Ωστόσο, υπάρχουν παράγοντες και προκαταλήψεις που επηρεάζουν την νεανική επιχειρηματικότητα και αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα για όσους επιθυμούν να προβούν στο επόμενο βήμα για την υλοποίηση της ιδέας τους όπως: (R. Immink & B. O' Kane 2004)

- Οι περισσότεροι νέοι θεωρούν ότι για να είναι επιτυχημένοι επιχειρηματίες θα πρέπει προχωρήσουν σε ένα νέο και τολμηρό επιχειρηματικό σχέδιο. Η άποψη αυτή καταρρίπτεται αφού σύμφωνα με έρευνα των ΗΠΑ οι 500 ταχύτερα αναπτυσσόμενες εταιρείες δεν εφαρμόζουν κάποια καινοτόμα ιδέα αλλά εφαρμόζουν καλύτερα και πιο αποτελεσματικά διαδικασίες σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους.
- Η έλλειψη ενός καλού επιχειρηματικού σχεδίου αποτελεί πρόκληση για την εκκίνηση της επιχειρηματικής ιδέας. Η έναρξη μιας επιχείρησης απαιτεί τόλμη και αυτοσχεδιασμό. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο κρίνεται επιτυχημένο σε βάθος χρόνου δεδομένου και της στρατηγικής που εφαρμόζεται.
- Σημαντικός παράγοντας είναι η γνώση και η ικανότητα. Όσο η σχέση του νέου με το επιχειρήν είναι ουδέτερη τότε ολοένα και δυσκολότερο θα γίνει να δημιουργήσει την δική του επιχείρηση.
- Ο φόβος της ανάληψης ρίσκου είναι ένας ουσιαστικός παράγοντας στην εκκίνηση μιας επιχείρησης. Ο ρόλος του νέου επιχειρηματία δεν είναι να ρισκάρει σε τέτοιο βαθμό που να ανατρέψει την προσωπική του ζωή αλλά να προσπαθεί να διοχετεύει μέρος του κινδύνου σε πελάτες, εργαζομένους, προμηθευτές και χρηματοδότες.

### 2.1.5 Κίνητρα επιχειρηματικότητας

Οι παράγοντες που επιδρούν στην απόφαση ενός ατόμου να γίνει επιχειρηματίας διακρίνονται σε 3 κατηγορίες (Brockhaus 1982) :

- Τις ψυχολογικές επιδράσεις που έχει δεχθεί το άτομο.
- Τα αποτελέσματα των εμπειριών του (κυρίως σε προηγούμενα εργασιακά περιβάλλοντα).
- Τα προσωπικά του χαρακτηριστικά

Οι επιδράσεις αυτές χαρακτηρίζονται ως κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης και μπορούν να διαχωριστούν σε δύο τύπους: στα θετικά κίνητρα (pull motives) ή παράγοντες προσέλκυσης που ελκύουν το άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας και στα αρνητικά κίνητρα (push motives) που αναγκάζουν το άτομο να στραφεί στην αυτοαπασχόληση.

Θετικά κίνητρα μπορούν να αποτελέσουν:

- Η επιδίωξη κέρδους
- Η επιδίωξη ανεξαρτησίας
- Η επιδίωξη κοινωνικού κύρους
- Η επιθυμία για επιτεύγματα

Ένα ψυχολογικό κίνητρο που ενθαρρύνει το άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας είναι η εμπιστοσύνη στις προσωπικές τους ικανότητες (Rotter, J. 1971). Όσο περισσότερο το άτομο διαθέτει εμπιστοσύνη τόσο αυξάνεται η δυνατότητα και η αυτοπεποίθησή του να προχωρήσει στην υλοποίηση επιχειρηματικών ιδεών παρά την αβεβαιότητα του αποτελέσματος.

Από την άλλη τα αρνητικά κίνητρα τα οποία μπορούν να απομακρύνουν το άτομο από την ίδρυση της δικής του επιχείρησης και αποτελούν πολλές φορές ισχυρότερα από τα αντίστοιχα θετικά είναι:

- Απόλυση από την εργασία ή ανεργία
- Προστριβές με τον προϊστάμενο
- Η αναγκαστική μετανάστευση
- Η μονοτονία του μισθωτή
- Το διαζύγιο

Ένα άλλο κίνητρο που ωθεί την επιχειρηματία στην απόφαση για αυτοαπασχόληση είναι ότι δεν μπόρεσε να προοδεύσει και να αναδειχθεί στις προηγούμενες επαγγελματικές απασχολήσεις του. Δεν συνεπάγεται βέβαια ότι η αποτυχία σε μια καριέρα θα οδηγήσει στην επιτυχία ή αποτυχία στην επόμενη επιλογή. Παράγοντες όπως τύχη (για παράδειγμα μια τυχαία γνωριμία), οι περιβαλλοντικές επιδράσεις όπως ύπαρξη οικογενειακής επιχείρησης, σπουδές επιδρούν εξίσου δυναμικά με άλλες θετικές ή αρνητικές επιδράσεις.

### **2.1.6 Επιχειρηματικότητα και παράγοντες που την επηρεάζουν**

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν πολύπλευρο κλάδο και επηρεάζεται από πολλά και διαφορετικά φαινόμενα όπως κοινωνικά, πολιτικά, πολιτιστικά, περιβαλλοντικά, οικονομικά και δημογραφικά (Gaddam, S. 2007). Οι οικονομικοί παράγοντες είναι ζωτικής σημασίας μιας και η επιχειρηματική δραστηριότητα βασίζεται στην οικονομική θεωρία ζήτησης και προσφοράς αγαθών και υπηρεσιών. Οι οικονομικές μεταβλητές που επιδρούν καταλυτικά στην επιχειρηματικότητα είναι οι πολιτικές και κυρίως οι νομισματικές πολιτικές των κρατών, οι εμπορικές πολιτικές, οι παρεμβάσεις των κυβερνήσεων, η φορολογία και το κατά κεφαλήν εισόδημα. (Husimman D., 1985).

Όσον αφορά τους ψυχολογικούς παράγοντες αναφέρονται στα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του κάθε επιχειρηματία. Τα χαρακτηριστικά αυτά επηρεάζουν την εκδήλωση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς. Οι άνθρωποι και οι προτιμήσεις τους διακρίνονται από μια σχέση αλληλεξάρτησης που επηρεάζει την επιχειρηματική δραστηριότητα όπως οι καταναλωτικές συνήθειες, τα πρότυπα ψυχαγωγίας, ο τρόπος και ο τόπος που εργάζονται. (Weber M., 1987).

Οι περιβαλλοντικοί παράγοντες, εξωγενείς και ενδογενείς, γίνονται αντιληπτοί σε διάφορα επίπεδα. Η διαθεσιμότητα των πόρων μιας επιχείρησης, οι εισοδος νέων ανταγωνιστών στο κλάδο, τα εμπόδια εισόδου σε έναν κλάδο, ο μετασχηματισμός μιας επιχείρησης ή ακόμα και η λήξη μια επιχειρηματικής δραστηριότητας ορίζονται από το περιβάλλον που αναπτύσσονται (Singh, S. 1987).

Δημογραφικά χαρακτηριστικά όπως ηλικία, μορφωτικό υπόβαθρο και εμπειρία διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματικότητα. Η οργανωσιακή κουλτούρα που εκφράζεται μέσα από το μορφωτικό υπόβαθρο και υποδηλώνει αξίες,



πεποιθήσεις και αναμενόμενες συμπεριφορές ασκεί, επίσης, μεγάλη επιρροή στην επιχειρηματικότητα. Όσες κουλτούρες αξιολογούν θετικά την τάση για επιτυχία εμφάνιζαν υψηλά ποσοστά επιτυχίας (Husimman, D. 1985).

### **2.1.7 Επιχειρηματικότητα και καινοτομία στην Ελλάδα**

Η Ελλάδα έχει δοκιμαστεί στον τομέα της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, τομείς ζωτικής σημασίας για την χώρα σε παγκόσμια κλίμακα, τα τελευταία χρόνια λόγω της χρηματοπιστωτικής κρίσης. Παρακάτω παρουσιάζονται ενδεικτικά οι θέσεις της Ελλάδας σε σχέση με άλλες χώρες.

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 47η θέση ανάμεσα σε 130 κράτη που συμπεριλήφθηκαν στο δείκτη GEI (Δείκτης Παγκόσμιας Επιχειρηματικότητας) σχετικά με τη διασύνδεση της επιχειρηματικότητας, της οικονομικής ανάπτυξης και της ευημερίας για το 2014, ενώ σε περιφερειακό επίπεδο βρίσκεται στην 29η θέση ανάμεσα σε 39 χώρες. Στην κορυφή της λίστας βρίσκονται οι Ηνωμένες Πολιτείες και ακολουθούν ο Καναδάς, η Αυστραλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Σουηδία, η Δανία, η Ισλανδία, η Ταϊβάν, η Ελβετία και η Σιγκαπούρη.

Όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα η Ελλάδα ανέβηκε στην 81<sup>η</sup>, σύμφωνα με τη λίστα που έδωσε Οικονομικό Φόρουμ (WEF) ενώ πέρυσι βρισκόταν 91η θέση. Η άνοδος της Ελλάδας κατά δέκα θέσεις αντανακλά τη βελτίωση που σημείωσε η χώρα στους περισσότερους από τους επιμέρους δώδεκα δείκτες που αξιολογεί το WEF. Αυτοί οι δείκτες αφορούν τους θεσμούς, τις υποδομές, το μακροοικονομικό περιβάλλον, την υγεία και την πρωτοβάθμια εκπαίδευση, την ανώτερη εκπαίδευση και την επαγγελματική εκπαίδευση, την αποτελεσματικότητα των αγορών προϊόντων, την αποτελεσματικότητα της αγοράς εργασίας, την εξέλιξη της χρηματοπιστωτικής αγοράς, την τεχνολογική ετοιμότητα, το μέγεθος της αγοράς, το γνωστικό επίπεδο των επιχειρήσεων και την καινοτομία.

Η κατάταξη της Ελλάδας όσον αφορά τους δώδεκα δείκτες και οι μεταβολές που σημειώνονται σε σχέση με την έκθεση του 2013 είναι οι ακόλουθες:

- Στους θεσμούς κατατάσσεται στην 85η θέση από την 103η θέση.
- Στις υποδομές η Ελλάδα ανεβαίνει στην 36η από την 38η θέση.

- Στο μακροοικονομικό περιβάλλον σημειώθηκε άνοδος, στην 135η θέση από την 147η θέση. Η άνοδος αυτή οφείλεται στη μεγάλη μείωση του δημοσιονομικού ελλείμματος της χώρας στο 2,6% του ΑΕΠ από 6,4%, η οποία είχε ως αποτέλεσμα να ανεβεί η Ελλάδα στην 66η θέση όσον αφορά το ισοζύγιο του προϋπολογισμού της γενικής κυβέρνησης από την 130η θέση πέρυσι. Όσον αφορά το δημόσιο χρέος, η Ελλάδα βρίσκεται στην 142η θέση από την 147η θέση πέρυσι.
- Στην υγεία και την πρωτοβάθμια εκπαίδευση, η Ελλάδα υποχώρησε στην 41η θέση από την 35η θέση, αλλά εξακολουθεί να έχει στον τομέα αυτό την καλύτερη επίδοση μεταξύ των 12 δεκτών.
- Στην ανώτερη εκπαίδευση και την επαγγελματική εκπαίδευση, η Ελλάδα υποχώρησε στην 44η θέση από την 41η θέση.
- Στην αποτελεσματικότητα της αγοράς προϊόντων, σημειώθηκε μεγάλη άνοδος, στην 85η από την 108η θέση.
- Άνοδος στην 118η από την 127η θέση καταγράφηκε και στην αποτελεσματικότητα της αγοράς εργασίας.
- Ως προς τη χρηματοπιστωτική αγορά, καταγράφηκε άνοδος στην 130η από την 138η θέση. Ωστόσο, στον τομέα αυτό κατέχει τη δεύτερη χειρότερη επίδοση (μετά το μακροοικονομικό περιβάλλον) μεταξύ των δώδεκα δεικτών.
- Στον τομέα της τεχνολογικής ετοιμότητας, η χώρα διατήρησε την 39η θέση που είχε και πέρυσι.
- Όσον αφορά το μέγεθος της αγοράς, σημειώθηκε μικρή υποχώρηση στην 49η από την 47η θέση.
- Στον δείκτη του γνωστικού επιπέδου των επιχειρήσεων, καταγράφηκε άνοδος στην 74η από την 83η θέση.
- Στην καινοτομία σημειώθηκε άνοδος, στην 79η θέση από την 87η θέση

### **2.1.8 Στατιστικά στοιχεία επιχειρηματικότητας και καινοτομίας Ν.Ηλείας**

Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία στο Ν. Ηλείας αποτελεί μεγάλη πρόκληση τα τελευταία χρόνια εξαιτίας της οικονομικής κρίσης. Παρακάτω παρατίθενται στατιστικά στοιχεία που αφορούν τους οικονομικούς δείκτες του Ν.Ηλείας, την συμμετοχή στο ΑΕΠ της χώρας, τον αριθμό των επιχειρήσεων και την απασχόληση

του ανθρώπινου δυναμικού ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και την καινοτομική δραστηριότητα.

Βασικοί κλάδοι τοπικής οικονομίας :

- Φυτική και Ζωϊκή Παραγωγή
- Μεταποίηση πρωτογενών προϊόντων
- Τουρισμός
- Κατασκευές
- Επιχειρηματικές υπηρεσίες
- Δευτερογενές εμπόριο

**Πίνακας 2.1- Συμμετοχή του Ν.Ηλείας και της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας στο ΑΕΠ**

		ΑΕΠ (ποσά σε ευρώ)	κ.κ. ΑΕΠ (ποσά σε ευρώ)	% συμμετοχής του ΑΕΠ Νομού και Περιφέρειας στο σύνολο της χώρας	% κ.κ. ΑΕΠ Νομού και Περιφέρειας στο σύνολο της χώρας
2000	Νομός Ηλείας	1.309	7.121	1,0	57,0
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	6.273	8.690	4,6	69,6
	Σύνολο χώρας	136.281	12.483		
2001	Νομός Ηλείας	1.379	7.520	0,9	56,2
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	6.641	9.183	4,5	68,7
	Σύνολο χώρας	146.428	13.372		
2002	Νομός Ηλείας	1.406	7.694	0,9	54,0
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	7.025	9.672	4,5	67,9
	Σύνολο χώρας	156.615	14.254		
2003	Νομός Ηλείας	1.604	8.813	0,9	54,6
	Περιφέρεια Δυτικής	7.735	10.609	4,5	67,8

	Ελλάδα				
	Σύνολο χώρας	172.431	15.642		
2004	Νομός Ηλείας	1.664	9,165	0,9	54,6
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	7.992	10.929	4,3	65,1
	Σύνολο χώρας	185.213	16.798		
2005	Νομός Ηλείας	1.675	9.248	0,9	52,6
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	8.485	11.569	4,3	65,8
	Σύνολο χώρας	195.366	17.594		
2006	Νομός Ηλείας	1.748	9.688	0,8	51,3
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	9.139	12.423	4,3	65,8
	Σύνολο χώρας	210.460	18.878		
2007	Νομός Ηλείας	1.901	10.575	0,8	52,3
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	9.614	13.029	4,2	64,4
	Σύνολο χώρας	226.437	20.231		

Πηγή: Επιμελητήριο Ηλείας, 2013

Το παραγόμενο ΑΕΠ του Νομού βρίσκεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα και κατά το έτος 2008 ανερχόταν στο 48.2% του μέσου όρου της Χώρας και το 55,4% του μέσου όρου της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος.

#### **Πίνακας 2.2- Απασχολούμενοι ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας στο Ν.Ηλείας**

	ΗΛΕΙΑ
Σύνολο Απασχολούμενων	62702
Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα, δασοκομία	20812
Αλιεία	175
Ορυχεία, λατομεία	13

Μεταποιητικές βιομηχανίες	3681
Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, νερού	455
Κατασκευές	5684
Εμπόριο, επισκευές	6630
Ξενοσοχεία, εστιατόρια	2658
Μεταφορές, αποθήκευση, επικοινωνίες	3020
Ενδιάμεσοι χρηματο-πιστωτικοί οργανισμοί	985
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας εκμισθώσεις, επ/κές δραστηριότητες	2154
Δημόσια διοίκηση, άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	4394
Εκπαίδευση	2839
Υγεία, κοινωνική μέριμνα	1852
Άλλες επιχ/κές δραστηριότητες	1558
Ιδωτικά νοικοκυριά που απασχολούν προσωπικό	337
Εταιρικοί οργανισμοί και όργανα	4
Δήλωσαν ασαφώς ή δε δήλωσαν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας	5451

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2005

### Πίνακας 2.3-Αριθμός επιχειρήσεων ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας στο Ν.Ηλείας

Σύνολο	10438
Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα, δασοκομία	417
Αλιεία	17
Ορυχεία, λατομεία	10
Μεταποιητικές βιομηχανίες	1001
Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, νερού	14
Κατασκευές	1772
Εμπόριο, επισκευές	4009
Ξενοσοχεία, εστιατόρια	1516
Μεταφορές, αποθήκευση, επικοινωνίες	390
Ενδιάμεσοι χρηματο-πιστωτικοί οργανισμοί	34
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας εκμισθώσεις, επ/κές δραστηριότητες	611
Δημόσια διοίκηση, άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	6
Εκπαίδευση	45
Υγεία, κοινωνική μέριμνα	10
Άλλες επιχ/κές δραστηριότητες	306
Ιδωτικά νοικοκυριά που απασχολούν προσωπικό	0
Εταιρικοί οργανισμοί και όργανα	0
Δε δήλωσαν σαφώς τον κλάδο τους	280

Πηγή: Μητρώο Επιχειρήσεων ΕΣΥΕ 2002

### Πίνακας 2.4 - Κατάταξη επιχειρηματικής δραστηριότητας βάσει Προϋπολογισμού, Συμβάσεων και Πληρωμών.

		Προϋπολογισμός	Συμβάσεις	Πληρωμές
1	Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού	28,219,802 ευρώ	25,371,733 ευρώ	12,406,500 ευρώ
2	Αστική αναγέννηση	21,321,472 ευρώ	1,809,081 ευρώ	986,305 ευρώ
3	Δράσεις περιβάλλοντος	116,474,725 ευρώ	38,035,506 ευρώ	21,691,433 ευρώ
4	Εκπαίδευση & δια βίου μάθηση	14,395,316 ευρώ	10,627,905 ευρώ	3,149,052 ευρώ
5	Ενέργεια	74,343,647 ευρώ	73,930,367 ευρώ	36,391,052 ευρώ
6	Επιχειρηματικότητα	52,872,426 ευρώ	52,872,426 ευρώ	34,408,073 ευρώ
7	Έρευνα & τεχνολογία	180,061 ευρώ	180,061 ευρώ	0 ευρώ
8	Μεταφορές	42,433,648 ευρώ	23,686,156 ευρώ	8,599,488 ευρώ
9	Ναυτιλία	6,760,000 ευρώ	255,830 ευρώ	175,926 ευρώ
10	Πολιτισμός	12,329,930 ευρώ	5,145,274 ευρώ	1,062,365 ευρώ
11	Πράσινη ανάπτυξη	213,988,371 ευρώ	115,531,444 ευρώ	59,822,177 ευρώ
12	Τεχνική υποστήριξη	354,550 ευρώ	24,600 ευρώ	24,600 ευρώ
13	Τουρισμός	9,944,889 ευρώ	1,969,179 ευρώ	1,210,229 ευρώ
14	Υγεία και κοινωνική μέριμνα	7,210,540 ευρώ	6,075,129 ευρώ	4,324,581 ευρώ
15	Ψηφιακή σύγκλιση	3,788,404 ευρώ	2,893,694 ευρώ	1,635,243 ευρώ

Πηγή: Επιμελητήριο Ηλείας, 2013

#### **Πίνακας 2.5- Καινοτομική δραστηριότητα στις επιχειρήσεις του Νομού Ηλείας**

Νέο προϊόν / υπηρεσία για την επιχείρηση	8.82%
Νέο προϊόν / υπηρεσία 2.94	2.94%
Νέα μέθοδος παραγωγής	2,94%
Νέα μέθοδος προώθησης	2,94%
Νέα μέθοδος διανομής	2,94%
Μία τουλάχιστον καινοτομία	17,65%
Δόπλωμα Ευρεσιτεχνίας	6,86%
Σύνολο επιχειρήσεων	102

Πηγή: WISE, 2006

## **2.2 Τουρισμός**

### **2.2.1 Εισαγωγή**

Ο τουρισμός είναι αδιαμφισβήτητα ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της Ελληνικής

οικονομίας. Η Ελλάδα, σαν τουριστικός προορισμός χαρακτηρίζεται ως μαζικός, οργανωμένος και παραθεριστικός ενώ διαθέτει όλα τα είδη του τουρισμού. Μερικά από τα ελληνικά νησιά, όπως η Κρήτη και η Σαντορίνη ανήκουν κάθε χρόνο στους 10 δημοφιλέστερους καλοκαιρινούς προορισμούς. Η συνεισφορά του Ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας μας είναι κάθε χρόνο σε υψηλά ποσοστά, όπως επίσης υψηλό είναι και το επίπεδο απασχόλησης των ατόμων στον κλάδο αυτό σε σχέση με το συνολικό επίπεδο απασχόλησης στην Ελλάδα. Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση που ξέσπασε το 2008 στην παγκόσμια αγορά πήρε μεγάλες διαστάσεις και επηρέασε αρνητικά σημαντικούς κλάδους της οικονομίας σε όλο τον κόσμο. Στις μικρότερες οικονομίες, όπως αυτής της Ελλάδας, τα πράγματα είναι ακόμα πιο δύσκολα καθώς έχει επηρεάσει όλους τους οικονομικούς τομείς της χώρας. Προφανώς όλη αυτή η οικονομική αναταραχή δεν θα μπορούσε να αφήσει ανέπαφη την τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα.

Στο κεφάλαιο αυτό θα περιγραφεί η έννοια του τουρισμού και η εννοιολογική προσέγγιση του περιεχομένου και της υπόστασης του. Πιο συγκεκριμένα, θα γίνει αναφορά στα χαρακτηριστικά, στα είδη και στις κατηγορίες, καθώς και μια ενδεικτική περιγραφή του τουρισμού ως έννοια στο πέρασμα του χρόνου. Τέλος, θα περιγραφεί το φαινόμενο του τουρισμού στο πλαίσιο της ελληνικής πραγματικότητας με την παρουσίαση οικονομικών στοιχείων.

### **2.2.2 Η έννοια του τουρισμού**

Ο τουρισμός αποτελεί ένα μαζικό οικονομικό φαινόμενο διεθνούς κλίμακας. Παρόλα αυτά, είναι αρκετά δύσκολο να αποδοθεί συγκεκριμένος ορισμός, δεδομένου ότι η

έννοια του γίνεται διαφορετικά αντιληπτή σε επίπεδο χωρών αλλά και ατόμου. Ο τουρισμός αποτελεί παγκόσμιο φαινόμενο τεραστίων διαστάσεων με άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις πάνω στον οικονομικό και στον κοινωνικό τομέα ο οποίος οφείλει την ονομασία του τόσο στην αγγλική λέξη *tour* που σημαίνει γύρος όσο και στην γαλλική λέξη *tourisme* που σημαίνει περιήγηση. Αφορά στην μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους σε άλλον τόπο, για λόγους αναψυχής, ξεκούρασης ή πνευματικής καλλιέργειας. Επιπλέον, αφορά την οργανωμένη προσπάθεια ενός τόπου να συγκρατήσει αυτά τα άτομα που μετακινούνται για τους προαναφερθέντες λόγους και ταυτόχρονα να προσελκύσει και άλλους ανθρώπους, παρέχοντας τους υπηρεσίες αναψυχής, ξεκούρασης, πνευματικής καλλιέργειας και άλλα (Καραγιάννης, Σ., Έξαρχος, Γ., 2006, σελ.40).

Ένας ορισμός που υιοθετήθηκε από τη διεθνή Ένωση Επιστημών Τουρισμού είναι «Τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό και δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα» (Βενετσανοπούλου Γ.Μ., 2006, σελ.45). Ένας άλλος ορισμός ο οποίος έχει δοθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), είναι ο εξής: «ως τουρισμός ορίζονται οι δραστηριότητες των προσώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους για όχι από περισσότερο από ένα συνεχή χρόνο, για αναψυχή, επαγγελματικούς και άλλους σκοπούς που δεν σχετίζονται με την άσκηση κάποιας δραστηριότητας αμειβόμενης στον τόπο επίσκεψης» (Stephen. J. Page, 2006, σελ.9).

### **2.2.2.1 Βασικά χαρακτηριστικά τουρισμού**

Για να γίνει ακόμη πιο κατανοητή η έννοια του τουρισμού και της τουριστικής δραστηριότητας,

αξίζει να αναφερθούν κάποια από τα εδραιωμένα και βασικά χαρακτηριστικά του. (Καραγιάννης, Σ., Έξαρχος, Γ., 2006, σελ.40).

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς διαρκούν



τουλάχιστον ένα 24ωρο, με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.

- Οι διάφορες μορφές τουρισμού, περιέχουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία και συγκεκριμένα το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σ' αυτόν με την ευρύτερη έννοια του όρου, δηλαδή συμπεριλαμβανομένης και της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεση τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης διαμονής τους μέσα σε λίγες ημέρες, εβδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται διάφορους τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για σκοπούς άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησης τους.

#### **2.2.2.2 Το τουριστικό προϊόν**

Το τουριστικό προϊόν, όπως όλα τα παραγόμενα προϊόντα έχει και αυτό κάποια χαρακτηριστικά τα βασικότερα εξ αυτών είναι τα εξής:

- Τις περισσότερες φορές δεν βλέπουμε, ούτε δοκιμάζουμε το προϊόν πριν το αγοράσουμε.
- Το καταναλώνουμε στον τόπο που παράγεται.
- Ο χώρος και οι άνθρωποι στον τόπο παραγωγής αποτελούν τμήμα του προϊόντος.

Στην βιομηχανία παραγωγής του συγκεκριμένου προϊόντος είναι ότι το τουριστικό προϊόν αναφορικά με κάθε προορισμό, αποτελείται από τα αξιοθέατα, τις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες που χρησιμοποιεί ή επισκέπτεται ο τουρίστας κατά την παραμονή του. Φυσικά περιλαμβάνει και την εμπειρία που δύναται να βιώσει ο τουρίστας. Οι φυσικοί πόροι, όπως οι λίμνες ή τα βουνά, δεν μπορούν να ξαναδημιουργηθούν σε μια χώρα. Επιπλέον, οι κλιματολογικές της συνθήκες δεν μπορούν να αλλάξουν. Αυτό που μπορεί να δημιουργηθεί ή να αλλάξει ανά περιόδους είναι οι τουριστικές υποδομές και υπερδομές. Όταν γίνεται αναφορά σε υποδομές

εννοείται ότι περιλαμβάνονται τα οδικά δίκτυα, τα αεροδρόμια, η ύδρευση, ο ηλεκτρισμός, τα δίκτυα αποχέτευσης και άλλα. Οι υποδομές με την σειρά τους αποτελούν τη βάση για τις υπερδομές, στις οποίες περιλαμβάνονται τα ξενοδοχεία, οι μονάδες διαμονής, τα εστιατόρια και ολόκληρο το φάσμα των τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών (Doswell R., 2002, σελ.27-28).

Οι υποδομές και οι υπερδομές πρέπει να συνυπάρχουν και να εναρμονίζονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξυπηρετούν την κοινωνία και να δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να απολαμβάνουν το μέγιστο των τουριστικών παροχών με την καλύτερη δυνατή ποιότητα. Το τουριστικό προϊόν αποτελείται από υλικά και άυλα συστατικά, όπως είναι οι φυσικοί, πολιτισμικοί και ιστορικοί πόροι και οι προαναφερθείσες υποδομές και υπερδομές. Αυτά τα υλικά συστατικά μπορούν να αξιολογηθούν, να μετρηθούν και υπόκεινται σε συγκεκριμένα πρότυπα. Τα άυλα συστατικά είναι η φιλοξενία, η ευγένεια, η ανθρώπινη ζεστασιά, η ατμόσφαιρα και το ευρύτερο περιβάλλον. Τα υλικά και άυλα στοιχεία θα πρέπει να βρίσκονται σε αρμονία προκειμένου να δημιουργείται στον τουρίστα μια γενική αίσθηση αρμονίας και συνεκτικότητας. Η τουριστική αρμονία είναι αυτή που καθορίζει πόσο καλά γίνεται αποδεκτό το τελικό προϊόν (Doswell R., 2002, σελ.62-66).

### **2.2.3 Ιστορική αναδρομή**

Ο τουρισμός και η περιήγηση για γνωριμία με πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες άλλων λαών για ψυχαγωγία ή άλλους λόγους χρονολογείται από την αρχαιότητα. Οι πρώτες περιοχές στις οποίες έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο αυτό, είναι η Μεσοποταμία, η Αίγυπτος και η Ελλάδα. Ήδη από το 1500 π. Χ. αποτέλεσαν πόλους έλξης πολλών τουριστών, οι οποίοι συνήθως πήγαιναν με σκοπό να θαυμάσουν ναούς, πυραμίδες, τους Ολυμπιακούς Αγώνες, ιαματικές πηγές και άλλα. Τα παραπάνω αξιοθέατα αποτέλεσαν αφορμή και αιτία μετακίνησης, γεγονός που υποβοηθήθηκε από την ανακάλυψη κατάλληλων μεταφορικών μέσων. Σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του τουρισμού εκείνη την εποχή, έπαιξε η δημιουργία ξενώνων και των πανδοχείων όπως για παράδειγμα υπάρχουν αναφορές σχετικά με πρώτες μορφές πανδοχείων που δημιουργήθηκαν στην Κρήτη το 1500 π. Χ. περίπου.

Ο τουρισμός στην σημερινή του μορφή ξεκινάει από την Αγγλία τον 17ο αιώνα όπου τα ταξίδια θεωρούνταν τμήμα εκπαίδευσης των ευγενών με κύριους προορισμούς την Ιταλία και τη Γαλλία όπου και εδώ, η εφεύρεση της άμαξας συνέβαλλε ακόμα περισσότερο στην τουριστική μετακίνηση των πληθυσμών. Το 19ο αιώνα η ταχεία επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου και η δημιουργία γρήγορων ατμόπλοιων βοήθησαν στις μετακινήσεις σε Ευρώπη αλλά και Αμερική. Μετά την εξέλιξη αυτή, στα μέσα περίπου του 19ου αιώνα, κάνουν την εμφάνιση τους τα πρώτα οργανωμένα ταξίδια. Την ίδια χρονική στιγμή εμφανίζεται και ο πρώτος ταξιδιωτικός πράκτορας, εν ονόματι Thomas Cook ο οποίος το 1841 μεταφέρει για πρώτη φορά 570 πελάτες με το σιδηρόδρομο.

Λίγο αργότερα μια νέα εποχή για τα τουριστικά ταξίδια εδραιώθηκε με την εφεύρεση και την

τελειοποίηση του αυτοκινήτου με την παράλληλη δημιουργία θέρετρων σε ολόκληρη την Ευρώπη. Στο χρονικό σημείο αυτό, οι τρόποι προώθησης και διαφήμισης των τουριστικών ταξιδιών βελτιώνονται και πολλαπλασιάζονται συνεχώς. Μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού παρατηρείται μετά τον Α' και κυρίως μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο (Βενετσανοπούλου, Γ. Μάρω, 2006, σελ.15-34). Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1950, κύριοι διεθνείς τουριστικοί προορισμοί ήταν η Ιταλία, η Ελβετία και η Αυστρία. Στην Ελλάδα, η οποία διέθετε κάποια συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των υπολοίπων χωρών, όπως το καλό μεσογειακό κλίμα, ο ήλιος και οι καθαρές θάλασσες, ο τουρισμός αναπτύχθηκε και εδραιώθηκε στα μέσα της δεκαετίας του '60 (Gartner C. W., 2001).

## **2.2.4 Κατηγορίες και είδη τουρισμού**

### **2.2.4.1 Κατηγορίες τουρισμού**

Η βασική διάκριση του τουρισμού σε κατηγορίες εξαρτάται από την οπτική γωνία από την οποία εξετάζεται και τους παράγοντες που προσδιορίζουν το φαινόμενο. Οι έξι βασικές κατηγορίες διάκρισης του είναι ο μαζικός, ο ατομικός, ο εσωτερικός, ο εξωτερικός, ο συνεχής και ο εποχικός τουρισμός (Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π., 1998, σελ.105-111).

Πιο αναλυτικά, ως μαζικός τουρισμός θεωρείται η κατηγορία εκείνη που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών και που σε καμία περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τουρισμό διακοπών αναψυχής τύπου μακράς διαμονής. Συγκεκριμένα, το άτομο εντάσσεται σε ομάδες και συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς εξασφαλίζοντας έτσι ένα μίνιμουμ ικανοποίησης. Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί σήμερα το σύστημα GIT (group inclusive tour).

