

Τίτλος Διπλωματικής Εργασίας

**«Στρατηγικές Ανάπτυξης Αγροτουρισμού,
στην Ανατολική Φθιώτιδα»**

**Δ.Π.Μ.Σ. Βιώσιμη Διαχείριση Περιβαλλοντικών Αλλαγών και Κυκλική
Οικονομία, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας**

Τμήματα:

Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης,

Πολιτικών Μηχανικών

Γεωπονίας Φυτικής Παραγωγής και Αγροτικού Περιβάλλοντος

Επιβλέπων Καθηγήτρια: Κα Όλγα Χριστοπούλου

Φοιτήτρια: Κόμνου Αμαλία-Αθανασία

Βόλος, 2025

Περίληψη

Στην εποχή που ο τουρισμός έρχεται αντιμέτωπος με ισχυρές προκλήσεις όπως η βιωσιμότητα των περιοχών που δέχονται τις τουριστικές ροές, εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναδυθεί για να καλύψουν τις ανάγκες όλο και περισσότερων ανθρώπων που τις επιλέγουν. Μια από αυτές τις εναλλακτικές μορφές είναι ο αγροτουρισμός που αξιοποιεί το φυσικό περιβάλλον και την αγροτική παραγωγή. Η χώρα μας αποτελεί μια κατάλληλη περίπτωση για την εφαρμογή τέτοιων μορφών τουρισμού αφού από τη μια πλευρά ο όγκος της τουριστικής δραστηριότητας και ο υπερτουρισμός έχει ήδη αρχίσει να εγείρει ερωτήματα για τη διαχείριση του τουρισμού και από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα με τις αγροτικές και γεωργικές παραγωγικές της δυνατότητες θα μπορούσε να αποτελέσει μια επένδυση παράδειγμα για αυτή τη μορφή τουρισμού. Σε αυτή την εργασία παρουσιάζεται μια μελέτη περίπτωσης – η Ανατολική Φθιώτιδα. Μετά την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης του Αγροτουρισμού στην περιοχή, παρουσιάζονται τα γεωγραφικά, κλιματολογικά, δημογραφικά και τουριστικά χαρακτηριστικά της περιοχής που συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας μοναδικής πρότασης αξίας για τη συγκεκριμένη περιοχή. Στη συνέχεια αναλύεται ο στρατηγικός σχεδιασμός της πρότασης για επένδυση στην περιοχή, εστιάζοντας στην υφιστάμενη κατάσταση της αγοράς και του ανταγωνισμού.

Λέξεις – Κλειδιά : Αγροτουρισμός, Τουριστική Ανάπτυξη, , Φθιώτιδα.

Abstract

At an era that tourism is facing strong challenges such as the sustainability of the areas that receive tourist flows, alternative forms of tourism have emerged to meet the needs of more and more people who choose them. One of these alternative forms is agrotourism that utilizes the natural environment and agricultural production. Our country is a suitable case for the implementation of such forms of tourism since on the one hand the volume of tourist activity and overtourism has already begun to raise questions about the management of tourism and on the other hand, Greece with its rural and agricultural production potential could be an investment example for this form of tourism. In this paper, a case study is presented – Eastern Fthiotida. After analyzing the current state of Agritourism in the region, the geographical, climatic, demographic and touristic characteristics of the region are presented, which contribute to the formation of a unique value proposition for the specific region. The strategic planning of the investment proposal in the region is then analyzed, focusing on the current state of the market and competition.

Keywords: Agritourism, Tourism Development, Tourism, Fthiotida.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	2
Abstract.....	3
Κατάλογος Εικόνων	6
1. Εισαγωγή	7
2. Σκοπός και Ερευνητικά ερωτήματα	12
3. Μεθοδολογική προσέγγιση.....	13
3.1. Ερευνητικό εργαλείο.....	15
3.2. Δείγμα και χαρακτηριστικά συμμετεχόντων	16
4. Θεωρητικό Υπόβαθρο.....	21
4.1. Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού.....	21
4.2. Σχέση αγροτουρισμού με τη βιώσιμη ανάπτυξη και την περιφερειακή πολιτική.....	23
4.3. Σύνδεση αγροτικού τομέα και τουριστικής δραστηριότητας.....	26
4.4. Το πλαίσιο για την αγροτική ανάπτυξη και τον αγροτουρισμό.....	27
4.4.1. Ευρωπαϊκή Ένωση	27
4.4.2. Ελλάδα	30
4.5. Επιτυχημένες πρακτικές.....	33
5. Ανάλυση χαρακτηριστικών Περιοχής Μελέτης: Ανατολική Φθιώτιδα	39
5.1. Γεωγραφικά, κοινωνικά και οικονομικά στοιχεία.....	39
5.2. Υφιστάμενος πρωτογενής τομέας και καλλιέργειες	40
5.3. Υφιστάμενη τουριστική δραστηριότητα και υποδομές	41
5.4. Ανάλυση SWOT για την Ανατολική Φθιώτιδα	44
6. Εμπειρικό Μέρος – Μεθοδολογία και Αποτελέσματα Έρευνας	48
6.1. Ανάλυση και παρουσίαση αποτελεσμάτων	48
6.2. Σχολιασμός ευρημάτων	63
7. Συμπεράσματα και Προτάσεις Πολιτικής	66

7.1.	Βασικά συμπεράσματα	66
7.2.	Προτεινόμενες στρατηγικές	67
7.2.1.	Διασύνδεση τοπικών προϊόντων με τουριστικά πακέτα	67
7.2.2.	Προώθηση θεματικών διαδρομών.....	68
7.2.3.	Δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων	69
7.2.4.	Συνεργατικά σχήματα και τοπικά δίκτυα επιχειρήσεων	70
7.2.5.	Ψηφιακή προβολή και branding περιοχής.....	71
7.3.	Δυνατότητες περαιτέρω έρευνας	72
	Βιβλιογραφία	75

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1 -Το βιολογικό Αγρόκτημα La Violla	33
Εικόνα 2 - Το Blenheim Organic Farm.....	35
Εικόνα 3 - Ο ξενώνας Φάμπρικα	37

1. Εισαγωγή

Ο αγροτικός & γεωργικός τουρισμός, που συχνά αναφέρεται ως αγροτουρισμός, είναι μια μορφή εξειδικευμένου τουρισμού που συνδυάζει τη γεωργία και τον τουρισμό. Αφορά όλο το φάσμα δραστηριοτήτων που φέρνουν τους επισκέπτες σε αγροκτήματα ή άλλες γεωργικές δραστηριότητες για να γνωρίσουν το γεωργικό περιβάλλον, τον πολιτισμό και τα προϊόντα. Σύμφωνα με τους Carpio et al. (2021), ο αγροτουρισμός ενισχύει τη βιωσιμότητα των μικρών και μεσαίων αγροκτημάτων παρέχοντας εναλλακτικές πηγές εισοδήματος και μετριάζοντας τους κινδύνους που σχετίζονται με την αστάθεια των τιμών των γεωργικών προϊόντων. Αντιπροσωπεύει μια μορφή οικονομικής διαφοροποίησης που υποστηρίζει τα τοπικά μέσα διαβίωσης, ενώ παράλληλα τονώνει την αγροτική επιχειρηματικότητα και την καινοτομία.

Η σημασία του αγροτουρισμού έχει αυξηθεί σημαντικά λόγω των παγκόσμιων τάσεων που δίνουν έμφαση στη βιωσιμότητα, τον τοπικισμό και την εμπειρική κατανάλωση. Πρόσφατες μελέτες υπογραμμίζουν πώς ο αγροτουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση των γεωργικών τοπίων, στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην προώθηση της περιβαλλοντικής διαχείρισης (Romão et al., 2022). Καθώς οι τουρίστες αναζητούν όλο και περισσότερο καθηλωτικές εμπειρίες βασισμένες στη φύση μακριά από τα υπερπλήρη αστικά κέντρα, ο αγροτουρισμός παρέχει μια μοναδική εναλλακτική λύση που ευθυγραμμίζεται με τις αρχές του υπεύθυνου τουρισμού. Επιπλέον, εξυπηρετεί μια εκπαιδευτική λειτουργία ευαισθητοποιώντας σχετικά με τη βιώσιμη γεωργία, την προέλευση των τροφίμων και την οικολογική διατήρηση, ενισχύοντας έτσι τις ισχυρότερες σχέσεις καταναλωτή-παραγωγού (Lupi et al., 2017). Ο αγροτουρισμός προωθεί επίσης την χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη ενσωματώνοντας τις περιθωριοποιημένες αγροτικές κοινότητες στην αλυσίδα αξίας του τουρισμού, ενδυναμώνοντας τους τοπικούς φορείς μέσω μοντέλων περισσότερο συμμετοχικού τουρισμού.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, μετά την πανδημία COVID-19, ο αγροτουρισμός έχει ανανεωθεί ως μια ασφαλέστερη, υγιεινά συνειδητή τουριστική επιλογή λόγω των υπαίθριων, χαμηλής πυκνότητας χώρων που διαθέτει (Santeramo & Barbieri, 2021). Συνολικά, ο αγροτουρισμός αντιπροσωπεύει μια δυναμική, βιώσιμη και κοινωνικά

συμπεριληπτική απάντηση στις σύγχρονες τουριστικές προκλήσεις και την παρακμή της γεωργίας.

Η θεώρηση ή η επικράτηση του αγροτουρισμού ως εναλλακτικής μορφής τουρισμού αποδίδεται σε μεγάλο βαθμό στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι τομείς του παραδοσιακού τουρισμού, όπως η υποβάθμιση του περιβάλλοντος, ο υπερτουρισμός και η πολιτιστική εμπορευματοποίηση σε αστικούς και παράκτιους προορισμούς. Τα συμβατικά μοντέλα τουρισμού έχουν συχνά οδηγήσει σε εξάντληση των τοπικών πόρων, αυξημένη ρύπανση και απώλεια αυθεντικών πολιτιστικών πρακτικών, ειδικά σε περιοχές που επιβαρύνονται από τον μαζικό τουρισμό. Επιπλέον, η πανδημία COVID-19 εξέθεσε την ευπάθεια του αστικού τουρισμού και αύξησε την παγκόσμια ευαισθητοποίηση για θέματα υγείας, ασφάλειας και βιωσιμότητας. Ως απάντηση, οι τουρίστες αναζητούν όλο και περισσότερο πιο ουσιαστικές, βασισμένες στη φύση και λιγότερο πολυσύχναστες ταξιδιωτικές εμπειρίες, οδηγώντας μια στροφή προς τον αγροτουρισμό. Αυτή η τάση επέτρεψε στον αγροτουρισμό να αναδειχθεί ως μια ανθεκτική, αποκεντρωμένη εναλλακτική λύση που ανταποκρίνεται στις εξελισσόμενες προτιμήσεις των τουριστών, ενώ αντιμετωπίζει τις αρνητικές εξωτερικές επιδράσεις του mainstream τουρισμού (Carpio et al., 2021).

Επιπλέον, ο αγροτουρισμός έχει γίνει μια βιώσιμη λύση για την αναζωογόνηση των αγροτικών περιοχών που υποφέρουν από οικονομική στασιμότητα και ερήμωση λόγω της παρακμής της παραδοσιακής γεωργίας. Καθώς οι αγροτικές κοινότητες αντιμετωπίζουν περιορισμένες ευκαιρίες ανάπτυξης, ο αγροτουρισμός προσφέρει έναν τρόπο ενσωμάτωσης του τουρισμού στις αγροτικές οικονομίες χωρίς την ανάγκη εκτεταμένων υποδομών ή αστικοποίησης. Αυτή η μορφή τουρισμού προωθεί τη βιώσιμη ανάπτυξη διατηρώντας τα τοπικά οικοσυστήματα, ενθαρρύνοντας την κατανάλωση τοπικών προϊόντων και ενισχύοντας την πολιτιστική ανταλλαγή μεταξύ αστικών και αγροτικών πληθυσμών. Καθώς οι τουρίστες εκτιμούν όλο και περισσότερο την αυθεντικότητα, τον τοπικισμό και την οικολογική ευθύνη, ο αγροτουρισμός έχει αποκτήσει δυναμική ως στρατηγική οδός για τη διαφοροποίηση των τουριστικών προσφορών και τον μετριασμό των κοινωνικο-περιβαλλοντικών πιέσεων που ασκούνται από τον μαζικό τουρισμό.

Ο αγροτουρισμός μπορεί να υποστηρίξει την αειφόρο ανάπτυξη ενθαρρύνοντας τη διατήρηση των φυσικών πόρων. Οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις που εμπλέκονται στον

τουρισμό μπορούν να υιοθετήσουν πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον για να προσελκύσουν περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένους επισκέπτες, ενισχύοντας έτσι τις βιώσιμες αγροτικές πρακτικές. Όπως αναφέρουν οι Baby and Kim (2024), παραδείγματα τέτοιων πρακτικών είναι η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η κομποστοποίηση αποβλήτων και η προώθηση τοπικών, βιολογικών προϊόντων. Η εφαρμογή αυτών των πρακτικών όχι μόνο προστατεύει τους φυσικούς πόρους, αλλά ενεργοποιεί έναν «κύκλο βιωσιμότητας» που διατηρεί τα τοπία, ενισχύει την τοπική οικονομία και ευαισθητοποιεί τους επισκέπτες σχετικά με την οικολογική αξία των γεωργικών συστημάτων. Με βάση τα ευρήματα αυτής της μελέτης έρευνας, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να δραστηριοποιηθούν ως οδηγοί της πράσινης μετάβασης, εισάγοντας καινοτόμα περιβαλλοντικά μοντέλα, όπως π.χ. κυκλικοί οικονομικοί κύκλοι (circular economy) και συγκεκριμένες δράσεις βιωσιμότητας. Συμμετέχοντας σε αυτά τα πρότυπα, ενισχύεται η οικολογική τους ταυτότητα, ενδυναμώνεται η σύνδεση με το περιβάλλον και ενισχύεται το ελκυστικό προφίλ των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων σε τουρίστες με περιβαλλοντική συνείδηση.

Αυτή είναι η βασική διαφορά με τον παραδοσιακό τουρισμό, αντί να αντικατασταθούν οι υπάρχουσες εγκαταστάσεις με τη δημιουργία μιας τουριστικής μονάδας στα πρότυπα των ξενοδοχειακών μονάδων, οι υπάρχουσες εγκαταστάσεις με ήπιες μετατροπές θα αποτελέσουν την μονάδα για τη φιλοξενία τουριστών.

Ο αγροτουρισμός έχει τη δυνατότητα να προσφέρει μια εναλλακτική πηγή εισοδήματος για τους αγρότες, βοηθώντας στη σταθεροποίηση των γεωργικών εσόδων και στη μείωση της εξάρτησης από τις αγορές εμπορευμάτων, οι οποίες είναι συχνά ασταθείς (Barbieri & Mshenga, 2008). Ενθαρρύνει την οικονομική διαφοροποίηση, ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές, δημιουργώντας πρόσθετες ροές εσόδων μέσω της φιλοξενίας, της αναψυχής και των πωλήσεων προϊόντων. Αυτό, με τη σειρά του, προωθεί την αγροτική ανάπτυξη δημιουργώντας θέσεις εργασίας, τονώνοντας τις τοπικές επιχειρήσεις και προσελκύοντας επενδύσεις σε υποδομές και υπηρεσίες.

Επίσης, αυξάνοντας το δημόσιο ενδιαφέρον για τις γεωργικές πρακτικές και την αγροτική ζωή, ο αγροτουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση των αγροτικών τοπίων και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Υποστηρίζει τη διατήρηση των παραδοσιακών μεθόδων καλλιέργειας και της αγροτικής αισθητικής, η οποία διαφορετικά θα μπορούσε να χαθεί λόγω αστικοποίησης ή εγκατάλειψης του αγροκτήματος (Tew & Barbieri, 2012).

Ακόμη, ο αγροτουρισμός ενισχύει την ευαισθητοποίηση σχετικά με την παραγωγή τροφίμων, τη βιωσιμότητα και την περιβαλλοντική διαχείριση. Προσφέρει εκπαιδευτικές ευκαιρίες τόσο σε ενήλικες όσο και σε παιδιά να μάθουν από πρώτο χέρι για τη γεωργία, τη βιοποικιλότητα και τον αγροτικό πολιτισμό. Αυτό μπορεί να ενισχύσει τη μεγαλύτερη εκτίμηση για τους αγρότες και να προωθήσει τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά.

Η δομή της εργασίας μετά το εισαγωγικό κεφάλαιο ξεκινά με το θεωρητικό υπόβαθρο της εργασίας στο οποίο θα παρουσιαστεί το πλαίσιο του αγροτουρισμού και τα χαρακτηριστικά του ως εναλλακτικού τύπου τουρισμού στον οποίο εστιάζει η πτυχιακή εργασία. Στη συνέχεια παρουσιάζεται η σχέση του αγροτουρισμού με τη βιώσιμη ανάπτυξη και την περιφερειακή πολιτική που εφαρμόζεται. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στο ρυθμιστικό πλαίσιο τόσο σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και σε Ελληνικό πλαίσιο για την αγροτική ανάπτυξη και τον αγροτουρισμό. Τέλος παρατίθενται επιτυχημένα παραδείγματα αγροτουρισμού σε Ελλάδα και Διεθνώς.

Στη συνέχεια δίνεται μια εικόνα για την περιοχή της μελέτης περίπτωσης – την Ανατολική Φθιώτιδα, της οποίας παρουσιάζονται τα γεωγραφικά, κλιματολογικά, δημογραφικά και τουριστικά χαρακτηριστικά ως παράγοντες που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για την δημιουργία μιας επένδυσης αγροτουρισμού. Ακόμη, παρουσιάζονται τα κοντινά σημεία ενδιαφέροντος τα οποία ενδέχεται να αποτελέσουν παράγοντες τους οποίους θα αξιοποιήσει η πρόταση επένδυσης. Το κεφάλαιο κλείνει με την παρουσίαση της στρατηγικής θέσης της περιοχής ως συμπέρασμα από την παρουσίαση των επιμέρους χαρακτηριστικών. Το κεφάλαιο αυτό αναφέρεται στη γενικότερη τουριστική δραστηριότητα της περιοχής και στις υποδομές που διαθέτει η Ανατολική Φθιώτιδα και που θα μπορούν να αξιοποιηθούν από τον αγροτουριστικό τομέα.

Το επόμενο κεφάλαιο αναφέρεται στις στρατηγικές ανάπτυξης αγροτουρισμού. Αρχικά διεξάγεται μια ανάλυση SWOT για την Ανατολική Φθιώτιδα. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στις προτεινόμενες στρατηγικές και τα χαρακτηριστικά τους, δηλαδή την διασύνδεση των τοπικών προϊόντων με τα τουριστικά πακέτα, την προώθηση θεματικών διαδρομών, τη δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων, τις συνέργειες, την ψηφιακή προβολή και το branding.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, στο εμπειρικό μέρος σχεδιάζεται η έρευνα και η υλοποίησή της. Παρουσιάζεται η μεθοδολογία και η δειγματοληψία και στη συνέχεια τα αποτελέσματα: το δείγμα και τα χαρακτηριστικά του καθώς και τα βασικά αποτελέσματα της έρευνας. Στο τέλος του κεφαλαίου τα ευρήματα σχολιάζονται και συνδέονται με τις βασικές στρατηγικές που έχουν αναφερθεί.

Το τελευταίο κεφάλαιο αφορά τα συμπεράσματα και τις προτάσεις πολιτικής., ενώ ακολουθούν οι προτάσεις μελλοντικών ερευνών.

2. Σκοπός και Ερευνητικά ερωτήματα

Ο πρωταρχικός στόχος της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει τις προοπτικές, τις προκλήσεις και το στρατηγικό δυναμικό του αγροτουρισμού ως εργαλείο για τη βιώσιμη ανάπτυξη και την περιφερειακή αναζωογόνηση στην περιοχή της Ανατολικής Φθιώτιδας στην Ελλάδα. Η μελέτη επιδιώκει να κατανοήσει πώς ο αγροτουρισμός γίνεται αντιληπτός και βιώνεται από τους τοπικούς επιχειρηματικούς φορείς σε όλους τους τομείς της γεωργίας, της φιλοξενίας και του τουρισμού, και να εντοπίσει εφαρμόσιμες στρατηγικές που θα μπορούσαν να ενισχύσουν τη συμβολή του στην τοπική οικονομία, την κοινωνική συνοχή και την εδαφική ταυτότητα. Εστιάζοντας σε αυτήν την σχετικά ανεπαρκώς ερευνημένη περιοχή, η μελέτη συμβάλλει στον ευρύτερο διάλογο για τον αγροτικό τουρισμό, την αγροτική επιχειρηματικότητα και την περιφερειακή ανάπτυξη από τη βάση στην κορυφή στις χώρες της μεσογείου.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου, επιχειρούμε να απαντήσουμε παράλληλα τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- Πώς αντιλαμβάνονται οι τοπικοί επιχειρηματικοί φορείς στην Ανατολική Φθιώτιδα την τρέχουσα κατάσταση της περιφερειακής ανάπτυξης και του τουρισμού στην περιοχή τους;
- Ποιες είναι οι αντιληπτές ευκαιρίες και τα εμπόδια που σχετίζονται με την ανάπτυξη του αγροτουρισμού ως εναλλακτικού ή συμπληρωματικού μοντέλου τουρισμού;
- Σε ποιο βαθμό οι τοπικές επιχειρήσεις ασχολούνται με δραστηριότητες που σχετίζονται με τον αγροτουρισμό και τι είδους συνεργασία υπάρχει (ή θα μπορούσε να αναπτυχθεί) μεταξύ τους;
- Πώς αξιολογούν το ρόλο των δημόσιων πολιτικών, των προγραμμάτων χρηματοδότησης και των θεσμικών δομών υποστήριξης στην προώθηση του αγροτουρισμού και της αγροτικής ανάπτυξης;
- Ποιες στρατηγικές προτείνονται για την ενίσχυση του οικονομικού, κοινωνικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου του αγροτουρισμού στην περιοχή;

Αυτά τα ερωτήματα είναι διερευνητικά και έχουν σχεδιαστεί για να προσεγγίσουμε τις πολυεπίπεδες δυναμικές και τις τοπικές προοπτικές που διαμορφώνουν το αναπτυξιακό δυναμικό του αγροτουρισμού, ενώ παράλληλα

εντοπίζουν πολιτικά και διαρθρωτικά κενά που ενδέχεται να εμποδίσουν την επέκτασή του.