Ο ατομικός τουρισμός είναι το αντίθετο του μαζικού τουρισμού. Ο κύριος χαρακτήρας του είναι περιηγητικός και στην ανάπτυξη του βοήθησαν κυρίως τα ιδιωτικά-ατομικά μέσα μεταφοράς. Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού βασίζεται τα τελευταία χρόνια στο σύστημα ΙΤ (individual inclusive tour) το οποίο προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα.

Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα στην επικράτεια της. Είναι αρκετά σημαντική για την οικονομία μιας χώρας διότι με αυτό το είδος τουρισμού συγκρατείται η εκροή συναλλάγματος με την μη πραγματοποίηση εξωτερικού τουρισμού.

Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός δημιουργείται από άτομα μιας χώρας που την αφήνουν προσωρινά για να επισκεφθούν μια άλλη χώρα ή χώρες για τουριστικούς λόγους. Ο εξωτερικός

τουρισμός χωρίζεται σε ενεργητικό και παθητικό. Ο διαχωρισμός γίνεται με βάση τη ροή χρήματος, στον ενεργητικό τουρισμό γίνεται εισροή συναλλάγματος αντίθετα στον παθητικό γίνεται εκροή συναλλάγματος.

Ο συνεχής τουρισμός διαρκεί όλο τον χρόνο ανεξάρτητα από κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιου τουρισμού είναι ο συνεδριακός τουρισμός, εκθέσεων, πόλης και μορφωτικός τουρισμός.

Ο εποχιακός τουρισμός δεν διαρκεί όλο τον χρόνο σε αντίθεση με τον συνεχή και οι κλιματολογικές συνθήκες επηρεάζουν τις τουριστικές δραστηριότητες. Αντιπροσωπευτικές μορφές τέτοιου τουρισμού είναι ο γενικός, την περίοδο του καλοκαιριού, ο χειμερινός τουρισμός και ο τουρισμός παραχείμασης.

#### 2.2.4.2 Είδη τουρισμού

Ο τουρισμός εκτός από τις κατηγορίες στις οποίες χωρίζεται, μπορεί να χωριστεί και σε είδη ή μορφές ανάλογα με το σκοπό τον οποίο εξυπηρετεί. Τα είδη είναι πάρα πολλά, καθώς πολλοί είναι και οι λόγοι που μπορεί κάποιος να μετακινηθεί από τον τόπο μόνιμης κατοικίας του σε κάποιον άλλο, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Ευρύτερα διαδεδομένα είδη τουρισμού είναι ο γενικός τουρισμός, μορφωτικός τουρισμός, εκθέσεων, υγείας, άθλησης, τουρισμός πόλης, συνεδριακός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, οικογενειακός, τρίτης ηλικίας, χειμερινών σπορ, τουρισμός παραχείμασης, ορεινός, αγροτικός, θαλάσσιος τουρισμός, χρονομεριστικός τουρισμός, θρησκευτικός, επιλεκτικός τουρισμός, οικολογικός, λαϊκός, κοινωνικός, κοσμοπολίτικος, τουρισμός αναπήρων. Ας αναλύσουμε λοιπόν κάποιες από τις βασικότερες μορφές αυτές (Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., 1998, σελ.111-129):

Ο γενικός τουρισμός είναι η σημαντικότερη μορφή τουρισμού τόσο από άποψη μεγέθους στο σύνολο της τουριστικής αγοράς όσο και από άποψη αναγκών σε πόρους και υπηρεσίες που απαιτούνται για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών.

Στον μορφωτικό τουρισμό τα άτομα έχουν κατά κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Περιλαμβάνει επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους, μουσείων, παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων και άλλα.

Στον τουρισμό εκθέσεων ο επισκέπτης συνδυάζει την επαγγελματική του ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού για παράδειγμα τουρισμό πόλης ή μορφωτικό τουρισμό.

Τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός όπως λεγόταν παλιά εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές του τουρισμού. Για την ύπαρξη του τουριστικού αυτού είδους απαιτούνται λουτρά, θαλασσοθεραπείες, ειδικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες.

Ο τουρισμός άθλησης προϋποθέτει δημιουργία εγκαταστάσεων στα ξενοδοχεία και την απασχόληση έμπειρου προσωπικού. Σε αυτήν την εναλλακτική μορφή τουρισμού, περιλαμβάνονται μεγάλα αθλητικά γεγονότα όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Ακόμη διατίθενται για τον τουρίστα αθλητικές δραστηριότητες ερασιτεχνικού χαρακτήρα, οι οποίες υλοποιούνται στο πλαίσιο του ταξιδιού.

Ο συνεδριακός τουρισμός περιλαμβάνει κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις όπως συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετεχόντων.

Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά την διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μεγάλης ή μικρής διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα για να αποφεύγουν τις αντίξοες κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στην χώρα τους.

Αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής που αναπτύσσονται σε αγροτικό χώρο.

Θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού στην οποία εκφράζεται η επιθυμία ενός κατοίκου να αφήσει τη μόνιμη κατοικία του και να πάει σε ένα τόπο που τον θεωρούν ιερό. Στην Ελλάδα για παράδειγμα, τα θρησκευτικά μνημεία αποτελούν σημαντικό κομμάτι εθνικής και θρησκευτικής κληρονομιάς.

Χρονομεριστικός τουρισμός είναι αναμφίβολα η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού. Η υπερσύγχρονη αυτή μορφή τουρισμού, που έχει κατά κανόνα πελατεία μέσης και υψηλής εισοδηματικής κατηγορίας, βασίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ενός ξενοδοχείου ή συγκροτήματος διαμερισμάτων μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο κάθε χρόνο (Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., 1998, σελ.111-129).

Πολλά από τα προαναφερθέντα είδη τουρισμού μπορούν να συνυπάρχουν και πολλοί από τους τουρίστες επιλέγουν κάποιο προορισμό όχι μόνο για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένου σκοπού αλλά πιθανότατα για εξυπηρέτηση πολλών διαφορετικών.

## **2.2.5 Τουρισμός στην Ελλάδα**

Στην Ελλάδα ο τρόπος οργάνωσης και διακίνησης του τουρισμού χαρακτηρίζεται κυρίως ως

μαζικός, οργανωμένος και παραθεριστικός. Τα τελευταία χρόνια, γίνεται μια προσπάθεια να μπει και ο εναλλακτικός τουρισμός στην χώρα, όπου το βάρος θα επικεντρώνεται στην κοινωνία, στον πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον. Οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι ο πολιτιστικός, χειμερινός, ορεινός και ορειβατικός τουρισμός, αγροτουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός και τουρισμός περιπέτειας. Υπάρχουν και κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού

που είναι πιο εξειδικευμένες, οι οποίες δεν υποκαθιστούν τον μαζικό τουρισμό αλλά λειτουργούν συμπληρωματικά.. Τέτοιες μορφές είναι ο κοινωνικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο θρησκευτικός, ο επαγγελματικός, ο συνεδριακός και ο εκθεσιακός τουρισμός (Βενετσανοπούλου Γ.Μ., 2006, σελ.54-67).

### **2.2.5.1 Πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού**

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του που συντελούν στην προσέλευση τουριστών στη χώρα μας είναι κυρίως τα παρακάτω:

- Το φυσικό περιβάλλον με την πλούσια ελληνική φύση και την ομορφιά των ελληνικών τοπίων.
- Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και το μεσογειακό κλίμα κατάλληλο για διακοπές.
- Ο μεγάλος αριθμός νησιών με τη μορφολογία του εδάφους και τη νησιώτικη συγκρότηση, με τις αμέτρητες παραλίες ιδανικές για να απολαύσει κάποιος τον ήλιο και τη θάλασσα τους καλοκαιρινούς μήνες.
- Τα εκατοντάδες πολιτισμικά μνημεία. Η Ελλάδα τείνει να χαρακτηριστεί ως μουσείο της ιστορίας του πολιτισμού, αφού διαθέτει μνημεία από όλες τις εποχές.
- Η πνευματική καλλιέργεια και το ανεπτυγμένο αίσθημα φιλοξενίας των Ελλήνων επιδρούν θετικά στην τουριστική εικόνα της χώρας (Βενετσανοπούλου Γ.Μ., 2006, σελ.40-43).

### **2.2.5.2 Μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού**

Οι κυριότερες αδυναμίες οφείλονται σε όρους γεωγραφικούς, οικονομικούς και οργανωτικούς και είναι οι εξής:

- Προβλήματα συγκοινωνιών και των μέσων υποδοχής των τουριστών, αεροδρόμια, λιμάνια και άλλα.
- Η τουριστική αγορά διαμορφώνεται κυρίως στα μητροπολιτικά κέντρα και στην πίεση των πρακτόρων προς τους ξενοδόχους.
- Υπάρχει έντονη εποχικότητα η οποία επηρεάζει το κόστος και την ποιότητα του προϊόντος.

- Η πλειονότητα των τουριστών επισκέπτεται συγκεκριμένες περιοχές όπως την Κρήτη, την Αττική, τα νησιά του Αιγαίου και του Ιόνιου πελάγους.
- Η προώθηση της χώρας είναι ανεπαρκής για τις δυνατότητες της.
- Έλλειψης μιας ρεαλιστικής πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη. Από την άλλη πλευρά δεν έχει καταρτιστεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα με βάση το οποίο θα επιχειρείται η τουριστική ανάπτυξη).

Θεωρητικά είναι λογικό να προτιμούνται οι θερινοί μήνες για την περίοδο διακοπών από τους τουρίστες που επιθυμούν να επισκεφτούν την Ελλάδα, με δεδομένο τις καλές κλιματολογικές συνθήκες που προσφέρει η συγκεκριμένη περίοδο. Επιπλέον, λόγω της διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά τη χώρα, ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει και καταλυτικό ρόλο στην διασπορά του εθνικού εισοδήματος στις περιφέρειες της χώρας. Εξαιτίας της επικράτησης του τουρισμού «Ήλιος & Θάλασσα», ο τουρισμός αποτελεί εποχιακή δραστηριότητα με επακόλουθο την χρήση φυσικών και ανθρωπογενών πόρων μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες αιχμής. Επιπλέον, η εποχιακή δραστηριότητα αναγκαστικά οδηγεί και στην εποχιακή απασχόληση με επακόλουθο την μη απασχόληση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα για μεγάλες χρονικές περιόδους, με αποτέλεσμα την αστάθεια του εισοδήματός τους αλλά και σημαντικές επιπτώσεις στην κοινωνική δραστηριότητα στις τουριστικές περιοχές.

## **2.2.6 Τουρισμός και οικονομία**

Η θέση του τουρισμού στην οικονομία μιας χώρας είναι πολύ σημαντική, ιδιαίτερα όταν έχει ανεπτυγμένη την τουριστική δραστηριότητα. Είναι γνωστό, ότι μέσω του τουρισμού, δημιουργούνται σημαντικές επενδύσεις κεφαλαίων στα έργα τουριστικής ανάπτυξης, οι οποίες επενδύσεις με τη σειρά τους αναπτύσσουν γενικότερα την οικονομία της χώρας και δημιουργούν επιπλέον θέσεις εργασίας. Ο τουριστικός τομέας προσφέρει άμεσα και πολύ σημαντικά έσοδα στην οικονομία της χώρας. Οι εισροές από τον τουρισμό ετησίως αποτελούν μεγάλο κομμάτι των συνολικών εισροών μια οικονομίας. Ήδη από το 1966, ένας από τους σημαντικούς επαγγελματίες στον τομέα της τραπεζικής διοίκησης, ο M. D. DAVIS, εκτιμούσε ότι: “ο τουρισμός αντιπροσωπεύει για τις χώρες που βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης πραγματική



κινητήριο δύναμη για να αναπτυχθούν, όπως υπήρξε η βιομηχανία στην Ευρώπη το 19ο αιώνα”.

Οι άμεσες επιπτώσεις σε μια οικονομία από την τουριστική κίνηση είναι:

- Η τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές, ως σημαντικός παράγοντας συναλλαγματικών εισροών και εκροών (ισοζύγιο πληρωμών).
- Η τουριστική δραστηριότητα αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό τμήμα σημαντικής κατανάλωσης.
- Ο τουρισμός είναι δημιουργός μιας πληθώρας άμεσων και έμμεσων παραγωγικών δραστηριοτήτων.
- Η τουριστική δραστηριότητα δημιουργεί θέσεις εργασίας.

Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο σύνολο μιας εθνικής οικονομίας εκτιμώνται από το βαθμό συμμετοχής της συγκεκριμένης δραστηριότητας στους οικονομικούς της στόχους, δηλαδή τη συμβολή της στην οικονομική ανάπτυξη, τη σταθερότητα των τιμών, την ισορροπία του εμπορικού ισοζυγίου, τη δίκαιη και ισόρροπη κατανομή του εθνικού εισοδήματος, την πλήρη απασχόληση. Όσον αφορά την Ελλάδα ο τουρισμός για τον 2014, συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 9% του ΑΕΠ ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται σε 20% έως 25%, επιβεβαιώνοντας ότι αποτελεί την «βαριά βιομηχανία» της χώρας. Επιπλέον, αποτελεί την ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας, αφού το 2014 παρουσίασε ανάπτυξη 11,3% (από € 15,2 δις άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ το 2013 σε € 17 δις το 2014) όταν το συνολικό ΑΕΠ εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά € 3,5 δις σε ονομαστικούς όρους και αυξήθηκε κατά 0,6% περίπου σε πραγματικούς λόγω αποπληθωρισμού.

Από κάθε €1 τουριστικής δραστηριότητας, δημιουργείται επιπλέον € 1,2 έως 1,65 πρόσθετης οικονομικής δραστηριότητας. Ως αποτέλεσμα για κάθε €1 τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά € 2,2 έως 2,65, δηλαδή ο τουρισμός είναι ένας κλάδος με μεγάλη διάχυση ωφελειών στην οικονομία.

Επιπλέον, για 3 νησιωτικές περιφέρειες (Κρήτη, Νότιο Αιγαίο, Ιόνιο) συνεισφέρει άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 50% του ΑΕΠ των περιφερειών αυτών. Οι περιφέρειες αυτές έχουν από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, αποδεικνύοντας ότι ο τουρισμός οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται.

Ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα εποχιακή και εντάσεως εργασίας. Την περίοδο Ιανουαρίου – Ιουλίου 2014, η συνολική μισθωτή απασχόληση στον κλάδο τουρισμού και εστίασης ανήλθε σε 450 χιλιάδες επί συνόλου 1,5 εκ. περίπου μισθωτών στον ιδιωτικό τομέα σε όλη τη χώρα, δηλαδή 30% του συνόλου. Οι 262 χιλιάδες απασχολούνταν σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις. οι συνολικές εισφορές για τους εργαζόμενους εκτιμώνται σε € 640,5 εκ., αυξημένες κατά € 104 εκ. από το αντίστοιχο διάστημα της προηγούμενης χρονιάς, και υπερκαλύπτοντας την πτώση εσόδων από τους λοιπούς κλάδους κατά € 78 εκ. . Επιπλέον μεγάλο μέρος των καταλυμάτων της χώρας είναι μικρές οικογενειακές μονάδες, όπου παρατηρείται υψηλός αριθμός αυτοαπασχολούμενων και απασχόλησης μελών της οικογένειάς τους. Το ίδιο ισχύει και για τις δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις εστίασης που απευθύνονται στους τουρίστες. Επιπρόσθετα, ο τουρισμός σε συνδυασμό με την εστίαση, κάλυψε το 30% των θέσεων μισθωτής απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα, πλέον των θέσεων αυτοαπασχολούμενων σε 31 χιλιάδες μικρά ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια και δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις εστίασης.

Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψαν το 75% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, οι οποίες σχεδόν ισούνται με τις εισπράξεις από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων που εξάγει η χώρα, εξαιρουμένων των εισπράξεων από εξαγωγή πλοίων και καυσίμων. Αν στις ταξιδιωτικές εισπράξεις συνυπολογισθούν και οι εισπράξεις από αερομεταφορές και θαλάσσιες μεταφορές από τον εισαγόμενο τουρισμό, τότε το σύνολο υπερβαίνει κατά πολύ το σύνολο των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων πλην πλοίων και καυσίμων.

## **2.3 Αγροτουρισμός**

### **2.3.1 Εισαγωγή**

Σκοπός του παρόντος κεφαλαίου είναι η εισαγωγή στην έννοια του αγροτουρισμού και των παραμέτρων που αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα του. Πραγματοποιείται ανάλυση του ορισμού του αγροτουρισμού καθώς και ιστορική αναδρομή για την κατανόηση της

ανάπτυξης του όρου από την δημιουργία του μέχρι σήμερα. Επιπλέον, σημαντικό παράγοντα του κεφαλαίου αυτού είναι οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του αγροτουρισμού καθώς και οι μορφές του. Αναλύονται, επίσης, τα πλεονέκτημα και μειονεκτήματα εφαρμογής τόσο στα αρχικά στάδια όσο και κατά την διάρκεια λειτουργίας του αγροτουριστικού μοντέλου, οι χώρες που αναπτύσσουν αγροτουρισμό το προφίλ του αγροτουρίστα καθώς και τα προγράμματα χρηματοδότησης.

### **2.3.2 Αγροτουρισμός: Ορισμός και ιστορική αναδρομή**

Ο αγροτουρισμός σαν ορολογία ξεκίνησε να εμφανίζεται στην διεθνή βιβλιογραφία τα τελευταία 25 χρόνια του 20ου αι. Παράλληλα χρησιμοποιείται και όρος «αγριτουρισμός» που έχει την ίδια ακριβώς σημασία και είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος σε αγγλόφωνες χώρες. Οι δύο όροι αποτελούνται από δύο μέρη, -άγρι ή -άγρο και τουρισμός. Το πρόθεμα -άγρι προέρχεται από την λατινική λέξη *ager* σημαίνει υπαίθριος και το -άγρο από την ελληνική λέξη *αγρός* που σημαίνει χωράφι. Ο τουρισμός, όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, πρόέρχεται από την γαλλική λέξη *tourisme* και την αγγλική λέξη *touring* που σημαίνουν περιήγηση. Ο συνδυασμός των δύο λέξεων άγρο και τουρισμός οδήγησε στην δημιουργία μιας νέας έννοιας που υποδηλώνει την ανθρώπινη τουριστική δραστηριότητα που έχει ως στόχο την εξοικείωση με την αγροτική δραστηριότητα και το αγροτικό περιβάλλον. Ο αγροτουρισμός συνδέεται άμεσα με έννοιες όπως εναλλακτικός τουρισμός, ήπιος τουρισμός και αειφόρος ανάπτυξη.

Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός είναι το σύνολο των μορφών του τουρισμού που στοχευούν να ελαχιστοποιήσουν τους λιγότερο επιθυμητούς τύπου μαζικού τουρισμού. Οι τύποι αυτού του τουρισμού αναπτύσσονται από τους ίδιους τους κατοίκους ή τους φορείς της περιοχής με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος. (Καραγιάννης, 1999). Αειφόρος ανάπτυξη ή βιώσιμη ανάπτυξη τουρισμού είναι ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που συνδυάζει και συνδέει την τοπική, οικονομική, πολιτική, κοινωνική και πολιτισμική δομή αναπτύσσοντας δομές όπως υπηρεσίες και τεχνογνωσία για την συνεχή ανατροφοδότηση του. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2003).

Ο αγροτουρισμός είναι μια ειδική μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία συνίσταται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που συνδέονται με την αγροτική παραγωγή και το πολιτιστικό περιβάλλον των αγροτικών περιοχών, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και τοπική γαστρονομία, καθώς και την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους ενοποιημένους ή μη με αγροτικές εγκαταστάσεις. Στη διεθνή βιβλιογραφία υφίστανται πολλές διαφορετικές προσεγγίσεις του όρου αγροτουρισμός όπως αγροτουρισμός, γεωργικός τουρισμός ή τουρισμός υπαίθρου, οι οποίοι συγχέονται μεταξύ τους. Γενικά, έχει επικρατήσει ο όρος αγροτουρισμός αλλά και αγροτικός τουρισμός, ο οποίος βέβαια έχει ευρύτερο εννοιολογικό περιεχόμενο από τον πρώτο.

Ο όρος «αγροτουρισμός» (agrotourism), ο οποίος επίσης χρησιμοποιείται συχνά, περιλαμβάνει τις τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται από αγρότες μόνιμους κατοίκους αγροτικών περιοχών, που δεν έχουν όμως ως κύριο επάγγελμα τη γεωργία και οι οποίοι δημιουργούν μικρές αγροτουριστικές μονάδες παροχής υπηρεσιών και αγαθών, οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής (Ιακωβίδου, 2002). Ο όρος «αγροτικός τουρισμός» (rural tourism) αποτελεί ευρύτερη έννοια και περιλαμβάνει τις παραπάνω έννοιες αλλά και άλλες όπως, πράσινος τουρισμός (green tourism) και οικοτουρισμός (ecotourism) οι οποίοι θα αναλυθούν στην συνέχεια.

Λόγω των διαφορετικών εννοιών που περιέχει, αλλά και της ποικιλίας των γεωγραφικών χαρακτηριστικών που υπάρχουν ανά τόπο, είναι δύσκολο να δημιουργηθεί ένας συγκεκριμένος ορισμός για τον αγροτικό τουρισμό (Hernandez Maestro et al., 2007). Γενικότερα, όμως, ο αγροτικός τουρισμός αναπτύσσεται σε αγροτικές περιοχές που δεν έχουν κορεστεί τουριστικά και προσπαθεί να συνδέσει την αγροτική με την τουριστική δραστηριότητα, με στόχο κάθε μία να ωφεληθεί από την άλλη και κυρίως να μην υποβαθμισθεί η γεωργία από τον τουρισμό. Ο οικοτουρισμός προσφέρει μοναδικές ευκαιρίες για την ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών σε απομακρυσμένες φτωχές αγροτικές περιφέρειες, παρεμβαίνοντας με τρόπο που εξασφαλίζει τις τοπικές παραγωγικές ιδιαιτερότητες, προστατεύει και αναδεικνύει το οικοσύστημα και την πολιτιστική κληρονομιά και χρησιμοποιεί κατάλληλες πηγές ενέργειας. Ο οικοτουρισμός θεωρείται σύστημα παρέμβασης και

ενεργοποιεί σημεία ζωτικής σημασίας για τις τοπικές κοινωνίες, θα πρέπει να απολαμβάνει την κοινωνική συναίνεση και να στηρίζεται ως στρατηγική επιλογή από όλους τους εμπλεκόμενους. Επίσης, συχνά αποτελεί τον κύριο κορμό του τουρισμού σε ορεινές περιοχές, θα πρέπει να αναπτύσσεται πολύ ευσυνείδητα, λόγω της ευαισθησίας των πόρων πάνω στους οποίους στηρίζεται. Η εμπλοκή των ίδιων των αγροτών και των φορέων τους σ' αυτή τη διαδικασία είναι ακόμη μια μορφή πράσινης ανάπτυξης. Ωστόσο, χρειάζεται μια ολιστική προσέγγιση ώστε να δημιουργηθούν κίνητρα και ευκαιρίες για τους νέους αγρότες να παραμείνουν στον τόπο τους έχοντας συμπληρωματικό εισόδημα την καλλιέργειά τους, τον αγροτουρισμό και όλα τα οφέλη από την προστασία του περιβάλλοντος. Κίνητρα για να γίνουν οι αγρότες φύλακες του περιβάλλοντος.

Ο αγροτουρισμός ως συγκροτημένη εναλλακτική μορφή τουρισμού, εμφανίζεται για πρώτη φορά τη δεκαετία του '60 στις Η.Π.Α. (Farm /ranch tourism). Στην Ελλάδα, οι πρώτες μορφές αγροτουριστικής δραστηριότητας έλαβαν χώρα το 1984, με την ίδρυση των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών στις περιοχές Πέτρα Λέσβου, Αμπελάκια, Αράχοβα και Μαστιχοχώρια Χίου. Η εξελισσόμενη δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ευρώπη οδήγησε τον εκδότη Χρήστο Λαμπράκη να προωθήσει τον αγροτουρισμό μέσα από την εκδοτική του δραστηριότητα προβάλλοντας την ευκαιρία να αναζωογονηθεί η ύπαιθρος και να αυξηθεί το αγροτικό εισόδημα. Επιπλέον, η Ευρωπαϊκή Ένωση, μετά το Μάαστριχτ, αναλάμβανε πρωτοβουλίες βελτίωσης της θέσης των αγροτών μέσα από τα προγράμματα δημιουργίας ξενώνων και βελτίωσης των υποδομών στην ύπαιθρο ενώ η Ελλάδα ξεκίνησε την επιδότηση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών σε αυτόν τον τομέα.

Οι εταιρικές προσπάθειες που ξεκίνησαν τόσο από τον δημόσιο όσο και από μια ιδιωτική κίνηση που υποστήριξε τις πρωτοβουλίες του αγροτουρισμού, επικοινωνήσαν στην κοινή γνώμη με την βοήθεια in.gr τη μεγάλη ποικιλία στον τρόπο ζωής των τοπικών κοινωνιών και έδωσαν τα μέσα σε πολλούς ανθρώπους να ξεκινήσουν επιχειρήσεις στην ελληνική περιφέρεια.

Ξενώνες, γυναικείοι τοπικοί συνεταιρισμοί, εγκαταστάσεις ξενάγησης και παρατηρίων σε προστατευόμενες ζώνες, σε ορεινές περιοχές και υδροβιότοπου, πρόσφεραν στο κοινό των πόλεων μια εναλλακτική επιλογή να περάσουν το

Σαββατοκύριακο τους σε μέρη όπου μέχρι τότε δεν προκαλούσαν ταξιδιωτικό ενδιαφέρον. Στις πρωτοβουλίες που ξεκίνησαν από την δεκαετία του 1990 στηρίχθηκε η φήμη των παραδοσιακών χωριών της Ηπείρου, η ζώνη των Πρεσπών, το ενδιαφέρον για λίμνες και ποτάμια, η αναζήτηση της ιδιαιτερότητας σε πολλά νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου, η γαστρονομική εξερεύνηση του κρασιού και της ελιάς, ενώ η Επίδαυρος οργάνωνε ήδη από το 1998 το πρώτο φεστιβάλ αγροτουρισμού που συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Ωστόσο, αυτή η ελπιδοφόρα «επιστροφή στις ρίζες» σε αρκετές περιπτώσεις φάνηκε να τροποποιείται στην πράξη, όχι υπέρ των αγροτικών κοινωνιών.

Η συμμετοχή στα προγράμματα στήριξης της υπαίθρου πολλές φορές απαρτιζόταν από άτομα που δεν είχαν σχέση με αγροτικές ασχολίες. Επιπλέον, το περιεχόμενο του αγροτουρισμού υποτίθεται πως θα βοηθούσε τις αγροτικές οικογένειες να βελτιώσουν το εισόδημά τους, χωρίς να εγκαταλείψουν τις καλλιέργειες ή τα εκτροφεία. Συνήθως οι επενδύσεις που εγκρίθηκαν είχαν ελάχιστη ή μακρινή σχέση με τον αγροτουρισμό. Μεγάλες επενδύσεις που δεν είχαν σχέση με τον αγροτουρισμό, απορρόφησαν μεγάλο μέρος της δραστηριότητας πολλών διαχειριστικών υπηρεσιών και δημιουργήθηκαν πολυτελή χειμερινά καταλύματα που δεν είχαν καμία σχέση με το ύφος του αγροτουριστικού μοντέλου.

Όσον αφορά τις κρατήσεις ανά εθνικότητα, η Γαλλία αναδεικνύεται στην κύρια αγορά του ελληνικού αγροτουρισμού με 75,41% ποσοστό το οποίο παραμένει σταθερό τα τελευταία χρόνια. Αρκετή κίνηση σημείωσαν και οι άλλες χώρες όπως η Αμερική, η Ολλανδία, η Ιταλία, η Γερμανία και η Αγγλία. Για την ελληνική αγορά λόγω του ότι οι κρατήσεις γίνονται κυρίως τηλεφωνικά ή μέσω internet κατ' ευθείαν στους ξενώνες δεν υπάρχουν αντίστοιχα στατιστικά στοιχεία. Η Ηπειρωτική Ελλάδα παραμένει σταθερά πρώτη στις προτιμήσεις του κοινού με 51,29% των κρατήσεων παρόλο που υπήρξε μείωση σε σύγκριση με το 2009 και το 2008 (58,70% και 55,48% αντίστοιχα). Στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Κρήτη η οποία παρουσιάζει θεαματική άνοδο, φθάνοντας το 32,11%. Γενικότερα το ποσοστό προτίμησης στα καταλύματα που βρίσκονται κοντά στη θάλασσα παρουσιάζει μικρή άνοδο. Ωστόσο, η μικρή διαφορά (44,40% βουνό – 55,60% θάλασσα) δηλώνει ότι για τη συγκεκριμένη αγορά η διαμονή κοντά στη θάλασσα δεν αποτελεί βασικό κριτήριο επιλογής προορισμού. Οι κρατήσεις

από οικογένειες αποτελεί το 56,90%. Οι οικογένειες εξακολουθούν να υπερέχουν από τα ζευγάρια στις κρατήσεις, γεγονός που σημαίνει ότι η ζήτηση για τα μεγαλύτερα οικογενειακά δωμάτια παραμένει μεγαλύτερη από τη ζήτηση για δίκλινα.

### **2.3.2.1 Οι βασικές αρχές και στόχοι του Αγροτουρισμού**

Η έννοια του αγροτουρισμού συνδέεται με κάποιες βασικές αρχές όπως την προώθηση της ποιότητας, το σεβασμός της πολιτιστικής κληρονομιάς και την προστασία του περιβάλλοντος. Θεωρεί τις ανθρώπινες σχέσεις ως ένα από τους κυριότερους παράγοντες που συμβάλλουν στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της κάθε περιοχής. Ο αγροτουρισμός δεν περιορίζεται μόνο στην παροχή «κλίνης και στέγης» που συνήθως είναι κατάλληλα διαμορφωμένα σε σπίτια παραδοσιακής αλλά περιλαμβάνει και μικρές μονάδες παραγωγής, όπως καταστήματα διάθεσης ειδών λαϊκής τέχνης, οικοτεχνίες, χειροτεχνίες, μονάδες άθλησης, οργανωμένα κέντρα εκπαίδευσης και παροχής ειδικών υπηρεσιών, ταβέρνες, εστιατόρια, παραδοσιακά καφενεία, αναβίωσης παραδοσιακών πολιτιστικών εθίμων και άλλα. Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια σημαντική μορφή τουριστικής ανάπτυξης που στοχεύει:

- Στο συνδυασμό των τριών τομέων της παραγωγής μιας χώρας (πρωτογενούς, δευτερογενούς και τριτογενούς).
- Στην περιφερειακή ανάπτυξη, αφού η ύπαρξή του αποτελεί σημαντικό λόγο δημιουργίας έργων υποδομής.
- Στην ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών και οικολογικών επιβαρύνσεων.
- Στην άνοδο του οικονομικού επιπέδου των περιοχών αυτών και στη συμπλήρωση του εισοδήματος των κατοίκων, στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού.
- Στη διασφάλιση και στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. Παράλληλα με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας επιβιώνουν συχνά επαγγέλματα που τείνουν να εκλείψουν όπως η ξυλογλυπτική, η αργυροχρυσοχοΐα, η κεραμική, η υφαντική.
- Στη βελτίωση και διάθεση των τοπικών και γεωργικών προϊόντων καθώς και στη γνωριμία τους με το κοινό.
- Στη διατήρηση, την προβολή και την αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.

- Στην ενεργοποίηση του τοπικού πληθυσμού με την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε περιοχές που μέχρι σήμερα παρέμεναν αδρανείς.

### **2.3.2.2 Πλεονεκτήματα Αγροτουρισμού**

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει ο αγροτουρισμός είναι πολλά προς τις δύο πλευρές που σχετίζονται με αυτόν, τους παρόχους των αγροτουριστικών καταλυμάτων και τους τουρίστες. Όσον αφορά τους παρόχους, την τοπική κοινωνία και οικονομία, τα πλεονεκτήματα είναι (Μαντζουράνης Κ., Τζιφάκη Χ., (2006):

- Δίνεται η δυνατότητα ανάπτυξης νέων θέσεων εργασίας για τους κατοίκους της κάθε περιοχής με την ανάπτυξη των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων, μειώνοντας με αυτό τον τρόπο την ανεργία της υπαίθρου που θεωρείται από τις υψηλότερες. Η απασχόληση ιδιαίτερα των νέων και των γυναικών στις αγροτικές περιοχές είναι καθοριστική για τις ευαίσθητες αυτές κοινωνικά ομάδες.
- Στα πλαίσια του αγροτουρισμού οι υποδομές που δημιουργούνται είναι ήπιας κλίμακας, οι οποίες εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον, διατηρούν την παραδοσιακή αρχιτεκτονική και συμβάλλουν στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων.
- Κύριος άξονας συνυφασμένος με τον αγροτουρισμό είναι η προώθηση των γεωργικών παραδοσιακών προϊόντων στην αγορά και η αύξηση των εσόδων των ατόμων που ασχολούνται με το τομέα των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων.
- Μέσω του αγροτουρισμού δίνεται η δυνατότητα συνδυασμού της περιφερειακής ανάπτυξης, της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι μια τουριστική δραστηριότητα που δεν δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους, αλλά συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση και την προστασία από τους μόνιμους κατοίκους και τους τουρίστες στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Ο αγροτουρισμός, λόγω της συμπληρωματικής ως προς τον αγροτικό τομέα φύσης του, μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό πόρο ενίσχυσης του αγροτικού εισοδήματος και ιδιαίτερα στην δυσχερή κατάσταση στην οποία έχει περιέλθει ο αγροτικός λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.