3. Μεθοδολογική προσέγγιση

Η μελέτη περιλαμβάνει το θεωρητικό τμήμα της που αφορά τη βιβλιογραφική επισκόπηση και παρουσίαση καλών διεθνών πρακτικών και το εμπειρικό τμήμα της που αφορά την πρωτογενή έρευνα μέσω ποιοτικής ανάλυσης. Δεδομένης της διερευνητικής φύσης της μελέτης και της εστίασης σε υποκειμενικές αντιλήψεις, βιώματα και τοπική γνώση, η έρευνα υιοθετεί τη συγκεκριμένη μεθοδολογία που βασίζεται στις αρχές του ερμηνευτικού χαρακτήρα. Αυτή η προσέγγιση είναι ιδιαίτερα κατάλληλη για την έρευνα αγροτικής ανάπτυξης και του τουρισμού, όπου οι έννοιες, τα κίνητρα και η κατανόηση των συμφραζομένων είναι κεντρικής σημασίας (Jennings, 2010).

Η κύρια μέθοδος συλλογής δεδομένων ήταν μια σειρά ημιδομημένων συνεντεύξεων που διεξήχθησαν με δέκα τοπικές επιχειρήσεις αγροτών, μεταποιητών τροφίμων, παρόχων φιλοξενίας και επαγγελματιών τουρισμού που δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Ανατολικής Φθιώτιδας. Οι συμμετέχοντες επιλέχθηκαν σκόπιμα με βάση την εμπλοκή τους σε τομείς σχετικούς με τον αγροτουρισμό και την εμπειρία τους από τη λειτουργία τους στην περιφερειακή οικονομία. Η ημιδομημένη μορφή επέτρεψε εις βάθος συζητήσεις καθοδηγούμενες από ένα προκαθορισμένο σύνολο ερωτήσεων, ενώ παράλληλα επέτρεψε την ευελιξία να διερευνηθούν αναδυόμενα θέματα κατά τη διάρκεια κάθε συζήτησης. Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις παρέχουν την ευελιξία προσαρμογής στις γνώσεις και την εμπειρία του ερωτώμενου, διατηρώντας παράλληλα τη συνέπεια σε όλους τους βασικούς θεματικούς τομείς. Δεδομένου ότι οι συμμετέχοντες είναι ενεργοί παράγοντες στην τοπική οικονομία, αυτή η μέθοδος επιτρέπει μια λεπτομερή κατανόηση της λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων, της πολιτικής εμπλοκής και της κοινωνικοπολιτισμικής δυναμικής εντός της περιοχής.

Τα δεδομένα στη συνέχεια μεταγράφηκαν και υποβλήθηκαν σε θεματική ανάλυση, ακολουθώντας το πλαίσιο έξι φάσεων των Braun και Clarke (2006). Η κωδικοποίηση ήταν τόσο επαγωγική (δηλαδή προέκυπτε από τα ίδια τα δεδομένα) όσο και καθοδηγούμενη από τις εννοιολογικές κατηγορίες που προέρχονται από τη

βιβλιογραφία για τον αγροτουρισμό, τον βιώσιμο τουρισμό και την αγροτική επιχειρηματικότητα. Τα θέματα ομαδοποιήθηκαν γύρω από βασικές διαστάσεις όπως οι αντιλήψεις για την περιφερειακή ανάπτυξη, η συμμετοχή στον αγροτουρισμό, η πολιτική εμπλοκή, οι συνεργατικές πρακτικές και οι στρατηγικές προτάσεις.

Ενώ το μέγεθος του δείγματος περιοριζόταν σε δέκα ερωτηθέντες, η έρευνα έδωσε προτεραιότητα στο βάθος έναντι του εύρους, με στόχο την αποκάλυψη πλούσιων, ευαίσθητων στο περιβάλλον γνώσεων που μπορούν να διαμορφώσουν την πολιτική, τον ακαδημαϊκό διάλογο και τον τοπικό αναπτυξιακό σχεδιασμό. Τα ηθικά πρωτόκολλα, συμπεριλαμβανομένης της ενημερωμένης συναίνεσης και της ανωνυμοποίησης των δεδομένων, ακολουθήθηκαν αυστηρά για την προστασία του απορρήτου των συμμετεχόντων.

Η στρατηγική δειγματοληψίας είναι μη-πιθανότητας, δειγματοληψία ευκολίας, στοχεύοντας σε τοπικούς ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που ασχολούνται με τη γεωργία, τον αγροτουρισμό, τη φιλοξενία, την επεξεργασία τροφίμων ή συναφείς υπηρεσίες. Τα κριτήρια ένταξης απαιτούν οι συμμετέχοντες να έχουν τουλάχιστον τρία χρόνια ενεργής επιχειρηματικής λειτουργίας στην περιοχή και να επιδεικνύουν άμεση ή έμμεση εμπλοκή με τον αγροτικό τουρισμό ή την αγροτική παραγωγή. Για να φτάσουμε στο τελικό δείγμα καταρτίσαμε μια προκαταρκτική λίστα πιθανών συμμετεχόντων μέσω γνωστών στην περιοχή, τοπικών δικτύων, δημοτικών βάσεων δεδομένων και καταλόγων επιχειρήσεων, με επιπλέον συμμετέχοντες να εντοπίζονται μέσω δειγματοληψίας χιονοστιβάδας.

Όλες οι συνεντεύξεις θα τηρούν τα καθιερωμένα ηθικά πρότυπα στην ποιοτική έρευνα. Οι συμμετέχοντες θα λάβουν ένα ενημερωτικό δελτίο που περιγράφει τον σκοπό, το πεδίο εφαρμογής και τον εθελοντικό χαρακτήρα της μελέτης. Θα ληφθεί ενημερωμένη συγκατάθεση πριν από τη συμμετοχή. Η ανωνυμία και η εμπιστευτικότητα θα είναι εγγυημένες και όλα τα δεδομένα θα αποθηκευτούν με ασφάλεια σύμφωνα με τους κανονισμούς GDPR.

Αυτή η εμπειρική έρευνα συμβάλλει στον αυξανόμενο όγκο βιβλιογραφίας σχετικά με την αγροτική και περιφερειακή ανάπτυξη, αναδεικνύοντας τις απόψεις των ενδιαφερόμενων μερών, οι οποίες συχνά υποεκπροσωπούνται στις διαδικασίες σχεδιασμού από πάνω προς τα κάτω. Εστιάζοντας στην Ανατολική Φθιώτιδα - μια περιοχή με σημαντικούς γεωργικούς πόρους και αναδυόμενες τουριστικές υποδομές -

αυτή η μελέτη προσφέρει πρακτικές γνώσεις σχετικά με τις πραγματικές συνθήκες για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε ένα γεωγραφικά και οικονομικά περιφερειακό πλαίσιο. Τα αποτελέσματα στοχεύουν στην υποστήριξη συστάσεων βασισμένων σε στοιχεία για την τοπική πολιτική, την υποστήριξη της αγροτικής επιχειρηματικότητας και τη στρατηγική ενσωμάτωση του αγροτουρισμού στα πλαίσια περιφερειακής ανάπτυξης.

3.1. Ερευνητικό εργαλείο

Σε προσπάθειες να προσεγγίσουμε τις απόψεις των επιχειρηματιών για τις προοπτικές ανάπτυξης στην περιοχή, δομήσαμε ένα ερωτηματολόγιο κατάλληλο για την μελέτη περίπτωσης. Μέσω αυτού διενεργήθηκαν συνεντεύξεις με ιδιοκτήτες τοπικών επιχειρήσεων στην Ανατολική Φθιώτιδα. Σκοπός του ερωτηματολογίου ήταν να απευθυνθεί σε ιδιοκτήτες καταστημάτων, αγρότες, παρόχους κέντρων φιλοξενίας, ξενοδοχείων, μεταποιητές τροφίμων, κ.α. επιχειρήσεων με τουλάχιστον τρία χρόνια δραστηριότητας στην περιοχή. Ο βασικός σκοπός των συνεντεύξεων ήταν να διερευνηθούν οι αντιλήψεις, οι εμπειρίες και οι απόψεις σχετικά με τις προοπτικές ανάπτυξης της περιοχής και τον πιθανό ρόλο του αγροτουρισμού. Οι ερωτήσεις που αποτελούν το ερωτηματολόγιο είναι 8 και είναι οι παρακάτω:

- Πώς θα περιγράφατε την τρέχουσα κατάσταση της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης στην Ανατολική Φθιώτιδα; Ποιες αλλαγές έχετε παρατηρήσει τα τελευταία χρόνια;
- Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις και ευκαιρίες που αντιμετωπίζετε ως ιδιοκτήτης επιχείρησης που δραστηριοποιείται σε αυτήν την περιοχή;
- Πώς αξιολογείτε τον ρόλο των δημόσιων πολιτικών, της τοπικής αυτοδιοίκησης και των αναπτυξιακών προγραμμάτων (π.χ., κοινοτική ή εθνική χρηματοδότηση) στην υποστήριξη της επιχείρησής σας και της περιοχής συνολικά;
- Κατά την άποψή σας, πώς έχει εξελιχθεί ο τουρισμός στην Ανατολική Φθιώτιδα; Ποιοι τύποι τουρισμού (π.χ., ευεξίας, βασισμένος στη φύση, πολιτιστικός) είναι οι πιο σχετικοί ή πολλά υποσχόμενοι για την περιοχή;

- Πώς θα ορίζατε τον αγροτουρισμό; Είστε προσωπικά εμπλεκόμενοι ή ενδιαφέρεστε να προσφέρετε αγροτικές ή αγροτικές τουριστικές υπηρεσίες;
- Ποια θεωρείτε ως τα κύρια οφέλη και κινδύνους της ανάπτυξης του αγροτουρισμού σε αυτήν την περιοχή - για την επιχείρησή σας, την κοινότητά σας και το περιβάλλον;
- Συνεργάζεστε με άλλες τοπικές επιχειρήσεις, συνεταιρισμούς ή ενώσεις; Εάν ναι, πώς συμβάλλουν αυτές οι συνεργασίες στην περιφερειακή ανάπτυξη ή τον τουρισμό;
- Ποιες ενέργειες ή επενδύσεις πιστεύετε ότι είναι απαραίτητες για την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και την προώθηση του αγροτουρισμού στην Ανατολική Φθιώτιδα τα επόμενα χρόνια;

3.2. Δείγμα και χαρακτηριστικά συμμετεχόντων

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται το δείγμα της έρευνας. Στην έρευνα συμμετέχουν 10 τοπικοί επιχειρηματίες των οποίων τα δημογραφικά χαρακτηριστικά ακολουθούν:

Συμμετέχουσα 1:

Φύλο/Ηλικία: Γυναίκα/48

Τύπος Επιχείρησης: Βιολογικό ελαιοκομείο και μικρός ξενώνας

Τοποθεσία: Άγιος Κωνσταντίνος

Έτη στην Επιχείρηση: 12

Εμπλοκή στον Αγροτουρισμό: Προσφέρει ενεργά περιηγήσεις σε αγροκτήματα, εμπειρίες συγκομιδής ελιάς και εργαστήρια μαγειρικής.

Εκπαίδευση: Γεωπονικές Επιστήμες (Πτυχίο)

Σημειώσεις: Ένθερμος υποστηρικτής της βιώσιμης γεωργίας και της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Συμμετέχοντας 2:

Φύλο/Ηλικία: Άνδρας/58

Τύπος Επιχείρησης: Κτηνοτρόφος και παραγωγός γαλακτοκομικών προϊόντων

Τοποθεσία: Ορεινή περιοχή κοντά στην Υπάτη

Έτη στην Επιχείρηση: 35

Εμπλοκή στον Αγροτουρισμό: Δεν εμπλέκεται άμεσα αλλά ενδιαφέρεται να ανοίξει ένα αγροτικό κατάστημα και αίθουσα γευσιγνωσίας.

Εκπαίδευση: Δευτεροβάθμια εκπαίδευση

Σημειώσεις: Ανησυχεί για τη μετανάστευση των νέων και τη γήρανση του εργατικού δυναμικού.

Συμμετέχουσα 3:

Φύλο/Ηλικία: Γυναίκα/34

Τύπος Επιχείρησης: Φάρμα

Τοποθεσία: Έξω από τις Θερμοπύλες

Έτη στην Επιχείρηση: 6

Εκπαίδευση: Μεταπτυχιακό στη Διαχείριση Περιβάλλοντος

Σημειώσεις: Υψηλή κατάρτιση και εμπλοκή με διαδίκτυο και την προώθηση της επιχείρησης της, συνεργάζεται με τοπικούς ξεναγούς.

Συμμετέχοντας 4:

Φύλο/ Ηλικία: Άνδρας/65

Τύπος Επιχείρησης: Παραδοσιακή ταβέρνα και ενοικιαζόμενα δωμάτια

Τοποθεσία: Καμένα Βούρλα

Έτη στην Επιχείρηση: 40

Εμπλοκή στον Αγροτουρισμό: Διοργανώνει βραδιές τοπικού φαγητού, αντλεί προϊόντα από κοντινά αγροκτήματα.

Εκπαίδευση: Επαγγελματική κατάρτιση στη φιλοξενία

Σημειώσεις: Παρατηρεί την εποχικότητα του τουρισμού και την εξάρτηση από τον ιαματικό τουρισμό.

Συμμετέχουσα 5:

Φύλο/ Ηλικία: Γυναίκα/41

Τύπος Επιχείρησης: Μελισσοκόμος και επιχειρηματίας στον τομέα των αγροδιατροφικών προϊόντων

Τοποθεσία: Μακρακώμη

Έτη στην Επιχείρηση: 10

Ενεργοποίηση στον Αγροτουρισμό: Προσφέρει μελισσοκομικές εκδρομές.

Εκπαίδευση: Πτυχίο Τεχνολογίας Τροφίμων

Σημειώσεις: Συμμετέχει σε τοπικό γυναικείο συνεταιρισμό.

Συμμετέχοντας 6:

Φύλο / Ηλικία: Άνδρας/50

Τύπος Επιχείρησης: Ιδιοκτήτης ξενοδοχείου boutique

Τοποθεσία: Θερμοπύλες

Έτη στην Επιχείρηση: 20

Ενεργοποίηση στον Αγροτουρισμό: Συνεργάζεται με τοπικές φάρμες για αγροτουριστικά πακέτα και θεματικές διαμονές.

Εκπαίδευση: Διοίκηση Τουρισμού

Σημειώσεις: Ενδιαφέρεται για την ενσωμάτωση της ιστορίας, της γαστρονομίας και της γεωργίας.

Συμμετέχουσα 7:

Φύλο / Ηλικία: Γυναίκα/29

Τύπος Επιχείρησης: Αγρότης νέας γενιάς (κτηπευτικά)

Τοποθεσία: Κοιλάδα του Σπερχειού

Έτη στην Επιχείρηση: 4

Εμπλοκή στον Αγροτουρισμό: Δεν δραστηριοποιείται αυτήν τη στιγμή, αλλά σχεδιάζει να ξεκινήσει ένα καφέ-φάρμα και έναν αγροεκπαιδευτικό χώρο.

Εκπαίδευση: Πτυχίο Γεωπονίας

Σημειώσεις: Κίνητρο για εκσυγχρονισμό της γεωργίας και συμμετοχή στον σχολικό τουρισμό.

Συμμετέχοντας 8:

Φύλο/ Ηλικία: Άνδρας/55

Τύπος Επιχείρησης: Παραγωγός κρασιού (μικρής κλίμακας)

Τοποθεσία: Κοντά στην Αμφίκλεια

Έτη στην Επιχείρηση: 15

Εμπλοκή στον Αγροτουρισμό: Διοργανώνει περιηγήσεις και γευσιγνωσίες σε αμπελώνες, προσφέρει τοπικά μενού ζευγαρώματος.

Εκπαίδευση: Πιστοποίηση σομελιέ

Σημειώσεις: Υπογραμμίζει την έλλειψη συντονισμένης περιφερειακής επωνυμίας (region branding).

Συμμετέχουσα 9:

Φύλο / Ηλικία: Γυναίκα/38

Τύπος Επιχείρησης: Τοπικός ξεναγός και αφηγήτρια

Τοποθεσία: Υπάτη

Έτη στην Επιχείρηση: 7

Ενδιαφέρομαι για τον Αγροτουρισμό: Συνεργάζεται με αγροκτήματα και ξενώνες για την προσφορά αγροτουριστικών περιηγήσεων.

Εκπαίδευση: Ιστορία και Αρχαιολογία (Πτυχίο)

Συμμετέχοντας 10:

Φύλο / Ηλικία: Άνδρας/62

Τύπος Επιχείρησης: Επεξεργασία Αγροτροφίμων (τυριά και αλλαντικά)

Τοποθεσία: Εκτός Λαμίας

Έτη στην Επιχείρηση: 30

Ενδιαφέρομαι για τον Αγροτουρισμό: Έμμεσα—προμήθειες σε αγροτικά καταστήματα και αγροτουριστικές επιχειρήσεις.

Εκπαίδευση: Τεχνικό δίπλωμα

4. Θεωρητικό Υπόβαθρο

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται αναλυτικά τα θεωρητικά χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού που συνδέονται με τις προτάσεις που θα κατατεθούν στο τελευταίο κεφάλαιο. Παρουσιάζονται επίσης τα θεωρητικά χαρακτηριστικά και η σχέση του αγροτουρισμού με τη βιώσιμη ανάπτυξη και την τουριστική δραστηριότητα. Επίσης παρατίθενται οι πρωτοβουλίες και οι κατευθύνσεις των ρυθμιστικών αρχών σε Ελλάδα και ΕΕ αλλά και η πρακτική, δηλαδή τα επιτυχημένα παραδείγματα αγροτουρισμού.

4.1. Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού

Ο αγροτουρισμός, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως είναι μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού που έχει τις ρίζες της σε αγροτικά περιβάλλοντα, όπου οι επισκέπτες ασχολούνται με την αγροτική ζωή μέσω συμμετοχικών, εκπαιδευτικών ή ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων. Αναγνωρίζεται ολοένα και περισσότερο ως στρατηγικό εργαλείο για την αγροτική ανάπτυξη και τον βιώσιμο τουρισμό. Σύμφωνα με τη Διεθνή Οργάνωση Τροφίμων και Γεωργίας (FAO) που είναι τμήμα του ΟΗΕ, ο αγροτουρισμός περιέχει οποιαδήποτε τουριστική δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα σε ένα αγρόκτημα και παρέχει στους επισκέπτες εμπειρίες που συνδέονται άμεσα με τη γεωργία, την παραγωγή τροφίμων ή την αγροτική ζωή (FAO, 2018). Εθνικοί και διεθνείς τουριστικοί οργανισμοί έχουν επίσης τονίσει ότι ο αγροτουρισμός πρέπει να συνδέεται άμεσα με τις γεωργικές δραστηριότητες και δεν πρέπει να συγχέεται με τον γενικό αγροτικό τουρισμό. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την Αγροτική Ανάπτυξη, που είναι όργανο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ENRD) ορίζει τον αγροτουρισμό ως μια μορφή τουρισμού που είναι «αυθεντική, βασισμένη σε αγροκτήματα και συμβάλλει άμεσα στη βιωσιμότητα των αγροτικών οικονομιών» (ENRD, 2020).

Σε ακαδημαϊκό επίπεδο, η σύγχρονη βιβλιογραφία γύρω από τον αγροτουρισμό επισημαίνει πολλά βασικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού που τον διαφοροποιούν από τις άλλες μορφές. Αρχικά, η αυθεντικότητα του συγκεκριμένου

είδους τουρισμού αποτελεί χαρακτηριστικό κεντρικής σημασίας για τους τουρίστες που τον επιλέγουν. Οι τουρίστες αναζητούν γνήσιες αλληλεπιδράσεις με τις γεωργικές πρακτικές, την αγροτική κουλτούρα και τα τοπικά συστήματα τροφίμων (Lupi et al., 2017), τα οποία είναι διαθέσιμα μονάχα σε αυτό το είδος τουρισμού. Δεύτερον, ο αγροτουρισμός είναι μια διαδραστική και συμμετοχική μορφή τουρισμού. Αυτό το χαρακτηριστικό είναι σημαντικό για τους τουρίστες που δημιουργούν και συμμετέχουν και οι ίδιοι στις αναμνήσεις τους ως βασικοί παράγοντες των δραστηριοτήτων. Αυτές οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα δράσεων που αποτελούν την καθημερινότητα των αγροτών: το άρμεγμα ζώων, η συγκομιδή προϊόντων, το μαγείρεμα τοπικών συνταγών και η εκμάθηση παραδοσιακών τεχνών είναι μερικά μονάχα από αυτά τα παραδείγματα. Τρίτον, είναι εκπαιδευτικός, με τα αγροκτήματα να χρησιμοποιούνται συχνά ως άτυπα περιβάλλοντα μάθησης που ενισχύουν την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σχετικά με την προέλευση των τροφίμων, τη βιωσιμότητα και την οικολογική διαχείριση (Romão et al., 2022). Τέταρτον, ο αγροτουρισμός είναι ενσωματωμένος στις γεωργικές δραστηριότητες, πράγμα που σημαίνει ότι η κύρια λειτουργία της εκμετάλλευσης παραμένει η γεωργική παραγωγή και ο τουρισμός είναι μια συμπληρωματική επιχείρηση και όχι ένα υποκατάστατο (Carpio et al., 2021). Τέλος, ο αγροτουρισμός είναι εγγενώς τοπικός και μικρής κλίμακας, προωθώντας την ενδογενή ανάπτυξη μέσω της αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων, της κληρονομιάς και της γνώσης (Santeramo & Barbieri, 2021).

Εκτός από αυτά τα χαρακτηριστικά, πρόσφατη έρευνα υπογραμμίζει τη δυνατότητα του αγροτουρισμού να προωθήσει τη βιωσιμότητα και την ανθεκτικότητα στις αγροτικές οικονομίες και γενικότερα την περιφερειακή ανάπτυξη μιας χώρας. Μέσω διαφοροποιημένων πηγών εισοδήματος, αυξημένου κοινωνικού κεφαλαίου και διατήρησης των γεωργικών τοπίων, η εφαρμογή του αγροτουρισμού μπορεί να υποστηρίξει την επίτευξη τόσο περιβαλλοντικών όσο και κοινωνικοοικονομικών στόχους (Scherer et al., 2023). Ο ρόλος του δε, γίνεται ακόμη πιο κρίσιμος στην εποχή μετά την πανδημία, όπου οι τουρίστες αναζητούν όλο και περισσότερο ασφαλείς, υπαίθριες και ουσιαστικές εμπειρίες που ευθυγραμμίζονται με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές αξίες. Ως εκ τούτου, ο αγροτουρισμός ξεχωρίζει ως μια δυναμική και προσαρμόσιμη μορφή τουρισμού που ανταποκρίνεται στις σύγχρονες απαιτήσεις, ενώ παράλληλα προωθεί τον βιώσιμο αγροτικό μετασχηματισμό.