- Τα οφέλη για τους αγροτουρίστες είναι πολλαπλά. Μετατρέπονται σε φίλους της αυθεντικότητας και της ομορφιάς του εκάστοτε τόπου, έρχονται σε επαφή με το κοινωνικό σύνολο και με την παράδοση, γνωρίζουν τα τοπικά προϊόντα και την παραγωγική διαδικασία και έχουν την ευκαιρία να λάβουν μέρος σε αυτήν. Τα οφέλη δεν μπορούν να προσφερθούν από τον μαζικό τουρισμό, που βασίζεται στο τρίπτυχο ήλιος – θάλασσα - άμμος).

### **2.3.2.3 Μειονεκτήματα Αγροτουρισμού**

Στις περιπτώσεις όπου η ανάπτυξη του αγροτουρισμού δεν είναι αειφορική και υπερβεί τα όρια αντοχής της περιοχής, είναι δυνατό να έχει δυσμενείς επιπτώσεις που σε ακραίες περιπτώσεις μπορούν να χαρακτηριστούν ως καταστροφικές. Αν ο αγροτουρισμός αναπτυχθεί άναρχα και υπερβολικά, οι επιπτώσεις για το ευαίσθητο περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσεται είναι η μόλυνση, η υποβάθμιση της περιοχής. Σε αυτή την περίπτωση δεν θα μπορεί πλέον να παράγει αγροτουριστικά προϊόντα και οι τουρίστες θα φύγουν αφήνοντας πίσω τους μόνο καταστροφές

Στην περίπτωση αυτή, οι επιπτώσεις είναι οι εξής:

- Η άναρχη και υπέρμετρη ανάπτυξη του προκαλεί την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών σε σχέση με την ικανότητα της κάθε περιοχής.
- Ο κίνδυνος ανάπτυξης του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές εις βάρος του αγροτικού τομέα. Στην πράξη παρατηρείται ότι σε κάποιες περιπτώσεις εγκαταλείπονται οι αγροτικές εργασίες προς χάριν ενός μεγαλύτερου βραχυχρόνιου τουριστικού κέρδους.
- Η αλλοίωση του πολιτισμικού χαρακτήρα των αγροτικών περιοχών στις περιπτώσεις που ο αγροτουρισμός ακολουθήσει τα γνωστά αναπτυξιακά τουριστικά πρότυπα. Σκοπός του αγροτουρισμού δεν είναι η ανάπτυξη του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές σε βάρος της αγροτικής. Επιδιώκει την βελτίωση του αγροτικού εισοδήματος με μια πρόσθετη, παράλληλη και δευτερεύουσα, προς τη γεωργική, απασχόληση.

Στην πράξη έχει παρατηρηθεί ότι η αγροτική απασχόληση περιορίζεται ή και μηδενίζεται, οι αγροτικές εργασίες εγκαταλείπονται για την επίτευξη ενός μεγαλύτερου βραχυχρόνιου τουριστικού κέρδους που είναι μικρότερο από το

μακροχρόνιο κόστος της αλλοίωσης του αγροτικού χώρου και της αλλοίωσης του αγροτικού πληθυσμού.

#### **2.3.2.4 Προβλήματα και αδυναμίες**

Κατά την διάρκεια της εφαρμογής των αγροτουριστικών προγραμμάτων παρατηρήθηκαν προβλήματα και αδυναμίες τόσο από τη μεριά των αρμόδιων φορέων όσο και από τη μεριά των επενδυτών, όπως και άλλων παραγόντων. Αναφορικά με τους αρμόδιους φορείς η έλλειψη εμπειρίας και υποδομής είχε σαν συνέπεια να γίνονται λάθη διαχείρισης στα προγράμματα. Η έλλειψη έμπειρου και καταρτισμένου προσωπικού, αλλά και ενημερωμένου σε θέματα αγροτουρισμού, είχε σαν αποτέλεσμα την ελλιπή ενημέρωση των ενδιαφερόμενων που αδυνατώντας να κατανοήσουν τους σκοπούς του προγράμματος εγκατέλειπαν την ιδέα της αγροτουριστικής επένδυσης. Οι επενδυτές από την άλλη πλευρά, με κύριο σκοπό την ενίσχυση του εισοδήματός τους, παρέβλεπαν συχνά τις απαιτούμενες προδιαγραφές για τα καταλύματα, με αποτέλεσμα η ποιότητα φιλοξενίας και διατροφής να μην είναι η επιθυμητή. Οι αδυναμίες των επενδυτών συνδέονται με την έλλειψη εμπειρίας και επιχειρηματικών ικανοτήτων, καθώς και αδυναμία ορισμένων επενδυτών να καλύψουν την ίδια συμμετοχή λόγω του μειωμένου εισοδήματος τους. Ένας άλλος παράγοντας που δημιουργεί προβλήματα στην εφαρμογή των αγροτουριστικών προγραμμάτων, είναι η ιδιομορφία των αγροτικών περιοχών. Οι ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές της χώρας από τα αστικά κέντρα και την πληροφόρηση μειονεκτούν, με αποτέλεσμα να καθυστερεί η εφαρμογή των αγροτουριστικών δράσεων. Ένα άλλο σύνηθες φαινόμενο των περιοχών αυτών, είναι η έλλειψη ενεργού αγροτικού πληθυσμού, δηλαδή πληθυσμού νεαρών ηλικιών που να ασχολούνται με τη γεωργία και να πραγματοποιούν καινοτόμες ιδέες όπως η επένδυση σε αγροτουριστικές δραστηριότητες.

#### **2.3.3 Χώρες ανάπτυξης**

Ο αγροτουρισμός, μια από τις πλέον συζητημένες στρατηγικές ανάπτυξης των μειονεκτικών αγροτικών περιφερειών της Ε.Ε., παρά τα αναμφισβήτητα

περιβαλλοντικά, ιστορικά, πολιτιστικά πλεονεκτήματά τους, υστερεί στο μεσογειακό νότο σε σχέση με τη Βόρεια Ευρώπη, τόσο σε ποσοστιαία συμμετοχή των γεωργικών εκμεταλλεύσεων σ' αυτόν όσο και σε ποικιλία προσφερόμενων υπηρεσιών. Σε χώρες με μακρά αγροτουριστική παράδοση, όπως η Σουηδία και η Ελβετία, οι γεωργικές εκμεταλλεύσεις που ασχολούνται με τον αγροτουρισμό φθάνουν το 20% του συνόλου, στην Αυστρία το 10%, στο Ηνωμένο Βασίλειο το 8%, λιγότερο στη Γαλλία, της τάξης του 2%, μόνο 0,5% στην Ισπανία, ενώ στην Ελλάδα και την Πορτογαλία οι εκμεταλλεύσεις αυτές είναι εντελώς περιθωριακές. Οι δράσεις και το εύρος του προσφερόμενου αγροτουριστικού προϊόντος στην Ευρωπαϊκή ύπαιθρο ποικίλλουν και εμπλουτίζονται σημαντικά τα τελευταία χρόνια στην προσπάθεια των τοπικών φορέων και των ίδιων των αγροτών να εκμεταλλευτούν τους τοπικούς πόρους (φυσικό περιβάλλον, αγροτικό τοπίο, παραδοσιακή αρχιτεκτονική, πολιτισμική κληρονομιά) με στόχο να αυξήσουν κατ' αυτόν τον τρόπο τα εισοδήματά τους. Στη Γαλλία, για παράδειγμα, οι αγροτουριστικές μονάδες παρέχουν όλο και περισσότερο υπηρεσίες ελεύθερου χρόνου- ψυχαγωγίας- αθλητισμού (ψάρεμα, κυνήγι, ποδήλατο, ιππασία, κλπ), καθώς και παιδαγωγικές - κοινωνικές (fermes pedagogiques) πέρα από την απλή διαμονή (gite rural, chambre d'hote) και εστίαση (table d'hote, ferme auberge, gouter a la ferme), ενώ μπορεί να απευθύνονται σε ειδική πελατεία, όπως παιδιά, τρίτη ηλικία, άτομα με ειδικές ανάγκες, γκρουπ κοινωνικού τουρισμού. Παρακάτω ακολουθούν παραδείγματα αγροτουριστικών μοντέλων στην Ευρώπη.

### **2.3.3.1 Γαλλία**

Η εμπειρία της Γαλλίας στον αγροτουρισμό είναι από τις σημαντικότερες στον ευρωπαϊκό χώρο. Η ανάπτυξη του ξεκίνησε από το 1952 με την ίδρυση της οργάνωσης «Agriculture et tourisme»

που είχε ως σκοπό να ενημερώνει και να επιμορφώνει τους αγρότες που ήθελαν να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό. Οι ιδιοκτήτες των αγροτουριστικών καταλυμάτων που ήθελαν οργανώθηκαν κατά περιφέρειες σε ενώσεις που με την σειρά τους δημιούργησαν το 1955 την εθνική ομοσπονδία. Η ομοσπονδία ασχολείται με τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την προώθηση του αγροτικού πληθυσμού γύρω από τα

αγροτουριστικά προγράμματα της χώρας. Οι πιο σημαντικοί τύποι αγροτουριστικών καταλυμάτων στην Γαλλία είναι οι εξής:

- Ανεξάρτητα επιπλωμένα καταλύματα κοντά σε κάποιο αγρόκτημα ή χωριό.
- Καταλύματα προσαρμοσμένα για παιδιά 6-13 χρονών που κάνουν τις διακοπές τους κοντά στην φύση και την αγροτική ζωή.
- Δωμάτια στις κατοικίες των γεωργών που προσφέρουν πρωινό.
- Κατασκήνωση σε αγρόκτημα και συμμετοχή στις γεωργικές εργασίες.
- Καταλύματα για διαμονή μίας νύχτας για αθλητές
- Καταλύματα σε αγρόκτημα Bed & Breakfast με μαθήματα ιππασίας.

### **2.3.3.2 Ιταλία**

Ο αγροτουρισμός στην Ιταλία έχει αναπτυχθεί περισσότερο στο βόρειο τμήμα της χώρας ενώ στο νότιο τμήμα η διαχείριση των καταλυμάτων γίνεται από συνεταιρισμούς, οι οποίοι προωθούν τα τοπικά αγροτικά προϊόντα και τα είδη λαϊκής τέχνης. Υπάρχει μια αυτόνομη ανάπτυξη που συμπληρώνει την τουριστική προσφορά της χώρας γενικότερα. Οι επιλογές που έχουν οι επισκέπτες είναι διανυκτέρευση με πρωινό σε ανεξάρτητα διαμερίσματα, σε αναπαλαιωμένα κάστρα και σε αγροτικές οικογένειες όπου συνδυάζεται η απλότητα και η άνεση. Οι επισκέπτες μπορούν να συμμετάσχουν στην συγκομιδή σταφυλιών, να κάνουν μαθήματα μαγειρικής, κεραμικής και αθληθούν. Σήμερα, ο αγροτουρισμός προωθείται από την οργάνωση Anagitour.

### **2.3.3.3 Αγγλία**

Ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε κυρίως στη νοτιοδυτική Αγγλία και Ουαλία και ήταν σε μορφή Bed & Breakfast η οποία εξακολουθεί να υφίσταται και σήμερα η κυρίαρχη μορφή. Στη συνέχεια αναπτύχθηκαν και άλλες μορφές όπως ενοικιαζόμενα δωμάτια, αγροτικά σπίτια, μικρά διαμερίσματα, κατασκηνώσεις μέσα στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή κοντά σε αυτές με παροχή χώρου για αυτοκινούμενους τουρίστες (caravanners). Προσφέρονται, επίσης, δραστηριότητες όπως αμαξοδρομίες, ψάρεμα και παραδοσιακές εκδηλώσεις. Το κράτος και η τοπική αυτοδιοίκηση με διάφορα

προγράμματα και κίνητρα προσπαθούν να ενημερώσουν και παράλληλα να βοηθήσουν στην προώθηση του αγροτουρισμού.

#### **2.3.3.4 Αυστρία**

Η Αυστρία έχει μεγάλη παράδοση στον αγροτουρισμό. Το ποικίλο της σκηνικό, η πλούσια κληρονομιά της και η ευνοϊκή γεωγραφικής της θέση, της δίνουν μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη σφαίρα του τουρισμού. Τα φυσικά χαρακτηριστικά της χώρας και το κλίμα ευνοούν την τουριστική προσέλευση και σε σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες είναι πολύ οργανωμένη όσον αφορά την προώθηση των αγροτουριστικών της υπηρεσιών. Το 40% του πληθυσμού της ζει σε αγροτικές περιοχές και αυτό καθιστά τον αγροτουρισμό σημαντικό στοιχείο της τουριστικής βιομηχανίας. Ο πρώτος οργανισμός αγροτουρισμού ιδρύθηκε το 1971. Ο τύπος αγροτουρισμού που επικρατεί είναι η διανυκτέρευση με πρωινό σε αγρόκτημα ή σε ατομικά σπιτάκια σε περιοχή αγροτικής εκμετάλλευσης όπου χρησιμοποιούνται τοπικά προϊόντα. Το είδος αυτό τουρισμού απευθύνεται σε άτομα με ειδικές ανάγκες, σε οικογένειες με παιδιά, σε άτομα που ενδιαφέρονται για ιππασία και ψάρεμα. Τα καταλύματα χωρίζονται σε 4 κατηγορίες ανάλογα με το επίπεδο καταλύματος και του αγροκτήματος σε υπηρεσιών, διαχείρισης αποβλήτων, παρεχόμενων ευκολιών και εξοπλισμού και συντάσσεται ειδική επιτροπή που αποφασίζει και κατηγοριοποιεί το κατάλυμα.

#### **2.3.3.5 Ελλάδα**

Οι μορφές αγροτουρισμού που κυριαρχούν σε άλλες χώρες και έχουν ως βάση το μεγαλογεωργό ως κύριο επιχειρηματικό φορέα δεν μπορούν να εφαρμοστούν στην Ελλάδα. Οι λόγοι είναι γεωγραφικής και πολιτιστικής ιδιαιτερότητας αλλά και λειτουργικής, αφού η Ελλάδα ιστορικά δεν διαθέτει μεγάλες γεωργικές εκτάσεις (αγροκτήματα) που θα μπορούσε να τις εκμεταλλευτεί, ούτε συγκροτημένη αγροτική επιχειρηματική βάση που να δικαιολογεί την ανάπτυξη ολοκληρωμένων προγραμμάτων. Επίσης, η Ελλάδα είναι γνωστή σε όλο το κόσμο σαν ένας κλασικός καλοκαιρινός τουριστικός προορισμός. Πέρα όμως από τα πασίγνωστα θερινά τουριστικά θέρετρα υπάρχουν και αρκετά άγνωστα σε πολλούς μέρη στα οποία

κάποιος μπορεί να πραγματοποιήσει μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, τον αγροτουρισμό. Οι διακοπές αυτής της μορφής δίνουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να ανακαλύψει τον επιλεγμένο τουριστικό προορισμό και να καρπωθεί ότι μπορεί να του προσφέρει ο συγκεκριμένος τόπος. Τα μέρη που μπορεί κάποιος να κάνει αγροτουρισμό στην Ελλάδα είναι πάρα πολλά όσο και οι επιλογές του. Η δυναμική που αποκτά ο αγροτουρισμός τα τελευταία χρόνια είναι τέτοια ώστε το επίπεδο των παροχών να βρίσκεται σε αρκετά υψηλό επίπεδο.

Σύμφωνα με τον Κουτσούρη (1998), «για την Ελλάδα, όπου οι ορεινές και μειονεκτικές περιοχές αντιπροσωπεύουν το 82,6% της επικράτειας και κατοικούνται από το 27,9% του πληθυσμού της χώρας, πιστεύεται ότι ο αγροτουρισμός είναι δυνατόν να αποτελέσει τη διέξοδο για την ανάπτυξη αυτών των περιοχών». Στην Ελλάδα ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται:

- Σε χωριά ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
- Σε νησιωτικές ή παραλιακές περιοχές, οι οποίες αξιοποιούν κυρίως τους θερινούς μήνες τον ήλιο και τη θάλασσα.
- Σε παραδοσιακούς οικισμούς, οι οποίοι έχουν να επιδείξουν μία ξεχωριστή αρχιτεκτονική, που προσελκύει τους κατοίκους των αστικών περιοχών.
- Κοντά σε προστατευόμενες περιοχές, όπως για παράδειγμα εθνικούς δρυμούς και υδροβιότοπους, οι οποίες εκτός από το φυσικό κάλλος, επιτρέπουν στους επισκέπτες να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους σε θέματα οικολογίας.
- Σε καταλύματα συνεταιριστικής μορφής, όπου τα μέλη των συνεταιρισμών, τα οποία είναι κυρίως γυναίκες, προσφέρουν προϊόντα δικής τους ή τοπικής παραγωγής.

#### **2.3.4 Προϋποθέσεις ανάπτυξης του αγροτουρισμού**

Σύμφωνα με τον τον Bubendorf, 1993 οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του αγροτουρισμού πρέπει να πληρούνται τόσο από το φυσικό χώρο, ενώ άλλες θα πρέπει να πληρούνται από διάφορες κοινωνικές ομάδες (Σδράλη, 2005). Ο Bubendorf κατέγραψε τις πλέον

σημαντικές προϋποθέσεις, το σύνολο των οποίων μπορεί να ομαδοποιηθεί σε τρεις διακριτές κατηγορίες :

#### Τόπος (φυσικοί πόροι και υποδομές)

- Ελκυστικός χώρος (φυσικός και πολιτιστικός).
- Πλεονεκτική θέση της αγροτικής κατοικίας.
- Ευρύχωροι οικιακοί χώροι που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για αγροτουριστικούς σκοπούς , χωρίς την απαίτηση επένδυσης σε μεγάλα κεφάλαια.
- Άνετος χώρος για τους φιλοξενούμενους, είτε ήδη υπάρχον, είτε με τη δυνατότητα να κατασκευαστεί μόνο με μικρές επενδύσεις.
- Επιχειρησιακή δυνατότητα στην κοινότητα και στην περιοχή.
- Το ελάχιστο απαιτούμενο της τουριστικής υποδομής (οδικό δίκτυο,τηλεφωνικές γραμμές, χώροι εστίασης, καταστήματα και άλλα)
- Γεωργία μεσαίας ή χαμηλής έντασης , μικτή γεωργία με κτηνοτροφία.
- Τα κτίσματα να είναι προσαρμοσμένα στην τοπική παραδοσιακή αρχιτεκτονική, στο χαρακτήρα και τις ανάγκες εξυπηρέτησης της φιλοσοφίας του αγροτουρισμού.

#### Ανθρώπινοι πόροι

- Επαρκές οικογενειακό εργατικό δυναμικό.
- Ευαισθησία και φιλοξενία από την αγροτική οικογένεια και διατήρηση της δικής της ταυτότητας.
- Υποστήριξη του πληθυσμού της περιοχής για την αναπτυξιακή διαδικασία.
- Επίγνωση της διαδικασίας και θέληση συνεργασίας των μελών της οικογένειας για την επίτευξη του μέγιστου αποτελέσματος.
- Γνώση, τουλάχιστον σε επίπεδο βασικής επικοινωνίας, ορισμένων βασικών ξένων γλωσσών.
- Συνεργασία των αγροτών της περιοχής.

### 2.3.5 Σχεδιασμός και διαχείριση της ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού

- Επαγγελματική παροχή συμβουλών από μία καλά οργανωμένη υπηρεσία marketing.
- Επίπεδο τιμών που να ανταποκρίνεται στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών του αγροτουριστικού προϊόντος.
- Ολοκληρωμένη αναπτυξιακή προσέγγιση όπως για παράδειγμα συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων μερών της περιοχής στη διαδικασία.
- Ύπαρξη δυνατής και συντονιστικής κεντρικής ομάδας που να ενδιαφέρεται και να ενημερώνεται συνεχώς για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.
- Προώθηση του αγροτουριστικού προϊόντος μέσω παραδοσιακών και ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας.
- Να υπάρχει περιβαλλοντική διαχείριση μέσα εξοικονόμησης ενέργειας, όπως οικονομικές λάμπες, φωτοβολταϊκά, ηλιακός θερμοσίφωνας και άλλα.
- Επαρκής υποστήριξη και χρηματοδότηση από το δημόσιο τομέα και τα ταμεία χρηματοδότησης.
- Γνώση σε επίπεδο συναλλαγών τομεών όπως πληροφορική, λογιστική και μαθηματικά.

Όπως είναι φυσικό, μία περιοχή δεν μπορεί να πληρεί όλες τις προϋποθέσεις. Ωστόσο, όσο περισσότερες από αυτές πληρούνται, τόσο πιο επιτυχής είναι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη συγκεκριμένη περιοχή. Επιπλέον, εάν οι παραπάνω προϋποθέσεις τίθενται κατά κάποιο τρόπο διαζευκτικά, η προϋπόθεση εκείνη που αφορά τη σαφή αποδοχή και υποστήριξη της αγροτουριστικής ανάπτυξης από τον τοπικό πληθυσμό θεωρείται απόλυτα αναγκαία και επιβεβλημένη (Παπασταύρου, 2007)

### 2.3.6 Μορφές αγροτουρισμού

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



Η Ελλάδα χάρις στην οικιστική της διασπορά, την πολυνησιακή της συγκρότηση, το ποικιλόμορφο τοπίο, τις δημογραφικές αντιθέσεις και τις κλιματολογικές της συνθήκες ευνοεί την ανάπτυξη μιας μεγάλης κλίμακας μορφών αγροτουρισμού. Οι μορφές αυτές μπορούν να καταταχθούν σε δυο κατηγορίες:

- Αμιγής αγροτουρισμός, όπου οι φιλοξενούμενοι πέρα από τον κύριο προορισμό τους ασχολούνται είτε με αγροτικές εργασίες κατά κανόνα στο αγρόκτημα (περιποίηση ζώων, άρμεγμα, τυροκομία, θερισμός, τρυγητός, λιομάζωμα, οπωροκηπευτική, μελισσοκομία και άλλα, είτε και πολλές φορές παράλληλα με ψυχαγωγικές δραστηριότητες, όπως αυτές που τους προσφέρει το περιβάλλον της αγροτικής περιοχής .
- Σύνθετος αγροτουρισμός, όπου οι τουρίστες, πέρα από τις παραπάνω δραστηριότητες, που μπορούν να αναπτύξουν περιθωριακά, ικανοποιούν επίσης και κάποιες προσωπικές ανάγκες τους, που εξειδικεύουν τον αγροτουρισμό της περιοχής, όπως για παράδειγμα τουρισμός υγείας, αθλητισμού, φυσιολατρίας, θρησκείας, πολιτισμού.

#### **2.3.6.1 Κύριες μορφές αμιγή αγροτουρισμού στην Ελλάδα**

- Αγροτουρισμός σε χωριά ιδιαίτερου φυσικού κάλους που προσελκύουν τους επισκέπτες, αξιοποιώντας την ομορφιά της τοποθεσίας τους.
- Αγροτουρισμός σε νησιωτικές ή παραλιακές περιοχές οι οποίες αξιοποιούν κυρίως τους θερινούς μήνες τον ήλιο και τη θάλασσα.
- Αγροτουρισμός σε παραδοσιακούς οικισμούς οι οποίοι έχουν να αναδείξουν μια ξεχωριστή αρχιτεκτονική που προσελκύει τον τουρίστα των μεγάλων αστικών κέντρων.
- Αγροτουρισμός κοντά σε προστατευόμενες περιοχές όπως εθνικούς δρυμούς και υδροβιότοπους οι οποίες εκτός από φυσικό κάλλος αναλαμβάνουν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις των επισκεπτών σε θέματα οικολογίας.
- Αγροτουρισμός σε καταλύματα συνεταιριστικής μορφής, όπου τα μέλη των συνεταιρισμών, κυρίως γυναίκες προσφέρουν προϊόντα δικής τους ή τοπικής παραγωγής.

### 2.3.6.2 Κύριες μορφές σύνθετου αγροτουρισμού στην Ελλάδα

- Αγροτουρισμός σε περιοχές με ιαματικές πηγές, γνωστές ως λουτροπόλεις, όπου σε ειδικά υδροθεραπευτήρια οι τουρίστες υπόκεινται σε κάποιες θεραπευτικές αγωγές, σε ένα συνδυασμό αποτοξίνωσης και σωματικής χαλάρωσης.
- Αγροτουρισμός σε ορεινά χωριά στην περιοχή των οποίων λειτουργεί οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο, που αποτελεί πόλο έλξης των τουριστών.
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές με αθλητικές εγκαταστάσεις, όπου προσφέρονται όλες οι δυνατότητες για ξεκούραση και ταυτόχρονα άθληση.
- Αγροτουρισμός σε κατασκηνωτικούς χώρους (camping), που βρίσκονται στον περίγυρο αγροτικών οικισμών με τους οποίους συνδέονται οικονομικά, κοινωνικά και πολιτισμικά.
- Αγροτουρισμός για παιδιά μικρής ηλικίας που πραγματοποιείται σε παιδικές κατασκηνώσεις με αθλητικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις, πλήρη φιλοξενία και προσφορά μορφωτικού και ψυχαγωγικού προγράμματος.
- Αγροτουρισμός σε κέντρα διερχομένων τουριστών που βρίσκονται σε ειδικούς κόμβους και δέχονται περαστικούς για να τους προσφέρουν φιλοξενία.
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές όπου υπάρχουν πολιτιστικά ενδιαφέροντα. Οι διακοπές στις περιοχές αυτές συνδέονται με πνευματικές ενασχολήσεις.

Οι παραπάνω μορφές αγροτουρισμού στην Ελλάδα εντοπίζονται σε αγροτικές περιοχές. Οι τύποι των καταλυμάτων είναι κυρίως δωμάτια εντός της οικίας της αγροτικής οικογένειας ή καταλύματα που αποτελούν προέκταση της κατοικίας ή ανεξάρτητα της οικίας δωμάτια, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ανεξαρτησία της ιδιωτικής ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών.

### 2.3.7 Κατηγορίες αγροτουρισμού

Οι πιο γνωστές κατηγορίες αγροτουρισμού μπορούν να θεωρηθούν οι εξής:

- Διακοπές σε αγροτική εκμετάλλευση (Farm House Holiday) όπου περιλαμβάνει υποδοχή και φιλοξενία των τουριστών σε αγροκτήματα (μεγάλες γεωργικές

εκμεταλλεύσεις) παρέχοντας τους τη δυνατότητα να συμμετάσχουν στη ζωή των αγροτών και τις αγροτικές δραστηριότητες . Η πρακτική αυτή είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη σε χώρες όπως Αυστρία και Γερμανία.

- Διανυκτέρευση με πρωινό (Bed and Breakfast) όπου έχουμε δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων (μικρές γεωργικές εκμεταλλεύσεις) σε μη αστικές περιοχές και φιλοξενία τουριστών παρέχοντας τους πρωινό. Η πρακτική αυτή είναι ιδιαίτερα σε χώρες όπως Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Ιρλανδία, Γαλλία και Ελλάδα.
- Αγροτουρισμός από εθελοντές: Πρόκειται για μία τάση που παρατηρείται κυρίως σε χώρες του εξωτερικού όπου υπάρχουν εποχιακοί επισκέπτες σε φάρμες που συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγική διαδικασία. Αυτό το είδος αγροτουρισμού ταιριάζει σε τουρίστες που θέλουν να συμμετέχουν σε αγροτουριστικές δραστηριότητες (για παράδειγμα μάζεμα ελιάς, φρούτων) και άλλα, κυρίως λόγω οικονομικών δυσχερειών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι Εθελοντές Εργάτες σε Βιολογικές Φάρμες - Willing Workers on Organic Farms (WWOOF). Η τάση αυτή ξεκίνησε το 1971 στην Αγγλία με κύριο σκοπό το όφελος των ιδιοκτητών αγροτουριστικών καταλυμάτων από τον εθελοντισμό σε περιόδους υψηλής ζήτησης, αλλά και την αναζήτηση συναναστροφής με ανθρώπους με άλλη κουλτούρα και τρόπο σκέψης. Το όφελος των εθελοντών – εργαζομένων είναι η μύηση τους σε εναλλακτικούς τρόπους ζωής στην ύπαιθρο και τις μεθόδους οργάνωσης και καλλιέργειας.
- Οικοαγροτουρισμός: Είναι ο συνδυασμός δύο εναλλακτικών μορφών τουρισμού, εκείνων του αγροτουρισμού και του οικοτουρισμού, κατά τις οποίες οι τουρίστες καλούνται να συμμετέχουν σε αγροτικές δραστηριότητες, αλλά και σε δραστηριότητες που σέβονται το περιβάλλον, όπως για παράδειγμα την παρακολούθηση πτηνών (bird-watching), περιηγητισμό σε περιοχές αξιοπρόσεκτου φυσικού κάλλους (trekking) και άλλα.

### 2.3.8 Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού

Η εδραίωση ενός συγκεκριμένου τύπου τουριστικής ανάπτυξης σχετίζεται με την τουριστική πολιτική, την κοινωνικοοικονομική δομή και την προστασία του περιβάλλοντος, στις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται. Κάθε περιοχή η οποία αναπτύχθηκε τουριστικά πέρασε από διάφορα στάδια ανάπτυξης τα οποία καθορίστηκαν από πολλούς επιμέρους παράγοντες: φυσικά χαρακτηριστικά, υποδομές, κεφάλαιο, κοινωνικές δομές και άλλα. Η αλληλεπίδραση της ζήτησης και της προσφοράς διαμόρφωσε το είδος της τουριστικής ανάπτυξης της κάθε περιοχής (Τσάρτας, 1996).

Το πρότυπο του αγροτουρισμού κάθε περιοχής ποικίλει ως προς τη μορφή και το βαθμό ανάπτυξης του. Αυτό εξαρτάται από τις ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής, την οικονομική δομή, το βαθμό εκμετάλλευσης του αγροκτήματος, το στάδιο ανάπτυξης του συνεταιριστικού κινήματος, την γεωργική παραγωγή, την ένταση της τοπικής επιχειρηματικότητας, το μέσο εισόδημα και τέλος την ύπαρξη της καταναλωτικής ζήτησης για να μπορεί να απορροφηθεί το αγροτουριστικό.

Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένοι αποφασιστικοί παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχή ανάπτυξη του αγροτουρισμού και αφορούν τις ίδιες τις επιχειρήσεις που αναπτύσσουν το συγκεκριμένο μοντέλο τουριστικής εκμετάλλευσης. Πιο συγκεκριμένα:

- Η προσβασιμότητα της μονάδας η οποία αφορά τη δυνατότητα πρόσβασης σε σημαντικούς αυτοκινητόδρομους και την εγγύτητα σε ένα αστικό κέντρο.
- Ο τύπος σχεδιασμού του αγροκτήματος. Τα διάφορα τμήματα και οι εγκαταστάσεις πρέπει να συμβάλλουν στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών.
- Το μέγεθος της αγροτικής επιχείρησης, εφόσον η υιοθέτηση του αγροτουριστικού μοντέλου τείνει να συνδέεται με μεγαλύτερης έκτασης αγροκτήματα.
- Οι οικονομικοί πόροι των αγροτών, εφόσον οι αγρότες με υψηλότερα εισοδήματα τείνουν να έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτελεσματικότερης και γρηγορότερης εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου.

- Η ύπαρξη καταναλωτικής αγοράς η οποία να θέλει και να μπορεί να απορροφήσει αυτό το προϊόν. Εδώ συνίσταται η συστηματική και στοχευμένη προβολή του αγροτουριστικού στα κοινά-στόχους.
- Παροχή ενός ολοκληρωμένου τουριστικού πακέτου. Οι επιτυχημένες κοινότητες στην προσπάθεια τους να φέρουν τουρίστες οι οποίοι θα μείνουν,θα ξοδέψουν χρήματα και θα επιστρέψουν πολλές φορές στο μέλλον, έχουν αναπτύξει υψηλής ποιότητας τουριστικά αξιοθέατα και παράλληλα δημιουργούν επιτυχημένα τουριστικά πακέτα που αφορούν την κοινότητα, τις γύρω περιοχές όπως επίσης και τις τοπικές επιχειρήσεις. Οι επιτυχημένες αγροτουριστικά κοινότητες έχουν δημιουργήσει το σωστό μίγμα όσον αφορά τον τουρισμό που συνδυάζει επαρκή αριθμό καταλυμάτων, εστιατόρια, αξιοθέατα και τα καταστήματα.