4.2. Σχέση αγροτουρισμού με τη βιώσιμη ανάπτυξη και την περιφερειακή πολιτική

Στην εποχή όπου μεγάλο ενδιαφέρον υπάρχει για την μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος, ο αγροτουρισμός αποκτά ολοένα και περισσότερο σημαντικό ρόλο για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης, ιδιαίτερα σε αγροτικές περιοχές. Αυτές οι περιοχές μπορούν να εκμεταλλευτούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα για να ανταπεξέλθουν στον ισχυρό ανταγωνισμό που υπάρχει στην αγορά. Στον πυρήνα της, η βιώσιμη ανάπτυξη αφορά την εξισορρόπηση της οικονομικής ανάπτυξης, της προστασίας του περιβάλλοντος και της κοινωνικής ισότητας. Αυτοί είναι οι τρεις πυλώνες της που βάσει αυτών σχεδιάζονται οι πολιτικές (ΟΗΕ, 2015). Ο αγροτουρισμός ευθυγραμμίζεται ιδιαίτερα και με τους τρεις πυλώνες, ενισχύοντας την αγροτική οικονομική διαφοροποίηση και τις τοπικές κοινότητες αλλά και ενθαρρύνοντας την οικολογική διατήρηση περιοχών και φυσικού περιβάλλοντος. Από οικονομικής άποψης, ο αγροτουρισμός έχει τη δυνατότητα να δημιουργεί έξτρα εισόδημα για τους αγρότες, μπορεί μακροπρόθεσμα να μειώσει την αγροτική ανεργία και εγείρει την ανάπτυξη βοηθητικών υπηρεσιών όπως η τοπική παραγωγή τροφίμων, η χειροτεχνία και άλλες πιο παραδοσιακές τέχνες που σταδιακά έχουν εξαφανιστεί από την κοινωνία, λόγω των αναγκών της εποχής. Αυτές οι δυναμικές συμβάλλουν στη βιωσιμότητα της μικρής γεωργικής και κτηνοτροφικής παραγωγής και υποστηρίζουν ευρύτερες αγροτικές οικονομίες. Το βασικότερο όμως που γίνεται είναι ότι με την ανάδειξη του αγροτουρισμού μειώνεται η εξάρτηση του κλάδου από τα αστικά κέντρα ή τα παγκοσμιοποιημένα συστήματα τροφίμων, αλυσίδων παραγωγής, διανομής, κ.α. (Lupi et al., 2017).

Σε ό,τι αφορά την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, ο αγροτουρισμός συχνά δίνει κίνητρα για την υιοθέτηση φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών, όπως η βιολογική γεωργία, η αγρο-οικολογία και οι υποδομές που αξιοποιούν αποτελεσματικά τους υπάρχοντες πόρους (Romão et al., 2022). Έρευνες έχουν δείξει ότι το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται τις αγροτουριστικές αυτές μονάδες ενδιαφέρεται για τέτοιες πρακτικές βιωσιμότητας. Συνεπώς, οι επισκέπτες συχνά έλκονται από αγροκτήματα που τие εφαρμόζουν, δημιουργώντας κίνητρα που βασίζονται στην αγορά για τους παραγωγούς, για την προστασία της βιοποικιλότητας, τη διαχείριση των

φυσικών πόρων με υπευθυνότητα και τη διατήρηση της αισθητικής αξίας του τοπίου. Επιπλέον, ο αγροτουρισμός διευκολύνει την περιβαλλοντική εκπαίδευση εκθέτοντας τους τουρίστες στην πραγματικότητα της παραγωγής τροφίμων, των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής και των προσπαθειών διατήρησης, ενθαρρύνοντας έτσι ένα πιο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένο κοινό. Όσον αφορά την κοινωνική διάσταση, ο αγροτουρισμός συμβάλλει στη συνοχή της κοινότητας, στη διατήρηση του πολιτισμού και στην ενδυνάμωση των περιθωριοποιημένων αγροτικών πληθυσμών, συμπεριλαμβανομένων των γυναικών και των νέων. Όπως υποστηρίζουν οι Scherer et al. (2023), ο αγροτουρισμός λειτουργεί ως εργαλείο για την ανάπτυξη με κέντρο την κοινότητα, διασφαλίζοντας ότι οι τοπικοί φορείς παραμένουν κεντρικοί στη διακυβέρνηση και την κατανομή των οφελών των τουριστικών επιχειρήσεων. Έτσι, ο αγροτουρισμός δεν χρησιμεύει μόνο ως οικονομική δραστηριότητα αλλά και ως μια συνολική στρατηγική αγροτικής ανάπτυξης που ευθυγραμμίζεται με τις αρχές των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) του ΟΗΕ, ιδίως τον ΣΒΑ 8 που αναφέρεται στην Αξιοπρεπή Εργασία και Οικονομική Ανάπτυξη, τον ΣΒΑ 11 που αναφέρεται στις Βιώσιμες Κοινότητες και τον ΣΒΑ 12 που αφορά την Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή.

Ο αγροτουρισμός διαδραματίζει επίσης σημαντικό ρόλο στην προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης, ιδίως αντιμετωπίζοντας τα διαρθρωτικά μειονεκτήματα που αντιμετωπίζουν οι αγροτικές και λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές. Οι περιοχές - που συχνά χαρακτηρίζονται από γεωγραφική απομόνωση, χαμηλή πυκνότητα πληθυσμού, γήρανση του δημογραφικού στοιχείου, περιορισμένες υποδομές και οικονομική περιθωριοποίηση - δυσκολεύονται να προσελκύσουν επενδύσεις και να διατηρήσουν βιώσιμες οικονομικές δραστηριότητες. Ο αγροτουρισμός προσφέρει μια τοπική και ενδογενή στρατηγική ανάπτυξης που αξιοποιεί τα περιφερειακά περιουσιακά στοιχεία, όπως τα φυσικά τοπία, τις γεωργικές παραδόσεις και την πολιτιστική κληρονομιά, για να δημιουργήσει ευκαιρίες ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς (Scherer et al., 2023). Αξιοποιεί ακόμη και τις υποδομές που μπορεί να υπάρχουν στην περιφέρεια όπως αεροδρόμια, λιμάνια, κ.α. για την άφιξη για παράδειγμα των επισκεπτών, αφού η αποτύπωση της συνολικής εμπειρίας περιέχει και αυτό το στοιχείο μειώνοντας ακόμη περισσότερο την εξάρτηση των επιχειρήσεων του κλάδου από τα αστικά κέντρα. Ακόμη, σε αντίθεση με άλλες βιομηχανίες (π.χ. εξορυκτική δραστηριότητα ή εξωτερικές τουριστικές επενδύσεις) που μπορεί να οδηγήσουν σε οικονομική διαρροή

από τον τόπο που πραγματοποιούνται (λόγω καταστροφής περιβάλλοντος ή υπερτουρισμού αντίστοιχα), ο αγροτουρισμός συνήθως διατηρεί την αξία εντός της κοινότητας εμπλέκοντας την τοπική εργασία, τις υπηρεσίες και τις αλυσίδες εφοδιασμού. Το γεγονός αυτό ενισχύει την εδαφική συνοχή και μειώνει το χάσμα ανάπτυξης μεταξύ των κεντρικών αστικών περιοχών και της περιφέρειας (Kizos & Iosifides, 2021).

Από άποψη πολιτικής, ο αγροτουρισμός ευθυγραμμίζεται στενά με τις στρατηγικές περιφερειακής ανάπτυξης που προωθούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλους φορείς διακυβέρνησης, οι οποίες τονίζουν την ανάγκη για διαφοροποιημένες αγροτικές οικονομίες, κοινωνική καινοτομία και βιώσιμη χρήση γης. Οι πολιτικές της ΕΕ, όπως η Κοινή Γεωργική Πολιτική (ΚΓΠ) και το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ), προσπαθούν να αναγνωρίσουν ολοένα και περισσότερο τον αγροτουρισμό ως εργαλείο για την ενίσχυση της κοινωνικοοικονομικής ζωτικότητας στις περιοχές με αργούς ρυθμούς ανάπτυξης. Αυτά τα πλαίσια παρέχουν οικονομικά κίνητρα και τεχνική υποστήριξη σε αγρότες που διαφοροποιούνται σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό, ενσωματώνοντας έτσι τη γεωργία σε ευρύτερους στόχους αγροτικής πολιτικής (Romão et al., 2022). Επιπλέον, ο αγροτουρισμός συμβάλλει στη δημογραφική σταθεροποίηση καθιστώντας την αγροτική ζωή πιο οικονομικά βιώσιμη και πολιτιστικά ζωντανή, προσελκύοντας ενδεχομένως νεότερες γενιές ή παλιννοστούντες μετανάστες. Ενισχύει επίσης την εδαφική ταυτότητα και την αναγνωρισιμότητα του τόπου, επιτρέποντας στις περιφερειακές περιοχές να δημιουργήσουν διακριτές, εμπορεύσιμες τουριστικές ταυτότητες βασισμένες στην αυθεντικότητα και τη βιωσιμότητα. Έτσι, ο αγροτουρισμός όχι μόνο υποστηρίζει την περιφερειακή ανάπτυξη σε στο πιο χαμηλό επίπεδο δραστηριότητας που αφορά τα αγροκτήματα και την κοινότητα, αλλά περισσότερο ενισχύει επίσης την περιφερειακή ανθεκτικότητα και ανταγωνιστικότητα σε μακροπρόθεσμη περίοδο, αποτελώντας έτσι μια ανταγωνιστική στρατηγική με βιώσιμο και διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις που θα τον επιλέξουν.

4.3. Σύνδεση αγροτικού τομέα και τουριστικής δραστηριότητας

Η σύνδεση του αγροτικού τομέα και του τουρισμού δεν διεξάγεται μονάχα μέσω του αγροτουρισμού αλλά και από άλλες πιο συμβατικές μορφές. Από την άνοδο του αγροτουρισμού τα τελευταία χρόνια, αυτή η σχέση έχει γίνει εντονότερη καθώς αναμφισβήτητα ο αγροτουρισμός αποτελεί βασική σύνδεση με την τουριστική δραστηριότητα. Στο επίκεντρο αυτής της σχέσης βρίσκεται η ιδέα της λειτουργικής συμπληρωματικότητας καθώς η γεωργία παρέχει τη χωρική, πολιτιστική και παραγωγική βάση, ενώ ο τουρισμός φέρνει οικονομική διαφοροποίηση και εμπλοκή των καταναλωτών όπως αναφέρουν οι Lupi et al. (2017). Αυτή η συνέργεια επιτρέπει στους αγρότες να ενισχύσουν την αξία των προϊόντων και των τοπίων τους, προσφέροντας στους τουρίστες καθηλωτικές εμπειρίες που ξεπερνούν την κατανάλωση τροφίμων, συμπεριλαμβάνοντας τη συμμετοχή στην αγροτική ζωή, την εκπαίδευση για τη βιώσιμη γεωργία και την πολιτιστική ανταλλαγή. Ο γεωργικός τομέας, παραδοσιακά ενσωματωμένος στην παραγωγή, επεκτείνεται έτσι στις υπηρεσίες και τη φιλοξενία, αποτελώντας μέρος της ευρύτερης οικονομίας εμπειριών (Scherer et al., 2023).

Αυτή η σύνδεση ενθαρρύνει επίσης μια πιο ανθεκτική και διαφοροποιημένη αγροτική οικονομία. Καθώς ο τουρισμός γίνεται ολοένα και πιο βιωματικός και περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένος, η ζήτηση για αυθεντικά και βιώσιμα ταξίδια ευθυγραμμίζεται καλά με τις βασικές αξίες πολλών γεωργικών περιοχών. Η τουριστική δραστηριότητα όχι μόνο ενισχύει τα έσοδα από τις γεωργικές εκμεταλλεύσεις μέσω καταλυμάτων και δραστηριοτήτων, αλλά προωθεί επίσης την άμεση εμπορία τοπικών προϊόντων (π.χ. κρασί, τυρί, ελαιόλαδο), μειώνοντας έτσι την εξάρτηση από μεσάζοντες και αυξάνοντας την προβολή των τοπικών συστημάτων τροφίμων (Carpio et al., 2021). Αυτό δεν αφορά μονάχα τον αγροτουρισμό αλλά και τις παραδοσιακές μορφές τουρισμού καθώς ενδέχεται να αποτελεί όψη της εμπειρίας όλων των τουριστών. Οι βιώσιμες τουριστικές πρακτικές δεν εξαντλούνται μονάχα στον αγροτουρισμό. Η στήριξη των τοπικών παραγωγών, το ενδιαφέρον για τα αγροτοκτηνοτροφικά προϊόντα, οι τοπικές διατροφικές ιδιαιτερότητες, κ.α. είναι στοιχεία που κερδίζουν το ενδιαφέρον των τουριστών που δεν επιλέγουν απαραίτητα

τον αγροτουρισμό. Αυτό δείχνει η ανάπτυξη ενός μεγάλου δικτύου τοπικών προϊόντων αυτής της κατηγορίας στους δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της χώρας αλλά και στα μεγάλα αστικά κέντρα ως εξειδικευμένα καταστήματα – *delicatessen*.

Επιπλέον, ο τουρισμός που συνοδεύεται από ολοκληρωμένες στρατηγικές περιφερειακής και βιώσιμης ανάπτυξης μπορεί να ενθαρρύνει τους αγρότες να υιοθετήσουν πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον, καθώς η περιβαλλοντική ευαισθησία των τουριστών αυξάνεται και συχνά προσελκύονται από οικολογικά ορθολογικές εκμεταλλεύσεις. Η σχέση αυτή είναι μια σχέση αμοιβαίων ωφελειών ανάμεσα σε πολιτεία και τουριστικό κλάδο, δηλαδή τις επιχειρήσεις που επιλέγουν να υιοθετήσουν τον αγροτουρισμό. Τα αμοιβαία οφέλη εκτείνονται επίσης στην αναζωογόνηση των αγροτικών υποδομών, στη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης για τους νέους των αγροτικών περιοχών που αναγκάζονταν να μεταναστεύσουν και στη βελτίωση των δημόσιων υπηρεσιών - ενισχύοντας τόσο την τουριστική ελκυστικότητα όσο και την ποιότητα ζωής των κατοίκων της υπαίθρου (Romão et al., 2022). Τα οφέλη αυτά συνδέονται επίσης με άλλα πιο μακροχρόνια οφέλη όπως η διατήρηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο και η ίδια η τουριστική ανάπτυξη της. Η σύνδεση μεταξύ γεωργίας και τουρισμού είναι επομένως όχι μόνο οικονομικά ρεαλιστική αλλά και στρατηγικά σημαντική για μια βιώσιμη, τοπική ανάπτυξη που αξιοποιεί τους μοναδικούς πόρους και τις παραδόσεις των αγροτικών τοπίων.

4.4. Το πλαίσιο για την αγροτική ανάπτυξη και τον αγροτουρισμό

4.4.1. Ευρωπαϊκή Ένωση

Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) έχει θεσπίσει ένα πλαίσιο που σκοπό έχει να υποστηρίξει τον αγροτουρισμό ως μέρος των ευρύτερων στρατηγικών της για την αγροτική ανάπτυξη και τον βιώσιμο τουρισμό. Αν και δεν υπάρχει ενιαία οδηγία που να διέπει συγκεκριμένα τον αγροτουρισμό σε ολόκληρη την ΕΕ, πολλαπλά νομικά, οικονομικά και πολιτικά μέσα διευκολύνουν και ρυθμίζουν την εφαρμογή του. Ο

αγροτουρισμός αναγνωρίζεται όχι μόνο ως μια εξειδικευμένη τουριστική δραστηριότητα, αλλά και ως μια πολυλειτουργική αγροτική δραστηριότητα που συμβάλλει στη βιώσιμη χρήση γης, τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική συνοχή. Στη συνέχεια θα παρατεθούν κάποιες από τις πιο βασικές στρατηγικές, κανονισμούς και κατευθύνσεις της ΕΕ που επηρεάζουν την αγροτουριστική ανάπτυξη.

Μια βασικά παράμετρος είναι η ΚΑΠ, η Κοινή Αγροτική Πολιτική που ισχύει σε επίπεδο περιφερειακό επίπεδο από το 1957 με στόχο την ενδυνάμωση της αγροτικής ανάπτυξης εντός της ένωσης. Παράλληλα λαμβάνει μέτρα για την προώθηση της διαφοροποίησης των γεωργικών εκμεταλλεύσεων, που επηρεάζουν έντονα τον αγροτουρισμό. Σύμφωνα με την τρέχουσα ΚΑΠ (2023–2027), ο αγροτουρισμός είναι επιλέξιμος για χρηματοδότηση στο πλαίσιο της Προτεραιότητας 6: Προώθηση της κοινωνικής ένταξης, της μείωσης της φτώχειας και της οικονομικής ανάπτυξης στις αγροτικές περιοχές, ιδίως μέσω:

- Μέτρου 6.4: Υποστήριξη επενδύσεων στη δημιουργία και ανάπτυξη μη γεωργικών δραστηριοτήτων (π.χ. μετατροπή αγροτικών κτιρίων σε τουριστικά καταλύματα ή δημιουργία υποδομών για επισκέπτες).
- Μέτρου 19: Πρωτοβουλίες LEADER/CLLD (Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Κοινότητας), οι οποίες επιτρέπουν τον σχεδιασμό τουριστικών επιχειρήσεων με βάση την κοινότητα, συμπεριλαμβανομένου του αγροτουρισμού, από τη βάση προς τα πάνω.

Αυτά τα μέσα προσφέρουν οικονομικές επιδοτήσεις, τεχνική βοήθεια και πρωτοβουλίες ανάπτυξης ικανοτήτων που βοηθούν τους αγρότες να αναπτύξουν τουριστικές επιχειρήσεις χωρίς να διακυβεύουν την αγροτική παραγωγικότητα (European Commission, 2022a).

Μια δεύτερη πολιτική είναι τα Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) όπου κάθε κράτος μέλος ή περιφέρεια της ΕΕ εφαρμόζει το δικό του ΠΑΑ, το οποίο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ). Τα προγράμματα αυτά βασίζονται στην ΚΑΠ για να σχεδιάσουν τις αντίστοιχες εθνικές ή περιφερειακές προτεραιότητες. Ο αγροτουρισμός υποστηρίζεται συνήθως στο πλαίσιο δράσεων για την αγροτική καινοτομία, τη διατήρηση του τοπίου, την περιβαλλοντική εκπαίδευση και την ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων. Για

παράδειγμα, η Ιταλία, η Αυστρία και η Γαλλία έχουν ισχυρά στοιχεία ΠΑΑ που στοχεύουν ρητά στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού μέσω χρηματοδότησης και κανονιστικής διευκόλυνσης (Kneafsey et al., 2021).

Σημαντικό ρόλο εντός της Ένωσης επίσης διαδραματίζουν οι πολιτικές της για τον Τουρισμό και τη Βιωσιμότητα. Η Πράσινη Συμφωνία της ΕΕ και η Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον Τουρισμό 2030 υποστηρίζουν βιώσιμα, χωρίς αποκλεισμούς μοντέλα τουρισμού που υποστηρίζουν τις περιφερειακές οικονομίες, μειώνουν την περιβαλλοντική πίεση και αξιοποιούν την πολιτιστική κληρονομιά. Ο αγροτουρισμός εντάσσεται σε αυτήν την ατζέντα ενθαρρύνοντας τον τουρισμό χαμηλού περιβαλλοντικού αντίκτυπου, που ενσωματώνεται τοπικά από επιχειρήσεις, παραγωγούς και αρμόδιους φορείς. Προωθείται επίσης στο πλαίσιο της Διαδρομής Μετάβασης για τον Τουρισμό (2022), η οποία ενθαρρύνει τις τουριστικές επιχειρήσεις -συμπεριλαμβανομένων των πρωτοβουλιών που βασίζονται στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις- να υιοθετήσουν πράσινη πιστοποίηση, ψηφιακό μετασχηματισμό και πρακτικές κυκλικής οικονομίας (European Commission, 2022b).

Ενώ η ρύθμιση των προτύπων αγροτουρισμού παραμένει σε μεγάλο βαθμό σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο, η ΕΕ έχει ενθαρρύνει εναρμονισμένα συστήματα επισήμανσης και πιστοποίησης (π.χ., «Eco-Tourism», «Green Key», «EU Organic Label» , κ.α.) που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις για να ενισχύσουν την προβολή τους και να πληρούν τα κριτήρια βιωσιμότητας. Επιπλέον, ορισμένα κράτη μέλη έχουν εισαγάγει νομικούς ορισμούς του αγροτουρισμού για να τον διακρίνουν από άλλες μορφές αγροτικού τουρισμού και να εφαρμόσουν συγκεκριμένα φορολογικά και αδειοδοτικά οφέλη.

Τέλος, δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε να αναφέρουμε την ψηφιακή υποστήριξη όπου μέσω προγραμμάτων όπως το Horizon Europe, το Erasmus+ για Αγροτικούς Επιχειρηματίες και το Πρόγραμμα Ψηφιακή Ευρώπη, η ΕΕ παρέχει επιχορηγήσεις κατάρτισης, δικτύωσης και καινοτομίας που στοχεύουν στην ενίσχυση των ψηφιακών και επιχειρηματικών ικανοτήτων των παρόχων αγροτικού τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων των αγροτουριστικών αγροκτημάτων. Οι παραπάνω πρωτοβουλίες περιέχουν την υποστήριξη για ψηφιακά συστήματα κρατήσεων για τις επιχειρήσεις του αγροτουρισμού, την ενσωμάτωση πλατφορμών μάρκετινγκ και

διάφορες βελτιώσεις στην εξυπηρέτηση πελατών, τα οποία είναι απαραίτητα για την ανταγωνιστικότητα του σύγχρονου τουρισμού (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2023).