### **2.3.9 Το προφίλ των Αγροτουριστών**

Οι τουρίστες που αναζητούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναζητούν κατά βάση ξεκούραση, χαλάρωση σε ένα ήρεμο περιβάλλον, με σκοπό να ξεφύγουν προσωρινά από το άγχος της αστικής τους καθημερινότητας. Επιθυμούν να απολαύσουν την αυθεντικότητα της επαρχιακής ζωής, την ανεπιτήδευτη φιλοξενία, την καθαρότητα του τοπίου και του περιβάλλοντος, τα παραδοσιακά σπιτικά εδέσματα και να γίνουν κοινωνοί σε μια ζωή που θα τους συνδέσει με το κοντινό τους παρελθόν (Ασκέλη, 2005). Οι αγροτουρίστες αναζητούν στις διακοπές τους τη φόρμουλα των 3Φ (Φύση– Φιλία– Φιλοξενία), έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα, ενώ εμφανίζουν και μια ιδιαίτερη ευαισθησία στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα (Σφακιανάκης ,2000).

Την ίδια αντίληψη συμμερίζονται άτομα που έχουν καταγωγή από έναν αγροτικό τόπο ή που το κοινωνικό περιβάλλον τους συνδέεται με αυτό (φίλοι, συγγενείς, κ.λπ.) και επιλέγουν να επισκέπτονται τις αγροτικές περιοχές με σκοπό να ενδυναμώσουν τους οικογενειακούς και φιλικούς δεσμούς.

Επιπλέον, επιζητούν την επαφή με την φύση, που επιφέρει ηρεμία και γαλήνη, γνωρίζοντας ταυτόχρονα την αγροτική ζωή, τους αγρότες και τον τρόπο ζωής τους ο οποίος για πολλούς από αυτούς είναι άγνωστος. Αναζητούν την απόλαυση της αυθεντικότητας της επαρχιακής ζωής, την ανεπιτήδευτη φιλοξενία, την καθαρότητα

του τοπίου και του περιβάλλοντος, τα παραδοσιακά σπιτικά εδέσματα, να γίνουν κοινωνοί σε μια ζωή που θα τους φέρει πιο κοντά σε μια διαφορετική κουλτούρα. Οι αγροτουρίστες είναι άνθρωποι με οικολογική συνείδηση, διαθέτουν διάθεση για μόρφωση και πολιτιστική προσέγγιση. Σε μεγάλο ποσοστό οι αγροτουρίστες έχουν υψηλό οικονομικό και μορφωτικό επίπεδο. Διακρίνονται για την αποστασιοποίηση τους από τον μιμητισμό και τα πρότυπα που επιβάλλει η καταναλωτική κοινωνία. Σε μεγάλη αναλογία είναι εκλεπτυσμένοι και με υψηλές απαιτήσεις ως προς την ποιότητα και το επίπεδο των υπηρεσιών που τους παρέχονται

Οι αγροτουρίστες ανήκουν σε ένα ευρύ ηλικιακό φάσμα που κυμαίνεται μεταξύ 30 με 70 ετών. Μικρό ποσοστό αγροτουριστών είναι νεότερης ηλικίας. Σε χώρες της Ευρώπης που ο αγροτουρισμός έχει παράδοση δεκαετιών, αποτελεί έναν τρόπο ζωής ο οποίος απευθύνεται σε όλη την οικογένεια και διεκδικεί το ήμισυ των ετήσιων οικογενειακών διακοπών. Ξεχωριστή κατηγορία αγροτουριστών είναι οι οικογένειες με παιδιά, καθώς το γεγονός ότι ο αγροτουρισμός αναγνωρίζεται ως μια οικογενειακή δραστηριότητα, έχει σαν αποτέλεσμα να αποτελεί έναν από τους κυριότερους λόγους επιλογής του. Την άποψη αυτή ενισχύουν εκτεταμένες έρευνες, σύμφωνα με τις οποίες οι αγροτουριστικές εμπειρίες αποτελούν ευκαιρία για τις οικογένειες να συσφίξουν τις σχέσεις τους, δημιουργώντας κοινά βιώματα και αναμνήσεις. Άτομα νεότερης ηλικίας προτιμούν να συνδυάζουν το πακέτο αγροτουρισμού με σπορ, ενώ οι μεγαλύτεροι με πιο ήπιες δραστηριότητες, με περιηγήσεις πολιτιστικού, θρησκευτικού και λαογραφικού περιεχόμενου.

Οι αγροτουρίστες κατά κύριο λόγο οργανώνουν μόνοι τις διακοπές τους, κλείνουν τα αεροπορικά τους εισιτήρια σε κανονικές πτήσεις ή πτήσεις low cost, αλλά όχι σε τσάρτερ, ενώ για την επιλογή προορισμού και καταλύματος χρησιμοποιούν το Internet, εξειδικευμένους τουριστικούς οδηγούς, χάρτες και θεματικά δίκτυα καταλυμάτων. Βασικό κριτήριο επιλογής είναι η καλή σχέση ποιότητας-τιμής. Οι αγροτουρίστες ταξιδεύουν:

- Αεροπορικός και ενοικιάζουν απαραίτητα αυτοκίνητο (εκτός από τα πολύ μικρά νησιά). Μέσος όρος διαμονής 2 ή 3 εβδομάδες.
- Ακτοπλοϊκός (Ιταλία - Ελλάδα), απαραίτητα με το αυτοκίνητό τους, με μέσο όρο διαμονής 3 ή 4 εβδομάδες.

- Βρίσκονται διαρκώς σε κίνηση, αφού επισκέπτονται τουλάχιστον δύο διαφορετικές περιοχές κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.
- Την κλασική περίοδο, από τον Απρίλιο μέχρι τον Οκτώβριο.

### **2.3.10 Αγροτουριστικό προϊόν**

Το αγροτουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται από ένα εύρος προϊόντων και υπηρεσιών, το οποίο μπορεί να περιοριστεί και να προσδιοριστεί με ακρίβεια μόνο εάν συνδεθεί με μια συγκεκριμένη τοποθεσία. Μπορούμε γενικά να θεωρήσουμε ότι το αγροτουριστικό προϊόν αναφέρεται σε όλα τα υλικά και άυλα αγαθά και υπηρεσίες που οι αγροτουρίστες απολαμβάνουν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Ωστόσο, ένα στοιχείο που περιπλέκει τη φύση του αγροτουριστικού προϊόντος είναι ότι, εκτός από τις υπηρεσίες (τουριστικές και μη) που προσφέρονται από τους αγρότες, περιλαμβάνει και αγαθά που αποτελούν προϊόντα οικονομικής δραστηριότητας, η οποία πραγματοποιείται με τη συμβολή των φιλοξενούμενων τουριστών π.χ. συμμετοχή στην παραγωγή και το εμπόριο των αγροτικών προϊόντων (Muhcina Silvia, 2008). Σε μια προσπάθεια να ομαδοποιηθούν όλα τα συστατικά στοιχεία του αγροτουριστικού προϊόντος σχηματίζονται τρεις κατηγορίες όπου να ενταθεί το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών:

1. Οι προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες
2. τα τοπικά προϊόντα
3. η «εικόνα» της περιοχής

#### **2.3.10.1 Οι προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες**

Στο παρελθόν υπήρχε μια σύγχυση στο ευρύ κοινό σύμφωνα με την οποία οι υπηρεσίες που προσφέρονται στο πλαίσιο του αγροτουρισμού οι οποίες περιορίζονταν ως επί το πλείστον στην παροχή κάποιας μορφής καταλύματος. Σήμερα, ο αγροτουρισμός καλύπτει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών, το σύνολο των οποίων μπορεί να διακριθεί σε δύο κατηγορίες α) τις τουριστικές υπηρεσίες, δηλαδή υπηρεσίες που

σχετίζονται με την ικανοποίηση των βασικών τουριστικών αναγκών, όπως διαμονή, εστίαση, αναψυχή και β) τις αγροτικές υπηρεσίες, οι οποίες έχουν ως σημείο αναφοράς το φυσικό περιβάλλον των αγροτικών περιοχών, τους αγρότες και τον αγροτικό τρόπο ζωής. (Σφακιανάκης 2000)

Πιο συγκεκριμένα οι τουριστικές υπηρεσίες αφορούν:

- Την παροχή καταλύματος παραδοσιακού τύπου δηλαδή διαμονή σε παραδοσιακούς ξενώνες, παραδοσιακούς οικισμούς, σε αγροτικό σπίτι ή σε αγροτικό ξενοδοχειακό κατάλυμα μέσα στο αγροτικό χωριό. Όποιας μορφής και να είναι το κατάλυμα, οφείλει να έχει την αρχιτεκτονική ταυτότητα της περιοχής, έτσι ώστε να εξυπηρετεί την ανάδειξη του τοπικού στοιχείου.
- Την παροχή παραδοσιακής και τοπικής γαστρονομίας για την κάλυψη των αναγκών εστίασης των τουριστών. Στις αντίστοιχες εγκαταστάσεις (εστιατόρια, ταβέρνες, καφέ κλπ) προσφέρονται κατά τη διάρκεια της παραμονής των τουριστών, μόνο τοπικά και παραδοσιακά, πολλές φορές και βιολογικά προϊόντα. Επιπλέον, τα αντίστοιχα εδέσματα που προσφέρονται, βασίζονται σε συνταγές όσο το δυνατόν σύμφωνες με τις παραδόσεις της περιοχής.
- Την παροχή δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στον αγροτικό χώρο και δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες. Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να λάβουν πολλές μορφές, όπως για παράδειγμα η περιήγηση (touring) που περιλαμβάνει περιπάτους, ιππασία, ποδηλασία, ψάρεμα, κολύμβηση αλλά και δραστηριότητες ανακάλυψης όπως για παράδειγμα επισκέψεις σε τοπικές, βιομηχανικές και παραδοσιακές επιχειρήσεις χειροτεχνίας. Επιπλέον, οι τουρίστες μπορούν να συμμετέχουν σε πολιτισμικές δραστηριότητες (cultural activities) όπως επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και αξιοθέατα, σεμινάρια χειροτεχνίας, πολιτιστικές εκδηλώσεις και εκδηλώσεις θεματικού χαρακτήρα, γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα και την τοπική κληρονομιά.



Όσο αφορά τις αγροτικές υπηρεσίες αυτές αφορούν τη δυνατότητα ενασχόλησης των τουριστών με δραστηριότητες, οι οποίες αξιοποιούν τους φυσικούς πόρους της περιοχής υποδοχής, με κύριο χαρακτηριστικό την διατήρηση της προσωπικής σχέσης μεταξύ φιλοξενούμενου και οικοδεσπότη, καθώς επίσης και την ενεργή συμμετοχή των φιλοξενούμενων σε συγκεκριμένες δραστηριότητες, σχετικές με την αγροτική ζωή, τη φύση, τη γη και τα ζώα όπως για παράδειγμα το μάζεμα ελιάς, φρούτων, όργωμα γης, τσίσμα ζώων. Στα πλαίσια αυτών των υπηρεσιών, οι φιλοξενούμενοι έχουν τη δυνατότητα παρατήρησης τόσο της γεωργικής και κτηνοτροφικής διαδικασίας, όσο και της παραδοσιακής αγροβιοτεχνίας, καθώς και τη δυνατότητα συμμετοχής τους σε αυτές. Όλες αυτές οι δραστηριότητες προσφέρονται στα πλαίσια της κάλυψης των αναγκών των τουριστών, για μια ουσιαστική επαφή με τη φύση αλλά και για μια συμμετοχή τους σε ένα πλέγμα τουριστικών δραστηριοτήτων, πιο ενεργητικό από αυτό που προσφέρει το μοντέλο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού. (Ριζοπούλου, 2010)

### **2.3.10.2 Τα τοπικά προϊόντα**

Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων που παράγονται σε μια περιοχή, ανεξάρτητα εάν παράγονται ή όχι στα πλαίσια της λειτουργίας των αγροτουριστικών μονάδων. Πρόκειται για τα προϊόντα της ντόπιας αγροτικής παραγωγής και της τοπικής λαϊκής τέχνης, όπως για παράδειγμα υφαντά, κεντήματα, κοσμήματα, γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά, αρωματικά φυτά και άλλα. Εδώ συγκαταλέγονται τα πιστοποιημένα ως βιολογικά προϊόντα, Προϊόντα Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και τα προϊόντα Προστατευμένης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ). Επιπλέον, στα τοπικά προϊόντα ανήκει και το σύνολο των προϊόντων ανήκει και το σύνολο των προϊόντων που είναι αποτέλεσμα της παραγωγικής δραστηριότητας των αγροτουριστικών μονάδων (γεωργικά, κτηνοτροφικά, αγροβιοτεχνικά και αγροοικοτεχνικά).

### 2.3.10.3 Η εικόνα της περιοχής

Το αγροτουριστικό προϊόν, εκτός από τις συγκεκριμένες προσφερόμενες αγροτουριστικές υπηρεσίες και τα τοπικά προϊόντα, ενσωματώνει και ολόκληρη την εικόνα της περιοχής, έτσι όπως καταγράφεται από το αγροτικό τοπίο, τον τρόπο ζωής και τον πολιτισμό της. Η πλευρά αυτή του αγροτικού προϊόντος, πηγάζει κατά κύριο λόγο από τα ελεύθερα αγαθά (αέρας, νερό, φύση) που το περιβάλλουν και ουσιαστικά περιλαμβάνει όλα εκείνα τα στοιχεία που επιτρέπουν στους τουρίστες να:

- απολαύσουν το φυσικό περιβάλλον και τον ανοιχτό χώρο.
- έρθουν σε επαφή με τα χαρακτηριστικά φυσικά τοπία και τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους όπως βουνά, λίμνες, ποτάμια, δάση, φαράγγια, δρυμοί, σπήλαια, υγροβιότοποι και άλλα.
- γνωρίσουν τη χλωρίδα και την πανίδα του τόπου, κυρίως τη σπάνια, καθώς και στοιχεία της άγριας ζωής.
- Μεταβάλλουν τους έντονους ρυθμούς της καθημερινότητας σε πιο φυσικούς (κανονική ώρα ύπνου, αποφυγή καθημερινού άγχους)

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό, ότι ο ρόλος του αγροτουριστικού προϊόντος στο σύνολο του, είναι να προσφέρει στους κατοίκους των πόλεων ήρεμες, ενεργές και συμμετοχικές διακοπές, με σκοπό να γνωρίσουν τις αγροτικές περιοχές και ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα, την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και να τους φέρει σε επαφή με τη φύση και με τις δραστηριότητες της υπαίθρου, στις οποίες θα μπορούν να συμμετέχουν, να ψυχαγωγηθούν και να νιώσουν τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης. Η λογική όλων αυτών έγκειται στην επιθυμία των επισκεπτών να απομακρυνθούν από το αστικό κέντρο και να βρεθούν στην ύπαιθρο, προκειμένου να απολαύσουν το φυσικό περιβάλλον και να μοιραστούν τις συνήθειες και τις εμπειρίες τους με ανθρώπους της. Στην ουσία αναζητούν στον αγροτουρισμό την αυθεντικότητα και τη μοναδικότητα της φύσης σε κάθε μορφή και έκταση.

### **2.3.11 Είδη αγροτουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα**

Οι επιχειρήσεις αγροτικού τουρισμού δημιουργήθηκαν σε γενικές γραμμές εξαιτίας της μείωσης της γεωργικής δραστηριότητας και αποτελούν αποτέλεσμα αναζήτησης για διαφοροποιημένες πηγές εισοδήματος. Είναι μονάδες μικρότερες σε μέγεθος και ηλικία τόσο από άλλου τύπου επιχειρήσεις της υπαίθρου, (υπηρεσίες, βιομηχανία και άλλη γεωργία), όσο και από τις τουριστικές επιχειρήσεις γενικά. Οι περισσότερες έχουν οικογενειακό χαρακτήρα, αφού οι θέσεις εργασίας καλύπτονται πρωτίστως από το οικογενειακό ή φιλικό περιβάλλον και δευτερευόντως από τον τοπικό πληθυσμό, ενώ συνήθως οι θέσεις αυτές αφορούν στην κάλυψη εποχιακών αναγκών. Η επιλογή του τόπου δημιουργίας της αγροτουριστικής επιχείρησης οφείλεται κατά κύριο λόγο στον τόπο καταγωγής του επιχειρηματία, ο οποίος μετά την ίδρυση του αγροτουριστικού καταλύματος τις περισσότερες φορές επιλέγει να κατοικήσει και ο ίδιος μόνιμα εκεί. Όπως όμως ισχυρίζονται οι Fleicher και Tchetchik (2005), η επιλογή του τόπου για την δημιουργία μιας αγροτουριστικής μονάδας συνδέεται άρρηκτα με την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης, αφού ένα ελκυστικό περιβάλλον με πολλές προσφερόμενες δραστηριότητες για τους τουρίστες συνδέεται άμεσα με υψηλότερες τιμές δωματίων και υψηλότερη επισκεψιμότητα.

#### **2.3.11.1 Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής**

Είναι επιχειρήσεις εστίασης (ταβέρνες, μεζεδοπωλεία, καφενεία και άλλα) που λειτουργούν σε αγροτουριστικούς προορισμούς και στις οποίες προσφέρονται γεύματα σύμφωνα με ιδιαίτερες παραδοσιακές συνταγές και εδέσματα από την ελληνική κουζίνα, χρησιμοποιώντας αποκλειστικά εγχώρια τοπικά προϊόντα. Αποσκοπούν στη διάδοση της τοπικής ελληνικής παραδοσιακής κουζίνας, ως στοιχείο πολιτισμού του τόπου στον οποίο αναπτύσσονται.

#### **2.3.11.2 Τουριστικά γραφεία ή παροχείς προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων αγροτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος**

Είναι επιχειρήσεις που λειτουργούν σύμφωνα με τις διατάξεις που διέπουν τα τουριστικά γραφεία σε περιοχές που αποτελούν αγροτουριστικούς προορισμούς.

Προσφέρουν κυρίως υπηρεσίες μεταφοράς ή εξασφάλισης διαμονής, διοργάνωσης προγραμμάτων, δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής (ενεργού τουρισμού), διοργάνωσης περιηγήσεων, επισκέψεων γνωριμίας με φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, διοργάνωσης αθλητικών δραστηριοτήτων, συμμετοχής σε υπαίθριες παραδοσιακές πολιτιστικές δραστηριότητες και γενικά δραστηριότητες αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου των επισκεπτών.

### **2.3.11.3 Επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών ανάδειξης της τοπικής και πολιτιστικής κληρονομιάς**

Είναι επιχειρήσεις που λειτουργούν σε αγροτουριστικό προορισμό ως εργαστήρια παραγωγής και σημεία πώλησης τοπικών προϊόντων που βασίζονται σε παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής με πρώτες ύλες που παράγονται τοπικά. Αποτελούν γενικά εργαστήρια παρασκευής παραδοσιακών τοπικών προϊόντων (υφαντικής, κεραμικής, ξυλογλυπτικής, παραδοσιακών τεχνών και άλλα) και τοπικών εδεσμάτων, στα οποία είναι δυνατόν να συμμετέχουν οι επισκέπτες και να διδάσκονται τις παραδοσιακές τεχνικές. Στην Ελλάδα κυριότεροι φορείς παραγωγής και διαχείρισης των τοπικών, παραδοσιακών και ιδιοπαραγόμενων προϊόντων έχουν αναδειχτεί κυρίως οι γυναικείοι αγροτουριστικοί και βιοτεχνικοί συνεταιρισμοί. Στα καταστήματα των συνεταιρισμών προωθούνται τα τοπικά προϊόντα, τα οποία παρασκευάζουν και διαθέτουν προς πώληση οι ίδιες οι γυναίκες-μέλη των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών. Επιπλέον, σε αυτήν τη λειτουργική μορφή εντάσσονται επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην δημιουργία χώρων με εκθέματα από ιστορικά στοιχεία της περιοχής, έθιμα, τοπικές συνήθειες καθώς και από τη δημιουργική απασχόληση και εργασία των κατοίκων της περιοχής.

### **2.3.11.4 Αγροτουρισμός σε αγρόκτημα εκτός λειτουργίας**

Για τους περισσότερους μελετητές η ύπαρξη ενός εν λειτουργία αγροκτήματος αποτελεί τον παράγοντα κλειδί για τον καθορισμό του αγροτουρισμού. Το γεγονός ότι για πολλούς ο αγροτουρισμός σε ένα αγρόκτημα που δε λειτουργεί «Non Working

Farm (NWF) Agritourism» θα μπορούσε στην πραγματικότητα να χαρακτηριστεί ως μια γενική μορφή αγροτικού τουρισμού έχει σαν αποτέλεσμα ο συγκεκριμένος τύπος αγροτουρισμού να είναι και ο πιο αμφιλεγόμενος της τυπολογίας. Αυξάνονται όλο και περισσότερο ορισμένες εξομαλυμένες μορφές αγροτουρισμού, οι οποίες παρουσιάζονται από νέες ομάδες συμπεριλαμβανομένων αγροτών που έχουν αποσυρθεί και αστών που αποφασίζουν να εγκατασταθούν στη ύπαιθρο.

Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, ο αγροτουρισμός αγροκτήματος εκτός λειτουργίας πραγματοποιείται μέσω εικόνων και μέσω αγροτικής κληρονομιάς για παράδειγμα διαμονή σε ανακαινισμένη αγροικία ή όπου οι γεωργικές πρακτικές του παρελθόντος ή του παρόντος αποτελούν μέρος του συνολικού τουριστικού προϊόντος όπως η αναβίωση του κουρέματος των προβάτων.

#### **2.3.11.5 Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, παθητική επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες**

Στον αγροτουρισμό σε εν λειτουργία αγρόκτημα με παθητική επαφή των τουριστών-«Working Farm, Passive Contact Agritourism (WFPC)» το εν λειτουργία αγρόκτημα παρέχει το πλαίσιο για τον τουρισμό, ωστόσο η σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ του τουρισμού και της γεωργίας δεν είναι ουσιαστική. Οι τουριστικές δραστηριότητες που αντιπροσωπεύουν αυτό το είδος για παράδειγμα bed and breakfast αγροικίας με υπαίθριες δραστηριότητες έχει εντοπιστεί ότι εμφανίζονται ιδιαίτερα συχνά στην αγορά του αγροτουρισμού (Roberts & Hall, 2001). Η φύση των δραστηριοτήτων και των προϊόντων αυτής της μορφής αγροτουρισμού επιτρέπει στους γεωργούς να αξιοποιήσουν τους υπάρχοντες πόρους ως μέσο για την συμπλήρωση του εισοδήματός τους, χωρίς να προχωρήσουν σε παρεμβάσεις στη γεωργία, διατηρώντας την ως διακριτή δραστηριότητα .

Όσον αφορά τη βιβλιογραφία, μπορεί να θεωρηθεί ότι αποτελεί τον πιο συχνά μελετημένο τύπο, καθώς διάφοροι ορισμοί δηλώνουν ότι ο αγροτουρισμός θα πρέπει να βασίζεται σε ένα αγρόκτημα, χωρίς ωστόσο να προβλέπουν κάποιας άλλης μορφής σύνδεση με τη γεωργία πέραν αυτής (Barbieri & Mshenga 2008, Evans & Pery 1989, Oppermann 1996, Walford 2001, Wall, 2000). Επιπλέον, οι συγγραφείς οι οποίοι εξετάζουν τον αγροτουρισμό από την οπτική της διαφοροποίησης των αγροκτημάτων

και όχι της τουριστικής ανάπτυξης, επικεντρώνονται σε αυτόν τον τύπο αγροκτήματος (WFPC), καθώς είναι μία από τις πιο λογικές επιλογές για τους αγρότες (Bowler, Clark, Crockett, Ilbery, & Shaw, 1996, Ilbery, Bowler, Clark, Crockett & Shaw, 1998, Walford, 2001). Ο αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, με παθητική επαφή των τουριστών, περιλαμβάνει παραδείγματα όπου μια σειρά προϊόντων βασίζεται σε πόρους των αγροκτημάτων, όπως υπαίθριοι χώροι και πρώην εγκαταλελειμμένα κτίσματα.

#### **2.3.11.6 Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, έμμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες**

Ο αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα με έμμεση επαφή των τουριστών «Working Farm, Indirect Contact (WFIC) Agritourism» αρχίζει να ενσωματώνει στοιχεία της γεωργίας του αγροκτήματος στο τουριστικό προϊόν. Η φύση της επαφής στην προκειμένη περίπτωση είναι «έμμεση» με την έννοια ότι τα αγροτικά προϊόντα και όχι οι αγροτικές δραστηριότητες αυτές καθαυτές, αποτελούν μέρος του τουριστικού προϊόντος. Αν και αρκετοί συγγραφείς δεν αποκλείουν μια άμεση αλληλεπίδραση με το αγρόκτημα, εστιάζουν κατά κύριο λόγο στην φιλοξενία και τις αντίστοιχες υπηρεσίες διαμονής. Η ιδέα ότι υπάρχει ένας σημαντικός τομέας, όπου διαφοροποιημένα αγροκτήματα παρέχουν φρέσκα τοπικά προϊόντα στα γεύματα που σερβίρονται στα τουριστικά καταλύματα ή εστιατόρια, είτε μέσω της πώλησης στους τουρίστες στα καταστήματα των αγροκτημάτων. Η μεταποίηση αγροτικών προϊόντων, είναι ένα βασικό παράδειγμα αυτού του τύπου του αγροτουρισμού (για παράδειγμα επίσκεψη σε ένα οινοποιείο ή παρουσίαση του τρόπου με τον οποίο φτιάχνεται το βούτυρο), ενώ ένα άλλο παράδειγμα που αναπτύσσεται ταχύτατα είναι οι μαζικές σοδειές, όταν δηλαδή οι αγρότες καλλιεργούν είδη όπως καλαμπόκι σε μεγάλες ποσότητες, ικανές να δημιουργήσουν εποχιακό τουριστικό αξιοθέατο

#### **2.3.11.7 Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, άμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες, σχεδιασμένος αγροτουρισμός**

Ο τύπος αυτός του αγροτουρισμού «Working Farm, Direct Contact, Staged (WFDCS) Agritourism» αναφέρεται σε περιπτώσεις που οι τουρίστες βιώνουν αγροτικές

δραστηριότητες που δημιουργήθηκαν ή διαμορφώθηκαν σκόπιμα για τις ανάγκες του τουρισμού. Δεδομένου ότι υπάρχει αυξημένος βαθμός ανησυχίας για την υγεία και την ασφάλεια των τουριστών, στις περιπτώσεις που έρχονται σε άμεση επαφή με τη γεωργία, τόσο ο σχεδιασμός όσο και η οργάνωση κρίνονται απαραίτητα στοιχεία για την υπέρβαση των κινδύνων, σε ένα κατά τα άλλα αυθεντικό περιβάλλον λειτουργίας του αγροκτήματος. Σύμφωνα με τους Di Domenico και Millar (2007) υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους η γεωργία μπορεί να συνδυαστεί με τον τουρισμό. Οι τρόποι αυτοί μπορεί να κυμαίνονται από απλές παραλλαγές που επιτρέπουν σε δραστηριότητες της γεωργίας και του τουρισμού να πραγματοποιούνται σε συντονισμένα χρονικά για παράδειγμα σίτιση και ώρες επίσκεψης, έως την υλοποίηση ειδικά σχεδιασμένων αγροτικών θεμάτων. Άλλα παραδείγματα αγροτουρισμού αυτής της μορφής (WFDCS) περιλαμβάνουν επιδείξεις αγροτικών δραστηριοτήτων (για παράδειγμα άρμεγμα αγελάδων) καθώς και την άμεση φυσική επαφή με τα ζώα του αγροκτήματος (για παράδειγμα τσίσιμα ή χάιδεμα των ζώων).

#### **2.3.11.8 Αγροτουρισμός σε εν λειτουργία αγρόκτημα, άμεση επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες, αυθεντικός αγροτουρισμός**

Σε αυτόν τον τύπο του αγροτουρισμού αγροτουρισμού «Working Farm, Direct Contact, Authentic (WFDCA) Agritourism» οι τουρίστες βιώνουν αγροτικές δραστηριότητες, σωματικής φύσης από πρώτο χέρι, επιλέγοντας τη συμμετοχή τους στις εργασίες του αγροκτήματος. Αυτό είναι το μόνο είδος του αγροτουρισμού που διαφοροποιεί ριζικά τις κανονικές τουριστικές δραστηριότητες, χρησιμοποιώντας στην ουσία και τη φύση της γεωργίας. Τα προϊόντα και οι δραστηριότητες αυτής της κατηγορίας είναι και τα λιγότερο μελετημένα από τη βιβλιογραφία σε σχέση με τους άλλους τύπους. Ένα παράδειγμα που έχει αποτελέσει αντικείμενο έρευνας σε σχέση με τουρίστες που έρχονται σε άμεση επαφή με αγροτικές δραστηριότητες είναι το «WWOOFing», Worldwide Opportunities (or Willing Workers) on Organic Farms, δηλαδή ευκαιρίες σε Παγκόσμιο Επίπεδο (ή Εθελοντές Εργάτες) σε βιολογικές φάρμες. Σε αυτή την περίπτωση οι τουρίστες συμβάλλουν στην οικονομία του αγροκτήματος από την πλευρά της απασχόλησης, με αντάλλαγμα την παροχή

διαμονής και συχνά υπηρεσιών σίτισης (McIntosh & Bonnemann, 2006). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η βιολογική γεωργία μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία για τον αγροτουρισμό τύπου WFDCA, χάρις στην εντάσεως εργασίας φύση των τεχνικών παραγωγής που χρησιμοποιούνται. Επίσης, καλλιέργειες οι οποίες συλλέγονται με το χέρι όπως τα μούρα, σταφύλια ή ελιές, μπορούν να αποτελέσουν μια ανάλογη ευκαιρία. Συνοψίζοντας, αν και οι ευκαιρίες για μια εμπειρία αυτής της μορφής αγροτουρισμού (WFDCA) είναι περιορισμένες, οι εμπειρίες αυτές δεν παύουν να αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό και εξειδικευμένο κομμάτι της αγοράς (niche market) το οποίο δεν πρέπει να αποκλειστεί και οφείλει να διαχωρίζεται από τις οργανωμένες/ σχεδιασμένες αγροτουριστικές εμπειρίες.

### **2.3.12 Αγροτουρισμός στην Ηλεία**

Στην Ηλεία ο χώρος του αγροτουρισμού μέχρι και σήμερα περιορίζεται μόνο στην ανασυγκρότηση παλιών σπιτιών και την μετατροπή τους σε παραδοσιακά καταλύματα ως απλά ενοικιαζόμενα σπίτια, με εξαίρεση το κτήμα Μερκούρη στο Κορακοχώρι που θα ξεκινήσει να εφαρμόζει το αγροτουριστικό μοντέλο με επίκεντρο το κρασί, το αγρόκτημα της θείας Ελένης στον κάμπο της Νεράϊδας και το κτήμα Φούγκα που αναπτύσσεται με σοβαρές προοπτικές στην περιοχή της Πηνείας. Δεν υπάρχουν άλλες ολοκληρωμένες προσπάθειες αγροτουρισμού στον νομό. Ο νομός αντιμετωπίζει διάφορα προβλήματα που επιβραδύνουν την σχεδίαση και την επιτυχή εφαρμογή του αγροτουριστικού μοντέλου και από άλλους επιχειρηματίες είτε νέους κατά κύριο λόγο είτε ντόπιους. Ορισμένα από τα προβλήματα αυτά δεν αφορούν άμεσα τον αγροτουρισμό αλλά έχουν άμεση επίδραση στο πλαίσιο εφαρμογής και διατήρησης του και είναι τα εξής:

- Έλλειψη υποδομών προσέλκυσης τουριστικών επενδύσεων.
- Έλλειψη πολιτικής για μια νέα γεωργία.
- Έλλειψη πολιτικής για μια νέα κτηνοτροφία.
- Έλλειψη πλαισίου πολλαπλασιαστικής απόδοσης επενδύσεων Α.Π.Ε
- Έλλειψη πλαισίου συσχέτισης καινοτομίας και τοπικών δυνατοτήτων
- Έλλειψη πολιτικής και κουλτούρας πράσινης ανάπτυξης.



- Τεράστια επιβάρυνση του υπογείου και επίγειου περιβάλλοντος από την πολυετή και αλόγιστη χρήση φυτοφαρμάκων.

Το πρόγραμμα χρηματοδότησης Leader 2015 όπως αναλύεται και παρακάτω αποσκοπεί να δώσει κίνητρο για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού και εξομαλύνει τα προβλήματα που κατά κύριο λόγο απαιτούν κυβερνητική παρέμβαση για την επίλυση τους.

Παρακάτω περιγράφεται το αγροτουριστικό μοντέλο της Θείας Ελένης που είναι από τις πρώτες προσπάθειες εφαρμογής στον νομό Ηλείας όπως και το κτήμα Μερκούρη με μακράν ιστορία στην παραγωγή κρασιού.