Σε γενικές γραμμές, φαίνεται ότι το θεσμικό πλαίσιο της ΕΕ για τον αγροτουρισμό είναι πολυεπίπεδο, συνδυάζοντας πολιτικές γεωργίας, αγροτικής ανάπτυξης, τουρισμού και βιωσιμότητας. Παρόλο που η εφαρμογή ποικίλλει ανά κράτος μέλος, το συνολικό πλαίσιο είναι ιδιαίτερα υποστηρικτικό, προσφέροντας τόσο οικονομικά κίνητρα όσο και πολιτική καθοδήγηση για την ενσωμάτωση του τουρισμού στις γεωργικές επιχειρήσεις. Ως αποτέλεσμα, ο αγροτουρισμός έχει αναδειχθεί ως στρατηγικός άξονας για την επίτευξη αγροτικής ανθεκτικότητας, οικολογικής μετάβασης και πολιτιστικής αναζωογόνησης, σύμφωνα με το μακροπρόθεσμο αναπτυξιακό όραμα της ΕΕ.

4.4.2. Ελλάδα

Στην Ελλάδα, το θεσμικό και πολιτικό πλαίσιο για τον αγροτουρισμό έχει αναπτυχθεί σύμφωνα με τις στρατηγικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά παράλληλα λαμβάνει υπόψιν τα μοναδικά αγροτικά, πολιτιστικά και γεωργικά χαρακτηριστικά της χώρας. Το τελευταίο διάστημα, ο αγροτουρισμός έχει αναγνωριστεί ως βασικός πυλώνας για την αγροτική αναζωογόνηση, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την περιφερειακή συνοχή, ιδιαίτερα στις ορεινές και νησιωτικές περιοχές όπου η παραδοσιακή γεωργία αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις. Ο ελληνικός αγροτουρισμός υποστηρίζεται μέσω ενός συνδυασμού εθνικής νομοθεσίας, ευρωπαϊκών συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων και θεσμικών μηχανισμών που προωθούν τη διαφοροποίηση, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τη διατήρηση του πολιτισμού.

Ένα βασικό ορόσημο για τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα ήρθε με την Υπουργική Απόφαση 2974/2006 (ΦΕΚ 670/Β/2006), η οποία παρείχε έναν επίσημο ορισμό του αγροτουρισμού και καθόρισε τα κριτήρια για την καταχώριση μιας επιχείρησης ως παρόχου αγροτουρισμού. Σύμφωνα με τον νόμο αυτό, ο αγροτουρισμός αναφέρεται σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα σε γεωργικές εκμεταλλεύσεις και συνδέονται με την αγροτική ζωή, την αγροτική κουλτούρα και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση. Η απόφαση αυτή έδωσε έμφαση στις μικρές

κλίμακας, τοπικά διαχειριζόμενες τουριστικές επιχειρήσεις που διατηρούν μια σύνδεση με την αγροτική παραγωγή και την αγροτική ταυτότητα.

Εδώ θα πρέπει να αναφερθούμε και στους Γυναικείους Αγροτουριστικούς Συνεταιρισμούς ως μια πρωτοπόρα μορφή που έκανε γνωστό τον αγροτουρισμό στη χώρα μας από το 1983 με πρωτοβουλία του ΓΓ Ισότητας. Οι Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί αποτελούν έναν σημαντικό θεσμό με έντονη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Μέσω της συλλογικής οργάνωσης και δράσης, ενισχύουν τη συμμετοχή των γυναικών στην τοπική ανάπτυξη, αξιοποιούν τους διαθέσιμους τοπικούς πόρους και συμβάλλουν στη δημιουργία πρόσθετου εισοδήματος για την αγροτική οικογένεια. Παράλληλα, λειτουργούν ως φορείς διατήρησης και μετάδοσης της ελληνικής διατροφικής παράδοσης, αναδεικνύουν την πολιτιστική κληρονομιά και συμβάλλουν στη συγκράτηση του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές, περιορίζοντας την αστικοποίηση. Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται σήμερα 141 Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί, οι οποίοι καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων. Οι βασικοί τους τομείς περιλαμβάνουν τη μεταποίηση τοπικών αγροτικών προϊόντων και την παροχή υπηρεσιών εστίασης, την παραγωγή ειδών οικοτεχνίας και χειροτεχνίας, καθώς και την ανάπτυξη υπηρεσιών αγροτουρισμού. Μέσα από αυτές τις δραστηριότητες, οι γυναίκες αξιοποιούν αγνά και ποιοτικά προϊόντα της ελληνικής γης για να αναβιώσουν και να διαδώσουν έναν διατροφικό πολιτισμό βαθιά ριζωμένο στην ελληνική παράδοση. Τα προϊόντα που παράγονται χαρακτηρίζονται από υψηλή θρεπτική αξία, ασφάλεια και υγιεινή, ενώ η διαδικασία παραγωγής ακολουθεί παραδοσιακές μεθόδους. Επιπλέον, οι συνεταιρισμοί διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διατήρηση και αναβίωση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Παράγουν και προωθούν χειροτεχνήματα που συνδυάζουν την παραδοσιακή αισθητική με σύγχρονες τάσεις, χρησιμοποιώντας απλά και φυσικά υλικά, ενώ προσαρμόζουν παραδοσιακά σχέδια στις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς. Στον τομέα του αγροτουρισμού, οι συνεταιρισμοί προσφέρουν καταλύματα που δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να βιώσουν μια πιο αυθεντική εμπειρία φιλοξενίας, σε άμεση επαφή με την τοπική κοινωνία και τον αγροτικό τρόπο ζωής. Μέσα από αυτή την εμπειρία, οι επισκέπτες μπορούν να γευτούν παραδοσιακές συνταγές, να γνωρίσουν τα ήθη και έθιμα της περιοχής και να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες που αντικατοπτρίζουν τον ρυθμό και την κουλτούρα του χωριού. Συνολικά, οι Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί ενισχύουν τη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών

περιοχών, συνδυάζοντας την οικονομική ενδυνάμωση των γυναικών με τη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας και την προώθηση του αγροτουρισμού ως εναλλακτικής μορφής τουριστικής δραστηριότητας.

Αρκετά χρόνια αργότερα, μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση ήρθε με τον Νόμο 4582/2018, ο οποίος αναδιάρθρωσε τους τουριστικούς οργανισμούς στην Ελλάδα και επιβεβαίωσε την υποστήριξη του κράτους σε εναλλακτικές και θεματικές μορφές τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του αγροτουρισμού. Αυτός ο νόμος ίδρυσε τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) και τα Περιφερειακά Συμβούλια Τουρισμού, τα οποία υποστηρίζουν τον αγροτουρισμό μέσω πιστοποίησης, προώθησης και σχεδιασμού περιφερειακής ανάπτυξης.

Παράλληλα, το Ελληνικό Υπουργείο Τουρισμού και ο ΕΟΤ έχουν εισαγάγει συστήματα σήμανσης ποιότητας για την υποστήριξη του αγροτουρισμού, συμπεριλαμβανομένης της «Ετικέτας Ποιότητας Αγροτουρισμού», η οποία πιστοποιεί επιχειρήσεις με βάση την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, τη χρήση τοπικών προϊόντων και την πολιτιστική αυθεντικότητα. Επιπλέον, οι συνεργασίες με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και τους αγροτικούς συνεταιρισμούς έχουν οδηγήσει σε προγράμματα όπως το Ελληνικό Πρωινό, τα οποία προωθούν την τοπική κουλτούρα φαγητού και την αγροτική φιλοξενία ως μέρος της τουριστικής εμπειρίας.

Η προώθηση του ελληνικού αγροτουρισμού ενισχύεται περαιτέρω από τουριστικές πύλες (π.χ., VisitGreece.gr) και εθνικές τουριστικές καμπάνιες, οι οποίες συχνά αναδεικνύουν τις αγροτουριστικές εμπειρίες, ειδικά σε περιοχές όπως η Ήπειρος, η Πελοπόννησος, η Κρήτη και οι Κυκλάδες.

Παρά τη σημαντική πρόοδο των τελευταίων ετών, ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα αντιμετωπίζει προκλήσεις όπως η κατακερματισμένη ρυθμιστική εποπτεία, η περιορισμένη ψηφιακή ενσωμάτωση και η εποχικότητα της ζήτησης. Ωστόσο, οι νέες πολιτικές κατευθύνσεις στο πλαίσιο του Εθνικού Σχεδίου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας (Ελλάδα 2.0) δίνουν έμφαση στην πράσινη μετάβαση, τον ψηφιακό μετασχηματισμό και τον βιώσιμο τουρισμό, δημιουργώντας νέες οδούς χρηματοδότησης και τεχνική υποστήριξη για τους επιχειρηματίες του αγροτουρισμού. Το αυξημένο ενδιαφέρον για την κλιματικά έξυπνη γεωργία, την οικολογική πιστοποίηση και τον βιωματικό τουρισμό παρουσιάζει ισχυρές ευκαιρίες για την επέκταση του ελληνικού αγροτουρισμού τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

4.5. Επιτυχημένες πρακτικές

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται επιτυχημένα παραδείγματα αγροτουρισμού με επισήμανση των διαφορών μεταξύ μοντέλων διφόρων κοινωνικοοικονομικών και περιβαλλοντικών πλαισίων. Αυτές οι περιπτώσεις δείχνουν πώς ο αγροτουρισμός μπορεί να χρησιμεύσει ως κινητήρια δύναμη για βιώσιμη ανάπτυξη, αναζωογόνηση της υπαίθρου και διατήρηση του πολιτισμού.

Βιολογικό Αγρόκτημα La Violla

Το La Violla είναι ένα οικογενειακό βιολογικό και βιοδυναμικό αγρόκτημα στην Τοσκάνη που έχει εξελιχθεί σε ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα αγροτουρισμού στην Ευρώπη. Ενσωματώνει την αγροτική παραγωγή, τη φιλοξενία και την εκπαίδευση προσφέροντας καταλύματα, περιηγήσεις σε αγροκτήματα, γευστιγνωσία και άμεσες πωλήσεις βιολογικών προϊόντων. Γενικότερα, η περιοχή της Τοσκάνης και συνολικά η Ιταλία έχει διάφορα επιτυχημένα παραδείγματα αγροτουρισμού.

Εικόνα 1 -Το βιολογικό Αγρόκτημα La Violla



Η επιτυχία του αγροκτήματος είναι πολυπαραγοντική. Αρχικά, μέσω της πιστοποίησης Demeter ¹, το αγρόκτημα έχει πιστοποιημένη βιολογική και βιοδυναμική γεωργία που αποτελεί πόλο έλξης τουριστών που ενδιαφέρονται για αυτές τις δραστηριότητες. Με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση έχει δημιουργήσει μια ισχυρή ταυτότητα μάρκας (brand) βασισμένη στη βιωσιμότητα και την αυθεντικότητα. Επίσης το La Violla έχει μια μοναδική προσέγγιση για το μάρκετινγκ. Η επιχείρηση κάνει μάρκετινγκ απευθείας στον καταναλωτή χωρίς να εστιάζει σε μεσάζοντες και πλατφόρμες μαζικού τουρισμού. Αυτή η προσέγγιση έχει καταφέρει να είναι διεθνής και πολύγλωσση για να απευθύνεται σε μεγάλο εύρος καταναλωτών. Το La Violla προσελκύει πάνω από 40.000 επισκέπτες ετησίως και απασχολεί περισσότερα από 100 άτομα σε μια αγροτική περιοχή, αποδεικνύοντας πώς ο αγροτουρισμός μπορεί να υποστηρίξει βιώσιμα μέσα διαβίωσης και περιβαλλοντική διαχείριση (Scherer et al., 2023).

Blenheim Organic Farm

Το Blenheim Farm βρίσκεται στην Ουαλία και συνδυάζει τη βιολογική εκτροφή προβάτων και γαλακτοκομικών προϊόντων με εκπαιδευτικές επισκέψεις, σχολικά προγράμματα και καταλύματα με πρωινό. Το αγρόκτημα επικεντρώνεται στην εκπαίδευση για τη βιωσιμότητα, τη βιοποικιλότητα και τη διατήρηση της γης.

¹ Η πιστοποίηση Demeter είναι ένα διεθνές πρότυπο βιοδυναμικής πιστοποίησης που επαληθεύει ότι τα γεωργικά προϊόντα παράγονται σύμφωνα με τις αρχές της βιοδυναμικής γεωργίας, μιας ολιστικής, οικολογικής και ηθικής προσέγγισης στη γεωργία που αναπτύχθηκε από την ανθρωποσοφία του Rudolf Steiner τη δεκαετία του 1920.

Εικόνα 2 - To Blenheim Organic Farm



Η επιτυχία του αγροκτήματος βασίζεται στην στήριξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας από διάφορα εθνικά αγροτοπεριβαλλοντικά προγράμματα του Ηνωμένου Βασιλείου. Το Blenheim Farm αποτελεί επίσης ένα ισχυρό εκπαιδευτικό στοιχείο. Αποτελεί πόλο έλξης για σχολεία της περιοχής αφού εντάσσεται στα σχολικά προγράμματα σπουδών. Με τον τρόπο αυτό, το Blenheim Farm επισκέπτονται εκατοντάδες μαθητές κάθε χρόνο οι οποίοι έρχονται σε επαφή με τις δραστηριότητές του. Εκτός από την κυβέρνηση και το υπουργείο παιδείας, το Blenheim Farm συνεργάζεται επίσης με φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης και ΜΚΟ. Τέλος, το Blenheim Farm δεν έχει μείνει εκτός των τεχνολογικών εξελίξεων αφού χρησιμοποιεί ψηφιακές πλατφόρμες για τη διαχείριση κρατήσεων και την εκπαιδευτική προσέγγιση που παρέχει. Συνολικά, το αγρόκτημα αποτελεί πρότυπο πολυλειτουργικής χρήσης γης και συμβάλλει στην περιβαλλοντική παιδεία μεταξύ των νέων επισκεπτών. Καταδεικνύει πώς ο αγροτουρισμός μπορεί να ενισχύσει την κοινωνική αξία της γεωργίας πέρα από την παραγωγή τροφίμων (López-i-Gelats et al., 2016).

Kukljica Olive Experience

Αυτή η πρωτοβουλία αγροτουρισμού που βρίσκεται στο Ζαντάρ της Κροατίας², βασίζεται στην μικρής κλίμακας καλλιέργεια ελιάς και προσφέρει οργανωμένους περιπάτους σε ελαιώνες, γευσιγνωσίες ελαιολάδου και εμπειρίες συγκομιδής ελιάς. Βασίζεται στην έμφαση που έχει σε εποχιακές και πρακτικές εμπειρίες όπως η συγκομιδή της ελιάς. Σημαντικό επίσης είναι το ότι εστιάζει στο ελαιόλαδο υψηλής ποιότητας με πιστοποιήσεις ΠΟΠ και στα παράγωγα προϊόντα του. Στους σύγχρονους τρόπους διατροφής το ελαιόλαδο έχει ολοένα και πιο σημαντικό αντίκτυπο στο καταναλωτικό κοινό, γεγονός που προσελκύει πολλούς ενδιαφερόμενους. Η Kukljica Olive Experience επίσης λαμβάνει μέρος σε διασυνοριακά προγράμματα που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ και που προωθούν πολιτιστικές διαδρομές ενώ παράλληλα ευθυγραμμίζεται με τη στρατηγική αγροτικού τουρισμού σε εθνικό επίπεδο. Το μοντέλο Kukljica έχει μετατρέψει την παραδοσιακή ελαιοκαλλιέργεια σε ένα επικερδές αγροτουριστικό αξιοθέατο, έχει επεκτείνει την τουριστική περίοδο πέρα από τους καλοκαιρινούς μήνες και έχει διατηρήσει τις τοπικές γεωργικές παραδόσεις (Romão et al., 2022).

Ελληνικές επιχειρήσεις

Ένα από τα επιτυχημένα παραδείγματα αγροτουρισμού στην Ελλάδα είναι το Myrtali Organics στα Ιωάννινα. Το Myrtali Organics είναι μια επιχείρηση αγροτουρισμού και βιολογικής γεωργίας που συνδυάζει την βιολογική καλλιέργεια βοτάνων με τουριστικές δραστηριότητες όπως εκδρομές για συγκομιδή καρπών και βοτάνων, εργαστήρια και οικολογικά καταλύματα. Η επιχείρηση έχει επιτυχώς ενσωματώσει προγράμματα αγροτικής ανάπτυξης που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ ενώ η λειτουργία της βασίζεται στην προώθηση ντόπιων φυτικών ειδών και παραδοσιακών γνώσεων. Έχει λάβει διάφορες οικολογικές πιστοποιήσεις και συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τροφίμων και συνεργάζεται με τοπικές γαστρονομικές και πολιτιστικές τουριστικές διαδρομές. Η επιχείρηση έχει αναζωογονήσει τις τοπικές γεωργικές πρακτικές, έχει συμβάλει στην γυναικεία επιχειρηματικότητα και έχει

² https://www.facebook.com/people/Olive-island-vibes/61565086650309/?_rdr

προσελκύσει διεθνείς οικοτουριστικούς φορείς που ενδιαφέρονται για τη βοτανοθεραπεία, την ευεξία και τη βιώσιμη γεωργία.

Ακόμη μια επιχείρηση αγροτουρισμού είναι ο Ξενώνας Φάμπρικα στα Χανιά της Κρήτης, ο οποίος προσφέρει στους επισκέπτες του τη δυνατότητα να εξοικειωθούν με τη γεωργία, τον πολιτισμό και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά, να ασχοληθούν με αγροτικές δραστηριότητες, να γευτούν τοπικά προϊόντα και παραδοσιακή κουζίνα και να γνωρίσουν την καθημερινή ζωή των ντόπιων³. Βρίσκεται στο παραδοσιακό χωριό Βάμο, το οποίο κατέχει μια στρατηγική θέση ανάμεσα σε θάλασσα και βουνά προσφέροντας έτσι μια εκπληκτική θέα στους τουρίστες που το επισκέπτονται. Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική του ξενώνα εναρμονίζεται με τη φύση. Οι κτηριακές εγκαταστάσεις αποτελούνται από δύο τμήματα: τα Σπίτια Φάμπρικα και το Αγρόκτημα Φάμπρικα, όλα χτισμένα από τοπικά υλικά (λευκές πέτρες) και έχουν κεραμοσκεπές για να διατηρήσουν την παραδοσιακή αρχιτεκτονική.

Εικόνα 3 - Ο ξενώνας Φάμπρικα



Στα παραδείγματα αυτά παρατηρούνται κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ των αγροτουριστικών μονάδων σε όλη την Ευρώπη. Αρχικά, ο συνδυασμός της γεωργίας

³ <https://www.iefimerida.gr/travel/agrotoyrismos-stin-ellada-poy-na-pao>

με την εκπαίδευση και τη φιλοξενία έχουν προσδώσει μια πολυλειτουργική προσέγγιση που αποτελεί πόλο έλξης των επισκεπτών που ενδιαφέρονται για αυτό το μοντέλο τουρισμού. Σε αυτά τα χαρακτηριστικά επίσης βασίζεται και το μάρκετινγκ των επιχειρήσεων που προσπαθεί να δώσει αυτή ακριβώς την εικόνα του ντόπιου, του αυθεντικού και του βιώσιμου στο πελατειακό κοινό. Η εστίαση στην αειφορία επίσης εκτείνεται και στη χρήση βιολογικών, φιλικών προς το περιβάλλον ή μεθόδων χαμηλών εισροών σε διάφορα επίπεδα. Ένα ακόμη κοινό των μονάδων που παρουσιάστηκαν είναι οι συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς, καλλιτέχνες και φορείς και με τον τρόπο αυτό δημιουργείται μια κοινή προσπάθεια να ισχυροποιηθεί το συγκεκριμένο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης. Σε αυτό το επίπεδο η προσπάθεια που γίνεται εστιάζει στη διατήρηση της ταυτότητας τόπου με έμφαση στην τοπική κουλτούρα, το τοπίο και τη γαστρονομία. Τέλος, δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τον ισχυρό επαγγελματισμό που διέπει όλα τα παραδείγματα, με σημαντική διαδικτυακή παρουσία, διάφορες πιστοποιήσεις ποιότητας και εστίαση στην εξυπηρέτηση πελατών.

5. Ανάλυση χαρακτηριστικών Περιοχής Μελέτης: Ανατολική Φθιώτιδα

5.1. Γεωγραφικά, κοινωνικά και οικονομικά στοιχεία

Η Ανατολική Φθιώτιδα, που βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα της περιφερειακής ενότητας Φθιώτιδας, παρουσιάζει ένα πλούσιο και ποικίλο γεωγραφικό τοπίο που εκτείνεται από τις παράκτιες ζώνες του Μαλιακού έως το ορεινό εσωτερικό του Παρνασσού, της Οίτης και του όρους Όρθυς. Η περιοχή χαρακτηρίζεται από έναν συνδυασμό παράκτιων πεδιάδων, κοιλάδων ποταμών, ιδιαίτερα της εύφορης λεκάνης απορροής του Σπερχειού και ορεινού εδάφους, δημιουργώντας ένα μωσαϊκό γεωργικής και δασικής γης. Αυτή η γεωγραφική ποικιλομορφία ευνοεί την ποικίλη χρήση γης, που κυμαίνεται από την εντατική γεωργία στα πεδινά έως τη βόσκηση και τη δασοκομία στα ορεινά. Η παρουσία ιαματικών πηγών, ιδιαίτερα σε περιοχές όπως τα Καμένα Βούρλα και οι Θερμοπύλες, προσθέτει στην περιβαλλοντική και τουριστική ελκυστικότητα της περιοχής. Το φυσικό περιβάλλον της Ανατολικής Φθιώτιδας είναι επομένως όχι μόνο οικολογικά σημαντικό αλλά και θεμελιώδες για την ταυτότητα και το οικονομικό δυναμικό της περιοχής.

Κοινωνικά, η Ανατολική Φθιώτιδα παρουσιάζει τα τυπικά χαρακτηριστικά πολλών αγροτικών περιοχών στην Ελλάδα. Είναι αραιοκατοικημένη, με σχετικά χαμηλή πυκνότητα πληθυσμού, και παρουσιάζει σημάδια δημογραφικής παρακμής λόγω της γήρανσης του πληθυσμού και της μετανάστευσης των νέων. Ο πληθυσμός της Περιφερειακής Ενότητας Φθιώτιδας το 2001 169.542 κάτοικοι, που ήταν και το ιστορικό υψηλό της περιοχής από το 1861 που καταγράφονται στοιχεία απογραφής, το 2011 έπεσε στους 158.321, ενώ το 2021 καταγράφηκαν 137.793 κάτοικοι σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Αυτές οι τάσεις συνάδουν με τα ευρύτερα εθνικά πρότυπα στην αγροτική Ελλάδα, όπου η συρρίκνωση του αγροτικού πληθυσμού και η περιορισμένη πρόσβαση στις δημόσιες υπηρεσίες αποτελούν συνεχείς προκλήσεις. Παρά τις δυσκολίες αυτές, η περιοχή διατηρεί μια ισχυρή αίσθηση πολιτιστικής κληρονομιάς που έχει τις ρίζες της στην αρχαία ιστορία, όπως η ιστορικά σημαντική τοποθεσία των Θερμοπυλών λόγω της μάχης των Θερμοπυλών ανάμεσα σε Έλληνες και Πέρσες το

480 π.Χ. Αυτό το πολιτιστικό κεφάλαιο παραμένει ένας πιθανός μοχλός για βιώσιμη αγροτική ανάπτυξη. Από οικονομικής άποψης, η περιοχή βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη γεωργία, η οποία επωφελείται από τη γονιμότητα της κοιλάδας του Σπερχειού. Καλλιεργούνται καλλιέργειες όπως ελιές, εσπεριδοειδή και δημητριακά, και η κτηνοτροφία ασκείται στις ορεινές περιοχές. Η οικονομική δομή υποστηρίζεται περαιτέρω από τις μικρής κλίμακας βιομηχανίες μεταποίησης και το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τον αγροτικό τουρισμό και τον τουρισμό ευεξίας, ο οποίος αξιοποιεί τόσο τα φυσικά περιουσιακά στοιχεία της περιοχής όσο και την ιστορική της σημασία.

Επιπλέον, η Ανατολική Φθιώτιδα επωφελείται από τη στρατηγική της θέση κατά μήκος βασικών διαδρόμων μεταφορών, συμπεριλαμβανομένου του αυτοκινητόδρομου Αθήνας-Θεσσαλονίκης και των μεγάλων σιδηροδρομικών γραμμών, οι οποίες ενισχύουν την προσβασιμότητά της τόσο για εμπορική όσο και για τουριστική δραστηριότητα. Αυτά τα πλεονεκτήματα υποδομών, σε συνδυασμό με την παρουσία φυσικών πόρων και πολιτιστικής κληρονομιάς, καθιστούν την περιοχή υποψήφια για βιώσιμη και ολοκληρωμένη αγροτική ανάπτυξη, ιδίως μέσω πρωτοβουλιών όπως ο αγροτουρισμός και ο τουρισμός υγείας. Αν και παραμένει οικονομικά περιφερειακή σε σύγκριση με τα αστικά κέντρα, ο συνδυασμός περιβαλλοντικού πλούτου, πολιτιστικού βάθους και βελτίωσης της συνδεσιμότητας της περιοχής προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για αναζωογόνηση και οικονομική διαφοροποίηση σύμφωνα με τους στόχους αγροτικής ανάπτυξης της ΕΕ.

5.2. Υφιστάμενος πρωτογενής τομέας και καλλιέργειες

Ο πρωτογενής τομέας της Ανατολικής Φθιώτιδας παραμένει διαχρονικά βασισμένος στην παραδοσιακή γεωργία και κτηνοτροφία, αντανakλώντας τα ευρύτερα πρότυπα που παρατηρούνται στην Κεντρική Ελλάδα. Η εύφορη κοιλάδα του Σπερχειού υποστηρίζει την εντατική καλλιέργεια εσπεριδοειδών, ελιών, δημητριακών και λαχανικών, ενώ το ορεινό έδαφος είναι αφιερωμένο στη βόσκηση, τη δασοκομία και την κτηνοτροφία μικρής κλίμακας, συμπεριλαμβανομένης της παραγωγής αιγοπροβάτων. Ο πρωτογενής τομέας της χώρας ολόκληρης συχνά χαρακτηρίζεται από μικρές, ποικιλόμορφες οικογενειακές εκμεταλλεύσεις, που συχνά ειδικεύονται σε εξειδικευμένες καλλιέργειες προσαρμοσμένες στις τοπικές συνθήκες. Αυτές οι εκμεταλλεύσεις καλλιεργούν προϊόντα υψηλής αξίας, ειδικά για την περιοχή - όπως

ελαιόλαδο, φρούτα και γαλακτοκομικά - και συμβάλλουν σημαντικά τόσο στην τοπική κατανάλωση όσο και στις εξαγωγικές αγορές. Όσον αφορά τη δομή της απασχόλησης, περίπου το 40% των γεωργικών εργατών είναι ιδιοκτήτες αγροκτημάτων ή μέλη οικογενειών, με τη μόνιμη εργασία στο χωράφι να αντιπροσωπεύει περίπου το 30% και τους υπόλοιπους εργαζόμενους μερικής απασχόλησης.

Η κτηνοτροφική παραγωγή αποτελεί περίπου το ένα τρίτο της συνολικής αξίας της γεωργικής παραγωγής στην Ελλάδα, υπογραμμίζοντας τη σημασία των τομέων γαλακτοκομικών προϊόντων και κρέατος σε περιοχές όπως η Φθιώτιδα. Ενώ η συμβολή της γεωργίας στο εθνικό ΑΕΠ έχει μειωθεί κατά τη διάρκεια των δεκαετιών - από 17% τη δεκαετία του 1990 σε περίπου 4% σήμερα (σύμφωνα με στοιχεία της απογραφής του 2021)- ο ρόλος της στις αγροτικές οικονομίες όπως η Ανατολική Φθιώτιδα παραμένει κρίσιμος. Η περιοχή υιοθετεί επίσης όλο και περισσότερο ψηφιακές γεωργικές τεχνολογίες και αναγεννητικές πρακτικές, με στόχο την ενίσχυση της παραγωγικότητας, της βιωσιμότητας και της περιβαλλοντικής ανθεκτικότητας.

Συνολικά, ο πρωτογενής τομέας παραγωγής της Ανατολικής Φθιώτιδας εξακολουθεί να είναι ένα μείγμα αροτραίων καλλιεργειών, κηπευτικής και κτηνοτροφίας, με εξελισσόμενες τάσεις προς την καινοτομία και την οικολογική ευθύνη.

5.3. Υφιστάμενη τουριστική δραστηριότητα και υποδομές

Η περιοχή, έχει σημειώσει αξιοσημείωτη άνοδο στην τουριστική δραστηριότητα και τις υποδομές της τα τελευταία χρόνια. Επωφελείται από ένα πλούσιο φάσμα τουριστικών προσφορών, που κυμαίνονται από τον ιαματικό τουρισμό και τον τουρισμό υγείας και ευεξίας έως τα περιβαλλοντικά και πολιτιστικά αξιοθέατα. Σε παράκτιο επίπεδο, προορισμοί όπως τα Καμένα Βούρλα, οι Θερμοπύλες και η Υπάτη έχουν γίνει γνωστοί για τις ιαματικές πηγές τους, οι οποίες προσελκύουν μεγάλο αριθμό εγχώριων τουριστών από όλο τον κόσμο που ενδιαφέρονται για υδροθεραπεία και θεραπείες ευεξίας (PSTE, 2012). Αυτά τα ιαματικά λουτρά έχουν εξελιχθεί ώστε να περιλαμβάνουν σύγχρονες εγκαταστάσεις όπως κέντρα υδροθεραπείας και λουτρικά θέρετρα, τοποθετώντας την περιοχή ως κόμβο για τον τουρισμό υγείας στην Ελλάδα.

Πέρα από την ευεξία, η Ανατολική Φθιώτιδα προσφέρει μια πληθώρα επιλογών οικοτουρισμού και υπαίθριας αναψυχής. Το Εθνικό Πάρκο της Οέτας, στο φαράγγι του Ασωπού, είναι ιδιαίτερα πολύτιμο για τη βιοποικιλότητά του (με πάνω από 1.200 είδη φυτών και ποικίλα ενδημικά είδη πανίδας) και προσελκύει πεζοπόρους, παρατηρητές πουλιών και λάτρεις της φύσης (PSTE, 2012). Τα παράκτια θέρετρα κατά μήκος του Μαλιακού Κόλπου -συμπεριλαμβανομένων του Αγίου Κωνσταντίνου και των Καμένων Βούρλων- είναι άρτια εξοπλισμένα με ένα πλήρες φάσμα τουριστικών υποδομών, όπως ξενοδοχεία, οργανωμένες παραλίες και ταβέρνες, καθιστώντας τη Φθιώτιδα έναν περιζήτητο καλοκαιρινό προορισμό. Η συνδεσιμότητα της Ανατολικής Φθιώτιδας έχει βελτιωθεί περαιτέρω με την πιθανή εισαγωγή υπηρεσιών υδροπλάνων, που έχουν σχεδιαστεί για να βελτιώσουν την πρόσβαση και να προωθήσουν μια νέα διάσταση στην τουριστική εμπειρία.

Συμπληρώνοντας τους φυσικούς της πόρους, η Ανατολική Φθιώτιδα είναι πλούσια σε πολιτιστικά και ιστορικά αξιοθέατα. Χώροι όπως οι Θερμοπύλες, το μνημείο του Λεωνίδα και το Κέντρο Ψηφιακής Τεκμηρίωσης χρησιμοποιούν ψηφιακές τεχνολογίες για να φέρουν τους επισκέπτες σε επαφή με την κληρονομιά της αρχαίας και σύγχρονης Ελλάδας όπως αναφέρει το Visit Central Greece⁴. Τα μουσεία στη Λαμία, την Υπάτη και την Αμφίκλεια συμπληρώνουν περαιτέρω την πολιτιστική υποδομή της περιοχής, προσελκύοντας τόσο τους εγχώριους όσο και τους διεθνείς τουρίστες. Επιπλέον, ο πολλαπλασιασμός των εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων -συμπεριλαμβανομένων των διαμονών σε αγροκτήματα, των γαστρονομικών εμπειριών, των καταφυγίων ευεξίας και των περιηγήσεων με σκάφος και άλογο- έχει υποστηριχθεί από πρωτοβουλίες όπως η Αγροξενία, οι οποίες προωθούν τον αγροτουρισμό και τις δραστηριότητες που βασίζονται στη φύση στην περιοχή.

Από άποψη υποδομών, η Ανατολική Φθιώτιδα επωφελείται από ισχυρή συγκοινωνιακή συνδεσιμότητα, η οποία εκτείνεται κατά μήκος του αυτοκινητόδρομου Αθήνας-Θεσσαλονίκης (Α1) και των παρακείμενων σιδηροδρομικών συνδέσεων, γεγονός που διευκολύνει την κινητικότητα των επισκεπτών (PSTE, 2010). Οι υποδομές διαμονής είναι ποικίλες, κυμαινόμενες από πλήρως εξοπλισμένα ξενοδοχεία και θέρετρα κοντά στην ακτή έως αγροτικούς ξενώνες και εξειδικευμένα καταλύματα που

⁴ <https://visitcentralgreece.com/destinations/fthiotida/>

απευθύνονται σε οικοτουριστικούς και αγροτουριστικούς προορισμούς. Καθώς ο τουρισμός εξελίσσεται προς διαμονές όλο το χρόνο και βιωματικές, οι υπάρχουσες υποδομές της περιοχής ενισχύονται μέσω επενδύσεων από την ΕΕ και εθνικών χωρών που αποσκοπούν στην προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού, στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και στη μείωση των πιέσεων από τον μαζικό τουρισμό σε δημοφιλείς προορισμούς σύμφωνα με το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (2011).

Συνοψίζοντας, η Ανατολική Φθιώτιδα παρουσιάζει ένα ολοκληρωμένο και αναδυόμενο τουριστικό οικοσύστημα. Ο συνδυασμός υγείας και ευεξίας, οικοτουρισμού, πολιτιστικής κληρονομιάς και εναλλακτικού τουρισμού, βασισμένου στη φύση και το αγρόκτημα, υποστηριζόμενος από ισχυρές υποδομές και συνδεσιμότητα, καθιστά την περιοχή έναν ευέλικτο και ολοένα και πιο ανταγωνιστικό τουριστικό προορισμό.

5.4. Ανάλυση SWOT για την Ανατολική Φθιώτιδα

Η ανάλυση SWOT καταγράφει τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία μιας επιχείρησης ή ταξιδιωτικού προορισμού καθώς και τις προκλήσεις του μέλλοντος που μπορεί να αντιμετωπίσει (ευκαιρίες και απειλές). Στο παρόν κεφάλαιο θα καταγράψουμε αυτά τα χαρακτηριστικά που έχει η Ανατολική Φθιώτιδα σε σχέση με τις γύρω περιοχές. Η ανάλυση αυτή θα χρησιμοποιήσει για την ανάπτυξη στρατηγικών Αγροτουρισμού που θα παρουσιαστούν στο επόμενο κεφάλαιο.

Πλεονεκτήματα

Το πλούσιο φυσικό περιβάλλον της Φθιώτιδας αποτελεί αναμφισβήτητο ένα δυνατό σημείο. Σε αυτή εντάσσεται η πολυποίκιλη γεωγραφία με βουνά, ποτάμια, ιαματικές πηγές, δάση και ακτογραμμή. Επίσης στην περιοχή υπάρχουν διάφορες προστατευόμενες περιοχές όπως το Εθνικό Πάρκο Όρους Οέτα και το Φαράγγι του Ασωπού προσφέρουν ισχυρό δυναμικό αγροτουρισμού. Ακόμη ένα δυνατό σημείο είναι η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που έχει η περιοχή λόγω της ιστορίας της. Τέτοιες περιπτώσεις είναι οι παγκοσμίως αναγνωρισμένες τοποθεσίες όπως οι Θερμοπύλες που ενισχύουν τον τουρισμό για πολιτιστικούς λόγους. Χώροι πολιτισμού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος επίσης υπάρχουν και στις γύρω περιοχές η Υπάτη και η Λαμία. Ένα από τα ισχυρά σημεία της περιοχής που μπορεί εύκολα να συνδεθεί με την αγροτουρισμό είναι ο ολοένα και πιο δημοφιλής τουρισμός υγείας και ευεξίας. Ειδικά μετά την πανδημία, ο ιαματικός και ιατρικός τουρισμός παρουσιάζει αυξανόμενη ζήτηση. Σε αυτόν εντάσσονται οι ιαματικές πηγές (π.χ., Καμένα Βούρλα, Υπάτη) που έχουν ήδη υπάρχουσες υποδομές ευεξίας με πλούσιο πελατολόγιο. Επίσης το καλό οδικό δίκτυο και η προσβασιμότητα της περιοχής μέσω του αυτοκινητόδρομου και του σιδηροδρομικού δικτύου Α1 Αθήνας-Θεσσαλονίκης είναι σημαντικά θετικά στοιχεία. Τέλος, σε σχέση με την μελλοντική επένδυση στον αγροτουρισμό, η γεωργική και γαστρονομική ποικιλία αποτελεί αναμφισβήτητο ένα απαραίτητο συστατικό τέτοιων επενδύσεων. Η εύφορη γη στην κοιλάδα του Σπερχειού μπορεί να τροφοδοτήσει την παραγωγή εσπεριδοειδών, ελιάς, σιτηρών και κτηνοτροφίας. Τέλος αποτελεί ισχυρή βάση για την ολοκλήρωση του γαστρονομικού τουρισμού και του αγροτουρισμού.

Μειονεκτήματα

Παρά τα πολλά πλεονεκτήματά, η Ανατολική Φθιώτιδα αντιμετωπίζει σημαντικές αδυναμίες που περιορίζουν το αναπτυξιακό της δυναμικό. Ένα από τα πιο πιεστικά ζητήματα είναι το δημογραφικό ζήτημα, με τον πληθυσμό να παρουσιάζει υψηλά επίπεδα γήρανσης και παράλληλα τη συνεχιζόμενη μετανάστευση νέων που αναζητούν καλύτερες ευκαιρίες στα αστικά κέντρα. Αυτή η δημογραφική τάση μειώνει τη διαθεσιμότητα ανθρώπινου κεφαλαίου, μειώνει το δυναμικό καινοτομίας τόσο στη γεωργία όσο και στον τουρισμό και αποδυναμώνει τη διαγενεακή συνέχεια στα παραδοσιακά επαγγέλματα. Επιπλέον, η περιοχή υποφέρει από ένα κατακερματισμένο τουριστικό προϊόν που παραμένει έντονα εποχιακό. Ο τουρισμός συγκεντρώνεται σε μεγάλο βαθμό τους καλοκαιρινούς μήνες και κατά τη διάρκεια επισκέψεων σε ιαματικά λουτρά, αφήνοντας μεγάλο μέρος του έτους υποαξιοποιημένο και τις αγροτικές επιχειρήσεις υπό πίεση. Υπάρχει επίσης περιορισμένη ψηφιακή και προωθητική παρουσία, ιδίως μεταξύ των μικρής κλίμακας φορέων εκμετάλλευσης αλλά και στις μικρές επιχειρήσεις της περιοχής που συχνά δεν διαθέτουν τις δεξιότητες και τους πόρους για να αναπτύξουν μια ισχυρή διαδικτυακή ταυτότητα ή να συμμετάσχουν σε διεθνή τουριστικά δίκτυα. Ο πρωτογενής τομέας, που κυριαρχείται από μικρές οικογενειακές εκμεταλλεύσεις, χαρακτηρίζεται από χαμηλή επενδυτική ικανότητα, απαρχαιωμένο εξοπλισμό και περιορισμένη μηχανοποίηση, γεγονός που μειώνει την ανταγωνιστικότητα και την ικανότητα διαφοροποίησης. Αυτές οι προκλήσεις επιδεινώνονται από τις συχνά ανεπαρκείς δευτερογενείς υποδομές, συμπεριλαμβανομένων των ανεπαρκών αγροτικών οδικών δικτύων, της κακής σήμανσης και της υπανάπτυκτης ψηφιακής συνδεσιμότητας, οι οποίες μπορούν να εμποδίσουν την πρόσβαση σε πιο απομακρυσμένους προορισμούς και να αποθαρρύνουν τις μεγαλύτερες διαμονές των επισκεπτών.

Ευκαιρίες

Ωστόσο, η Ανατολική Φθιώτιδα βρίσκεται επίσης σε θέση να αξιοποιήσει τις στρατηγικές ευκαιρίες που μπορεί να παρουσιαστούν. Ένας πρωταρχικός τομέας ανάπτυξης έγκειται στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού και των βιώσιμων αγροτικών επιχειρήσεων. Αξιοποιώντας τη χρηματοδότηση της ΕΕ μέσω προγραμμάτων όπως η ΚΑΠ και η πρωτοβουλία LEADER που παρουσιάστηκαν προηγουμένως, η περιοχή μπορεί να υποστηρίξει την πολυλειτουργική γεωργία που συνδυάζει τη γεωργία με τον

τουρισμό, τη γαστρονομία και τη διατήρηση του πολιτισμού. Αυτό το μοντέλο ευθυγραμμίζεται με διάφορες τάσεις στα βιωματικά ταξίδια και την περιβαλλοντικά συνειδητή καταναλωτική συμπεριφορά. Η πράσινη και η ψηφιακή μετάβαση προσφέρουν περαιτέρω προοπτικές, όπως η υιοθέτηση τεχνολογιών έξυπνης γεωργίας, πλατφόρμες ψηφιακού τουρισμού και υποδομές ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Αυτές οι καινοτομίες μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα και να προσελκύσουν έναν νεότερο, πιο τεχνολογικά καταρτισμένο πληθυσμό που θα απασχοληθεί στη γεωργία και τη φιλοξενία. Επιπλέον, υπάρχει σημαντικό δυναμικό για την επέκταση και τη διαφοροποίηση της τουριστικής περιόδου, προωθώντας τον τουρισμό ευεξίας, τις εμπειρίες που βασίζονται στη φύση, τις θρησκευτικές διαδρομές και τον ιστορικό τουρισμό που σχετίζεται με τοποθεσίες. Με την κατάλληλη επωνυμία και μάρκετινγκ, η Ανατολική Φθιώτιδα θα μπορούσε να τοποθετηθεί ως ένας προορισμός όλο το χρόνο, ελκυστικός σε εξειδικευμένες αγορές όπως οι συνταξιούχοι, οι ταξιδιώτες ευεξίας και οι πολιτιστικοί τουρίστες. Υπάρχουν επίσης περιθώρια ενίσχυσης της εδαφικής ταυτότητας μέσω της δημιουργίας place branding που ενσωματώνει το τοπίο, το φαγητό, την ιστορία και τις παραδόσεις. Τέλος, οι πρωτοβουλίες συμμετοχής των νέων μέσω προγραμμάτων οικολογικής εκπαίδευσης και αγροτικής επιχειρηματικότητας μπορούν να βοηθήσουν στην αντιστροφή της διαρροής εγκεφάλων και στην αναζωογόνηση των τοπικών κοινοτήτων.

Απειλές

Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν και οι αντίστοιχες απειλές θα μπορούσαν να υπονομεύσουν αυτές τις ευκαιρίες εάν δεν αντιμετωπιστούν με τον κατάλληλο τρόπο. Μια σημαντική τέτοια απειλή είναι η κλιματική αλλαγή, ιδίως για τον πρωτογενή τομέα, καθώς οι καιρικές συνθήκες, η ξηρασία και η υποβάθμιση του εδάφους απειλούν την αγροτική παραγωγικότητα και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της γης. Ταυτόχρονα, η υποβάθμιση του περιβάλλοντος που συνδέεται με την ανεξέλεγκτη ανάπτυξη ή την τουριστική πίεση θα μπορούσε να βλάψει τα εύθραυστα οικοσυστήματα και να μειώσει την ελκυστικότητα της περιοχής. Βέβαια η περιοχή δεν πάσχει έντονα από αυτά και ενδεχομένως αυτή η απειλή να είναι σε χαμηλότερο επίπεδο από τις υπόλοιπες. Η ευρύτερη οικονομική αστάθεια, ο πληθωρισμός και γενικότερα η οικονομική αβεβαιότητα, θα μπορούσαν να διαταράξουν τις επενδύσεις

και την εφαρμογή στρατηγικών ανάπτυξης. Μια σχετική ανησυχία είναι η υπερσυγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε μερικούς δημοφιλείς προορισμούς όπως τα Καμένα Βούρλα και οι Θερμοπύλες. Αυτή η ανισορροπία κινδυνεύει να δημιουργήσει υπερτουρισμό σε ορισμένες περιοχές, ενώ άλλες θα αφήσει οικονομικά παραμελημένες. Επιπλέον, η επίμονη μετανάστευση και η απώλεια εξειδικευμένων επαγγελματιών θα μπορούσαν να διαβρώσουν περαιτέρω τη βάση γνώσεων και την κοινωνική συνοχή που απαιτούνται για την εφαρμογή σύνθετων, διεπιστημονικών στρατηγικών για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Τέλος, τα επικαλυπτόμενα επίπεδα διακυβέρνησης νομικής και ρυθμιστικής πολυπλοκότητας σε εθνικό, περιφερειακό και δημοτικό επίπεδο ενδέχεται να επιβραδύνουν τη λήψη αποφάσεων, να δημιουργήσουν γραφειοκρατικά κωλύματα και να κατακερματίσουν την εκτέλεση πολιτικών, εμποδίζοντας τη διαμόρφωση μιας συνεκτικής και μακροπρόθεσμης στρατηγικής για την περιοχή.