### Κάμπος Νεράϊδας

Το αγρόκτημα της θείας Ελένης και του Δημήτρη, είναι μια μεγάλη προσπάθεια δύο ανθρώπων που ζουν και εργάζονται και προσφέρουν τη φιλοξενία και την προσωπική φροντίδα τους στους αγροτουρίστες. Το κτήμα έχει έκταση 30 στρέμματα και έχουν κατασκευαστεί 4 αυτόνομα μικρά σπίτια που διαθέτουν τζάκι, χτιστά κρεβάτια, μικρό σαλόνι, μπάνιο και κουζίνα. Η διακόσμηση είναι απλή και η ατμόσφαιρα παραπέμπει σε χωριό. Τα τρία σπίτια είναι 40 τ.μ ενώ το ένα είναι 60 τ.μ. και διαθέτει και δεύτερο υπνοδωμάτιο. Δίπλα στο κτήμα περνάει ο Ενιπέας ποταμός ενώ ολόκληρη η περιοχή είναι γεμάτη πηγές και υπόγεια νερά. Το νερό της βρύσης τόσο στα σπίτια όσο και στο χωριό είναι αυτό της πηγής. Το κτήμα είναι κατάφυτο με δέντρα όπως λεύκες, βελανιδιές αλλά και οπωροφόρα. Υπάρχει απεριόριστος χώρος για περιπάτους, ενώ είναι ιδανικό για παιδιά αφού υπάρχει έντονη επαφή με τη φύση. Στο αγρόκτημα διατίθεται για τους επισκέπτες σπιτικό, παραδοσιακό, νόστιμο και αγνό φαγητό. Οι πρώτες ύλες προέρχονται από το κτήμα. Τα φρούτα και τα λαχανικά καλλιεργούνται χωρίς λιπάσματα και χημικά, χρησιμοποιούνται βότανα όπως ρίγανη, θρούμπι, χαμομήλι και τσάι του βουνού. Η «θεία Ελένη» είναι πάντα διαθέσιμη να μυήσει τους επισκέπτες στα γαστρονομικά μυστικά της όπως ζύμωση για χυλοπίτες, μαγείρεμα κόκορα κρασάτο, πώς να χρησιμοποιείται το θρούμπι και πώς να παστώνονται τις ελιές και το χοιρινό και άλλα. Στα άμεσα σχέδια ανάπτυξης του αγροτουρισμού στο αγρόκτημα είναι η δημιουργία:

- Μιας πετρόχτιστης πισίνας ολυμπιακών διαστάσεων με νερό της πηγής που θα κατεβαίνει από τα βουνά, θα περνά από την πισίνα και θα φεύγει από την άλλη πλευρά.
- Ενός κοινόχρηστου χώρου που θα περιλαμβάνει ένα μικρό σαλόνι με τζάκι και μια βιβλιοθήκη.
- Ενός εκθετηρίου που θα διαθέτει βότανα, γλυκά, μαρμελάδες, ζυμαρικά και όλα τα προϊόντα που παρασκευάζει ή συλλέγει η θεία Ελένη.

Το αγρόκτημα βρίσκεται κοντά σε πολλούς ενδιαφέροντες προορισμούς όπως στα χωριά Λατζόι, Μηλιές και Χελιδόνι, Κρυονέρι όπου ο επισκέπτης μπορεί να κάνει την βόλτα του, να δοκιμάσει ούζο και να δοκιμάσει τοπικές συνταγές. Η Αρχαία Ολυμπία απέχει μόλις 20 χλμ. από το αγρόκτημα ενώ σε μικρή απόσταση βρίσκονται ποτάμια, δάση και καθιστώντας το χωριό Νεράιδα κομβικό σημείο για την περιοχή.

### Κτήμα Μερκούρη

Το Κτήμα Μερκούρη βρίσκεται στη Δυτική Πελοπόννησο, πάνω στο υψίπεδο του ακρωτηρίου Ιχθύς, στην περιοχή Κορακοχωρίου του Δήμου Πύργου, πολύ κοντά στο λιμάνι του Κατακόλου και σε απόσταση 30 χιλιομέτρα περίπου από την Αρχαία Ολυμπία. Είναι ένα παλιό αγρόκτημα με ιστορία 140 χρόνων στην παραγωγή οίνου, ελαιόλαδου και, παλαιότερα, κορινθιακής σταφίδας. Η ιστορία του αρχίζει το 1864, όταν ο Θεόδωρος Μερκούρης αγοράζει το πρώτο αγροτεμάχιο και η εγκατάσταση του πρώτου αμπελώνα χρονολογείται από το έτος 1870, όταν φθάνουν από τη Β. Ιταλία μοσχεύματα της ποικιλίας «Refosco». Αργότερα, στα τέλη του 19ου αιώνα, το κρασί του κτήματος γίνεται αντικείμενο εξαγωγής στην Ευρώπη. Παράλληλα, ο αμπελώνας του κτήματος, που γρήγορα θα γίνει διάσημος στην Ηλεία, τροφοδοτεί για πολλές δεκαετίες τη γύρω περιοχή με μοσχεύματα της ποικιλίας Refosco ή «Μερκούρη». Το 1930, ο Λεωνίδας Θ. Μερκούρης δημιουργεί μέσα στο κτήμα ένα σύγχρονο για την εποχή του οινοποιείο το οποίο παραμένει ενεργό μέχρι το 1960. Από το 1985, με την 3η και 4η γενιά της οικογένειας, αρχίζει μια νέα συστηματική προσπάθεια για την αναβίωση της οινοπαραγωγικής δραστηριότητας του κτήματος με την παραγωγή τυποποιημένων κρασιών. Το κτήμα Μερκούρη παίρνει τη νομική μορφή μιας οικογενειακής Α.Ε. Σήμερα η εταιρεία κτήμα Μερκούρη Α.Ε. διευθύνεται από τους

αδελφούς Βασίλη και Χρίστο Κανελλακόπουλο, μέλη της 4ης γενιάς της οικογένειας. Οι αμπελώνες του κτήματος Μερκούρη καθώς και οι λοιπές καλλιέργειες του κτήματος, έχουν ενταχθεί σε σύστημα ολοκληρωμένης καλλιέργειας. Στους αμπελώνες του κτήματος καλλιεργούνται περισσότερες από δέκα πέντε ελληνικές και διεθνείς ποικιλίες. Παράλληλα με την παραγωγή οίνων και ελαιόλαδου, το κτήμα Μερκούρη δραστηριοποιείται και στον τομέα της παροχής αγροτουριστικών υπηρεσιών, σε μικρές ή μεγαλύτερες ομάδες φίλων της φύσης και του κρασιού. Οι υπηρεσίες αυτές αφορούν στη δυνατότητα επίσκεψης των εγκαταστάσεων του οινοποιείου, των αμπελώνων και των ελαιώνων του κτήματος καθώς και του μικρού λαογραφικού μουσείου με τη συλλογή παλιών αγροτικών εργαλείων και μηχανημάτων. Οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν, επίσης, περίπατο στο δάσος και την παραλία και επαφή με την φύση που περιβάλλει το κτήμα και ολοκληρώνονται με την γευσιγνωσία των προϊόντων του κτήματος.

### **2.3.13 Προγράμματα χρηματοδότησης**

#### **2.3.13.1 Φορείς αγροτουρισμού**

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού συντελείται μέσα από διάφορα αρμόδια όργανα που αναλαμβάνουν δράση γύρω από τον αγροτουρισμό και φροντίζουν για τη σωστή λειτουργία του, προώθηση και εξέλιξή του.

- Δημόσιος Τομέας:
  - Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (Υ.Α.Α.Τ.)
  - Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)
  - Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος (Α.Τ.Ε.)
  - Γενική Γραμματεία Ισότητας (Γ.Γ.Ι.)
  - Οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.)
- Ιδιωτικός Τομέας:
  - Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑ.Σ.Ε.Γ.Ε.Σ.)
  - Ελληνικό Κέντρο Αγροτουρισμού (ΕΛΛ.Κ.Α.)
  - Αναπτυξιακές εταιρείες (Α.Ε.)
  - Αγροτουριστική Α.Ε.

- Ευρωπαϊκή Ένωση
- Αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί

Από τη δεκαετία του 1980 η προώθηση του αγροτουρισμού εντάχθηκε στη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Κοινότητας (Ε.Κ.) με στόχο τη διαφοροποίηση των τοπικών οικονομιών στην ύπαιθρο και τη συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού. Η Ε.Κ έκρινε απαραίτητη την στήριξη της αειφόρου αγροτικής ανάπτυξης και γι' αυτό το λόγο θέσπισε χρηματοδοτικά προγράμματα τα οποία προώθησαν, μέσω επιδοτήσεων, τις αγροτουριστικές δραστηριότητες. Τέτοιου είδους προγράμματα είναι τα εξής:

1. Ο Κανονισμός 1257/99
2. Τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (Π.Ε.Π) και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Αγροτική Ανάπτυξη - Ανασυγκρότηση της Υπαιθρου 2000-2006»(Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ.)
4. Η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER
  - 4.1 LEADER I
  - 4.2 LEADER II
  - 4.3 LEADER Plus
  - 4.4 LEADER 2015- Επιχορηγήσεις για ίδρυση και εκσυγχρονισμό σε επιχειρήσεις και
  - 4.4LEADER 2015-Επιχορηγήσεις για ίδρυση και εκσυγχρονισμό σε επιχειρήσεις αγροτουρισμού στην Ηλεία
5. Το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης (Π.Α.Α.) 2007-2013
6. Τα Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης του Αγροτικού Χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ.)

### **2.3.13.2 Κανονισμός 1257/99**

Με τον Κανονισμό 1257/99 (πρώην 950/97, 2328/91, 797/85) θεσπίστηκε το πλαίσιο της κοινοτικής στήριξης για την αειφόρο αγροτική ανάπτυξη. Σύμφωνα με τον κανονισμό η στήριξη προέρχεται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (Ε.Γ.Τ.Π.Ε.) και λιγότερο από τις χρηματοδοτικές συνεισφορές των κρατών-μελών. Από τους κύριους στόχους του κανονισμού, ο οποίος τέθηκε σε εφαρμογή το 1985, ήταν η βελτίωση της δομής και της

αποτελεσματικότητας των γεωργικών εκμεταλλεύσεων και η δημιουργία συμπληρωματικών εισοδημάτων στη γεωργία με την προώθηση αγροτουριστικών και αγροβιοτεχνικών δραστηριοτήτων. Ο κανονισμός αφορούσε μόνο στους κατά κύριο επάγγελμα γεωργούς, αυτούς δηλαδή που τουλάχιστο το 51% του εισοδήματός τους προέρχεται από γεωργία/κτηνοτροφία (Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 1999).

### **2.3.13.3 Περιφερειακά επιχειρησιακά προγράμματα- Ε.Π. «Αγροτική Ανάπτυξη Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000-2006»(Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ.)**

Τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (Π.Ε.Π.) είναι σκέλη των τεσσάρων (μέχρι τώρα) Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης (Κ.Π.Σ.):

- Α' Κ.Π.Σ. 1988-1994
- Β' Κ.Π.Σ. 1994-2000
- Γ' Κ.Π.Σ. 2000-2006
- Δ' Κ.Π.Σ. 2007-2013

Τα Π.Ε.Π είναι πολυτομεακές διαρθρωτικές παρεμβάσεις που στοχεύουν στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής στην περιφέρεια. Καταρτίζονται από κάθε περιφέρεια στο πλαίσιο ενός στρατηγικού σχεδιασμού ανάπτυξης και περιλαμβάνουν Άξονες Δράσεις και Μέτρα. Ο αγροτουρισμός αποτελεί έναν από τους άξονες των Π.Ε.Π.

Στο πλαίσιο του Γ' Κ.Π.Σ. υλοποιήθηκε το Τομεακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων "Αγροτική Ανάπτυξη - Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000-2006" (Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ.). Για τη περίοδο 2000-2006 έχει συνολικό προϋπολογισμό ύψους € ,551,7 εκατ. με Δημόσια Δαπάνη ύψους € 2.136,2 εκατ. από τα οποία € 1.482,7 εκατ. συγχρηματοδότηση από το Ε.Γ.Τ.Π.Ε.-Π. Το Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ. , έχει τρεις βασικούς στόχους:

- Τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής γεωργίας ενόψει των προκλήσεων ενός συνεχώς αυξανόμενου διεθνούς ανταγωνισμού.
- Τη βιώσιμη και ολοκληρωμένη ανάπτυξη της υπαίθρου για να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα και η ελκυστικότητά της και να αποκατασταθεί η κοινωνική και οικονομική της λειτουργία.

- Τη διατήρηση και βελτίωση του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων της υπαίθρου.

#### **2.3.13.4 Κοινοτική πρωτοβουλία LEADER**

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία Leader (Liaisons Entre Actions de Developpement de l' Economie Rurale - Δεσμοί Μεταξύ των Δράσεων για την Ανάπτυξη της Αγροτικής Οικονομίας) ξεκίνησε με το Leader I (1991-1993) και συνεχίστηκε με το Leader II (1994-1999) και το Leader + (2000-2006).

Στόχος του προγράμματος ήταν η ανάπτυξη του αγροτικού χώρου με τη σύμπραξη των τοπικών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων και με μία διαδικασία βασισμένη στις ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής. Οι δικαιούχοι μπορεί να είναι είτε φυσικά είτε νομικά πρόσωπα (ιδιώτες, συνεταιρισμοί, σύλλογοι κλπ.).

Η πρωτοβουλία Leader διαφοροποιείται από τα άλλα προγράμματα λόγω της συνδυασμένης εφαρμογής οκτώ χαρακτηριστικών:

- Χωρική προσέγγιση αντί για τομεακή. Παραβλέπονται τα διοικητικά όρια των περιοχών (όπως σύνορα νομών) και χαράσσονται οι περιοχές με βάση μία κοινή ταυτότητα (για παράδειγμα κοινή ιστορία, γεωμορφολογική ομοιογένεια).
- Προσέγγιση εκ των κάτω προς τα άνω, με κινητοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων φορέων.
- Διαχείριση του προγράμματος από Ομάδες Τοπικής Δράσης (Ο.Τ.Δ.).
- Καινοτομία, με νέες προτάσεις σε προβληματικές αγροτικές περιοχές.
- Πολυτομεακή ολοκλήρωση, με συνεργασίες στα διάφορα επίπεδα.
- Δικτύωση, με συλλογική δράση.
- Διακρατική συνεργασία.
- Αποκεντρωμένη διαχείριση και χρηματοδότηση από διάφορους φορείς.

##### **2.3.13.4.1 Leader I**

Η πρωτοβουλία Leader I απέβλεπε στην ολοκληρωμένη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, εφαρμόστηκε στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1992-1995 από 25 Τοπικές Ομάδες Δράσης (Τ.Ο.Δ.) που απετέλεσαν τον πυρήνα Αναπτυξιακών Εταιριών (Α.Ε.).

Εφαρμόστηκε σε 25 αγροτικές περιοχές της χώρας με μειονεκτικές διαρθρώσεις, για να στηρίξει τη βιώσιμη ανάπτυξη τους με την προώθηση μέτρων όπως: αγροτουρισμός, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αξιοποίηση και εμπορία αγροτικών προϊόντων, επαγγελματική κατάρτιση, υποδομές (Παυλόπουλος et al., 1998)

Επιπλέον, εισήγαγε το πρόγραμμα στον τοπικό πληθυσμό νέες τεχνολογίες για τον εκσυγχρονισμό των παραγωγικών διαδικασιών, την ενημέρωση και επικοινωνία, καθώς επίσης προώθησε το άνοιγμα των αγροτικών περιοχών προς άλλες περιοχές, με την ανταλλαγή και την μεταφορά εμπειριών μέσω της δημιουργίας δικτύων ενώ επιστράτευσε ενδογενείς πόρους για την ανάπτυξη.

Στοιχεία της εφαρμογής του Leader I στην Ελλάδα:

- Έκταση: 4,1 εκ. (30% της έκτασης της χώρας)
- Πληθυσμός: 1,4 εκ. άτομα (14% του συνολικού πληθυσμού)
- Κοινοτική Συμμετοχή: 50%
- Εθνική συμμετοχή: 17%
- Ιδιωτική Συμμετοχή: 33%

#### **2.3.13.4.2 Leader II**

Παρά τις κάποιες αδυναμίες που παρουσιάστηκαν κατά τη διαδικασία εφαρμογής του προγράμματος Leader I σε γενικές γραμμές είχε θετικά αποτελέσματα στις τοπικές κοινωνίες. Για το λόγο αυτό συνεχίστηκε με την κοινοτική πρωτοβουλία Leader II.

Η πρωτοβουλία Leader II εφαρμόστηκε κατά την περίοδο 1994-1999 και έδωσε έμφαση στη χωρική προσέγγιση των προγραμμάτων, στον καινοτόμο χαρακτήρα των σχεδίων, στην ανταλλαγή εμπειριών, στον πολυτομεακό χαρακτήρα και στην χρηματοδοτική αυτοδυναμία.

Στρατηγικοί στόχοι του προγράμματος ήταν:

- Στήριξη της τοπικής οικονομικής δραστηριότητας με την ενίσχυση του ανταγωνισμού των τοπικών επιχειρηματικών φορέων.
- Συμβολή στην εξισορρόπηση της εξάρτησης της οικονομίας της περιοχής από τον κυρίαρχο κλάδο και η ανάπτυξη ευκαιριών απασχόλησης σε άλλους τομείς.
- Αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού.

- Προβολή και αξιοποίηση των φυσικών πλεονεκτημάτων της περιοχής.
- Προβολή της περιοχής και των προϊόντων της.

Παρά τις διάφορες δυσκολίες, το Leader II αποτέλεσε στο σύνολο του μια αποτελεσματική πρωτοβουλία. Έφερε σε στενότερη επαφή τοπικούς παράγοντες, διοικητικές αρχές και διαδικασίες υποστήριξης και συνέβαλε στην απασχόληση και την απόκτηση δεξιοτήτων σε τοπικό επίπεδο. Σύμφωνα με στοιχεία της εκ των υστέρων αξιολόγησης του προγράμματος δημιουργήθηκαν ή διατηρήθηκαν περίπου 100.000 θέσεις πλήρους απασχόλησης (European Commission, 2003).

#### **2.3.13.4.3 Leader Plus (+)**

Μετά την εφαρμογή και υλοποίηση των προγραμμάτων Leader I & II, τα προβλήματα που αντιμετώπιζαν οι αγροτικές περιοχές εξακολουθούσαν να υπάρχουν. Για αυτό το λόγο, αποφασίστηκε η συνέχιση των πρωτοβουλιών LEADER με ένα νέο πρόγραμμα, το Leader plus (+), το οποίο ξεκίνησε το 2000 και διήρκεσε 7 χρόνια, μέχρι το 2006. Σε αντίθεση με τα προγράμματα Leader I & II, το Leader + συμπεριελάμβανε όλες τις αγροτικές περιοχές και δικαιούχοι του ήταν οι Ο.Τ.Α.

Η πρωτοβουλία Leader + στόχευε να παροτρύνει τους τοπικούς φορείς να εξετάσουν το δυναμικό ανάπτυξης της περιοχής τους στο πλαίσιο μίας πιο μακροπρόθεσμης προοπτικής. Ο χαρακτήρας του προγράμματος διασφαλίστηκε μέσω της δικτύωσης ομοειδών ή συμπληρωματικών επιχειρήσεων, στην κοινή προβολή και προώθηση, στη συνεργασία και στη συλλογική στήριξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ώστε να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα και η συμπληρωματικότητα των δράσεων.

Το πρόγραμμα Leader + περιελάμβανε τα εξής τρία σκέλη (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2000):

- Ολοκληρωμένες και πιλοτικού χαρακτήρα στρατηγικές αγροτικής ανάπτυξης. Στήριξε περιοχές οι οποίες επιδείκνυαν βούληση και ικανότητα εφαρμογής μιας ολοκληρωμένης, βιώσιμης και πιλοτικής αναπτυξιακής στρατηγικής βασισμένης στα τοπικά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής.
- Στήριξη συνεργασίας μεταξύ αγροτικών περιοχών. Ενθάρρυνε και στήριξε τη συνεργασία μεταξύ περιοχών του ίδιου κράτους και μεταξύ περιοχών πολλών



κρατών - μελών. Η συνεργασία δεν σημαίνει μία απλή ανταλλαγή εμπειριών αλλά υλοποίηση μιας κοινής ενέργειας.

- Δικτύωση. Η ανταλλαγή των επιτευγμάτων, των εμπειριών και της τεχνογνωσίας μεταξύ όλως των ενδιαφερομένων μερών στην Ε.Ε. αποτέλεσε προτεραιότητα της πρωτοβουλίας Leader +.

Το Leader + απευθύνεται σε όλες τις αγροτικές περιοχές της Ε.Ε., ωστόσο, στην Ελλάδα έχει εφαρμοστεί κυρίως στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές ώστε να ενισχυθεί η προσπάθεια ανάκαμψης τους. Η εφαρμογή του εθνικού προγράμματος Leader+ πραγματοποιείται μέσω των τοπικών προγραμμάτων. Τα τοπικά προγράμματα υλοποιούνται από Αναπτυξιακές Εταιρίες, τις Ομάδες Τοπικής Δράσης (Ο.Τ.Δ.), οι οποίες συγκροτούνται από τοπικούς φορείς όπως η τοπική αυτοδιοίκηση πρώτου και δευτέρου βαθμού. Οι σύλλογοι, τα επιμελητήρια, οι συνεταιρισμοί, οι γυναικείοι συνεταιρισμοί, οι επιστημονικοί φορείς, οι περιβαλλοντικές και άλλες οργανώσεις. Στα πλαίσια αυτού του προγράμματος, επενδύσεις μπορούν να κάνουν φυσικά ή νομικά πρόσωπα (ιδιώτες, ΟΤΑ, Συνεταιρισμοί, Σύλλογοι και άλλα).

Συνολικά, το Leader + έδωσε 5.046.500 € για την περίοδο 2000-2006 από τα οποία τα 2.105.100 € χρηματοδοτήθηκαν από το Τμήμα Προσανατολισμού Ε.Γ.Τ.Π.Ε. και τα υπόλοιπα από την εθνική και ιδιωτική συμμετοχή.

Όπως και στα προηγούμενα, δεν έλειψαν και εδώ οι διοικητικές δυσκολίες δεδομένου ότι το Leader + ήταν ένα σύνθετο πρόγραμμα που απαιτούσε σύνθετες διαχειριστικές λύσεις. Άλλα προβλήματα που υπήρξαν ήταν η γραφειοκρατία, η έλλειψη αυτονομίας των Ομάδων Τοπικής Δράσης και οι καθυστερήσεις στην χρηματοδότηση. Ωστόσο η συνεργασία στο τοπικό επίπεδο άνοιξε νέες προοπτικές. Χρειάστηκε χρόνος μέχρι η συνεργασία και η δικτύωση να αποδώσουν καρπούς (European Commission, 2006).

Η πρωτοβουλία LEADER, μετά την εμπειρία τριών περιόδων προγραμματισμού, έχει φτάσει σε ένα επίπεδο στο οποίο δίνει τη δυνατότητα στις αγροτικές περιοχές να εφαρμόσουν ευρύτερα την προσέγγιση LEADER εξυπηρετώντας βασικούς στόχους του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (Π.Α.Α.) 2007- 2013.

#### **2.3.13.4.4 Leader 2015 - Επιχορηγήσεις για ίδρυση και εκσυγχρονισμό σε επιχειρήσεις αγροτουρισμού στην Ηλεία**

Το πρόγραμμα με συνολικό προϋπολογισμό € 1,12 εκατ. και ημερομηνία υποβολής έως 28 Απριλίου 2015 έχει ως στόχο την δημιουργία ενός τοπικού τουριστικού προϊόντος υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών , σε συνδυασμό με την χάραξη και την υποστήριξη ελκυστικών τουριστικών διαδρομών γνωριμίας με την φύση, τα προϊόντα και τα μνημεία της περιοχής. Το πρόγραμμα θα ενισχύσει δράσεις στην μεταποίηση αγροτικών προϊόντων με στόχο την αύξηση της αξίας τους. Οι περιοχές που εντάσσονται στο πρόγραμμα είναι οι εξής:

- Δήμος Ήλιδας
- Δήμος Ανδραβίδας - Κυλλήνης
- Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας
- Δήμος Πηνειού
- Δήμος Πύργου
- Δήμος Ζαχάρως
- Δήμος Ανδρίτσαινας - Κρεστένων

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε νέους και παλαιούς αγρότες και αφορά επενδύσεις σε κατηγορίες όπως:

- Ιδρύσεις, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμοί σε καταλύματα μικρής δυναμικότητας έως 40 κλίνες. Η επιδότηση είναι 60% και το μέγιστο ποσό επένδυσης € 600 χιλιάδες.
- Ιδρύσεις, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμοί σε χώρους εστίασης και αναψυχής.. Η επιδότηση είναι 60% και το μέγιστο ποσό επένδυσης € 300 χιλιάδες.
- Ιδρύσεις, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμοί σε μονάδες οικοτεχνίας, χειροτεχνίας και παραγωγής ειδών παραδοσιακής τέχνης. Η επιδότηση είναι 60% και το μέγιστο ποσό επένδυσης € 300 χιλιάδες.
- Ιδρύσεις, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμοί σε επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Η επιδότηση είναι 60% και το μέγιστο ποσό επένδυσης € 300 χιλιάδες.
- Ιδρύσεις, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμοί σε επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση του τουρισμού της υπαίθρου (εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ειδικές μορφές τουρισμού, αθλοπαιδίες, χώροι γευστιγνωσίας)

- Ιδρύσεις, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμοί επιχειρήσεων παραγωγής ειδών διατροφής μετά την πρώτη μεταποίηση για τους κλάδους αρτοποιίας, απεσταγμένων αλκοολούχων ποτών και παραγωγή μακαρονιών και λαζανίων. Η επιδότηση είναι 60% και το μέγιστο ποσό επένδυσης € 300 χιλιάδες.

### **2.3.13.5. Πρόγραμμα αγροτικής ανάπτυξης**

Κατά την Δ' Προγραμματική Περίοδο 2007-2013 εφαρμόστηκαν και συνεχίζονται να εφαρμόζονται 8 Τομεακά και 5 Περιφερειακά Ε.Π. του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Ανάπτυξης (Ε.Σ.Π.Α.).

Το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (Ε.Σ.Σ.Α.Α.) 2007-2013 καθορίζει τις προτεραιότητες της Ελλάδας για την περίοδο 2007-2013, σύμφωνα με το άρθρο 11 του Κανονισμού (Ε.Κ.) 1698/2005 για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (Ε.Γ.Τ.Α.Α), στο οποίο ορίζεται ότι η εθνική στρατηγική αγροτικής ανάπτυξης θα εφαρμοστεί μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (Π.Α.Α.) “Αλέξανδρος Μπαλτατζής” 2007-2013.

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

- Άξονας 1: Διατήρηση και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της γεωργίας, της δασοκομίας και του αγροδιατροφικού τομέα.
- Άξονας 2: Προστασία του περιβάλλοντος και αειφόρος διαχείριση των φυσικών Πόρων.
- Άξονας 3: Ποιότητα ζωής στις αγροτικές περιοχές και διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας.

Οι παρεμβάσεις του Άξονα στοχεύουν κυρίως στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική αναβάθμιση των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών της χώρας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προώθηση δραστηριοτήτων εκτός της γεωργίας, στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μικρής κλίμακας και στην αναστροφή των δυσμενών τάσεων

της πληθυσμιακής συρρίκνωσης σε μια ελκυστικότερη ύπαιθρο με προοπτικές ήπιας ανάπτυξης.

Μέτρα του Άξονα 3:

- Μέτρο 311: Διαφοροποίηση προς μη γεωργικές δραστηριότητες
- Μέτρο 312: Στήριξη της δημιουργίας και ανάπτυξης πολύ μικρών επιχειρήσεων
- Μέτρο 313: Ενθάρρυνση τουριστικών δραστηριοτήτων
- Μέτρο 321: Βασικές υπηρεσίες για την οικονομία και τον αγροτικό πληθυσμό
- Μέτρο 322: Ανακαίνιση και ανάπτυξη των χωριών
- Μέτρο 323: Διατήρηση και αναβάθμιση της αγροτικής κληρονομιάς
- Μέτρο 341: Απόκτηση δεξιοτήτων και εμπύχωση με στόχο την προπαρασκευή και υλοποίηση μιας στρατηγικής τοπικής ανάπτυξης
- Άξονας 4: Δημιουργία τοπικών ικανοτήτων για την απασχόληση και την διαφοροποίηση στις αγροτικές περιοχές μέσω της προσέγγισης Leader

Η προσέγγιση LEADER, εξυπηρετώντας βασικούς στόχους του Π.Α.Α., δίνει τη δυνατότητα σε αγροτικές περιοχές να εφαρμόσουν στρατηγικές τοπικής ανάπτυξης με ολοκληρωμένο και πολυτομεακό χαρακτήρα. Η εφαρμογή των στρατηγικών αυτών πραγματοποιείται με την εκ των κάτω προς τα άνω διαδικασία προγραμματισμού και υλοποίησης, από τοπικά εταιρικά σχήματα δημοσίου και ιδιωτικού τομέα (Ομάδες Τοπικής Δράσης) τα οποία δραστηριοποιούνται στην κάθε περιοχή, γνωρίζουν τις δυνατότητες και δυσκολίες της και είναι αντιπροσωπευτικά των δημοσίων και ιδιωτικών φορέων. Οι δράσεις της LEADER, στο πλαίσιο των οποίων επιδιώκεται η στήριξη της καινοτομίας, περιλαμβάνουν τη δημιουργία και ανάπτυξη πολύ μικρών επιχειρήσεων, την ενθάρρυνση τουριστικών δραστηριοτήτων, την αύξηση της προστιθέμενης αξίας γεωργικών και δασοκομικών προϊόντων, την ανάδειξη της αγροτικής κληρονομιάς, την αναμόρφωση χωριών, τις συνεργασίες, τη δικτύωση και άλλα.

Μέτρα του Άξονα 4:

- Μέτρο 41: Ανταγωνιστικότητα
- Μέτρο 421: Συνεργασίες
- Μέτρο 431: Λειτουργικά / Απόκτηση δεξιοτήτων & εμπύχωση

### **2.3.13.6. Ολοκληρωμένα προγράμματα ανάπτυξης αγροτικού χώρου**

Τα Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ) υλοποιούνται σε 40 επιλεγμένες περιοχές, στις Περιοχές Παρέμβασης και εντάσσονται είτε στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (Ε.Π.) Αγροτικής Ανάπτυξη και Ανασυγκρότηση Υπαίθρου 2000-2006 (Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ.) είτε στο Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (Π.Ε.Π.).

Κατά τη Γ' Προγραμματική Περίοδο στο πλαίσιο του Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ. εφαρμόστηκαν για πρώτη φορά τα Ο.Π.Α.Α.Χ. με πολυτομεακό χαρακτήρα και στόχο τη βελτίωση συνολικά της κοινωνικοοικονομικής κατάστασης προσδιορισμένων αγροτικών περιοχών. Ο Άξονας Προτεραιότητας 7 του Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ. μέσω του Ο.Π.Α.Α.Χ. στοχεύει:

- Στην προστασία των οικονομικά και κοινωνικά ασθενέστερων περιοχών καθώς και εκείνων που πλήττονται από τις αναπόφευκτες διαρθρωτικές μεταβολές.
- Στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της υπαίθρου.
- Στην προώθηση ευκαιριών πολυαπασχόλησης και στη μείωση των ανισοτήτων στις ευκαιρίες και τις αμοιβές μεταξύ φύλων και ομάδων πληθυσμού.
- Στη συνέχιση της προσπάθειας μείωσης των περιφερειακών ανισοτήτων και στήριξης της ανάπτυξης στις λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές της χώρας.
- Στην επανένταξη των ορεινών περιοχών και του νησιωτικού χώρου στο εθνικό και παραγωγικό σύστημα, έτσι ώστε να αποφευχθεί η περιθωριοποίησή τους.
- Στην αξιοποίηση των φυσικών πόρων, τη διατήρηση της αγροτικής κληρονομιάς καθώς και της διατήρηση και προστασία του περιβάλλοντος.

## 2.4 Συμπεράσματα

Το κεφάλαιο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης σκιαγραφεί την έννοια της επιχειρηματικότητας και καινοτομίας, τον τουρισμό και το αγροτουριστικό μοντέλο.

Στο κομμάτι της επιχειρηματικότητας δόθηκε ο ορισμός της επιχειρηματικότητας και η διαχρονική εξέλιξη του, η επιχειρηματικότητα των νέων, τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας καθώς και οι παράγοντες που την επηρεάζουν. Στην συνέχεια αναλύθηκε η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και παρατέθηκαν στατιστικά στοιχεία για την επιχειρηματικότητα και καινοτομία στο Νομό Ηλείας.

Στο κομμάτι του τουρισμού αναλύθηκε η έννοια και τα βασικά στοιχεία του τουρισμού, το τουριστικό προϊόν, οι κατηγορίες και τα είδη του τουρισμού, καταγράφηκε ο τουρισμός στην Ελλάδα καθώς και η συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη και την οικονομία της Ελλάδας.

Στο κομμάτι του αγροτουρισμού επικεντρώθηκε η ανάλυση στον ορισμό και την ιστορική αναδρομή του αγροτουρισμού, στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του, οι προϋποθέσεις και ανάπτυξης του. Επιπλέον, παρατέθηκαν οι μορφές και οι κατηγορίες του αγροτουρισμού, οι παράγοντες παράγοντες που τον επηρεάζουν, το προφίλ του αγροτουρίστα, αναλύθηκε το αγροτουριστικό προϊόν, ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα και ειδικότερα στο Νομό Ηλείας και τέλος τα πρόγράμματα χρηματοδότησης του αγροτουρισμού.

## **Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία Έρευνας**

### **3.1 Εισαγωγή**

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία διεξαγωγής της έρευνας για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία στην περιφεριακή ενότητα Ηλείας με πιο συγκεκριμένο αντικείμενο επιχειρηματικότητας τον αγροτουρισμό. Πιο συγκεκριμένα αναλύεται οι μέθοδοι ανάλυσης των δεδομένων της έρευνας, τα αποτελέσματα και πως ερμηνεύονται και για ποιους ερευνητικούς στόχους χρησιμοποιήθηκαν. Επιπλέον, παρατίθενται οι οι περιορισμοί της μεθοδολογίας και του δείγματος που χρησιμοποιήθηκε.

### **3.2 Σχεδιασμός έρευνας**

Η έρευνα για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία μελετά την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία στον Νομό Ηλείας με ιδιαίτερη έμφαση στον αγροτουρισμό ως υπάρχουσα ή μελλοντική δραστηριότητα. Τα στατιστικά δευτερογενή στοιχεία αφορούσαν στο κομμάτι του αγροτουρισμού αφορούσαν κυρίως ευρωπαϊκές χώρες που εφαρμόζουν επί σειρά ετών τον παρόν μοντέλο εναλλακτικού τουρισμού ενώ για τον Νομό Ηλείας υπήρχαν μικρές αναφορές χωρίς πολλές λεπτομέρειες για την μέχρι τώρα πορεία του. Για την επιχειρηματικότητα και καινοτομία παρατέθηκαν στατιστικά στοιχεία αναφορικά με τον τους οικονομικούς δείκτες του Ν.Ηλείας, τον αριθμό των επιχειρήσεων και την απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και την καινοτομική δραστηριότητα. Σύμφωνα με τα παραπάνω τέθηκαν ως ερευνητικοί στόχοι:

- Διερεύνηση των παραγόντων που ευνοούν και εμποδίζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.
- Ο βαθμός ύπαρξης και εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου.
- Ο βαθμός ενημέρωσης, αποδοχής και μελλοντικής εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου από τις επιχειρήσεις του νομού Ηλείας.

- Η συμβολή του αγροτουρισμού στην ανάπτυξη του Νομού Ηλείας και η ύπαρξη υποδομών.

Μέσα από τους ερευνητικούς στόχους εξετάζεται η δυνατότητα ανάπτυξης του αγροτουρισμού που σύμφωνα με την βιβλιογραφική ανασκόπηση προσφέρει τόσο οικονομικά όσο και κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη στις περιοχές εφαρμογής του. Οι πηγές πληροφόρησης για τα προγράμματα χρηματοδότησης και εφαρμογής είναι εξίσου σημαντικές και προσπαθούν να αναλυθούν μέσα από την συγκεκριμένη έρευνα.

Τέλος, διερευνώνται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, ο κλάδος δραστηριοποίησης της επιχείρησης και το μέγεθος της.

### **3.3 Σχεδιασμός και περιγραφή του ερωτηματολογίου**

Η συλλογή των ερευνητικών αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε μέσω πρωτογενούς έρευνας με την χρήση ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο αποτελεί μια τυποποιημένη ομάδα ερωτήσεων για την συλλογή συγκεκριμένων πληροφοριών από τους ερωτώμενους και έχει τρεις βασικούς στόχους (Σιώμκος, 2008):

- Τη μετατροπή των απαιτούμενων πληροφοριών σε συγκεκριμένες ερωτήσεις τις οποίες μπορούν να απαντήσουν οι ερωτώμενοι.
- Την ενθάρρυνση και παρακίνηση των ερωτώμενων να απαντήσουν ερωτήσεις
- Την ελαχιστοποίηση του σφάλματος απόκρισης (response error)

Τα βήματα σχεδιασμού του ερωτηματολογίου είναι τα εξής:

- Καθορισμός πληροφοριών: λαμβάνονται υπόψη οι ευρύτεροι στόχοι της έρευνας, τα ευρήματα μιας πιθανής ποιοτικής έρευνας καθώς και τα χαρακτηριστικά του δείγματος.
- Επιλογή τύπου ερωτήσεων: Στην παρούσα έρευνα έγινε χρήση κλειστών ερωτήσεων όπως παρατίθενται στο ερωτηματολόγιο του παραρτήματος.

Ειδικότερα χρησιμοποιήθηκαν κλειστού τύπου με διχοτομικές ερωτήσεις (Ναι ή Όχι), κλειστές ερωτήσεις με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών και ερωτήσεις με την κλίμακα αξιολόγησης Likert. Η κλίμακα αξιολόγησης Likert καλεί τους ερωτώμενους να δηλώσουν την γνώμη τους σημειώνοντας μια απάντηση η



οποία αντιστοιχεί στο σημείο μιας κλίμακας (Σιώμκος, 2008). Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα Διαφωνώ απόλυτα-Διαφωνώ-Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ-Συμφωνώ- Συμφωνώ απόλυτα.

- Διατύπωση των ερωτήσεων: Η διατύπωση των ερωτήσεων έγινε με την χρήση απλών λέξεων που δεν δημιουργούσαν σύγχυση στον ερωτώμενο, οι επιλογές των απαντήσεων ήταν αμοιβαία αποκλειόμενες μεταξύ τους, δεν χρησιμοποιήθηκαν συντομογραφίες, εξειδικευμένα και επαγγελματική φρασεολογία ενώ οι λέξεις είχαν ξεκάθαρη έννοια. Επιπλέον, αποδόθηκε ο ορισμός του αγροτουρισμού με στόχο την αποφυγή σύγχυσης με άλλες παρόμοιες έννοιες. Χρησιμοποιήθηκαν αμοιβαίως αποκλειόμενες εναλλακτικές απαντήσεις, δεν υπήρχε μεροληψία κατά την σύνταξη του ερωτηματολογίου και αποκλείστηκαν ερωτήσεις που θα μπορούσαν να κατευθύνουν τον ερωτώμενο σε συγκεκριμένες απαντήσεις.
- Σειρά των ερωτήσεων: Η σειρά των ερωτήσεων εμφανίζει μια νοηματική συνοχή, ομαδοποιώντας τις ερωτήσεις στο πρώτο μέρος για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία, στο δεύτερο μέρος για τον αγροτουρισμό και στο τρίτο μέρος για τα δημογραφικά στοιχεία. Το ερωτηματολόγιο είχε την ίδια μορφή ερωτήσεων ανά κατηγορία για να μην αποσπά την προσοχή του ερωτώμενου ενώ τα δημογραφικά στοιχεία αποτέλεσαν το τελευταίο κομμάτι της έρευνας.
- Εμφάνιση του ερωτηματολογίου: Το ερωτηματολόγιο είναι αρκετά προσεγμένο και ευανάγνωστο. Η δομή των απαντήσεων και η αρίθμηση τους είναι ομοιόμορφη ενώ δίνονταν διευκρινίσεις και οδηγίες συμπλήρωσης του.
- Προέλεγχος ερωτηματολογίου: Στο σημείο αυτό ελέγχθηκε αν οι ερωτήσεις απαντούν στους ερευνητικούς στόχους που τέθηκαν παραπάνω, αν οι το περιεχόμενο είναι κατανοητό, αν δημιουργεί παρακίνηση στον ερωτώμενο να συμμετέχει και αν υπάρχει η οποιαδήποτε πιθανή μεροληψία.

### **3.4 Επιλογή δείγματος**

Δειγματοληψία (sampling) είναι η διαδικασία ή η τεχνική εντοπισμού και επολιγής μιας ομάδας ατόμων ή νοικοκυριών-ως αντιπροσωπευτικού δείγματος του προς μελέτη πληθυσμού που μπορούν να προσεγγιστούν μέσω ταχυδρομείου, τηλεφώνου, δαιδικτύου ή με προσωπική επαφή και τα οποία διαθέτουν πληροφορίες που ενδιαφέρουν τον ερευνητή (Σιώμκος, 2008). Η διαδικασία δειγματοληψίας ακολουθεί κάποια στάδια για τον επιτυχή ορισμό του δείγματος. Αρχικά, ορίζεται ο πληθυσμός. Με το όρο πληθυσμό εννοούμε μια ολόκληρη ομάδα που ορίζεται από τους στόχους της έρευνας και αποτελεί την αγορά-στόχο για το προϊόν ή την υπηρεσία που διερευνάται (Burns and Bush, 2005).

Στην συνέχεια, προσδιορίζεται το δειγματολογικό πλαίσιο που αποτελεί μια λίστα του πληθυσμού από την οποία επιλέγονται οι ομάδες ατόμων που θα συμμετέχουν στην έρευνα (Wilson, 2006). Επόμενο στάδιο είναι η επιλογή μεθόδου δειγματοληψίας. Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε η δειγματοληπτική τεχνική της μη πιθανότητας και πιο συγκεκριμένα το δείγμα κρίσης. Η τεχνική μη πιθανότητας αφορά στην άγνωστη πιθανότητα να επιλεγεί ένα άτομο που συμμετάσχει στην έρευνα. διερευνάται (Burns and Bush 2005). Το δείγμα κρίσης καθορίζεται από τον ερευνητή ο οποίος επιλέγει τους συμμετεχόντες με βάση την διαίσθηση ότι αποτελούν μέρος του δείγματος. Στην προκειμένη περίπτωση στόχος ήταν οι επιχειρήσεις του Νομού Ηλείας γι αυτό και αποκλείστηκε ο πληθυσμός που δεν πραγματοποιούσε καμία επιχειρηματική δραστηριότητα.

### **3.5 Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων**

Η έρευνα διεξήχθη σε δύο φάσεις: η πρώτη στηρίχθηκε στην συμπλήρωση ερωτηματολογίων, ενώ η δεύτερη περιελάμβανε την στατιστική ανάλυση και το σχολιασμό των στοιχείων. Το χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας διήρκεσε από τον Μάιο του 2015 έως τον Ιούνιο του ίδιου χρόνου και η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας.

Η επεξεργασία των στοιχείων καθώς και η δημιουργία διαγραμμάτων έγινε με βάση το πρόγραμμα Microsoft Excel 2010. Κατά το πρώτο στάδιο αριθμήθηκαν τα

ερωτηματολόγια κατά αύξοντα αριθμό από το 1 έως το 50 και στη συνέχεια κωδικοποιήθηκαν οι απαντήσεις με τρόπο που να είναι σαφής η διάκριση μεταξύ τους και εφικτή η ανάλυση τους. Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιούν την μέθοδο Likert χρησιμοποιήθηκαν οι συναρτήσεις:

Μέσος όρος=average

Επικρατούσα τιμή=mode

Διάμεσος=median

Τυπική απόκλιση=stdev

Για κάθε ερώτηση βρέθηκαν ποσοστά και δημιουργήθηκαν τα ανάλογα διαγράμματα ανάλυσης δεδομένων. Τα τελικά αποτελέσματα προέκυψαν από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων.

### **3.6 Περιορισμοί έρευνας**

Τα εμπόδια της έρευνας αφορούσαν κυρίως στην απευθείας επικοινωνία με του ερωτωτάμενους λόγω οικονομικών δυσκολιών. Επειδή πολλές από τις επιχειρήσεις που επιλέχθηκαν ήταν τουριστικά θέρετρα και μικρά ξενοδοχεία υπήρχε συχνά δυσκολία εντοπισμού κάποιου αρμόδιου λόγω αυξημένου όγκου εργασίας αφού τα περισσότερα άνοιγαν για σαιζόν. Στις υπόλοιπες επιχειρήσεις ήρθαμε αντιμέτωποι με την απροθυμία να απαντήσουν ενώ πολλοί δεν ήθελαν να ακούσουν ούτε το αντικείμενο της έρευνας. Για να συμπληρωθεί ο αριθμός των πενήντα επιχειρήσεων πραγματοποιήθηκαν περίπου διακόσια τηλεφωνήματα.

## **Κεφάλαιο 4: Αποτελέσματα έρευνας**

### **4.1 Εισαγωγή**

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας που διεξήχθη με τους ερευνητικούς στόχους που τέθηκαν στο κεφάλαιο. Θα αναλυθούν οι απαντήσεις των ερωτώμενων με την χρήση διαγραμμάτων για την καλύτερη κατανόηση των αποτελεσμάτων της έρευνας. Αρχικά, οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε τρεις ομάδες ερωτήσεων με την εξής τμηματοποίηση: Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία, Αγροτουρισμός και δημογραφικά στοιχεία. Τα δημογραφικά στοιχεία θα συμβάλλουν στην περιγραφή του δείγματος που θα ακολουθήσει. Για την καλύτερη κατανόηση της έννοιας του αγροτουρισμού, στην αρχή της ενότητας δόθηκε ο ορισμός.

Στο τέλος του παρόντος κεφαλαίου θα συνοψίσουμε τα πιο σημαντικά αποτελέσματα και συμπεράσματα.

### **4.2 Περιγραφή του δείγματος και αντιπροσωπευτικότητα**

Το δείγμα των ερωτηθέντων αποτελείται από πενήντα επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον Νομό Ηλείας. Οι επιχειρήσεις είχαν ως κύριο αντικείμενο δραστηριοποίησης τον τουρισμό, την εστίαση, τον πρωτογενή τομέα σε γεωργικά προϊόντα και τον δευτερογενή κυρίως στην συσκευασία αγροτικών προϊόντων.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτούσε περίπου πέντε με δέκα λεπτά και η επικοινωνία με τους ερωτηθέντες πραγματοποιήθηκε μέσω τηλεφώνου λόγω οικονομικής δυσκολίας για την μετάβαση στο χώρο τους. Στην διάρκεια της έρευνας πραγματοποιήθηκαν αρκετές τηλεφωνικές επικοινωνίες, ωστόσο, τις περισσότερες φορές η επικοινωνία ήταν δύσκολη είτε γιατί δεν είχαν χρόνο να απαντήσουν λόγω αυξημένου φόρτου εργασίας είτε δεν ήθελαν να συμμετέχουν στην έρευνα. Ωστόσο πολλές επιχειρήσεις αναγνωρίζοντας τον ρόλο της έρευνας και το θέμα που διαπραγματεύοταν αφιέρωσαν χρόνο παρέχοντας την απαραίτητη πληροφόρηση για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Το δείγμα για την παρούσα έρευνα θεωρείται αντιπροσωπευτικό σύμφωνα με τα κριτήρια που τέθηκαν στην ενότητα 3.4 για την

επιλογή δείγματος και την ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων που παρατίθεται παρακάτω. Ως προς τα χαρακτηριστικά των ατόμων είναι επιχειρηματίες, στην παρούσα έρευνα δεν υπήρχε περιορισμός για το ηλικιακό πλαίσιο και το φύλο του επιχειρηματία. Ως προς τα χαρακτηριστικά τόπου το δείγμα είχε ως έδρα επιχείρησης το Νομό Ηλείας που αποτελούσε από τους βασικούς παράγοντες της έρευνας αφού το θέμα αφορούσε αποκλειστικά την συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.

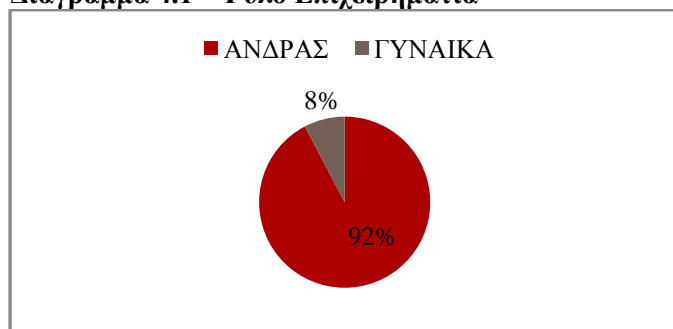
#### 4.2.1 Περιγραφή του δείγματος ως προς τα δημογραφικά χαρακτηριστικά

Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 50 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον Νομό Ηλείας και η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε μέσω τηλεφώνου. Η έρευνα διήρκεσε από τον Μάιο μέχρι τον Ιούνιο του 2015.

- Φύλο

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα, από τις πενήντα επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα, οι άνδρες επιχειρηματίες ανήλθαν σε ποσοστό 92% ενώ οι γυναίκες σε 8%. Το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών δεν ήταν σκόπιμο από ερευνητικής πλευράς. Ωστόσο, στο Νομό Ηλείας παρατηρείται έντονη επιχειρηματική δραστηριότητα από άνδρες με την συμμετοχή των γυναικών να αφορά το διαχειριστικό τμήμα της επιχείρησης και όχι το διευθυντικό. Στις τουριστικές επιχειρήσεις μικρού μεγέθους (1-9 εργαζόμενοι) ο επιχειρηματίας ήταν γυναίκα με δημιουργία πανσιόν τοπικού χαρακτήρα ενώ στην πρωτογενή παραγωγή και εμπόριο ήταν μόνο άνδρες.

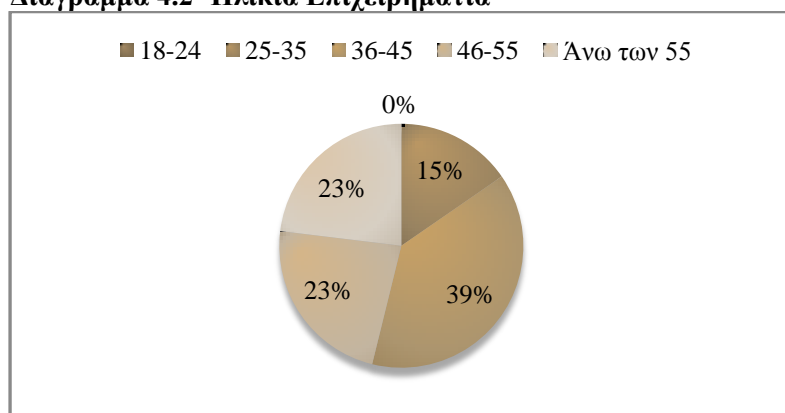
**Διάγραμμα 4.1 - Φύλο Επιχειρηματία**



- Ηλικία

Η τμηματοποίηση που διαμορφώθηκε για τις ανάγκες του ερωτηματολογίου ήταν 18-24, 25-35, 36-45, 46-55, άνω των 55 όπου η κάθε επιλογή ήταν αμοιβαίως αποκλειόμενη από την άλλη για να είναι πιο εύκολο στον ερωτώμενο να απαντήσει και να μην διχαστεί. Το μεγαλύτερο ποσοστό αφορά στις ηλικίες 36-45 με ποσοστό 39%, ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 46-55 και άνω των 55 με ποσοστό 23%, στην συνέχεια η ομάδα 25-35 με 15% ενώ για τις ηλικίες από 18-24 δεν είχαμε καμία συμμετοχή. Είναι φυσικό και επόμενο να υπερισχύουν αυτές οι ηλικιακές ομάδες έναντι των νεότερων αφού οι περισσότεροι από τους ερωτώμενους είτε είχαν κληρονομήσει την οικογενειακή επιχείρηση είτε είχαν πάρει κάποια χρηματοδότηση που για να εγκριθεί απαιτείται μια συγκεκριμένη ηλικία, εισόδημα και εμπειρία που δεν συναντάται στις ηλικίες 18-24 με τους νέους να είναι τελειόφοιτοι είτε ακόμα φοιτητές.

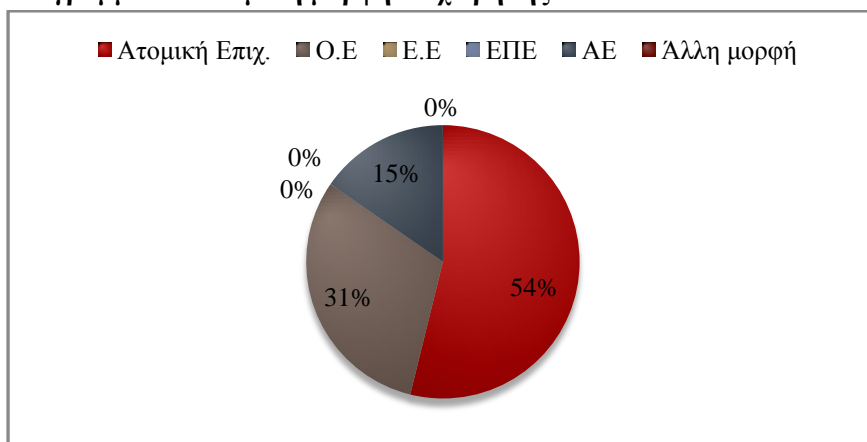
**Διάγραμμα 4.2- Ηλικία Επιχειρηματία**



- Νομική μορφή επιχείρησης

Στην νομική μορφή της επιχείρησης σε μεγάλο ποσοστό ήταν οι ατομικές επιχειρήσεις με 54%, ακολούθησαν οι Ομόρρυθμες Επιχειρήσεις με ποσοστό 31% και ακολούθησαν οι Ανώνυμες Επιχειρήσεις με 15%. Δεν σημειώθηκαν ποσοστά για Ετερόρρυθμες Επιχειρήσεις και τις Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης.

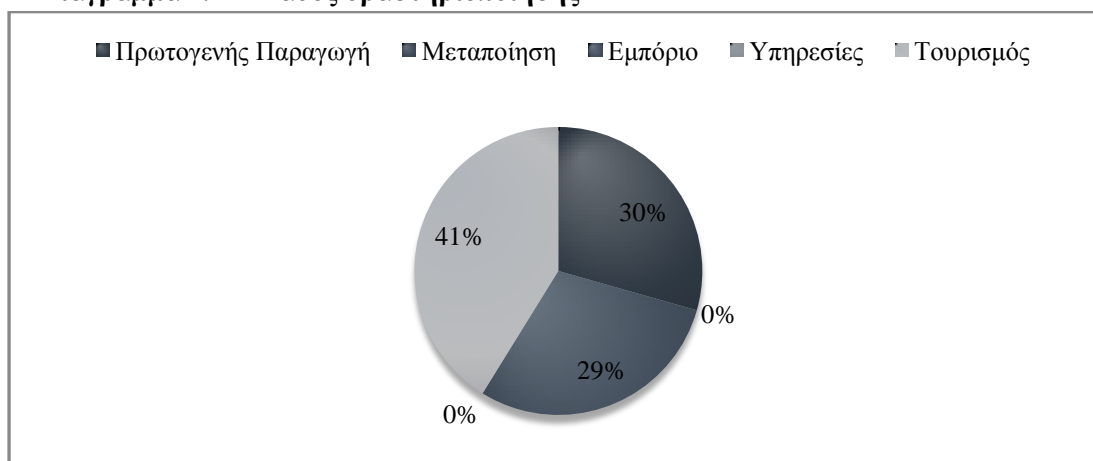
**Διάγραμμα 4.3- Νομική μορφή επιχείρησης**



- Κλάδος δραστηριοποίησης

Στην ερώτηση αυτή δόθηκε η δυνατότητα στους ερωτώμενους επιλογής παραπάνω από μία απαντήσεις. Μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνει ο κλάδος του τουρισμού, ακολουθεί η πρωτογενής παραγωγή με 30% και το εμπόριο με 29%. Οι περισσότερες επιχειρήσεις από το δείγμα την πρωτογενή παραγωγή με το εμπόριο των δικών τους προϊόντων ή τρίτων με παραδοσιακό και τοπικό χαρακτήρα.

**Διάγραμμα 4.4- Κλάδος δραστηριοποίησης**



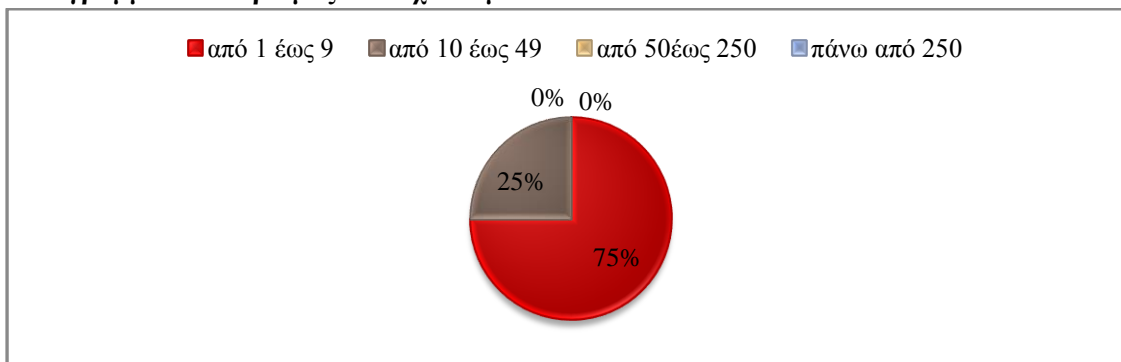
- Περιοχή έδρας επιχείρησης

Οι περιοχές που εξετάστηκαν και είχαν έδρα οι επιχειρήσεις εκτείνονταν σχεδόν σε όλο τον Νομό Ηλείας. Μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισαν οι περιοχές Αρκούδι, Ζαχάρω, Ανδρίτσεινα, Κουρούτα, Αμαλιάδα, Πύργος, Αρχαία Ολυμπία, Κυλλήνη, Κορακοχώρι και Λεβεντοχώρι. Στις περισσότερες από αυτές τις περιοχές υπάρχουν τουριστικά καταλύματα που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα όπως και αυξημένη πρωτογενή δραστηριότητα που καταλάμβανε μεγάλο ποσοστό στους κλάδους κύριας δραστηριότητας.

- Αριθμός απασχολούμενων στην επιχείρηση

Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνεται στις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις. Οι περισσότερες όντας οικογενειακές επιχειρήσεις με μικρή δυναμική σε δωμάτια για τα τουριστικά καταλύματα απασχολούν πολύ λίγο προσωπικό. Με τα παραπάνω δεδομένα οι επιχειρήσεις με 1-9 υπαλλήλους καταλαμβάνει το ποσοστό του 75% ενώ 25% οι επιχειρήσεις με 10-45 εργαζόμενους.

**Διάγραμμα 4.5 - Αριθμός Απασχολούμενων**

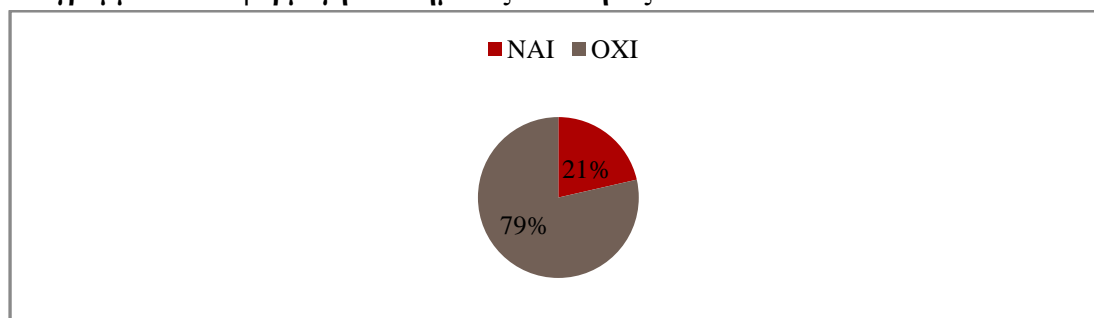


- Σύστημα Πιστοποίηση Ποιότητας

Το 79% των επιχειρήσεων δεν εφαρμόζαν κανένα σύστημα ποιότητας ενώ μόλις το 21% χρησιμοποιούσε με τα πιο διαδεδομένα να είναι το ISO 2000 και το ISO 2200.



**Διάγραμμα 4.6 - Εφαρμογή Συστήματος Ποιότητας**



### 4.3 Επιχειρηματικότητα και καινοτομία

Στο τμήμα αυτό της έρευνας εξετάστηκε η επίδραση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στις επιχειρήσεις, οι παράγοντες ευνοούν την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, ποιοι αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες, οι λόγοι που ένας άνθρωπος στρέφεται στην επιχειρηματικότητα, πως αξιολογεί την επιχείρησή του, από που αντλεί πληροφορίες και ποιοι παράγοντες συμβάλλουν στην καινοτομία δράση.

#### 4.3.1 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα

**Πίνακας 4.1 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα**

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
1.1	Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις	0%	5%	13%	32%	50%
1.2	Η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων	0%	0%	35%	20%	45%
1.3	Το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά	0%	0%	20%	50%	30%

1.4	Η δυσκολία στη λήψη δανείων	0%	5%	15%	20%	60%
1.5	Γενικά η οικονομική κρίση	15%	10%	10%	5%	70%
1.6	Η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών	0%	0%	10%	10%	80%
1.7	Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών	10%	45%	30%	5%	10%
1.8	Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων	10%	50%	25%	5%	10%

**Πίνακας 4.2 Μέσος όρος, διάμεσος, επικρατούσα τιμή και τυπική απόκλιση για τους παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα**

Column1	μέσος όρος	διάμεσος	επικρατούσα τιμή	τυπική απόκλιση
1,1	3,92	4	4	0,89
1,2	4,16	4,5	5	0,91
1,3	3,9	4	4	0,78
1,4	4,14	4	5	0,94
1,5	3,4	4	5	1,61
1,6	4,44	5	5	1,05
1,7	2,72	2,5	2	1,19
1,8	2,64	2	2	1,17

Από τον πίνακα συμπεραίνουμε ότι το 82% του δείγματος όπως και το 90% αντίστοιχα συμφωνεί ότι η έλλειψη κεφαλαίων και η γραφειοκρατία αποτελούν από τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα.. Παρατηρούμε, επίσης, ότι σε ποσοστό 55% και 60% η έλλειψη ικανών υπαλλήλων και προμηθευτών δεν αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες. Παρατήρουμε ότι για τους παράγοντες 1.1 έως 1.6 το δείγμα τείνει να συμφωνεί ότι αποτελούν παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματικότητα. Ιδιαίτερα το ποσοστό του παράγοντα «έλλειψη ικανών υπαλλήλων» οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχει αρκετά ικανό ανθρώπινο δυναμικό στην αγορά εργασίας αλλά λόγω συνθηκών δεν μπορεί να απορροφηθεί από τις επιχειρήσεις.

### 4.3.2 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας

**Πίνακας 4.3 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας**

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
2.1	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων	2%	0%	15%	3%	80%
2.2.	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου	13%	0%	17%	35%	35%
2.3.	Η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους	4%	3%	0%	13%	80%
2.4.	Η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της	0%	10%	20%	20%	50%
2.5.	Τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού	0%	15%	0%	20%	65%
2.6.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος	10%	10%	50%	15%	15%
2.7.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες	0%	10%	0%	20%	70%

**Πίνακας 4.4 Μέσος όρος, διάμεσος, επικρατούσα τιμή και τυπική απόκλιση για τους παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας**

Column2	μέσος όρος	διάμεσος	επικρατούσα τιμή	τυπική απόκλιση
2,1	4,04	5	5	1,22
2,2	3,98	4	4	1,13

2,3	4,02	5	5	1,3
2,4	4,04	4	5	0,98
2,5	4,3	4	4	0,83
2,6	3,3	3	3	1,18
2,7	4,28	5	5	1,08

Καθοριστικοί παράγοντες αποτελούν η ικανότητα λήψης αποφάσεων όπου το δείγμα συμφωνεί με ποσοστό 93%, η παράγωγη καλύτερων και όχι παρόμοιων προϊόντων με τους ανταγωνιστές με ποσοστό 90% και η αποτελεσματική επικοινωνία με τους πελάτες για την κάλυψη των αναγκών τους. Παρατηρούμε ότι το δείγμα τείνει να συμφωνεί με τους παράγοντες που παρατίθενται για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ενώ συμπεραίνουμε ότι οι επιχειρήσεις προσανατολίζονται πλέον σε ένα πιο customer-oriented σύστημα που θα τους προσδώσει ένα μακροχρόνιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα χωρίς να μιμούνται τον ανταγωνιστή αλλά δημιουργώντας την δική τους ταυτότητα.