Στον επόμενο πίνακα συνοψίζονται τα σημεία που αναλύθηκαν στη SWOT ανάλυση.

Πίνακας 1 – Περίληψη SWOT Ανάλυσης

Δυνατά σημεία	Αδύναμα σημεία
• Πλούσιο Φυσικό τοπίο • Πολιτιστική - ιστορική κληρονομιά • Ιαματικές πηγές • Οδικό δίκτυο – Προσβασιμότητα • Εύφορη γη • Γαστρονομικός τουρισμός	• Δημογραφικό ζήτημα • Παραδοσιακά επαγγέλματα χάνονται • Εποχιακός τουρισμός • Περιορισμένη ψηφιακή παρουσία και Μάρκετινγκ • Μικρές γεωργικές επιχειρήσεις - μικρή επενδυτική ικανότητα
Προκλήσεις	Απειλές
• ΚΑΠ – Leader • Εναλλακτικός τουρισμός • Τάση για βιωματικά ταξίδια και συνειδητή καταναλωτική συμπεριφορά • place branding • Προγράμματα οικολογικής εκπαίδευσης & αγροτικής επιχειρηματικότητας	• Καιρικές συνθήκες, η ξηρασία και η υποβάθμιση του εδάφους • Υποβάθμιση του περιβάλλοντος από τουριστική ανάπτυξη • Οικονομική αστάθεια, αβεβαιότητα και πληθωρισμός • Υπερσυγκέντρωση σε συγκεκριμένα μέρη της τουριστικής δραστηριότητας • Νομική γραφειοκρατία.

6. Εμπειρικό Μέρος – Μεθοδολογία και Αποτελέσματα Έρευνας

6.1. Ανάλυση και παρουσίαση αποτελεσμάτων

Ερώτηση 1 Πώς θα περιγράφατε την τρέχουσα κατάσταση της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης στην Ανατολική Φθιώτιδα; Ποιες αλλαγές έχετε παρατηρήσει τα τελευταία χρόνια;

1. Θα έλεγα ότι η ανάπτυξη υπάρχει και την παρατηρούμε, αλλά είναι αργή και αρκετά άνιση ως προς τις περιοχές αλλά και το μέγεθος των επιχειρήσεων. Έχουν γίνει βελτιώσεις στους δρόμους και κάποιες τοπικές επενδύσεις, ειδικά στις λουτροπόλεις όπως τα Καμένα Βούρλα. Αλλά στα χωριά και τις αγροτικές περιοχές, εξακολουθούμε να νιώθουμε ότι είμαστε αρκετά πιο πίσω. Υπάρχει έλλειψη μακροπρόθεσμου σχεδιασμού που να συνδέει τη γεωργία με τον τουρισμό ή οποιαδήποτε πραγματική στρατηγική ανάπτυξης.
2. Ειλικρινά, νομίζω ότι η περιοχή δυσκολεύεται αρκετά. Τα χωριά αδειάζουν. Οι νέοι φεύγουν επειδή δεν βλέπουν μέλλον εδώ. Οι υπηρεσίες της περιοχής κλείνουν. Δεν έχω δει πολλές αλλαγές τα τελευταία 10 χρόνια, ίσως κάποιες αναβαθμίσεις στα ιαματικά λουτρά, αλλά αυτό δεν είναι αρκετό.
3. Η περιοχή είναι γεμάτη δυνατότητες, αλλά της λείπει ένα όραμα. Υπάρχει φύση, ιστορία, ευεξία - αλλά δεν υπάρχει γενικό σχέδιο. Έχει σημειωθεί κάποια πρόοδος στις υποδομές, αλλά η συνολική στρατηγική εξακολουθεί να λείπει.
4. Για να είμαι ειλικρινής, στα Καμένα Βούρλα έχουμε δει κάποια τουριστική δραστηριότητα να συνεχίζεται, κυρίως λόγω των ιαματικών λουτρών, αλλά δεν θα έλεγα ότι η περιοχή αναπτύσσεται πραγματικά. Είναι εποχιακή και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ίδιο είδος επισκεπτών. Στα χωριά γύρω μας, τα πράγματα είναι πιο δύσκολα. Οι νέοι φεύγουν και η τοπική οικονομία δεν έχει νέες ιδέες ή επενδύσεις. Σε σύγκριση με πριν από 20-30 χρόνια, βλέπω περισσότερες υποδομές, καλύτερους δρόμους, αλλά όχι πολλά όσον αφορά τη βιώσιμη, μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.

5. Η Ανατολική Φθιώτιδα έχει μεγάλο δυναμικό, αλλά δεν βλέπουμε συνεπή ανάπτυξη. Υπάρχουν στιγμές - όπως νέα προγράμματα χρηματοδότησης ή μια μεγάλη τουριστική ώθηση - αλλά τίποτα δεν διαρκεί. Τα χωριά συρρικνώνονται και οι μικροί παραγωγοί δυσκολεύονται. Κοινωνικά, υπάρχει λιγότερη συνοχή τώρα. Οι άνθρωποι είναι κουρασμένοι. Όμως έχω δει επίσης μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα τοπικά προϊόντα και τον οικοτουρισμό, ειδικά μετά την πανδημία. Έτσι, μπορεί να βρισκόμαστε σε ένα σημείο καμπής αν το εκμεταλλευτούμε.
6. Θα έλεγα ότι η περιοχή υπολειτουργεί ενώ θα μπορούσε να έχει εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες της. Έχουμε τόσο πλούσια κληρονομιά - Θερμοπύλες, βουνά, ιαματικές πηγές - αλλά δεν τη διαχειριζόμαστε καλά. Η οικονομική δραστηριότητα είναι περιορισμένη εκτός του τουρισμού, και ακόμη και αυτός επικεντρώνεται σε στενά τμήματα. Ο κοινωνικός ιστός αλλάζει επίσης, υπάρχουν λιγότεροι νέοι, λιγότερες υπηρεσίες, περισσότερα κλεισίματα μικρών καταστημάτων. Έχω δει αύξηση των επισκεπτών που θέλουν βαθύτερες εμπειρίες - ιστορία, ευεξία, φύση - αλλά η περιοχή δεν προσαρμόζεται αρκετά γρήγορα για να ανταποκριθεί σε αυτές τις προσδοκίες.
7. Βλέπω τόσο προκλήσεις όσο και ελπίδα. Οικονομικά, τα πράγματα είναι δύσκολα - πρόσβαση στη χρηματοδότηση, το κόστος των εισροών, η έλλειψη πρόσβασης στην αγορά. Κοινωνικά, τα χωριά αισθάνονται άδεια, ειδικά κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Αλλά παρατηρώ επίσης περισσότερους νέους, όπως εγώ, που προσπαθούν να δημιουργήσουν κάτι νέο στη γεωργία ή τα τρόφιμα. Υπάρχει κίνηση, αλλά χρειαζόμαστε υποστήριξη, ειδικά από τους τοπικούς θεσμούς. Αυτή τη στιγμή, νιώθουμε πολύ μόνοι.
8. Η περιοχή έχει αργήσει να αναπτυχθεί. Η οικονομία βασίζεται σε λίγους τομείς - κυρίως τουρισμό και γεωργία - αλλά λειτουργούν ξεχωριστά. Δεν υπάρχει ολοκληρωμένη προσέγγιση. Κοινωνικά, οι κοινότητες είναι ανθεκτικές, αλλά γερνούν. Πολλοί νέοι έχουν φύγει ή εργάζονται σε πόλεις. Έχω δει πρόσφατα να ανοίγουν κάποια νέα οινοποιεία και ξενώνες, κάτι που είναι ενθαρρυντικό, αλλά χρειαζόμαστε συντονισμένη δημιουργία branding και υποδομές αν θέλουμε πραγματική ανάπτυξη.
9. Υπάρχει μεγάλο ανεκμετάλλευτο δυναμικό εδώ. Έχουμε ιστορία, φύση, παράδοση - αλλά πολύ λίγες συντονισμένες προσπάθειες για την προώθησή τους. Οικονομικά, βασιζόμαστε υπερβολικά στον εποχιακό τουρισμό και τις συντάξεις. Κοινωνικά, οι άνθρωποι είναι περήφανοι για τις ρίζες τους, αλλά δεν πιστεύουν πάντα στο μέλλον.

Αυτό αλλάζει σιγά σιγά με νέες ιδέες και τοπικές πρωτοβουλίες, ειδικά στην αφήγηση ιστοριών και τον βιωματικό τουρισμό, αλλά χρειαζόμαστε ισχυρότερα δίκτυα και ορατότητα.

10. Από οικονομική άποψη, έχουμε μείνει στάσιμοι. Υπάρχει δυναμικό, ειδικά στον αγροδιατροφικό και τον τοπικό τουρισμό, αλλά η περιοχή δεν το έχει αξιοποιήσει. Έχω δει κάποιες μικρές βελτιώσεις στις οδικές υποδομές και στα προγράμματα της ΕΕ, αλλά όχι αρκετές για να αλλάξουν τη συνολική εικόνα. Κοινωνικά, οι αγροτικές περιοχές υποφέρουν - σχολεία κλείνουν, καταστήματα εξαφανίζονται. Υπάρχει μια αίσθηση παρακμής, αλλά και υπερηφάνειας. Οι άνθρωποι θέλουν να βελτιωθούν τα πράγματα, αλλά χρειάζονται βοήθεια για να τα καταφέρουν.

Ερώτηση 2 Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις και ευκαιρίες που αντιμετωπίζετε ως ιδιοκτήτης επιχείρησης που δραστηριοποιείται σε αυτήν την περιοχή;

1. Μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις είναι η αντιμετώπιση της γραφειοκρατίας. Η πρόσβαση σε χρηματοδότηση από την ΕΕ είναι χρήσιμη, αλλά η διαδικασία είναι εξαντλητική, πολύ γραφειοκρατική και απαιτεί ιδιαίτερες τεχνικές γνώσεις οι οποίες είναι άπιαστο όνειρο ειδικά για μικρές επιχειρήσεις όπως η δική μου. Επίσης, οι ευκαιρίες κατάρτισης είναι περιορισμένες. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για βιώσιμο και βιωματικό τουρισμό, και αυτή είναι μια εξαιρετική ευκαιρία για εμάς. Οι επισκέπτες θέλουν κάτι περισσότερο από ένα δωμάτιο - θέλουν μια ιστορία, μια πρακτική εμπειρία.
2. Η εύρεση εργαζομένων είναι ένα μεγάλο πρόβλημα. Ακόμα και η μερική απασχόληση είναι δύσκολο να βρεθεί. Οι νέοι προτιμούν να εργάζονται σεζόν σε πιο επικερδή και τουριστικά μέρη. Εργάζομαι πολλές ώρες και κάνω το μεγαλύτερο μέρος της εργασίας μόνος μου. Η μόνη πραγματική ευκαιρία που βλέπω είναι αν μπορούμε να πουλήσουμε απευθείας στους καταναλωτές - ίσως μέσω του τουρισμού - αλλά είναι δύσκολο να ξεκινήσεις κάτι τέτοιο μόνος σου.
3. Για μένα, η κύρια πρόκληση είναι να με βλέπουν και να με κατανοούν ως επιχειρηματία αγροτουρισμού. Υπάρχει μικρή υποστήριξη για αυτό το είδος υβριδικής επιχείρησης. Αλλά υπάρχει επίσης μια τεράστια ευκαιρία να συνδεθεί η βιοποικιλότητα, η ευεξία και η βιωματική μάθηση.

4. Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι η εποχικότητα. Από τον Οκτώβριο έως τον Απρίλιο, είναι σαν μια πόλη-φάντασμα. Επίσης, ο ανταγωνισμός από τις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές αλυσίδες και το αυξανόμενο κόστος των προμηθειών δυσκολεύουν τη διατήρηση ανταγωνιστικών τιμών. Από την άλλη πλευρά, η τοποθεσία μας είναι όμορφη και οι πελάτες που επιστρέφουν λατρεύουν την αυθεντική εμπειρία. Αν επενδύαμε σε περισσότερες εκδηλώσεις εκτός σεζόν ή σε καταφύγια ευεξίας, νομίζω ότι θα μπορούσαμε να επεκτείνουμε την σεζόν και το εισόδημά μας.
5. Μια σημαντική πρόκληση είναι το μάρκετινγκ. Έχω εξαιρετικά προϊόντα, αλλά η προσέγγιση του σωστού κοινού είναι δύσκολη, ειδικά χωρίς ψηφιακά εργαλεία ή υποστήριξη ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εφοδιαστική αλυσίδα των μεταφορών είναι επίσης ακριβή στις αγροτικές περιοχές. Αλλά βλέπω μεγάλες ευκαιρίες στη σύνδεση της μελισσοκομίας με τον τουρισμό - οι άνθρωποι λατρεύουν να μαθαίνουν για τη φύση και το μέλι μας είναι κορυφαίας ποιότητας. Αν είχαμε μεγαλύτερη προβολή και τοπική συνεργασία, το δυναμικό θα ήταν τεράστιο.
6. Η εύρεση και διατήρηση εξειδικευμένου προσωπικού είναι πραγματικά δύσκολη, είναι μια πρόκληση, ειδικά κατά την υψηλή περίοδο τουρισμού. Επίσης, οι περισσότεροι επισκέπτες έρχονται για μία νύχτα - πρέπει να τους δώσουμε λόγους και κίνητρα για να μείνουν περισσότερο. Η ευκαιρία έγκειται στον θεματικό τουρισμό. Βρισκόμαστε στην κληρονομιά των Θερμοπυλών, των φυσικών ιαματικών λουτρών και των κοντινών μονοπατιών πεζοπορίας. Απλώς πρέπει να τα συνδυάσουμε σε συναρπαστικές εμπειρίες.
7. Το να είσαι νέος αγρότης σε αυτήν την περιοχή είναι δύσκολο. Η γραφειοκρατία είναι συντριπτική και η πρόσβαση σε αξιόπιστες πληροφορίες ή καθοδήγηση είναι δύσκολη. Επίσης, η πώληση προϊόντων δεν είναι εύκολη χωρίς μεσάζοντες. Αλλά βλέπω μια μεγάλη ευκαιρία στις άμεσες πωλήσεις και τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Τα παιδιά στα σχολεία αλλά και οι επισκέπτες της περιοχής πολλές φορές αναρωτιούνται για το πώς καλλιεργούνται τα πραγματικά τρόφιμα. Αυτό θα μπορούσε να γίνει πηγή εσόδων εάν υποστηριχθεί σωστά.
8. Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι η έλλειψη επωνυμίας, το branding της περιοχής ή της πόλης. Το κρασί το οποίο παράγω είναι καλό και πιστεύω ότι θα μπορούσε να ανταγωνιστεί άλλα των γύρω περιοχών αλλά χωρίς περιφερειακή αναγνώριση, είναι δύσκολο να διεισδύσει σε μεγαλύτερες αγορές. Επίσης, μας λείπουν οι υποδομές για τους επισκέπτες - σήμανση, πάρκινγκ, χώροι ανάπαυσης. Αλλά ο οινοτουρισμός αναπτύσσεται γρήγορα. Οι άνθρωποι θέλουν να επισκεφθούν

αμπελώνες, να δοκιμάσουν τοπικά και να κατανοήσουν τη διαδικασία. Αυτή είναι μια τεράστια ευκαιρία αν συνεργαστούμε ως περιοχή.

9. Η κύρια πρόκληση για μένα είναι ο συντονισμός. Δουλεύω με μικρές επιχειρήσεις, αλλά δεν υπάρχει δομημένο δίκτυο για τη δημιουργία συνδυασμένων εμπειριών. Επίσης, ο τουρισμός εξακολουθεί να περιορίζεται πολύ στο καλοκαίρι. Η ευκαιρία βρίσκεται στην αφήγηση - υπάρχει τόση άγνωστη ιστορία εδώ. Αν μπορούσαμε να δημιουργήσουμε πακέτα με αγρότες, τεχνίτες και οικοδεσπότες, θα μπορούσαμε να προσφέρουμε κάτι μοναδικό όλο το χρόνο.
10. Η επεξεργασία και η συσκευασία των προϊόντων μας είναι για εμάς αρκετά ακριβές, και η διανομή περίπλοκη όταν δεν βρίσκεσαι σε μια μεγάλη πόλη. Επίσης, το νομικό πλαίσιο είναι πολύ απαιτητικό. Παρόλα αυτά, βλέπω ευκαιρίες στη σύνδεση της παραγωγής τροφίμων με τον τουρισμό. Οι άνθρωποι αναζητούν την αυθεντικότητα. Το να δοκιμάζεις τοπικά τυριά και κρέατα επί τόπου, να βλέπεις πώς παρασκευάζονται - αυτό θα μπορούσε να είναι μια εμπειρία από μόνο του.

Ερώτηση 3. Πώς αξιολογείτε τον ρόλο των δημόσιων πολιτικών, της τοπικής αυτοδιοίκησης και των αναπτυξιακών προγραμμάτων στην υποστήριξη της επιχείρησής σας και της περιοχής συνολικά;

1. Ορισμένες πρωτοβουλίες όπως τα προγράμματα LEADER μας έχουν υποστηρίξει, αλλά συνοδεύονται από υπερβολική γραφειοκρατία. Υπάρχει επίσης μια αποσύνδεση μεταξύ των πολιτικών και των πραγματικών αναγκών επί τόπου. Αυτό που πραγματικά χρειαζόμαστε είναι τοπικό προσωπικό υποστήριξης που μπορεί να μας βοηθήσει να αναζητήσουμε εργαλεία και τους κανονισμούς χρηματοδότησης.
2. Δεν είμαι εντυπωσιασμένος. Η γραφειοκρατία είναι βαριά και η υποστήριξη δεν μας φτάνει εύκολα. Κάνουν ανακοινώσεις, αλλά εμείς δεν έχουμε τα εργαλεία ή τη βοήθεια για να τις αξιοποιήσουμε. Μερικές φορές νομίζω ότι οι πολιτικές χαράσσονται χωρίς ποτέ να μιλήσουμε με πραγματικούς αγρότες.
3. Οι πολιτικές φαίνονται ξεπερασμένες. Εξακολουθούν να σκέφτονται σε κατηγορίες - αγρότης, ιδιοκτήτης ξενοδοχείου, ξεναγός. Αλλά αυτό που κάνουμε συνδυάζει όλα αυτά. Έχω σημειώσει κάποια επιτυχία με τη χρηματοδότηση, αλλά χρειάζομαι πιο ολιστική υποστήριξη, ειδικά για το μάρκετινγκ και τη δικτύωση.

4. Δεν έχω δει μεγάλη υποστήριξη από την τοπική αυτοδιοίκηση. Επικεντρώνονται κυρίως σε μεγάλα γεγονότα ή ανακοινώσεις, αλλά οι μικρές επιχειρήσεις όπως η δική μου αφήνονται να τις διαχειριστούν μόνες τους. Οι πολιτικές υπάρχουν, αλλά δεν είναι πρακτικές ή εύκολα προσβάσιμες. Χρειαζόμαστε λιγότερες υποσχέσεις και περισσότερη άμεση βοήθεια επί τόπου.
5. Υπάρχουν προγράμματα χρηματοδότησης, ναι, αλλά είναι πολύ περίπλοκα για κάποιον που διευθύνει μια μικρή γεωργική επιχείρηση. Η γραφειοκρατία είναι εξαντλητική και πρέπει να πληρώσεις συμβούλους ακόμη και για να υποβάλεις αίτηση. Μακάρι να υπήρχαν περισσότεροι τοπικοί αξιωματούχοι για να μας καθοδηγήσουν προσωπικά και να μας βοηθήσουν στη διαδικασία.
6. Οι πολιτικές συχνά ακούγονται καλές στη θεωρία, αλλά στην πράξη, είναι αποκομμένες από την πραγματικότητα. Χρειαζόμαστε καλύτερο συντονισμό μεταξύ υπουργείων, περιφερειακών αρχών και επιχειρηματιών. Για παράδειγμα, η προώθηση του τουρισμού θα πρέπει να συνδέεται με τοπικά προϊόντα και αγροκτήματα. Αυτή τη στιγμή, είναι κατακερματισμένη.
7. Ως νέος αγρότης, νιώθω αόρατος στο σύστημα. Τα περισσότερα προγράμματα στοχεύουν σε μεγάλους συνεταιρισμούς ή παραδοσιακές επιχειρήσεις. Δεν είχα καμία πραγματική επαφή με τοπικούς αξιωματούχους που κατανοούν τη νέα γενιά αγροτών. Νιώθω σαν να χτίζουμε κάτι νέο χωρίς καμία θεσμική υποστήριξη.
8. Έχω λάβει κάποια υποστήριξη στο παρελθόν, αλλά δεν είναι πολύ καλά οργανωμένη. Υπάρχει έλλειψη παρακολούθησης και στρατηγικού σχεδιασμού. Χρειαζόμαστε πολιτικές που διαρκούν περισσότερο από έναν πολιτικό κύκλο. Η βιομηχανία οίνου, για παράδειγμα, χρειάζεται ένα μακροπρόθεσμο όραμα, όχι μόνο επιδοτήσεις και μεμονωμένα έργα.
9. Ειλικρινά, δεν υποστηρίζουμε επαρκώς. Ο πολιτιστικός τουρισμός και η αφήγηση ιστοριών σπάνια αναγνωρίζονται ως σημαντικά. Προσπάθησα να συνδεθώ με τοπικά γραφεία τουρισμού, αλλά υπάρχει ελάχιστη συνεργασία ή επικοινωνία. Υπάρχει δυναμικό, αλλά εργαζόμαστε σε απομόνωση.
10. Το νομικό και πολιτικό περιβάλλον είναι δύσκολο για τους μεταποιητές τροφίμων. Οι κανονισμοί δεν είναι προσαρμοσμένοι στην μικρής κλίμακας, βιοτεχνική παραγωγή. Υπάρχουν κονδύλια της ΕΕ, αλλά δεν είναι εύκολο να τα προσεγγίσεις εκτός αν έχεις μια πλήρη διοικητική ομάδα. Χρειαζόμαστε απλοποιημένες διαδικασίες και τεχνική υποστήριξη.