#### 4.3.3 Λόγοι ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας

Πίνακας 4.5 Λόγοι ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
3.1	Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο	10%	10%	20%	20%	40%
3.2.	Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων	2%	3%	15%	20%	60%
3.3.	Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης	16%	47%	28%	5%	4%
3.4.	Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας	52%	34%	4%	5%	5%
3.5.	Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική επιλογή για απασχόληση	65%	24%	0%	7%	4%

**Πίνακας 4.6 Μέσος όρος, διάμεσος, επικρατούσα τιμή και τυπική απόκλιση για τους λόγους ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας**

Column2	μέσος όρος	διάμεσος	επικρατούσα τιμή	τυπική απόκλιση
3,1	3,88	4	5	1,15
3,2	3,82	4	5	1,25
3,3	2,84	3	3	1,2
3,4	2,06	2	1	1,07
3,5	2,16	2	1	1,41

Οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι μέσα από την ανάπτυξης της δικής τους επιχείρησης μπορούν να αξιοποιήσουν καλύτερα τις γνώσεις σε οποιοδήποτε τομέα, να αυξήσουν σημαντικά το εισόδημα τους ενώ δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα το ωράριο εργασίας και η κοινωνική καταξίωση. Το δείγμα τείνει να συμφωνεί για τους δύο πρώτους λόγους και να διαφωνεί απόλυτα για τους δύο τελευταίους λόγους ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας που παρατέθηκαν στο ερωτηματολόγιο. Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχει η ανάγκη για προσωπική ανάπτυξη μέσα από τον επαγγελματικό χώρο που επιλέγει ο κάθε επιχειρηματίας, επιζητούν ένα δίκαιο περιβάλλον ανταμοιβών και προσφοράς εργασίας όπου ο κάθε εργαζόμενος αξιοποιείται ορθά.

#### 4.3.4 Αξιολόγηση επιχείρησης

**Πίνακας 4.7 Αξιολόγηση της απόδοσης επιχείρησης**

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
4.1	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση είναι πιο επικερδής	23%	3%	44%	7%	23%
4.2.	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση έχει ένα	33%	6%	0%	16%	45%

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
	μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς					
4.3.	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση αναπτύσσεται πιο γρήγορα	6%	19%	9%	14%	52%

**Πίνακας 4.8 Μέσος όρος, διάμεσος, επικρατούσα τιμή και τυπική απόκλιση για την αξιολόγηση της απόδοσης της επιχείρησης**

Column2	μέσος όρος	διάμεσος	επικρατούσα τιμή	τυπική απόκλιση
4,1	3,12	3	3	1,37
4,2	3,18	4	5	1,76
4,3	3,3	3,5	5	1,55

Από τα παραπάνω στατιστικά συμπεραίνουμε ότι οι επιχειρηματίες θεωρούν ότι η επιχείρησή τους έχει μια μέση απόδοση ενώ αφήνονται περιθώρια βελτίωσης τόσο στο μερίδιο της αγοράς όσο και στα περιθώρια κέρδους. Το 66% συμφωνεί ότι η επιχείρησή του αναπτύσσεται ταχύτερα από τον μέσο όρο του κλάδου ενώ το 44% έχει ουδέτερη στάση για την κερδοφορία. Το δείγμα τείνει να συμφωνεί απόλυτα για τα ερωτήματα 4.1 και 4.2. Ένας σημαντικός παράγοντας που τόνισαν αναφερόμενοι στην απόδοση της επιχείρησης είναι και η οικονομική κρίση καθώς και η μεγάλη πολιτική αστάθεια.

#### 4.3.5 Πηγές πληροφόρησης για την ανάπτυξη μιας καινοτόμας επιχείρησης

**Πίνακας 4.9 Πηγές πληροφόρησης για την καινοτομία**

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
5.1	Εσωτερικές πηγές	3%	12%	27%	37%	21%
5.2.	Προμηθευτές	8%	15%	39%	27%	11%
5.3.	Πελάτες	3%	7%	7%	40%	43%
5.4.	Ανταγωνιστές	5%	5%	22%	14%	54%
5.5.	Σύμβουλοι	20%	0%	45%	22%	13%
5.6.	Πανεπιστήμια – ΤΕΙ	13%	0%	35%	27%	25%
5.7.	Ερευνητικά Ιδρύματα	9%	0%	39%	35%	17%
5.8	Συνέδρια – Εκθέσεις	0%	9%	27%	15%	49%
5.9	Επιστημονικά Περιοδικά	20%	0%	20%	45%	25%
5.10	Επιμελητήριο	30%	5%	25%	31%	9%

**Πίνακας 4.10 Μέσος όρος, διάμεσος, επικρατούσα τιμή και τυπική απόκλιση για τις πηγές πληροφόρησης για την καινοτομία**

Column2	μέσος όρος	διάμεσος	επικρατούσα τιμή	τυπική απόκλιση
5,1	3,36	3	4	1,13
5,2	2,96	3	3	1,35
5,3	4,16	4	4	0,97
5,4	3,94	4	5	1,23
5,5	3,28	3	3	1,22
5,6	3,56	4	4	1,21
5,7	3,22	3	3	1,25
5,8	3,8	4	5	1,06
5,9	3,26	4	4	1,3

5,1	2,58	3	1	1,35
-----	------	---	---	------

Το δείγμα τείνει να κρατά ουδέτερη στάση για τις πηγές πληροφόρησης που χρησιμοποιεί προσανατολίζοντας τις απαντήσεις κυρίως στο «ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ». Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα οι πηγές πληροφόρησης των επιχειρήσεων του νομού Ηλείας αποτελούν αρχικά οι πελάτες με ποσοστό 83% να συμφωνεί προς την κατεύθυνση αυτή, εύρημα αρκετά σημαντικό αφού δείχνει ότι οι επιχειρήσεις επιζητούν την καινοτομική ανάπτυξη τους μέσα από την αλληλεπίδραση και τον νέο τρόπο κάλυψης των αναγκών των πελατών τους. Επιπλέον, ενημερώνονται από τις δράσεις των ανταγωνιστών τους που σημαίνει ότι παρακολουθούν τον ανταγωνισμό, δεν μένουν πίσω τις εξελίξεις και στις καινοτομίες της αγοράς και προσπαθούν να κρατηθούν απέναντι στον ανταγωνισμό και να βελτιωθούν σε διαδικασίες και εξυπηρέτηση ακόμα περισσότερο.

Επίσης, τα συνέδρια αποτελούν σημαντική πηγή πληροφόρησης για τις τάσεις της αγοράς, νέους τρόπους εξυπηρέτησης ανάλογα με τον κλάδο δραστηριοποίησης και τις ανάγκες που δημιουργούνται στο εκάστοτε τμήμα της αγοράς.

#### 4.3.6 Παράγοντες επίτευξης καινοτομικών δράσεων

**Πίνακας 4.11 Παράγοντες καινοτόμων δράσεων**

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
6.1	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	0%	23%	27%	37%	23%
6.2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που	20%	12,5%	20%	35%	12,5%



		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
	λαμβάνουν τις αποφάσεις					
6.3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	13%	5%	0%	12%	70%
6.4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	0%	24%	0%	56%	30%
6.5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	20%	0%	15%	15%	50%
6.6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	0%	0%	5%	15%	80%
6.7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	0%	0%	10%	12%	78%
6.8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	17%	0%	12%	27%	44%

**Πίνακας 4.12 Μέσος όρος, διάμεσος, επικρατούσα τιμή και τυπική απόκλιση για τους παράγοντες καινοτόμων δράσεων**

Column2	μέσος όρος	διάμεσος	επικρατούσα τιμή	τυπική απόκλιση
6,1	3,72	4	5	1,34
6,2	4,18	4	5	0,8
6,3	3,78	4,5	5	1,48
6,4	3,86	4	4	1,14
6,5	3,96	5	5	1,41
6,6	4,62	5	5	0,66
6,7	4,56	5	5	0,7
6,8	3,72	4	5	1,48

Η συγκεκριμένη ερώτηση της έρευνας μας δίνει πολλές απαντήσεις στο τρόπο που επηρεάζονται οι επιχειρήσεις από τις εξελίξεις στην καινοτομία και από ποιους παράγοντες επηρεάζονται. Πιο συγκεκριμένα, η χρηματοδότηση νέων επενδύσεων

βοηθά τόσο στην υλικοτεχνική όσο και υποστηρικτική αναβάθμιση μιας παρεχόμενης υπηρεσίας ή στην παραγωγή ενός προϊόντος. Ο έντονος ανταγωνισμός κατέχει υψηλή θέση αφού ο επιχειρηματίας βλέπει ότι οι τάσεις στην αγορά μεταβάλλονται και η αλλαγή ξεκινά από τον ανταγωνισμό άρα πρέπει ή να καινοτομήσει και ο ίδιος ή να μείνει στάσιμος και να πάρει το ρίσκο να ζημιωθεί σε μερίδια αγοράς και περιθώρια κέρδους. Επιπρόσθετα, με ποσοστό 95% νας συμφωνεί, η συνεχής επιμόρφωση του προσωπικού συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον καθώς δείχνει ότι η καινοτομία και η αλλαγή αν δεν επικοινωνηθεί και εκπαιδευτεί στο ανθρώπινο δυναμικό, ότι και να κάνει η επιχείρηση σε υλικές υποδομές, ο ανθρώπινος παράγοντας δεν θα μπορεί να ακολουθήσει την αλλαγή. Ειδικότερα, σε επιχειρήσεις όπως οι τουριστικές όπου το προσωπικό πρώτης γραμμής έρχεται συνεχώς σε επαφή με τους πελάτες καθίσταται επιβεβλημένη η συνεχής εκπαίδευση και ενίσχυση τους. Σε κάθε επιχείρηση ο ανθρώπινος παράγοντας οφείλει να αποτελεί βάση πάνω στην οποία χτίζεται η κάθε δραστηριότητα και αλλαγή. Το δείγμα τείνει να συμφωνεί απόλυτα με τους παράγοντες των καινοτόμων δράσεων που παρατίθενται στο ερωτηματολόγιο.

#### 4.3.7 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων

**Πίνακας 4.13 Μέσος όρος, διάμεσος, επικρατούσα τιμή και τυπική απόκλιση για τους παράγοντες παρεμπόδισης καινοτόμων δράσεων**

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
7.1	Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	0%	12%	25%	48%	15%
7.2.	Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας	9%	23%	5%	40%	23%
7.3.	Η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών	8%	5%	0%	8%	79%
7.4.	Το υψηλό κόστος καινοτομίας	10%	5%	10%	0%	75%
7.5.	Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού	0%	3%	15%	12%	70%

		Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
7.6.	Η δυσκολία εξεύρεσης εταίρων συνεργασίας	4%	11%	13%	10%	62%
7.7.	Η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες	0%	3%	17%	41%	40%
7.8	Η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών	0%	13%	27%	18%	42%

**Πίνακας 4.13 Παράγοντες παρεμπόδισης καινοτόμων δράσεων**

Column2	μέσος όρος	διάμεσος	επικρατούσα τιμή	τυπική απόκλιση
7,1	3,58	4	4	0,85
7,2	3,32	4	4	1,42
7,3	3,92	5	5	1,57
7,4	3,98	5	5	1,3
7,5	4,12	5	5	1,09
7,6	3,7	4	5	1,24
7,7	3,92	4	5	0,98
7,8	3,74	4	5	1,1

Εδώ οι παράγοντες που δυσχεραίνουν την καινοτομική δραστηριότητα επιδρούν με διαφορετικό τρόπο στην επιχείρηση. Όσο σημαντική είναι η επένδυση στον ανθρώπινο παράγοντα, με ποσοστό 82% να συμφωνεί, για την επίτευξη της καινοτομίας, τόσο ανασταλτικός παράγοντας μπορεί να γίνει αν στο νέο εγχείρημα μια επιχείρηση δεν υπάρχει η απαραίτητη τεχνογνωσία και η σωστή εκπαίδευση. Επιπλέον, το υψηλό κόστος σε συνδυασμό με την δυσκολία εξέρευσης επενδυτικών κεφαλαίων και εταίρων συνεργασίας δεν ευνοούν την ανάπτυξη μιας νέας καινοτομίας σε οποιοδήποτε τομέα της επιχείρησης. Οι υποδομές, η αβεβαιότητα και ο

υψηλός κίνδυνος αποτυχίας έρχονται να ολοκληρώσουν τους σημαντικότερους παράγοντες όπου η αβεβαιότητα των οικονομικών εξελίξεων δεν ευνοεί την επένδυση σε υποδομές, ενώ πολλές επιχειρήσεις δεν αναβαθμίζουν τις μονάδες κατά καιρούς με αποτέλεσμα όταν έρθει η ώρα της μεγάλης επένδυσης το κόστος να είναι πολύ μεγάλο και καθόλου χρηματοοικονομικά διαχειρίσιμο. Το δείγμα τείνει να ασυμγωνεί απόλυτα με τους παράγοντες που δυσχεραίνουν την καινοτομική δραστηριότητα.

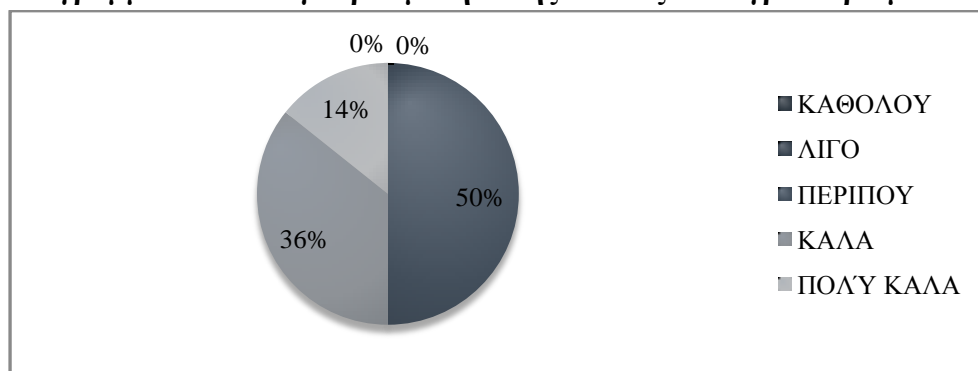
#### 4.4 Αγροτουρισμός

Στο τμήμα αυτό της έρευνας θέλαμε να διερευνήσουμε την ύπαρξη του αγροτουριστικού μοντέλου στο Νομό Ηλείας, την δυνατότητα ανάπτυξης τους, την άποψη του επιχειρηματικού κόσμου για τον εναλλακτικό τουρισμό και την ύπαρξη υποδομών για να στηριχθεί το εγχείρημα αυτό. Παρακάτω παρουσιάζονται τα εύρηματα της έρευνας από πενήντα επιχειρήσεις του Νομού ενώ δόθηκε και ο ορισμός του Αγροτουρισμού σε μια προσπάθεια να μην δημιουργηθεί σύγχυση τους ερωτώμενους.

##### 4.4.1 Ο αγροτουρισμός ως έννοια

Στην ερώτηση αυτή καλούνταν οι ερωτώμενοι να απαντήσουν σε τι βαθμό γνωρίζουν τον αγροτουρισμό ως εναλλακτική μορφή τουρισμού.

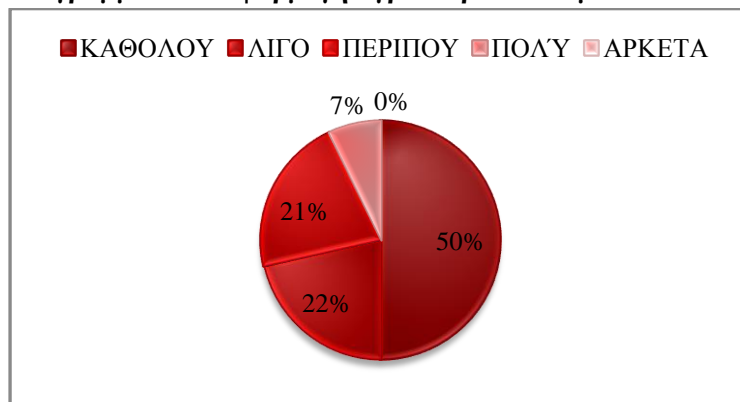
Διάγραμμα 4.7 – Αναγνωρισιμότητα της έννοιας του αγροτουρισμού



Τα ποσοστά είναι αρκετά ενθαρρυντικά αφού τουλάχιστον το 50% γνωρίζει ως ένα βαθμό τον αγροτουρισμό ενώ κανένας ερωτώμενος δεν δήλωσε ότι δεν γνωρίζει το συγκεκριμένο είδος εναλλακτικού τουρισμού.

#### 4.4.2 Βαθμός εφαρμογής αγροτουριστικού μοντέλου

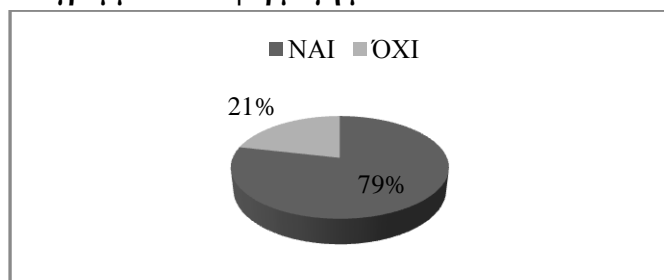
Διάγραμμα 4.8 - Εφαρμογή αγροτουριστικού μοντέλου



Η ερώτηση αυτή αφορούσε στην εφαρμογή του αγροτουριστικού μοντέλου στις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα. Το 50% δεν εφαρμόζει σε κανένα βαθμό το αγροτουριστικό μοντέλο, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 7% θεωρεί ότι το εφαρμόζει σε μεγάλο βαθμό. Η ερώτηση αυτή ήταν φίλτρου και οδηγούσε σε ερώτηση που αφορούσε τα προγράμματα χρηματοδότησης. Καμία από τις επιχειρήσεις που εφαρμόζε σε οποιοδήποτε βαθμό το αγροτουριστικό μοντέλο δεν είχε χρησιμοποιήσει κάποιο πρόγραμμα χρηματοδότησης.

#### 4.4.3 Υλοποίηση και εφαρμογή για το μέλλον

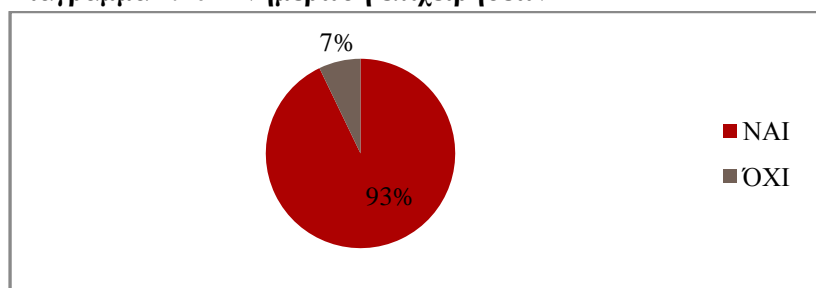
Διάγραμμα 4.9- Εφαρμογή μελλοντικά



Τα ευρήματα της συγκεκριμένης ερώτησης είναι πολύ σημαντικά για το κομμάτι της εφαρμογής του αγροτουρισμού. Το 79% των επιχειρήσεων που δεν εφαρμόζουν ή εφαρμόζουν σε μικρό βαθμό το αγροτουριστικό μοντέλο θα ήθελαν να το υλοποιήσουν στο μέλλον με προοπτικές ανάπτυξης της επιχείρησής τους. Το αποτέλεσμα αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η επιχειρήσεις έχουν ανάγκη να διαφοροποιήσουν τις υπηρεσίες τους, να καινοτομήσουν και να εισάγουν στη αγορά της Ηλείας δυναμικά ένα νέο τρόπο εναλλακτικού τουρισμού.

#### 4.4.4 Ενημέρωση για τον αγροτουρισμό

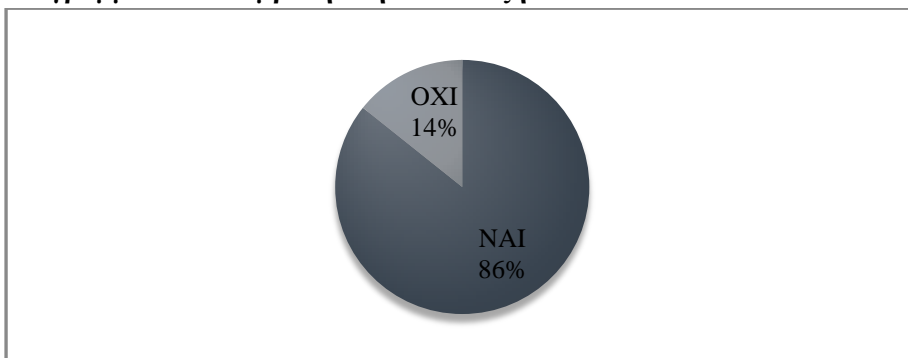
Διάγραμμα 4.10- Ενημέρωση επιχειρήσεων



Το 93% των επιχειρήσεων δηλώνουν ότι έχουν ενημερωθεί από κάποιο μέσο/φορέα για το αγροτουριστικό μοντέλο με πιο διαδεδομένα μέσα την τηλεόραση, διάφορα site με αγροτουριστικό περιεχόμενο, από φίλους που το εφαρμόζουν σε άλλες περιοχές, από τις σχολές και τα πανεπιστήμια που φοίτησαν και φοιτούν τα παιδιά τους, από διάφορα ειδησεογραφικά blog.

#### 4.4.5 Συμβολή αγροτουρισμού στην ανάπτυξη του Νομού Ηλείας

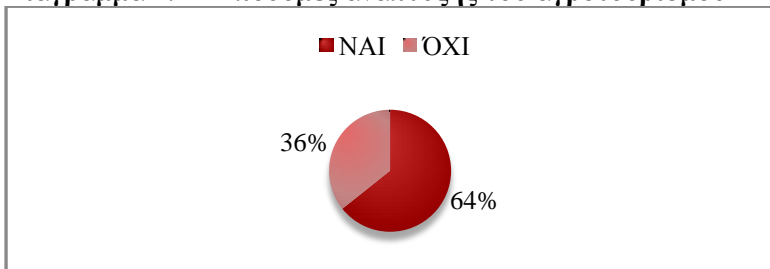
Διάγραμμα 4.11- Συμβολή στην ανάπτυξη



Ακόμα πιο ενθαρρυντικά είναι τα ευρήματα της συγκεκριμένης ερώτησης. Το 88% θεωρεί ότι ο αγροτουρισμός θα συμβάλλει στην ανάπτυξη του Νομού Ηλείας και θα προσφέρει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και θα αυξήσει την ειδικά για τους νέους που τώρα τελειώνουν τις σπουδές τους και θέλουν να επιστρέψουν στην ιδιαίτερη πατρίδα τους αλλά δεν μπορούν λόγω έλλειψης θέσεων εργασίας.

#### 4.4.6 Υποδομές ανάπτυξης του αγροτουρισμού

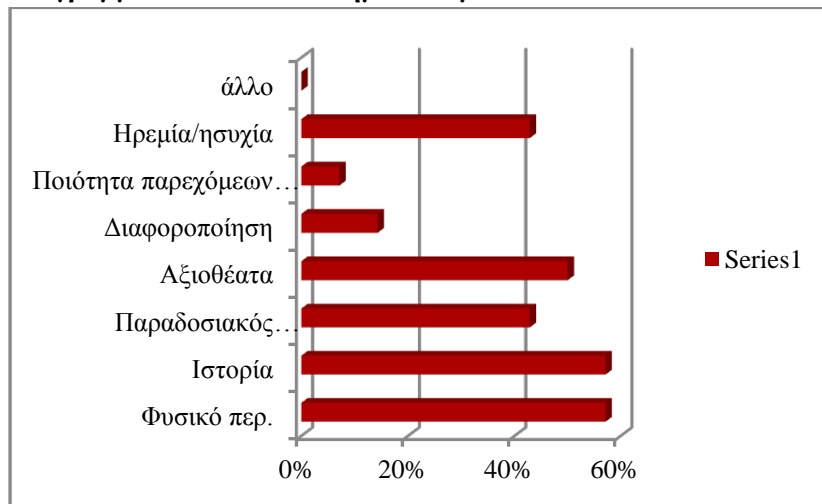
Διάγραμμα 4.12-Υποδομές ανάπτυξης του αγροτουρισμού



Το 64% θεωρεί ότι δεν υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού κυρίως σε υλικοτεχνικές υποδομές. Όπως αναφέραμε και στην βιβλιογραφική ανασκόπηση για την ανάπτυξη και εφαρμογή του αγροτουρισμού απαιτείται η ύπαρξη καταλυμάτων, κάποια έκταση σε γεωργική γη αν θα υπάρχει άμεση επαφή με τις γεωργικές δραστηριότητες, οποιαδήποτε συνεργασία για την ενσωμάτωση πολιτισμικών ξεναγήσεων και ενασχολήσεων, εργαστήρια εκπαίδευσης και παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων.

#### 4.4.7 Πλεονεκτήματα Νομού Ηλείας για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού

Διάγραμμα 4.13- Πλεονεκτήματα νομού



Οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι ο Νομός έχει πολλά πλεονεκτήματα που αποτελούν ενδείξεις ότι αγροτουρισμός μπορεί να εφαρμοστεί. Σύμφωνα και με την βιβλιογραφική ανασκόπηση ο αγροτουρισμός που περικλείει την έννοια του «Άγρο» χρειάζεται πλούσιο φυσικό περιβάλλον, αξιοθέατα έτσι ώστε να συνδυαστεί με το πολιτισμικό κομμάτι της περιοχής και το τοπίο να δίνει την αίσθηση της ηρεμίας, να αποφορτίζει από το στρες τον τουρίστα, αφού οι περισσότεροι προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα.

#### 4.5 Συμπεράσματα

Σύμφωνα με την έρευνα και τα αποτελέσματα της οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία είναι ένα μείζον ζήτημα για τον Νομό Ηλείας. Οι παράγοντες που εμποδίζουν την ανάπτυξη τους έγκειται σε παράγοντες όπως η οικονομική κρίση, η έλλειψη πόρων και δυσκολία χρηματοδοτήσεων. Όπως παρατηρούμε δηλαδή το κομμάτι της ρευστότητας τάσσεται σχεδόν στον υψηλότερο βαθμό παρεμπόδισης της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας. Ο αγροτουρισμός από την αλλή, με τον ιδιαίτερο χαρακτήρα του και τις δυνατότητες ανάπτυξης τους, στην βιβλιογραφική ανασκόπηση δηλώνεται άλλωστε ότι επιχειρήσεις που το εφαρμόζουν



είναι ιδιαίτερα κερδοφόρες, έχει αγγίξει τους επιχειρηματίες της Ηλείας, οι οποίοι θεωρούν ότι θα συντελέσει στην ανάπτυξη, έχει τις φυσικές αλλά όχι τις υλικοτεχνικές υποδομές για να εφαρμοστεί. Παρατηρούμε λοιπόν την ανάγκη για την καινοτομία, την πρόθεση για αναβάθμιση της περιοχής και διεύρυνσης του πεδίου δραστηριοτήτων για την αύξηση των μεριδίων αγοράς και της ανταγωνιστικότητας.

## **Κεφάλαιο 5 – Συμπεράσματα και προτάσεις**

### **5.1 Εισαγωγή**

Η επιχειρηματικότητα είναι από τους πρώτους τομείς που επηρεάστηκαν στην Ελλάδα με την έλευση της χρηματοπιστωτικής κρίσης που ξεκίνησε το 2010 και πλήττει ακόμα την χώρα μας. Πολλές επιχειρήσεις κλείνουν, αδυνατώντας να καλύψουν να ισορροπήσουν τα έσοδα με τα έξοδα, πολλοί νέοι αποθαρρύνονται να ξεκινήσουν το δικό τους εγχείρημα λόγω της αβεβαιότητας και της αστάθειας της αγοράς. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της βιβλιογραφικής ανασκόπησης ο αριθμός των επιχειρήσεων μειώνεται και ισοδύναμα και η απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού που συμβάλει στην περαιτέρω αύξηση της ανεργίας. Αποτελεί λοιπόν μια πρόκληση της εποχής η αύξηση της επιχειρηματικότητας με ιδέες και υποδομές που δεν στηρίζονται σε παλιά πρότυπα άλλα σε νέα που υπόσχονται βιωσιμότητα στις νέες επιχειρήσεις.

### **5.2 Σκοπός και στόχοι της πτυχιακής εργασίας-συμπεράσματα για κάθε ερευνητικό στόχο**

Η έρευνα αυτή είχε ως στόχο να ανάλυση των πτυχών της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στο Νομό Ηλείας, μια περιοχή που στηρίζεται κυρίως στο πρωτογενή

τομέα και στον τουρισμό, και να αναδείξει ένα μοντέλο εναλλακτικού τουρισμού βασιζόμενο στους πόρους της περιοχής που είναι ο αγροτουρισμός.

- Διερεύνηση των παραγόντων που ευνοούν και εμποδίζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητα και της καινοτομίας. Μέσα από την βιβλιογραφική ανασκόπηση και την πρωτογενή έρευνα μέσω ερωτηματολογίων που πραγματοποιήσαμε οι κύριοι παράγοντες που θεωρούνται ως ανασταλτικοί είναι κυρίως οι οικονομικές μεταβλητές, η δυσκολία στη λήψη επενδυτικών δανειακών κεφαλαίων, οι νομισματικές και εμπορικές πολιτικές, το υψηλό κόστος, ο κίνδυνος της αποτυχίας και η γραφειοκρατία. Οι περισσότεροι από αυτούς τους παράγοντες ανήκουν στον εύρύτερο μακρο-περιβάλλον και η σταθεροποίηση τους δεν εξαρτάται από τις επιχειρήσεις. Η κυβέρνηση από την μεριά της μπορεί να αξιολογεί εκτενέστερα τις προτάσεις χρηματοδότησης και να αποδίδει ένα ποσό που θα μπορούσε να βοηθήσει την επιχείρηση στα πρώτα της βήματα. Αν μια επιχείρηση σταθεί γερά στα πόδια η επένδυση που θα γίνει και από τις δύο μεριές θα είναι εξίσου αποδοτική.

Οι παράγοντες που ενισχύουν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία σύμφωνα με την βιβλιογραφική ανασκόπηση και την πρωτογενή έρευνα είναι η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει καλύτερα προϊόντα σε σχέση με τους ανταγωνιστές για τους πελάτες της, η ικανότητα και τα προσόντα του ανθρώπινου δυναμικού, η αποτελεσματική επικοινωνία με τους πελάτες σχετικά με τους ανάγκες τους. Εδώ παρουσιάζεται μια customer-oriented φιλοσοφία όπου οι ανάγκες του πελάτη βρίσκονται πάντα πιο ψηλά στην ιεραρχία στόχων του επιχειρηματία, το εύρος δραστηριοτήτων διαμορφώνεται σύμφωνα με τις ανάγκες της αγοράς χωρίς να εμμένει σε τεχνικές βραχυσπρόθεσμου κέρδους, φαινόμενο που παρατηρήθηκε τα τελευταία χρόνια από ελληνικές επιχειρήσεις π.χ frozen yoghurt που επένδυσαν σε μια μόδα χωρίς να ανιχνεύσουν ότι οι τάσεις της αγοράς δεν μένουν σταθερές. Επιπλέον, ο ανθρώπινος παράγοντας θεωρείται πολύ σημαντικός στην διαμόρφωση του επιχειρηματικού και της σταθερότητας της επιχείρησης.

- Ο βαθμός ύπαρξης και εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου. Στο κομμάτι αυτό έγινε χρήση βιβλιογραφίας και best practices από άλλες χώρες καθώς και

πρωτογενής έρευνα στο Νομό Ηλείας. Χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία και Η Αγγλία εφαρμόζουν εδώ και πολλά χρόνια το αγροτουριστικό μοντέλο σε συνδυασμό και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως ο συνεδριακός και ιατρικός τουρισμός ενώ στην Ελλάδα εφαρμόζεται σε περιοχές όπως η Κρήτη και τα Ιωάννινα. Στο Νομό Ηλείας γίνεται προσπάθεια από το κτήμα Μερκούρη με ξεκάθαρη δομή και προσανατολισμό προς τον αγροτουρισμό με βάση το κρασί και το κτήμα Νεράϊδα. Σε άλλες περιοχές εφαρμόζεται σε μικρό βαθμό και όχι με τόσο ξεκάθαρη δομή αφήνοντας περιθώρια βελτίωσης και μελλοντικών σχεδιασμών.