Ερώτηση 4. Κατά την άποψή σας, πώς έχει εξελιχθεί ο τουρισμός στην Ανατολική Φθιώτιδα; Ποιοι τύποι τουρισμού είναι οι πιο σχετικοί ή πολλά υποσχόμενοι για την περιοχή;

1. Ο τουρισμός επικεντρώνεται κυρίως στον τουρισμό των spa και στα καταλύματα ευεξίας, κάτι που είναι εξαιρετικό, αλλά είναι πολύ συγκεντρωμένος σε συγκεκριμένες πόλεις. Δεν προωθούμε την πολιτιστική και φυσική μας κληρονομιά όσο θα μπορούσαμε. Έχουμε όμορφα μονοπάτια, ιστορικούς χώρους και καταπληκτικό τοπικό φαγητό - αυτά θα μπορούσαν να υποστηρίξουν τον πολιτιστικό, πεζοπορικό και γαστρονομικό τουρισμό αν ήταν καλύτερα οργανωμένα.
2. Ο τουρισμός υπάρχει, ναι, αλλά αφορά κυρίως για τις ιαματικές πηγές. Έχουμε φύση, έχουμε υπέροχο φαγητό και οι άνθρωποι έρχονται εδώ και για πεζοπορία - αλλά δεν υπάρχει πραγματική προώθηση. Νομίζω ότι υπάρχει δυναμικό, αλλά κανείς δεν το συντονίζει.
3. Βλέπω κάποια αύξηση τα τελευταία χρόνια στην πεζοπορία, τα καταφύγια γιόγκα και τους περιπάτους για αναζήτηση βοτάνων. Οι άνθρωποι αρχίζουν να αναζητούν αυτά τα πράγματα. Η περιοχή είναι ιδανική για ήπιο τουρισμό - οικολογικό, ευεξίας, αργό ταξίδι. Απλώς πρέπει να τον συσκευάσουμε και να τον προωθήσουμε σωστά.
4. Ο τουρισμός εδώ δεν έχει αλλάξει πολύ όλα αυτά τα χρόνια, εξακολουθεί να επικεντρώνεται σε μεγάλο βαθμό στα ιαματικά λουτρά. Τα Καμένα Βούρλα δέχονται επισκέπτες κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού και της περιόδου των ιαματικών λουτρών, αλλά μετά από αυτό, όλα επιβραδύνονται. Αυτό που μας λείπει είναι ο εναλλακτικός τουρισμός πράγματα όπως η γαστρονομία, τα μονοπάτια πεζοπορίας, οι τοπικές ιστορίες. Αυτά θα μπορούσαν να παρατείνουν την περίοδο και να προσελκύσουν διαφορετικά είδη επισκεπτών.
5. Βλέπω περισσότερους ανθρώπους να ενδιαφέρονται για τη φύση και τις αυθεντικές εμπειρίες, ειδικά μετά την περίοδο του COVID. Θέλουν να μάθουν από πού προέρχεται το φαγητό τους, πώς παρασκευάζεται το μέλι. Αλλά αυτό το είδος τουρισμού δεν είναι ακόμη οργανωμένο. Είναι πολλά υποσχόμενο, αλλά χρειαζόμαστε καθοδήγηση και προώθηση. Ο τουρισμός που βασίζεται στη φύση

και σχετίζεται με τη διατροφή θα μπορούσε πραγματικά να βοηθήσει αυτήν την περιοχή να αναπτυχθεί.

6. Ο τουρισμός αλλάζει σιγά σιγά. Παλαιότερα ήταν μόνο ιαματικά λουτρά και σύντομες επισκέψεις, αλλά τώρα βλέπω ενδιαφέρον για πιο καθηλωτικές εμπειρίες, άνθρωποι που ρωτούν για την ιστορία, την πεζοπορία, τα τοπικά προϊόντα. Το δυναμικό είναι τεράστιο. Πρέπει να αναπτύξουμε θεματικό τουρισμό γύρω από τις Θερμοπύλες, την ευεξία και τη φύση. Αυτή τη στιγμή, οι επισκέπτες έρχονται και φεύγουν πολύ γρήγορα.
7. Είναι ακόμα πολύ περιορισμένος. Οι περισσότεροι τουρίστες δεν γνωρίζουν καν ότι υπάρχει αυτό το μέρος της Φθιώτιδας. Νομίζω ότι υπάρχει χώρος για εκπαιδευτικό τουρισμό, ειδικά για σχολεία ή οικογένειες που θέλουν να δείξουν στα παιδιά τους πώς καλλιεργούνται τα τρόφιμα. Ο αγροτουρισμός, η ευεξία και η περιβαλλοντική εκπαίδευση θα μπορούσαν να λειτουργήσουν καλά εδώ.
8. Έχουμε δει μικρές αυξήσεις στους επισκέπτες, ειδικά από την Αθήνα, αλλά δεν είναι συνεπείς. Ο οινοτουρισμός θα μπορούσε να αλλάξει τα δεδομένα για αυτήν την περιοχή - γευσιγνωσίες, περιπάτους σε αμπελώνες, γεύματα από το αγρόκτημα στο τραπέζι. Αλλά δεν προωθούμε ως οινοτουριστικός προορισμός και δεν συνεργαζόμαστε αρκετά για να το πετύχουμε αυτό.
9. Οι άνθρωποι αναζητούν ιστορίες, όχι μόνο προορισμούς. Έχω δει μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την κληρονομιά και τις τοπικές παραδόσεις - ειδικά μεταξύ των Ευρωπαίων ταξιδιωτών. Αλλά το τουριστικό μας μοντέλο είναι ακόμα βασικό. Αν επενδύσουμε στον βιωματικό τουρισμό - ιστορία, μυθολογία, φύση - μπορούμε να κάνουμε την Ανατολική Φθιώτιδα να ξεχωρίζει.
10. Ο τουρισμός εξακολουθεί να επικεντρώνεται σε λίγα σημεία και δεν ωφελεί άμεσα παραγωγούς σαν εμένα. Αλλά πιστεύω ότι ο γαστρονομικός τουρισμός θα μπορούσε να το αλλάξει αυτό. Οι επισκέπτες θέλουν να δοκιμάσουν τοπικά προϊόντα, να επισκεφθούν χώρους παραγωγής και να γνωρίσουν τους ανθρώπους πίσω από αυτά. Αυτό το είδος σύνδεσης είναι πολύ ισχυρό - και δεν το χρησιμοποιούμε αρκετά.

Ερώτηση 5. Πώς θα ορίζατε τον αγροτουρισμό; Είστε προσωπικά εμπλεκόμενοι ή ενδιαφέρεστε να προσφέρετε αγροτικές ή αγροτικές τουριστικές υπηρεσίες;

1. Για μένα, αγροτουρισμός σημαίνει να ανοίγεις τη ζωή σου στους επισκέπτες—να τους αφήνεις να δουν και να συμμετάσχουν στη γεωργική διαδικασία, να μαγειρεύουν μαζί τους, να μοιράζονται παραδόσεις. Ναι, συμμετέχω ήδη. Προσφέρω μάζεμα ελιάς, μαθήματα μαγειρικής και ξεναγήσεις στο αγρόκτημα.
2. Για μένα, σημαίνει να δείχνουμε στους ανθρώπους πώς ζούμε και τι παράγουμε. Δεν ασχολούμαι αυτή τη στιγμή, αλλά έχω σκεφτεί να προσφέρω γευσιγνωσίες τυριών ή να δείξω τη διαδικασία αρμέγματος. Απλώς δεν ξέρω από πού να ξεκινήσω ή πώς να το κάνω νόμιμα.
3. Ο αγροτουρισμός αφορά τη σύνδεση - με τη γη, τους ανθρώπους, τις παραδόσεις. Ναι, συμμετέχω πλήρως. Οργανώνω εργαστήρια βοτάνων, καταφύγια βασισμένα στη φύση και συνεργάζομαι με τοπικούς οικοδεσπότες για ολοκληρωμένες εμπειρίες.
4. Ο αγροτουρισμός, για μένα, αφορά τη σύνδεση των ανθρώπων με την αγροτική ζωή δείχνοντάς τους πώς παρασκευάζεται το φαγητό, επιτρέποντάς τους να βιώσουν κάτι γνήσιο. Δεν είμαι αγρότης, αλλά υποστηρίζω τον αγροτουρισμό χρησιμοποιώντας τοπικά υλικά στην ταβέρνα μου και λέγοντας στους επισκέπτες από πού προέρχεται το φαγητό. Σίγουρα θα με ενδιέφερε να συνεργαστώ με αγροκτήματα για να προσφέρω πιο ολοκληρωμένες εμπειρίες.
5. Για μένα, αγροτουρισμός σημαίνει να προσκαλείς ανθρώπους στον κόσμο του αγροκτήματος. Να τους επιτρέπεις να δουν τις μέλισσες, να δοκιμάσουν το μέλι και να κατανοήσουν την εργασία πίσω από αυτό. Ναι, συμμετέχω ήδη, οργανώνω μικρές μελισσοκομικές εκδρομές και γευσιγνωσίες. Νομίζω ότι χτίζει εμπιστοσύνη και εκτίμηση για τα τοπικά προϊόντα και είναι κάτι που οι άνθρωποι απολαμβάνουν πραγματικά.
6. Βλέπω τον αγροτουρισμό ως έναν τρόπο να συνδυάσουμε τη φιλοξενία με την τοπική κουλτούρα και τη γεωργία. Δεν πρόκειται μόνο για τη διαμονή σε κάποιο αγροτικό μέρος—πρόκειται για την αλληλεπίδραση με τη γη και τους ανθρώπους. Δεν είμαι ο ίδιος παραγωγός, αλλά προσφέρω πακέτα αγροτουρισμού σε συνεργασία με τοπικές αγροκτήματα και παραγωγούς τροφίμων. Οι επισκέπτες τον λατρεύουν.
7. Ο αγροτουρισμός είναι ένας τρόπος να ανοίξεις το αγρόκτημα και να μοιραστείς γνώσεις. Δεν το κάνω ακόμα, αλλά θέλω. Σκέφτηκα να δημιουργήσω έναν μικρό χώρο όπου οι επισκέπτες μπορούν να μάθουν για τα λαχανικά, την κομποστοποίηση

και ίσως να μαγειρέψουν με φρέσκα προϊόντα. Νομίζω ότι οι νέοι θέλουν ιδιαίτερα αυτό το είδος πρακτικής εμπειρίας.

8. Ο αγροτουρισμός είναι η αφήγηση ιστοριών μέσω της γεωργίας. Είναι η αφήγηση ιστοριών μέσω της γεωργίας. Είναι η βόλτα στους ανθρώπους μέσα από τον αμπελώνα, η κοινή χρήση ενός ποτηριού μαζί τους. Το κάνω ήδη αυτό σε μικρό βαθμό - γευσιγνωσίες κρασιού και περιηγήσεις - αλλά θέλω να επεκταθώ και να συνδεθώ με άλλους τοπικούς παραγωγούς για να προσφέρω ολοκληρωμένες αγροτουριστικές εμπειρίες.
9. Ο αγροτουρισμός, για μένα, είναι μια ζωντανή κληρονομιά. Πρόκειται για τη σύνδεση της γεωργίας με τον πολιτισμό — μοιράζομαι ιστορίες για τοπικά τρόφιμα, γεωργικές πρακτικές και παραδοσιακές τέχνες. Συνεργάζομαι με ντόπιους αγρότες και διοργανώνω εκδρομές που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε αγροκτήματα, αλλά δεν είμαι ο ίδιος παραγωγός. Παρόλα αυτά, βλέπω τον εαυτό μου ως μέρος του οικοσυστήματος του αγροτουρισμού.
10. Ο αγροτουρισμός είναι μια εξαιρετική ευκαιρία να φέρουμε τους ανθρώπους πιο κοντά στο πραγματικό φαγητό και την αγροτική ζωή. Δεν το κάνω ακόμα, αλλά θα ήθελα να δημιουργήσω μια αίθουσα γευσιγνωσίας και έναν μικρό χώρο επισκεπτών δίπλα στις εγκαταστάσεις επεξεργασίας μου. Οι άνθρωποι θέλουν να δουν, να αγγίξουν και να γευτούν. Αυτού του είδους η διαφάνεια χτίζει εμπιστοσύνη και σύνδεση.

Ερώτηση 6. Ποια θεωρείτε τα κύρια οφέλη και τους κινδύνους της ανάπτυξης του αγροτουρισμού σε αυτήν την περιοχή—για την επιχείρησή σας, την κοινότητά σας και το περιβάλλον;

1. Τα οφέλη είναι σαφή για εμένα - αποφέρει επιπλέον εισόδημα, βοηθά με την εποχικότητα και προωθεί την πολιτιστική μας ταυτότητα. Αλλά πρέπει να είμαστε προσεκτικοί. Αν γίνει πολύ εμπορικό, κινδυνεύουμε να χάσουμε την αυθεντικότητά μας. Επίσης, δεν σέβονται όλοι τη γη όπως εμείς. Αυτός είναι ένας κίνδυνος για το περιβάλλον.
2. Θα μπορούσε να φέρει καλύτερες τιμές και μεγαλύτερη εκτίμηση για το έργο μας. Αυτό είναι καλό. Αλλά θα μπορούσε επίσης να μας αποσπάσει την προσοχή από

την κύρια δουλειά μας, τη γεωργία. Και με περισσότερους ανθρώπους στη γη, θα μπορούσε να υπάρξει ζημιά αν δεν γίνει με σεβασμό.

3. Φέρνει ευαισθητοποίηση, εισόδημα και σεβασμό στην τοπική γνώση. Αλλά αν καθοδηγείται μόνο από το κέρδος, μπορεί να καταστρέψει αυτό που κάνει τον τόπο ξεχωριστό. Πρέπει να εξισορροπήσουμε προσεκτικά την πρόσβαση και τη διατήρηση.
4. Τα οφέλη είναι σαφή - περισσότεροι επισκέπτες, περισσότερο εισόδημα και καλύτερη κατανόηση του τοπικού τρόπου ζωής μας. Εάν ο αγροτουρισμός αναπτυχθεί, ακόμη και επιχειρήσεις όπως η δική μου μπορούν να επωφεληθούν, συνεργαζόμενες με τοπικές φάρμες για να προσφέρουν γεύματα ή εμπειρίες. Υπάρχουν όμως και κίνδυνοι. Εάν δεν είναι καλά οργανωμένος, μπορεί να δούμε υπηρεσίες κακής ποιότητας ή ακόμα και περιβαλλοντική ζημιά εάν η ροή των τουριστών δεν διαχειρίζεται.
5. Για μένα, το κύριο όφελος είναι η οικοδόμηση μιας σχέσης μεταξύ παραγωγού και επισκέπτη. Δημιουργεί σεβασμό για τη γη και το προϊόν. Μπορεί επίσης να βοηθήσει να παραμείνουν οι νέοι στα χωριά εάν δουν ότι υπάρχει μέλλον σε αυτό. Ο κίνδυνος είναι ότι εάν γίνει απλώς ένα ακόμη «τουριστικό αξιοθέατο», θα μπορούσε να χάσει την αυθεντικότητά του. Πρέπει να προστατεύσουμε τις βασικές αξίες της γεωργίας και της φύσης.
6. Ο αγροτουρισμός μπορεί να κάνει την περιοχή μας πιο ανταγωνιστική. Προσελκύει επισκέπτες με υψηλότερες δαπάνες που μένουν περισσότερο και ασχολούνται περισσότερο. Βοηθά επίσης στη διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας. Ο κίνδυνος έγκειται στον κακό συντονισμό. Εάν οι φάρμες δεν είναι έτοιμες ή εάν οι εμπειρίες δεν είναι στο επίπεδο που πρέπει, οι επισκέπτες θα απογοητευτούν και αυτό θα μπορούσε να βλάψει την εικόνα της περιοχής.
7. Το όφελος είναι ότι θα μπορούσαμε επιτέλους να συνδέσουμε τους νέους αγρότες με νέες πηγές εισοδήματος και κοινότητες με κάτι ουσιαστικό. Δίνει σκοπό και προσθέτει αξία στο έργο μας. Αλλά ανησυχώ παράλληλα και για τον πιθανό υπερτουρισμό ή τις ψεύτικες εμπειρίες που δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα, με σκοπό την κερδοφορία. Πρέπει να γίνεται με τρόπο που να σέβεται τη γη και τις παραδόσεις μας.
8. Ο αγροτουρισμός θα μπορούσε να αποτελέσει τη γέφυρα μεταξύ γεωργίας και τουρισμού. Βοηθά στην πώληση προϊόντων, στην οικοδόμηση ταυτότητας και στην προσέλκυση νέων ανθρώπων στην περιοχή. Είναι επίσης εκπαιδευτικός. Αλλά αν

δεν υποστηρίζεται από υποδομές - όπως σήμανση, δρόμους πρόσβασης, διαχείριση αποβλήτων - θα μπορούσε να προκαλέσει περισσότερο κακό παρά καλό. Χρειαζόμαστε έξυπνο σχεδιασμό, όχι μόνο ενθουσιασμό.

9. Είναι ένας τρόπος για να επαναφέρουμε τις αγροτικές περιοχές στη ζωή - κοινωνικά και οικονομικά. Βοηθά τους μικρούς παραγωγούς και τους αφηγητές σαν εμένα να δημιουργήσουν εμπειρίες που είναι τόσο εκπαιδευτικές όσο και συναισθηματικές. Αλλά ο κίνδυνος είναι η εμπορευματοποίηση. Αν μετατραπεί σε κάτι τεχνητό, χάνει την αξία του. Πρέπει να βεβαιωθούμε ότι παραμένει ριζωμένο σε πραγματικούς ανθρώπους και πρακτικές.
10. Το πλεονέκτημα είναι σαφές: άμεση επαφή με τον πελάτη. Αυτό είναι ισχυρό για παραγωγούς σαν εμένα. Βοηθά επίσης στην προώθηση της ποιότητας, της τοπικής ταυτότητας και μπορεί να αυξήσει τη ζήτηση για τοπικά τρόφιμα. Αλλά ανησυχώ για το αν όλοι είναι έτοιμοι να φιλοξενήσουν επισκέπτες. Η υγιεινή, η ασφάλεια και η εκπαίδευση είναι απαραίτητες. Εάν αυτά λείπουν, θα μπορούσε να γυρίσει μπούμερανγκ.

Ερώτηση 7. Συνεργάζεστε με άλλες τοπικές επιχειρήσεις, συνεταιρισμούς ή ενώσεις; Αν ναι, πώς συμβάλλουν αυτές οι συνεργασίες στην περιφερειακή ανάπτυξη ή τον τουρισμό;

1. Ναι, συνεργάζομαι με έναν τοπικό μελισσοκόμο, έναν οινοποιό και έναν άλλο ιδιοκτήτη ξενώνα. Προσπαθούμε να δημιουργήσουμε πακέτα μαζί, όπως δείπνα από το αγρόκτημα στο τραπέζι ή περιηγήσεις γευσιγνωσίας. Η συνεργασία είναι απαραίτητη. Ένα αγρόκτημα από μόνο του δεν αποτελεί προορισμό.
2. Είμαι μέλος ενός κτηνοτροφικού συνεταιρισμού, αλλά δεν κάνουμε τίποτα που σχετίζεται με τον τουρισμό. Όλοι επικεντρώνονται στην επιβίωση. Δεν έχουμε χρόνο ή τη νοοτροπία να συνεργαστούμε σε τουριστικά έργα.
3. Ναι, συνεργάζομαι με δασκάλους γιόγκα, αγρότες και έναν τοπικό ξενώνα. Έχουμε δημιουργήσει πακέτα Σαββατοκύριακου που συνδυάζουν φαγητό, φύση και ευεξία. Αυτές οι συνεργασίες είναι το μέλλον.
4. Πάντα πίστευα στη συνεργασία με άλλους. Αγοράζω ελαιόλαδο, τυρί και λαχανικά από κοντινά αγροκτήματα και τα αναφέρω στο μενού. Έχω επίσης προσπαθήσει να οργανώσω μικρές εκδηλώσεις με τοπικούς παραγωγούς — όπως βραδιές

γευσιγνωσίας φαγητού. Αυτού του είδους οι συνεργασίες βοηθούν τους πάντες. Οι τουρίστες το λατρεύουν όταν γνωρίζουν ότι το γεύμα τους στηρίζει την τοπική οικονομία.

5. Ναι, συνεργάζομαι με μερικούς γυναικείους συνεταιρισμούς και τοπικούς παραγωγούς. Βοηθάμε η μία την άλλη κατά τη διάρκεια φεστιβάλ ή αγορών. Συνεργάζομαι επίσης με έναν ξενώνα που στέλνει επισκέπτες στις εκδρομές μου μελισσών. Αυτές οι μικρές συνεργασίες είναι που κάνουν τον αγροτουρισμό να λειτουργεί. Δημιουργούν ένα δίκτυο εμπιστοσύνης και κάνουν την εμπειρία πιο αυθεντική για τους επισκέπτες. Απολύτως. Προσπαθώ να συμπεριλαμβάνω τοπικό κρασί, βότανα και χειροποίητα προϊόντα στα δωμάτια και τα γεύματα που προσφέρουμε. Έχω χτίσει ισχυρούς δεσμούς με μερικούς αγρότες και μάλιστα με έναν αφηγητή που ξεναγεί στις Θερμοπύλες. Θεωρώ τη συνεργασία ως βασικό στοιχείο του βιώσιμου τουρισμού. Χωρίς αυτήν, είμαστε απλώς απομονωμένες επιχειρήσεις.
6. Όχι ακόμα, αλλά θέλω. Ήταν δύσκολο να συνδεθώ με άλλους επειδή είμαι ακόμα νέος στην περιοχή και απασχολημένος προσπαθώντας να διατηρήσω το αγρόκτημά μου σε λειτουργία. Αλλά έχω επικοινωνήσει με μερικούς νέους αγρότες κοντά για να δημιουργήσω έναν κοινόχρηστο χώρο για τους επισκέπτες. Πιστεύω ότι η συνεργασία είναι ο μόνος τρόπος για να αναπτυχθούμε - ειδικά για εμάς τους νεότερους που προσπαθούμε να καινοτομήσουμε.
7. Συνεργάζομαι με μερικούς μικρούς ξενώνες που φέρνουν τους επισκέπτες τους στον αμπελώνα. Έχουμε επίσης οργανώσει μερικές τοπικές βραδιές κρασιού με μια κοντινή ταβέρνα. Αυτές οι συνεργασίες είναι πολύ αποτελεσματικές - βοηθούν στην προώθηση των προϊόντων μου και προσφέρουν κάτι διαφορετικό στους επισκέπτες. Ωστόσο, νομίζω ότι χρειαζόμαστε πιο δομημένη συνεργασία σε περιφερειακό επίπεδο.
8. Ναι, η δουλειά μου εξαρτάται από τη συνεργασία. Συνδέω τοπικές φάρμες, τεχνίτες και ξεναγούς για να δημιουργήσω ολοκληρωμένες εμπειρίες. Για παράδειγμα, ένας επισκέπτης μπορεί να κάνει ένα πρωινό κάντε πεζοπορία, επισκεφθείτε έναν κήπο με βότανα και στη συνέχεια συμμετάσχετε σε μια συνεδρία μαγειρικής. Αυτά τα δίκτυα είναι η ψυχή του αγροτουρισμού. Χρειαζόμαστε περισσότερη επίσημη υποστήριξη για να μας βοηθήσει να τα οργανώσουμε και να τα προωθήσουμε καλύτερα.