- Ο βαθμός ενημέρωσης, αποδοχής και μελλοντικής εφαρμογής του αγροτουριστικού μοντέλου από τις επιχειρήσεις του νομού Ηλείας. Σύμφωνα με την πρωτογενή έρευνα το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων έχει ενημερωθεί για το αγροτουρισμό μέσω κυρίως site, φίλων που το εφαρμόζουν και άλλα. Ο βαθμός αποδοχής της ιδέας υλοποίησης του αγροτουρισμού ήταν πολύ μεγάλος δείχνοντας ότι οι επιχειρήσεις θέλουν να δοκιμάσουν κάτι καινούργιο και μέχρι στιγμής πολύ πετυχημένο, να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό και να προσφέρουν μια μοναδική εμπειρία στο επισκέπτη αφήνοντας τους τις καλύτερες και ένα είναι σίγουρο: μόνο υπέρ της επιχείρησης θα είναι. Όπως λένε και στο Marketing «Ένας ευχαριστημένος πελάτης ισοδυναμεί με πολλούς δυνητικούς πελάτες».
- Η συμβολή του αγροτουρισμού στην ανάπτυξη του Νομού Ηλείας και η ύπαρξη υποδομών. Σύμφωνα με την βιβλιογραφική ανασκόπηση και την πρωτογενή έρευνα, χώρες οι οποίες εφάρμοσαν το αγροτουριστικό μοντέλο γνώρισαν μεγάλη ανάπτυξη με τις περισσότερες να μην έχουν τις φυσικές υποδομές που έχει ο Νομός Ηλείας σε θάλασσα, δασικές εκτάσεις, λίμνες και γη. Σύμφωνα με την έρευνα μεγάλο ποσοστό θεωρεί ότι ο Νομός δεν έχει τις κατάλληλες υλικοτεχνικές υποδομές, παρουσιάζονται εμπόδια χρηματοδότησης ακόμα και με το νέο πρόγραμμα Leader 2015 ενώ έχει όλες τις φυσικές υποδομές, αξιοθέατα, έντονο παραδοσιακό χαρακτήρα και υψηλή ποιότητα υπηρεσιών. Οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι ο αγροτουρισμός θα συμβάλλει στην ανάπτυξη του Νομού, θα δώσει μια νέα ώθηση στον τουρισμό προσελκύοντας και τμήματα της αγοράς που επιζητούν μια διαφορετική εμπειρία στις διακοπές τους.

## 5.3 Προτάσεις

Οι προτάσεις που δίνονται απρακάτω αφορούν τόσο το τμήμα του αγροτουρισμού όσο και σε δραστηριότητες που μπορούν να προσδώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στο Νομό σύμφωνα με τους πόρους που διαθέτει όπως ο τουρισμός και η γεωργία.

### 5.3.1 Τουρισμός και γεωργία

- Ποιοτική ανασυγκρότηση και αναβάθμιση των τουριστικών μονάδων, ώστε να καλύπτουν τις σύγχρονες απαιτήσεις των τουριστών καθώς και εκσυγχρονισμό της επικοινωνιακής και διαφημιστικής τους πολιτικής όπου δεν θα προβάλλονται απλά τα αξιοθέατα του Νομού αλλά και τι δραστηριότητες μπορεί να κάνει ο τουρίστας, πώς να κινητοποιηθεί σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης όπως αναδάσωση των καμμένων εκτάσεων.
- Στην Ηλεία παράγονται ως επί το πλείστον κλασικές καλλιέργειες , ντομάτας, καρπούζι, πεπόνι, πατάτες και φράουλες. Ωστόσο, υπάρχουν νέες επιχειρηματικές δράσεις, οι οποίες έχουν διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση και κερδοφορία στην διεθνή αγροτική οικονομία. Τέτοιες επιχειρηματικές δράσεις θα μπορούσαν να είναι η καλλιέργεια φαρμακευτικών φυτών και η καλλιέργεια αρωματικών φυτών για παραγωγή αρωματικών ελαίων .Τα αρωματικά έλαια αποτελούν μια ανερχόμενη αγορά για πιο εξειδικευμένα τμήματα της, η οποία έχει αυξανόμενη ζήτηση στις διεθνείς αγορές και αποδίδει άμεσα εισόδημα στους αγρότες. Επιπλέον,η παραγωγή super foods είναι μια ιδιαίτερα ανερχόμενη αγορά, με πολλούς health conscious πολίτες να στρέφονται σε μια πιο ισορροπημένη διατροφή και να αναζητούν τέτοιους είδους προϊόντα.

### 5.3.2 Αγροτουρισμός και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Πέραν από τον αγροτουρισμό, ο Νομός μπορεί να υποστηρίξει και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού και να τους συνδυάσει πολύ επιτυχημένα με τον αγροτουρισμό.

- **Αγροτουρισμός.** Σύμφωνα με την πρωτογενή έρευνα μεγάλα προβλήματα εντοπίζονται στην χρηματοδότηση δράσεων ανάπτυξης λόγω οικονομικών συγκυριών. Για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών απαιτείται να ληφθούν πρωτοβουλίες από την τοπική αυτοδιοίκηση και του επιμελητηρίου με στόχο την αξιοποίηση της Ηλείας. Ο επισκέπτης θα μπορεί να επισκέπτεται όχι μόνο για να κάνει τις διακοπές τους αλλά για να ζήσει μια μοναδική εμπειρία που θα συνδυάζει φυσικό τοπίο, πολιτισμό, γαστρονομία και επαφή με την φύση ως ενεργός ‘αγρότης’ επιστρέφοντας στην πατρίδα του με νέες εμπειρίες και προϊόντα που παρασκεύασε ο ίδιος. Εδώ απαιτείται πέραν της σωστής οργάνωσης και σωστή διαφημιστική προβολή όπου θα εστιάζει στην προσφερόμενη εμπειρία και όχι στις προσιτές τιμές.
- **Τουρισμός υγείας.** Ο αγροτουρισμός μπορεί να συνδυασθεί πού πετυχημένα με τον τουρισμό υγείας Στην Ηλεία υπάρχουν αρκετές περιοχές με αναβλύζοντα ύδατα θεραπευτικής σύστασης. Μέσω των επενδύσεων σε spa, εξειδικευμένων κέντρων αποκατάστασης και ευεξίας τόσο σε γνωστές περιοχές ιαματικού τουρισμού όπως του Καϊάφα, όσο και σε κάποιες οι οποίες είναι εντός ιδιωτικών ιδιοκτησιών, σε συνδυασμό με μελλοντικούς αγροτουριστικούς προορισμούς του Νομού, θα μπορούσε να προσελκυθεί ένα μεγάλο μέρος Ελλήνων και ξένων τουριστών. Επιπλέον η σαιζόν λειτουργίας θα ήταν μεγαλύτερη σε σχέση με αυτή των καλοκαιρινών μηνών εξασφαλίζοντας εισόδημα για τους επιχειρηματίες όλο το χρόνο επιλύοντας θέματα ρευστότητας.
- **Επενδύσεις με στόχο την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.** Η Ηλεία είναι ήδη ένας τόπος με υψηλή προτίμηση για την διοργάνωση συνεδρίων. Επόμενο βήμα είναι να δημιουργηθεί συνεδριακοί χώροι μεγάλης χωρητικότητας που συνδυασμό με παροχές διακοπών για τους επισκέπτες να αποτελεί ένα ανταγωνιστικό συνδυασμό. Πολύ καλό παράδειγμα είναι η Costa Navarino στην Καλαμάτα που έχει δημιουργήσει ολόκληρο συγκρότημα μόνο για την διοργάνωση συνεδρίων.
- **Εκπαιδευτικός τουρισμός.** Ο εκπαιδευτικός τουρισμός αποτελεί ιδιαίτερα κερδοφόρο πεδίο επενδύσεων σε χώρες του εξωτερικού. Μεγάλο πλεονέκτημα για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού στην Ηλεία αποτελεί το φυσικό,

ιστορικό και κοινωνικό περιβάλλον της. Σε συνδυασμό με τις αγροτουριστικές επενδύσεις μπορούν να δημιουργηθούν εκπαιδευτικές δράσεις πολλαπλών θεμάτων σε συνεργασία με εγχώρια ή ξένα εκπαιδευτικά ιδρύματα και ανάλογους πολιτιστικούς συλλόγους.

#### **5.4 Περιορισμοί έρευνας- Προτάσεις για μελλοντική έρευνα**

Η ερευνητική προσπάθεια για την επιτυχή έκβαση της πτυχιακής εργασίας πέραν από των αποτελεσμάτων που αναλύθηκαν παραπάνω, αντιμετώπισε και διάφορους περιορισμούς.

Αρχικά, η κατεύθυνση στο θέμα της επιχειρηματικότητας και καινοτομίας περιορίζει το δείγμα ερωτώμενων με προσανατολισμό στις επιχειρήσεις του Νομού. Υπήρχαν επιχειρηματίες που μας βοήθησαν με την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, ωστόσο, για να καλυφθεί ο απαιτούμενος όγκος ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκαν πολλές επικοινωνίες. Το φαινόμενο έγκειται σε δύο λόγους. Πρώτον, ειδικά για τα τουριστικά καταλύματα άνοιγε η σαιζόν και είχαν αυξημένο όγκο δουλειάς. Δεύτερον, πολλοί ερωτώμενοι ήταν δύσπιστοι για την χρήση των πληροφοριών ακόμα και όταν υπήρχε η διαβεβαίωση ότι είναι για πανεπιστημιακούς λόγους και προσπαθεί να αναδείξει επιχειρηματικές δραστηριότητες και ευκαιρίες.

Οι έρευνες πάνω στην επιχειρηματικότητα είναι πολλές αλλά όσον αφορά τον Νομό Ηλείας οι δευτερογενείς πηγές που αναζητήσαμε ήταν πολύ περιορισμένες και όχι επίκαιρες. Ωστόσο, υπάρχει παρθένο έδαφος για περαιτέρω έρευνα ειδικότερα στο κομμάτι του αγροτουρισμού για να αναδυθούν προτάσεις, best practices και ευκαιρίες για τους νέους και παλιούς επιχειρηματίες.

# Βιβλιογραφία

## Ξενολόγηση

- Barbieri C.& Mshenga P. M., (2008), **The Role of the Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agrotourism Farms**, *Sociologia Ruralis*, **48(2)**, pp. 166-183
- Beurle D., (2011), **Agri-tourism Development Workshop**, Oregon Tourism Studio
- Bowler I., Clark G., Crockett A., Ilbery B., & Shaw A., (1996), **The development of alternative farm enterprises: a study of family labour farms in the Northern Pennines of England**. *Journal of Rural Studies*, 12, (285-295)
- Brockhaus H.R.(1982) **The Psychology of the Enterpreuner**, Encyclopedia of Entrepreneurship, New Jersey, Pentice Hall
- Burns A.C., Bush R.F, (2005), **Marketing research**, UpperSaddle River, NJ: Prentice-Hall
- Butts s., McGeorge A. & Briedenhann J., (2005), **The great cornish maize maze: low risk, low cost, high yield**. *Culture and Agriculture*, **27**, pp 61-68
- Bubendorf, T.S., (1993), **Agri-Tourism in Slovakia**. MSc thesis, **Swiss Federal Institute of Technology, Faculty of Agriculture, Zurich, Sweden & Agricultural University**, Faculty of Economics, Dept. of Regional Development,
- Commission of the European Communities: **Towards sustainability: a European Community programme of policy and action in relation to the environment and sustainable development**, (1993), Official Journal, No. C138: 5-98, 17 May. CEC, Luxembourg
- Cunningham, J.B., Lischeron J., (1991) **Defining Entrepreneurship**, *Journal of Small Business Management*
- European Commission, (2006) **Synthesis of mid- term evaluations of LEADER + programmes**, Final Report, Vienna
- European Commission, (2003) **Ex- Post Evaluation of the Community Initiative Leader II**, Final Report , Vienna

- Di Domenico M., & Millar, G., (2007), **Are plastic cows the future for farming? Implications of an alternative diversification model** . In J. Tribe, & D. Airey (Eds.), *Developments in tourism research* Oxford: Elsevier pp. 21-32
- Doswell, R., (2002) **Τουρισμός: Ο ρόλος του αποτελεσματικού management**, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ, Αθήνα,
- Drucker, F.P, (2003) **The Discipline of Innovation**, Harvard Business Review on Innovation Enterprises H. B. S. Press, Boston Massachusetts
- Global Entrepreneurship Monitor, (2009) **Executive Report**
- Ely R.T, Hess, R.H, (1937) **Outlines of Economics**, 6<sup>th</sup> edition New York, MacMilla, , pp:488
- Evans N. & Ilery B. W., (1989), **A conceptual framework for investigating farmbased accommodation and tourism in Britain. Journal of Rural Studies**, 5, pp 257- 266
- Fleischer A., & Tchetchik, A.,(2005), **Does rural tourism benefit from agriculture? Tourism Management**, 26, pp 493-501
- Gaddam, S., (2007) **A Conceptual Analysis of Factors Influencing Entrepreneurship Behavior and Actions** ICFAI Journal of Management Research, Vol 6, Issue 11, pp: 46-63
- Garcia Ramon, M., Gavones G., Vladovinos N., (1995) **Farm tourism and the environment in Spain Annals in tourism research**, 22:2 :267-282, 1995
- Gartner, C., W., (2001) **Τουριστική Ανάπτυξη, αρχές, διαδικασίες και πολιτικές**, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- Gladstone J., & Morris A., (2000), **Farm accommodation and agriculture heritage in Orkney In F. Brown (Ed.), Tourism in peripheral areas : Case studies (pp. 91-100)**, Clevedon : Multilingual Matters Limited.
- Hebert, R.F, Link, A.N, (1939) **In Research of the Meaning of Entrepreneurship**, Small Business Economics, pp: 39-49
- Hernandez-Maestro et al., (2007) **The moderating role of familiarity in rural tourism in Spain**, Tourism Management, pp. 951–964
- Husimman, D., (1985) **Entrepreneurship: Economic and Cultural Influences on the Entrepreneurial Climate**, European Research, 13(4), 10-17, pp:10-17



- Iakovidou O.,(1997), **Agro-tourism in Greece : the case of women agro-tourism co-operatives of Ambelakia**. MEDIT, 1, pp 44-47
- Ilbery B., Bowler I., Clark G., Crockett A. & Shaw A.,(1998) **Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: a case study from the Northern Pennines, England**. Regional Studies, 32, pp 355-364
- Immink, R., O’Kane B., (2004) **Ξεκινώντας την δική σου επιχείρηση**, Εκδόσεις Σφακιανάκη, Θεσσαλονίκη, Σελ:88-98
- Jaworski, A., & Lawson, S., (2005), **Discourse of Polish agritourism: global, local, pragmatic**. In A. Jaworski, & A. Pritchard (Eds.), **Discourse, communication and tourism** (pp. 123-149). Clevedon: Channel View Publications
- Kizos T. & Iosifides T., (2007), **The contradictions of agritourism development in Greece: evidence from three case studies**. South European Society and Politics, 12, pp 59-77
- Marques H., (2006), **Searching for complementarities between agriculture and tourism-the demarcated wine-production regions of northern Portugal**. Tourism Economics, Portugal
- McIntosh A. J. & Bonnemann S. M., (2006), **Willing workers on organic farms (WWOOF): the alternative farm stay experience?** Journal of Sustainable Tourism, 14, pp 82-99
- Meyer, E.C., Allen K.R, (2004) **Επιχειρηματικότητα**, Εκδόσεις Ίων, Αθήνα
- Oppermann M., (1996), **Rural tourism in Southern Germany**. Annals of Tourism Research, 23, pp 86-102
- Opperman M., (1996), **Rural tourism in Southern Germany**. Annals of Tourism Research , 23, pp 86-102
- Phillip S., Hunter C., Blackstock K., (2009), **A typology for defining agro-tourism**, Tourism Management, 31, 754-758
- Roberts I. and Hall D., (2001), **Rural tourism and recreation : principles to practice**, Cabi publishing, London
- Roberts I., and Hall D. , (2001) **Rural tourism and recreation: principles to practice**, Cabi publishing, London

- Robinson G., (2004) , **Geographies of agriculture: Globalization, restructuring and sustainability. Harlow: Pearson Education Limited**
- Robinson G., (2004) , **Geographies of agriculture: Globalization, restructuring and sustainability. Harlow: Pearson Education Limited**
- Rotter, J., (1982) **External and Internal Control», Entrepreneurship and Venture Management**, New Jersey, Prentice Hall, pp:40
- Singh S., (1990) **Personality Characteristics, Work Value, and Life-Style of Fast and Slow Progressive Small-scale Industrial Entrepreneurs**, Journal of Social Psychology, Vol. 129, No. 6, Nittra, Slovakia.
- Sonnino R., (2004), **For a ‘Piece of Bread’? Interpreting sustainable development through agrotourism in Southern Tuscany. Sociologia Ruralis , 44, pp 285-300**
- Stephen, J. Page, (2006) **Εισαγωγή στον Τουρισμό :Το τουριστικό management τον 21<sup>ο</sup> αιώνα**, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Timomons J.A, Spinelli, S., (2007) **New Vnture Creation: Entrepreneurship for the 21<sup>st</sup> century**, McGraw-Hill, International edition, 2007
- Walford N., (2001), **Patterns of development in tourism accommodation enterprises on farms in England and Wales. Applied Geography, 21, pp 331-345**
- Wall G., (2000), **Agrotourism in J. Jafari (Ed.) Encyclopaedia of tourism London: Routledge pp. 14-15**
- Weber, M., (1948) **Essays in Sociology**, London Routledge & Kenan Paul, Original
- Welsch, H.P, (2004) **Entrepreneurship: The Way Ahead Routledge**, New York , pp: 29
- Wennekers, S. , Thurik, R., (1999) **Linking Entrepreneurship with Economic Growth, Small Business Economics**, pp:46-47
- Wennekers, S. , Thurik, R., Van Stehl Noorderhaven, N., (2006) **Uncertainty Avoidance and the Rate of Business Ownership Across 22 OECD Countries, 1976-2000**, Institute for Development Strategies, pp: 46-47

- Wilson, A., (2006), **Marketing Research: An Intergrated Approach**, 2<sup>nd</sup> edition, Essex: Prentice-Hall

### Ελληνική

- **Αγροτουρισμός στην Ευρώπη Ο αγροτουρισμός στο νησί της Αφροδίτης**, (2005) πτυχιακή Βραχίμη Αυγούστα.
- Αποστολόπουλος Κ., Γιάγκου Δ., (2005) **Ήπιες μορφές τουρισμού, πανεπιστημιακές σημειώσεις**, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα
- Αποστολόπουλος Κ., Σδράλλης Δ., (2007) **Ήπιες μορφές τουρισμού, πανεπιστημιακές σημειώσεις**, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα
- Αποστολόπουλος Κ., Σδράλλη, Δ., (2009) **Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου, Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές**, εκδ. Ελληνοεκδοτική, Αθήνα
- Ασκέλη Στ., (2000), **Επιχειρήστε...αγροτουριστικά. Πώς να οργανώσετε τη δική σας αγροτουριστική επιχείρηση**, Εναλλακτική τουριστική ανάπτυξη, Αγροτουριστική Α.Ε. εκδ. Κέρκυρα, Αθήνα
- Βασιλειάδης, Α., (2008) **Επιχειρηματικότητα-Αρχικές Προσεγγίσεις**, Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας, Σελ:135-149
- Βαφειάδης, Γ. Κοντογεώργιος, Χ. Παπακωνσταντίδης, Λ., (1992), **Αγροτουρισμός και Ισορροπη Ανάπτυξη**, Εκδόσεις Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδας, Αθήνα
- Βαρβαρέσος, Σ., (2000) **Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα** Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Βαρβαρέσος, Σ., (1997) **Τουρισμός: οικονομικές προσεγγίσεις**, Αθήνα, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα
- Βενετσανοπούλου, Γ., Μάρω, (2006) **Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού**, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- ΓΕΩ.ΤΕ.Ε., Ιακωβίδου Ο., Βολτσου Α., Βλάχου Χ. Και Παρταλίδου Μ. (Επιμ.) (2000), **Ορεινές και Μειονεκτικές Περιοχές της Ελλάδας, Αγρο(το)τουρισμός.:** Εκδόσεις Γεωτεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδας, Θεσσαλονίκη

- Εφημερίδα «Η Καθημερινή», (2015) ένθετο «Ελληνική Οικονομία», **WEF: Δέκα θέσεις ανέβηκε η Ελλάδα στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας**
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ανακοίνωση της Επιτροπής προς τα κράτη-μέλη της 14ης Απριλίου 2000 με την οποία καθορίζονται οι γενικές κατευθύνσεις για την κοινοτική πρωτοβουλίαόσον αφορά την αγροτική ανάπτυξη (Leader+), Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π., (1998) **Εισαγωγή Στον Τουρισμό**, Αθήνα
- Ηγουμενάκης, Ν., (1997) **Τουριστική Πολιτική**, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Ιακωβίδου, Ο, και Παρταλίδου Μ., (2002) **Η ποιότητα ως προϋπόθεση ανάπτυξης τους αγροτικού τουρισμού**, Επιθεώρηση κοινωνικών ερευνών, Αθήνα τεύχος 59, σελ 108-109, 325-345
- Ιωάννου, Κ., (2001) **Οδηγός του Νέου Επιχειρηματία**, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα, Σελ:78-79
- Καραγιάννης, Α.Δ., (1992) **Τι Είναι Επιχειρηματικότητα**, Βήματα στην Ανάπτυξη Νο 2, Σελ.183-184
- Καραγιάννης Στ., (1999) **Ύπαιθρος Χώρα**, εκδ. Πλέθρον, Αθήνα
- Καραγιάννης, Α.Δ., (1996), **Επιχειρηματικότητα, Αβεβαιότητα και Ενδεχόμενη Έκπληξη**, Θεσσαλονίκη, Σελ:220-22
- Καραγιάννης, Σ., Έξαρχος, Γ., (2006) **Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη Πολιτική**, Εκδόσεις Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, Ηράκλειο.
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., (2004) **Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον**, Κριτική, Αθήνα.
- Κτενάς, Σ., (2004) **Η νέα τουριστική στρατηγική ξεκινά από την περιφέρεια**, εφ. Το Βήμα, Αθήνα.
- Λαγός, Γ., (2005) **Τουριστική οικονομία**, Εκδόσεις: Κριτική Α.Ε, Αθήνα
- Μαντζουράνης Κ., Τζιφάκη Χ., (2006) **Επιπτώσεις-προοπτικές εξέλιξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα**, Ανώτατο τεχνολογικό ίδρυμα Κρήτης , Ηράκλειο
- Παπασταύρου Μπ., (2007), **Στρατηγική ανάπτυξη της άλλης Ελλάδας**, περιοδικό Tourism & Property, vol.2, Αθήνα.

- Παυλόπουλος, Π. Γ., Κουζέλης Α.Κ., (1998) **Περιφερειακή ανάπτυξη της Ελλάδας και τουρισμός**, Αθήνα.
- Πετράκης, Π., (1996) **Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη**, Εκδόσεις Παπαζήση, Σελ:36
- Πετράκης, Π., (2004) **Επιχειρηματικότητα**, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Αθηνών
- Σδράλη Δ., (2005), **Σχεδιάζοντας μια αγροτουριστική επιχείρηση: Βήματα υλοποίησης και ανάπτυξης**, Διδάκτωρ Χαροκοπείου Πανεπιστημίου , Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας , Επιχειρείν- Καινοτομείν., Αθήνα
- ΣΕΤΕ, (2015) **Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014- συνοπτική παρουσίαση βασικών μεγεθών**, Αθήνα
- Σιώμοκος Ι. Γ., Μαύρος Α. Δ., Έρευνα Αγοράς, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε, Αθήνα 2008
- Σφακιανάκης, Μ-Κ., (2000) **Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού**, εκδ. Έλλην Αθήνα
- Σωτηριάδης, Μ. ,Φαρσάρη, Ι., (2009) **Εναλλακτικές και Ειδικές μορφές Τουρισμού** , εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Τσαπάκη, Ι., Χ., (2001) **Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα και την Ευρώπη**, Πανεπιστήμιο Πειραιά, Διπλωματική εργασία, Αθήνα
- Τσάρτα Π., (1996), **Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον τουρισμό**, εκδ. Εξάντας. Αθήνα
- Τύπος της Κυριακής (2013) **Έξυπνο Χρήμα- Μικρή σοδειά Ελλήνων επισκεπτών στα αγροτουριστικά καταλύματα** σελ. 9, 4 Αυγούστου 2013 [.pdf](#)
- Naftemporiki.gr, ένθετο «Οικονμία και Αγορές», (2015) **Στην 47η θέση του Παγκόσμιου Δείκτη Επιχειρηματικότητας η Ελλάδα**

#### Διαδικτυακές πηγές

- Ανέλιξη- Σύμβουλοι Επιχειρήσεων **LEADER: Επιχορηγήσεις για ίδρυση και εκσυγχρονισμό σε επιχειρήσεις αγροτουρισμού στην Ηλεία** (WWW) Διαθέσιμο από:  
[http://www.anelixi.eu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=170%3Aleader-&catid=6%3Aprograms&Itemid=4](http://www.anelixi.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=170%3Aleader-&catid=6%3Aprograms&Itemid=4) (Accessed 28/4/2015)

- Ανθοπούλου Θ., Ιακωβίδου Ο., Κουτσούρης Α., Σπιλάνης Ι.,(1998) **Ανασυγκρότηση του αγροτικού χώρου** (WWW), Εισήγηση στο 5ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Διαθέσιμο από:  
[http://www.aegean.gr/lid/internet/elliniki\\_ekdosi/Dimosieuseis/Anthopoulou.htm](http://www.aegean.gr/lid/internet/elliniki_ekdosi/Dimosieuseis/Anthopoulou.htm)  
(Accessed 28/4/2015)
- Επιμελητήριο Ηλείας, (2013) **Στρατηγική έξυπνης εξειδίκευσης**, (ISSU), Διαθέσιμο από:  
<http://issuu.com/kostas1/docs/ris3>  
(Access 30/4/2015)
- Θεοδωρίδης Π., **Αγροτουρισμός-Μελέτη Αναφοράς** (PDF) Διαθέσιμο από:  
[http://www.lrf.gr/programmmedia/1402657613\\_2.pdf](http://www.lrf.gr/programmmedia/1402657613_2.pdf) (Accessed 28/4/2015)
- Θεοδωρόπουλος Θ. Ηλίας, (2010) **Επιχειρηματικότητα στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας** (PDF) Διαθέσιμο από:  
<http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/3274/1/%CE%94%CE%B9%CF%80%CE%BB%CF%89%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE.pdf> (Accessed 24/4/2015)
- Κτήμα Μερκούρη (2015), (PDF) , Διαθέσιμο από:  
[http://www.mercouri.gr/brochure\\_gr.pdf](http://www.mercouri.gr/brochure_gr.pdf) (Access 29/4/2015)
- Τσαπικούνης Α., Φ., (2011) **Το Αγρόκτημα "Κάμπος Νεράιδας" στην Φολή Ηλείας** (WWW), Διαθέσιμο από :  
<http://agro.in.gr/accomodation/article/?aid=1231081690> (Access 29/4/2015)
- Τσεκούρας, Κ., Σκούρας, Δ. , Τσεγενίδη, Κ. , (2006) **Έρευνα επιχειρήσεων για την περιφέρεια την περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας** (WWW) Διαθέσιμο από :  
[http://www.ptapde.gr/projects/wise/firms\\_wp5.pdf](http://www.ptapde.gr/projects/wise/firms_wp5.pdf) (Accessed 22/4/2015)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

#### Πρώτο μέρος: Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

##### 1. Ποιοι παράγοντες θεωρείτε πως εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα;

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
1.1	Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις					
1.2	Η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων					
1.3	Το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά					
1.4	Η δυσκολία στη λήψη δανείων					
1.5	Γενικά η οικονομική κρίση					
1.6	Η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών					
1.7	Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών					
1.8	Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων					

**2. Ποιοι παράγοντες θεωρείτε πως ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας;**

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
2.1	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων					
2.2	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου					
2.3	Η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους					
2.4	Η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της					
2.5	Τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού					
2.6	Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος					
2.7	Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες					

**3. Για ποιους λόγους αποφασίσατε να αναπτύξετε την επιχειρηματική σας δραστηριότητα;**

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους λόγους για τους οποίους αναλάβατε την επιχειρηματική δραστηριότητα. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
3.1	Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο					
3.2	Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων					
3.3	Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης					
3.4	Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας					
3.5	Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική επιλογή για απασχόληση					

**4. Αξιολογήστε την απόδοση της επιχείρησής σας**



Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις σχετικά με την αξιολόγηση της απόδοσης της επιχείρησής σας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
4.1	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση είναι πιο επικερδής					
4.2	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση έχει ένα μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς					
4.3	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση αναπτύσσεται πιο γρήγορα					

### 5. Ποιες πιστεύετε ότι είναι οι πηγές πληροφοριών για την ανάπτυξη μιας καινοτόμας επιχείρησης;

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό σημαντικότητας των παρακάτω πηγών για την εύρεση πληροφοριών για καινοτόμες δράσεις. (1=Καθόλου σημαντική, 2=Λίγο σημαντική, 3=Αρκετά σημαντική 4=Πολύ σημαντική, 5= Πάρα πολύ σημαντική)

		1	2	3	4	5
5.1	Εσωτερικές πηγές					
5.2	Προμηθευτές					
5.3	Πελάτες					
5.4	Ανταγωνιστές					
5.5	Σύμβουλοι					
5.6	Πανεπιστήμια – ΤΕΙ					
5.7	Ερευνητικά Ιδρύματα					
5.8	Συνέδρια – Εκθέσεις					
5.9	Επιστημονικά Περιοδικά					
5.10	Επιμελητήριο					

### 6. Ποιοι παράγοντες πιστεύετε πως συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων;

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
6.1	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών					
6.2	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις					
6.3	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων					
6.4	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις					
6.5	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις					
6.6	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού					
6.7	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο					
6.8	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό					

### **7. Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων;**

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
7.1	Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων					
7.2	Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας					
7.3	Η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών					
7.4	Το υψηλό κόστος καινοτομίας					
7.5	Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού					
7.6	Η δυσκολία εξεύρεσης εταίρων συνεργασίας					
7.7	Η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες					
7.8	Η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών					

## **Δεύτερο μέρος: Αγροτουρισμός**

Ο αγροτουρισμός είναι μια ειδική μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία συνίσταται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που συνδέονται με την αγροτική παραγωγή και το πολιτιστικό περιβάλλον των αγροτικών περιοχών, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και τοπική γαστρονομία, καθώς και την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους ενοποιημένους ή μη με αγροτικές εγκαταστάσεις.

**8. Σε τι βαθμό γνωρίζετε για τον αγροτουρισμό ως εναλλακτική μορφή τουρισμού;**

- A) Καθόλου
- B) Λίγο
- Γ) Περίπου
- Δ) Καλά
- Ε) Πολύ Καλά

**9. Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι εφαρμόζετε το αγροτουριστικό μοντέλο για την επιχείρησή σας;**

- A) Καθόλου
- B) Λίγο
- Γ) Περίπου
- Δ) Πολύ
- Ε) Αρκετά

**10. Αν εφαρμόζετε το αγροτουριστικό μοντέλο έχετε χρησιμοποιήσει κάποιο επιδοτούμενο πρόγραμμα;**

- A) Ναι
- B) Όχι

Αν ναι ποιο:

- 1. LEADER I
- 2. LEADER II
- 3. LEADER+
- 4. Αναπαλαίωση παραδοσιακής κατοικίας
- 5. Νέοι αγρότες
- 6. Άλλο ( Παρακαλώ σημειώστε παρακάτω)

.....

**11. Αν δεν εφαρμόζετε το αγροτουριστικό μοντέλο θα σας ενδιέφερε να το υλοποιήσετε στο μέλλον;**

- A) Ναι
- B) Όχι

**12. Έχετε ενημερωθεί μέσω κάποιου φορέα/μέσο για το αγροτουριστικό μοντέλο;**

- A) Ναι
- B) Όχι

Αν ναι ποιο (παρακαλώ σημειώστε παρακάτω)

.....  
.....  
**13. Πιστεύετε ότι ο αγροτουρισμός θα συμβάλλει στην περαιτέρω ανάπτυξη της Ηλείας;**

A) Ναι

B) Όχι

**14. Πιστεύετε ότι υπάρχουν οι υποδομές για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ηλεία;**

A) Ναι

B) Όχι

**15. Ποια πλεονεκτήματα της Ηλείας θεωρείτε ότι μπορεί να αναδείξει ο αγροτουρισμός; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από ένα)**

A) Φυσικό περιβάλλον      B) Ιστορία      Γ) Παραδοσιακό χαρακτήρας/ Πολιτιστική κληρονομιά

Δ) Αξιοθέατα      Ε) Διαφοροποίηση σε σχέση με άλλες περιοχές

ΣΤ) Υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών      Ζ) Ηρεμία/ Ησυχία

Η) Άλλο .....

## Μέρος Τρίτο: Δημογραφικά Στοιχεία

**16. Περιοχή Ηλείας** .....

**17. Φύλο Επιχειρηματία**

A) Άνδρας

B) Γυναίκα

**18. Ηλικία**

A) 18-24

B) 25-35

Γ) 36-45

Δ) 46-55

Ε) Άνω των 55

**20. Επωνυμία**

**Επιχείρησης** .....

**21. Νομική μορφή επιχείρησης**

A) Ατομική Επιχείρηση

B) Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ)

Γ) Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ)

Δ) Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)

Ε) Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ)

ΣΤ) Άλλη μορφή.....

**22. Κλάδος κύριας δραστηριοποίησης**

Α) Πρωτογενής Παραγωγή

Β) Μεταποίηση

Γ) Εμπόριο

Δ) Υπηρεσίες

Ε) Τουρισμός

**23. Αριθμός απασχολουμένων**

Α) 1-9

Β) 10-49

Γ) 50-249

Δ) πάνω από 250

**24. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει κάποιο Σύστημα Πιστοποίησης Ποιότητας; (π.χ. ISO 9000, κλπ)**

Α) Ναι

Β) Όχι