9. Οι κύριες συνεργασίες μου είναι με καταστήματα λιανικής πώλησης και εστιατόρια, αλλά έχω αρχίσει να συζητάω με μερικά αγροκτήματα για την οργάνωση γευσιγνωσιών προϊόντων. Πιστεύω ότι ο τουρισμός και το φαγητό πρέπει να συμβαδίζουν. Όλοι ωφελούμαστε όταν οι επισκέπτες μπορούν να δοκιμάσουν, να μάθουν και να πάρουν κάτι σπίτι. Υπάρχουν δυνατότητες, αλλά πρέπει να οικοδομήσουμε περισσότερη εμπιστοσύνη και κοινούς στόχους μεταξύ των επιχειρήσεων.

Ερώτηση 8. Ποιες ενέργειες ή επενδύσεις πιστεύετε ότι είναι απαραίτητες για την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και την προώθηση του αγροτουρισμού στην Ανατολική Φθιώτιδα τα επόμενα χρόνια;

1. Χρειαζόμαστε ένα σαφές περιφερειακό εμπορικό σήμα για τον αγροτουρισμό— κάτι που να συνδέει ολόκληρη την περιοχή. Προγράμματα κατάρτισης για αγρότες και τουριστικούς φορείς θα βοηθούσαν. Και φυσικά, υποστήριξη ψηφιακού μάρκετινγκ—πρέπει να πούμε την ιστορία μας στο διαδίκτυο με έναν συναρπαστικό τρόπο.
2. Χρειαζόμαστε συμβούλους που θα έρχονται στα αγροκτήματα και θα εξηγούν πώς λειτουργεί αυτό—όχι μόνο αρχεία PDF και ιστότοπους. Απλούστερες διαδικασίες, υποστήριξη με το μάρκετινγκ και υποδομές όπως πινακίδες ή στάσεις ανάπαυσης για τους τουρίστες.
3. Χρειαζόμαστε αφήγηση ιστοριών, branding και περιφερειακό συντονισμό. Ας χαρτογραφήσουμε τα δυνατά μας σημεία και ας χτίσουμε μια κοινή ταυτότητα - κάτι σαν «Κοιλάδα Θερμοπυλών: Ευεξία, Ιστορία, Φύση». Έτσι θα ξεχωρίσουμε.
4. Καταρχάς, χρειαζόμαστε καλύτερη προώθηση της περιοχής ως προορισμού — όχι μόνο των Καμένων Βούρλων, αλλά ολόκληρης της περιοχής. Στη συνέχεια, χρειαζόμαστε πρακτική υποστήριξη: πινακίδες, μονοπάτια, χώρους ανάπαυσης και καλύτερη πρόσβαση σε χρηματοδότηση. Οι μικρές επιχειρήσεις δεν μπορούν να το κάνουν αυτό μόνες τους. Επίσης, οι τοπικές αρχές θα πρέπει να οργανώσουν εκπαιδευτικά σεμινάρια, ώστε να γνωρίζουμε πώς να συνδέουμε σωστά τις υπηρεσίες μας με τον αγροτουρισμό.
5. Η εκπαίδευση είναι το κλειδί — ειδικά στο ψηφιακό μάρκετινγκ και τη διαχείριση επισκεπτών. Χρειαζόμαστε επίσης υποδομές μικρής κλίμακας, όπως αγροτικά

καταστήματα, χώρους γευσιγνωσίας και σωστή σήμανση. Και θα ήθελα πολύ να δω ένα τοπικό δίκτυο επιχειρήσεων αγροτουρισμού, ώστε να μπορούμε να προωθηθούμε ως ομάδα. Αυτή τη στιγμή, είμαστε πολύ κατακερματισμένοι.

6. Χρειαζόμαστε μια σαφή στρατηγική branding για την Ανατολική Φθιώτιδα, επικεντρωμένη στο μοναδικό μείγμα ευεξίας, φύσης και ιστορίας. Στη συνέχεια, χρειαζόμαστε επενδύσεις στην ανάπτυξη ικανοτήτων — δεξιότητες φιλοξενίας, βιώσιμη γεωργία, σχεδιασμός εμπειριών. Η κυβέρνηση και η περιφέρεια θα πρέπει επίσης να απλοποιήσουν τις διαδικασίες αδειοδότησης και να προσφέρουν μικροεπιχορηγήσεις για επιχειρήσεις που συνδυάζουν τον τουρισμό και τη γεωργία.
7. Νομίζω ότι το πιο σημαντικό είναι η υποστήριξη των νέων αγροτών — πρόσβαση σε γη, καθοδήγηση και χρηματοδότηση για να δοκιμάσουν καινοτόμες ιδέες. Επίσης, χρειαζόμαστε περισσότερους χώρους όπου οι τουρίστες μπορούν να επισκέπτονται με ασφάλεια αγροκτήματα ή κήπους. Ένα μικρό κέντρο επισκεπτών ή ένα ανοιχτό δίκτυο αγροκτημάτων θα μπορούσε να είναι μια εξαιρετική αρχή. Η προώθηση και η ψηφιακή προβολή θα μας βοηθούσαν να συνδεθούμε με το σωστό είδος τουριστών.
8. Πρέπει να επενδύσουμε στη δημιουργία μιας διαδρομής ή κυκλώματος αγροτουρισμού που να συνδέει αμπελώνες, αγροκτήματα, παραγωγούς τροφίμων και ξενώνες. Αυτό θα δημιουργούσε μια κρίσιμη μάζα και θα μας βοηθούσε να προωθήσουμε την περιοχή από κοινού. Επίσης, η εκπαίδευση για την εξυπηρέτηση πελατών και την ασφάλεια των τροφίμων είναι απαραίτητη. Τέλος, οι υποδομές - δρόμοι, πινακίδες, χώρος στάθμευσης - πρέπει να βελτιωθούν εάν θέλουμε οι επισκέπτες να έχουν μια καλή εμπειρία.
9. Πρέπει να υπάρχει μια συντονισμένη στρατηγική αφήγησης ιστοριών. Χρειαζόμαστε χάρτες, ιστότοπους και εφαρμογές που να δείχνουν την περιοχή ως έναν ζωντανό, αναπνεύοντα προορισμό. Επίσης, η χρηματοδότηση θα πρέπει να διατεθεί για την οικοδόμηση συνεργασιών - συνεταιρισμών, τοπικών ομάδων και διατομεακών έργων. Θα ήθελα πολύ να δω περισσότερα εργαστήρια όπου επαγγελματίες του τουρισμού και της γεωργίας σχεδιάζουν από κοινού.
10. Πρώτον, απλοποίηση του νομικού πλαισίου. Οι μικροί παραγωγοί σαν εμένα θέλουν να φιλοξενούν επισκέπτες, αλλά οι κανόνες είναι περίπλοκοι και ασαφείς. Επίσης, κάποιες επενδύσεις σε υποδομές για τους επισκέπτες —μικρές αίθουσες γευσιγνωσίας, ερμηνευτική σήμανση και επιλογές για τοπικές περιηγήσεις— θα

βοηθούσαν πολύ. Μια περιφερειακή μάρκα τροφίμων που συνδέεται με τον τουρισμό θα αύξανε επίσης την προβολή μας.

6.2. Σχολιασμός ευρημάτων

Σε όλες σχεδόν τις συνεντεύξεις, οι ερωτηθέντες εξέφρασαν μια κοινή αντίληψη για στασιμότητα ή κατακερματισμένη ανάπτυξη στην Ανατολική Φθιώτιδα. Ενώ περιοχές όπως τα Καμένα Βούρλα και οι Θερμοπύλες αναγνωρίστηκαν για τον ιαματικό τουρισμό και τη συμβολική ιστορική τους αξία, υπήρχε συναίνεση ότι η ευρύτερη περιοχή υποφέρει από μετανάστευση νέων, χαμηλές επενδύσεις και ανεπαρκείς υποδομές. Αυτό ευθυγραμμίζεται με τα δημογραφικά δεδομένα και τις τάσεις μείωσης του αγροτικού πληθυσμού σε μεγάλο μέρος της ηπειρωτικής Ελλάδας (Papadopoulos & Roumeliotis, 2017). Η αποσύνδεση μεταξύ της τοπικής ταυτότητας και του θεσμικού σχεδιασμού επισημάνθηκε συχνά, υποδηλώνοντας ένα διαρθρωτικό χάσμα μεταξύ των δυνατοτήτων και της εκτέλεσης πολιτικής.

Οι ερωτηθέντες επεσήμαναν σταθερά τα γραφειοκρατικά εμπόδια, ιδίως στην πρόσβαση σε προγράμματα ανάπτυξης της ΕΕ ή σε εθνικά προγράμματα, ως μία από τις πιο επίμονες προκλήσεις. Αρκετοί ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων τόνισαν την πολυπλοκότητα των διαδικασιών, την ανάγκη για ακριβούς συμβούλους και την έλλειψη επιτόπιας συμβουλευτικής υποστήριξης. Επιπλέον, η εποχικότητα αναδείχθηκε ως βασική οικονομική ευπάθεια, ιδίως μεταξύ των παρόχων φιλοξενίας. Οι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της γεωργίας, της επεξεργασίας τροφίμων ή της ξενάγησης εξέφρασαν επίσης ένα αίσθημα απομόνωσης, τόσο σε πρακτικό επίπεδο όσο και στη σχέση τους με την τοπική αυτοδιοίκηση.

Υπάρχει έντονος ενθουσιασμός για τον αγροτουρισμό τόσο μεταξύ των καθιερωμένων όσο και των αναδυόμενων επιχειρηματιών. Ορίστηκε ομοιόμορφα ως μια μορφή αυθεντικού, βασισμένου στην εμπειρία τουρισμού, που έχει τις ρίζες του στη γεωργία, την παραγωγή τροφίμων και την αγροτική κληρονομιά. Οι ερωτηθέντες βλέπουν τον αγροτουρισμό ως στρατηγική ευκαιρία για διαφοροποίηση του εισοδήματος, ενίσχυση της πολιτιστικής προβολής και σύνδεση των παραγωγών με τους επισκέπτες. Ωστόσο, οι περισσότεροι τόνισαν επίσης ότι οι τρέχουσες

προσπάθειες είναι ιδιαίτερα κατακερματισμένες και άτυπα δομημένες. Υπάρχει ελάχιστος έως καθόλου περιφερειακός συντονισμός, έλλειψη θεσμικής επωνυμίας και λίγα παραδείγματα ολοκληρωμένων πακέτων ή τυποποιημένων υπηρεσιών.

Αρκετοί ερωτηθέντες ανέφεραν τις γεωργικές παραδόσεις της περιοχής, τα φυσικά τοπία και τους ιστορικούς χώρους (ειδικά τις Θερμοπύλες) ως βασικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού. Ο γαστρονομικός τουρισμός θεωρήθηκε ως μια ιδιαίτερα πολλά υποσχόμενη οδός, με εκτεταμένο ενδιαφέρον για την ενσωμάτωση εμπειριών γευσιγνωσίας, επισκέψεων σε αγροκτήματα και αφήγησης ιστοριών προϊόντων. Η συνεργασία —αν και ακόμη περιορισμένη— θεωρήθηκε απαραίτητη για την κλιμάκωση του αγροτουρισμού και υπήρχε έντονη επιθυμία μεταξύ των ερωτηθέντων για τη δημιουργία τοπικών δικτύων ή συνεταιρισμών παραγωγών-τουρισμού για την ενίσχυση της ορατότητας και της ολοκλήρωσης των υπηρεσιών.

Ενώ ήταν αισιόδοξοι, οι ερωτηθέντες εξέφρασαν επιφυλάξεις σχετικά με την υπερεμπορευματοποίηση, φοβούμενοι μια αποδυνάμωση της αυθεντικότητας ή επιφανειακές εμπειρίες «αγροτουρισμού» που δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματική αγροτική ζωή. Αρκετοί ανέφεραν ανησυχίες σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, ειδικά εάν οι ροές επισκεπτών δεν διαχειρίζονται υπεύθυνα. Τα κανονιστικά κενά ήταν επίσης μια σημαντική ανησυχία: οι ασαφείς απαιτήσεις αδειοδότησης, τα ασαφή πρότυπα υγιεινής και η έλλειψη συγκεκριμένης υποστήριξης για υβριδικές αγροτικές τουριστικές επιχειρήσεις θεωρήθηκαν ως σημαντικά εμπόδια για την επέκταση του αγροτουρισμού νόμιμα και με ασφάλεια.

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες εξέφρασαν απογοήτευση με τη δημόσια πολιτική, επικαλούμενοι μια αποσύνδεση μεταξύ των εθνικών/περιφερειακών στρατηγικών και των πραγματικών αναγκών των μικρών αγροτικών επιχειρήσεων. Παρά την παρουσία προγραμμάτων όπως το LEADER ή οι επιχορηγήσεις αγροτικής ανάπτυξης στο πλαίσιο της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής (ΚΓΠ), οι ερωτηθέντες ανέφεραν ότι τα εργαλεία πολιτικής δεν επικοινωνούνται επαρκώς, σχεδιάζονται με άκαμπτο τρόπο και δεν προσαρμόζονται στη μικτή φύση των αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Η έλλειψη πλαισίων ειδικά για τον αγροτουρισμό, μαζί με τις ξεπερασμένες απόψεις για το τι συνιστά τουρισμό ή γεωργία, φαίνεται να περιορίζουν την πρόοδο.

Τέλος, σε ότι αφορά τις προτάσεις, υπήρξε κάποια σύγκλιση σε προτάσεις που αφορούσαν τη δημιουργία ενός περιφερειακού δικτύου ή συνεταιρισμού

αγροτουρισμού, τις επενδύσεις σε υποδομές επισκεπτών (σήμανση, αγροτικά καταστήματα, αίθουσες γευσιγνωσίας, μονοπάτια), την απλούστευση της αδειοδότησης και των κανονισμών για επιχειρήσεις αγροτουρισμού, τα προγράμματα κατάρτισης στο ψηφιακό μάρκετινγκ, τη φιλοξενία και τον βιώσιμο τουρισμό, πρωτοβουλίες branding για τη σύνδεση της γεωργίας, της ιστορίας, της ευεξίας και της οικολογίας κάτω από μία ταυτότητα και τέλος αυξημένη υποστήριξη από ενδιάμεσους, όπως σύμβουλοι αγροτουρισμού ή δημόσιοι-ιδιωτικοί διαμεσολαβητές.

7. Συμπεράσματα και Προτάσεις Πολιτικής

7.1. Βασικά συμπεράσματα

Τα ευρήματα της διπλωματικής απορρέουν από το θεωρητικό της τμήμα αλλά και την εμπειρική έρευνα. Αυτά αναδεικνύουν ένα σύνθετο αλλά πολλά υποσχόμενο τοπίο για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ανατολική Φθιώτιδα. Σε ότι αφορά την έρευνα που διενεργήθηκε, οι τοπικοί επιχειρηματίες που έχουν επιχειρήσεις σε διάφορους τομείς εξέφρασαν έντονο ενθουσιασμό για τον αγροτουρισμό ως μέσο οικονομικής διαφοροποίησης, διατήρησης του πολιτισμού και αναζωογόνησης της περιοχής. Θα λέγαμε ότι αυτοί οι επιχειρηματίες παρουσιάζονται εμφανώς απογοητευμένοι από την ανάπτυξη πιο παραδοσιακών μορφών τουρισμού στον τόπο τους και στρέφονται με ενδιαφέρον στη νέα αυτή μορφή τουρισμού που αναδύεται τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα. Υπάρχει σαφής αναγνώριση ότι ο αγροτουρισμός θα μπορούσε να χρησιμεύσει ως γέφυρα μεταξύ του πρωτογενούς τομέα και του βιώσιμου αγροτικού τουρισμού, προσφέροντας βιωματική αξία στους επισκέπτες, ενώ παράλληλα δημιουργεί συμπληρωματικό εισόδημα για τους τοπικούς παραγωγούς.

Ωστόσο, η έρευνα αποκαλύπτει επίσης ένα σημαντικό χάσμα μεταξύ των δυνατοτήτων και της εφαρμογής πολιτικής, ζήτημα που θα πρέπει να προβληματίσει τους αρμόδιους φορείς που σχεδιάζουν και υλοποιούν πολιτικές τουριστικής ανάπτυξης. Διαρθρωτικές προκλήσεις όπως η γραφειοκρατική πολυπλοκότητα, η περιορισμένη θεσμική υποστήριξη, η έλλειψη συντονισμού και οι ανεπαρκείς υποδομές εμποδίζουν την πλήρη αξιοποίηση των οφελών του αγροτουρισμού. Το δείγμα τόνισε την ανάγκη για στοχευμένους μηχανισμούς υποστήριξης, όπως των απλοποιημένων κανονιστικών πλαισίων, του branding σε επίπεδο περιφέρειας και ισχυρότερων δικτύων συνεργασίας μεταξύ των τοπικών φορέων. Επιπλέον, η διατήρηση της αυθεντικότητας και της περιβαλλοντικής ακεραιότητας αναδείχθηκε ως κρίσιμες προτεραιότητες για κάθε στρατηγική βιώσιμου αγροτουρισμού.

Συνολικά, η μελέτη καταλήγει στο συμπέρασμα ότι ο αγροτουρισμός στην Ανατολική Φθιώτιδα βρίσκεται σε ένα αναπτυξιακό σταυροδρόμι: ενώ το ενδιαφέρον των πολιτών είναι υψηλό και τα περιφερειακά πλεονεκτήματα σημαντικά, η απουσία στρατηγικού σχεδιασμού και συστημάτων υποστήριξης περιορίζει τον ευρύτερο

αντίκτυπο. Η μελλοντική ανάπτυξη πρέπει να βασίζεται σε μια συμμετοχική, πολυεπίπεδη προσέγγιση διακυβέρνησης που ενδυναμώνει τους τοπικούς φορείς, ενσωματώνει τις τομεακές πολιτικές και χτίζει μια συνεκτική εδαφική ταυτότητα.

7.2. Προτεινόμενες στρατηγικές

Με βάση όλα τα παραπάνω, η διπλωματική εργασία επιχειρεί να κάνει προτάσεις. Σε αυτό το κεφάλαιο προτείνουμε ειδικές στρατηγικές που προκύπτουν από τα παραπάνω ευρήματα. Συγκεκριμένα, προτείνουμε πέντε στρατηγικές που παρουσιάζονται σε διαφορετικά υπό-κεφάλαια.

7.2.1. Διασύνδεση τοπικών προϊόντων με τουριστικά πακέτα

Μία από τις πιο αποτελεσματικές στρατηγικές για την ενίσχυση του αγροτουρισμού στην Ανατολική Φθιώτιδα είναι η συστηματική ενσωμάτωση των τοπικών γεωργικών προϊόντων σε δομημένες τουριστικές προσφορές. Αυτή η προσέγγιση όχι μόνο προσθέτει βιωματική και πολιτιστική αξία στον τουρισμό, αλλά ενισχύει επίσης την αγροτική οικονομία δημιουργώντας νέα ζήτηση για τοπικά προϊόντα. Οι ερωτηθέντες από όλο το φάσμα των τουριστικών επιχειρήσεων και ασχολιών (αγρότες, μεταποιητές τροφίμων και τουριστικοί πράκτορες) εξέφρασαν έντονο ενδιαφέρον για αυτή τη μορφή ενσωμάτωσης, σημειώνοντας ότι οι επισκέπτες αναζητούν όλο και περισσότερο την αυθεντικότητα, τη διαφάνεια και τις ουσιαστικές συνδέσεις με τα μέρη που επισκέπτονται.

Η δημιουργία εμπειριών από το αγρόκτημα στο τραπέζι, οι γευσιγνωσίες επί τόπου και τα εργαστήρια με βάση τα προϊόντα (π.χ. παραγωγή ελαιολάδου ή μελιού) μπορούν να αυξήσουν σημαντικά την ικανοποίηση των επισκεπτών και τη διάρκεια της διαμονής, παρέχοντας παράλληλα στους παραγωγούς ευκαιρίες για άμεσες πωλήσεις με υψηλότερα περιθώρια κέρδους (Koutsou, Partalidou, & Ragkos, 2014). Αυτά τα πακέτα μπορούν να σχεδιαστούν ώστε να περιλαμβάνουν διαμονή, γεύματα με τοπικά συστατικά, επισκέψεις σε αγροκτήματα με ξεναγό και πρακτικές γεωργικές ή γαστρονομικές δραστηριότητες. Επιπλέον, η καθιέρωση διαφόρων ετικετών ποιότητας

ή περιφερειακής επωνυμίας που υπάρχουν σε άλλες περιοχές ακόμη και στην Ελλάδα – παράδειγμα "Taste (Eastern) Phthiotida" - μπορεί να δημιουργήσει μια ισχυρότερη ταυτότητα και να τονώσει το συλλογικό μάρκετινγκ.

Ευθυγραμμίζοντας τον τουρισμό με τα τοπικά συστήματα τροφίμων, η στρατηγική αυτή προωθεί την οικονομική διαφοροποίηση, την απασχόληση στην ύπαιθρο και την πολιτιστική βιωσιμότητα, ευθυγραμμιζόμενη με τους ευρύτερους στόχους της ενδογενούς ανάπτυξης και της εδαφικής συνοχής (Bessi et al., 2021). Υποστηρίζει επίσης τη μετάβαση από τον τουρισμό που βασίζεται στον όγκο στον τουρισμό που βασίζεται στην αξία, σύμφωνα με τις προτεραιότητες της Πράσινης Συμφωνίας της ΕΕ και τα βιώσιμα μοντέλα τουρισμού.

7.2.2. Προώθηση θεματικών διαδρομών

Μια δεύτερη στρατηγική σύσταση είναι ο σχεδιασμός και η προώθηση θεματικών τουριστικών διαδρομών, οι οποίες οργανώνουν και συνδέουν γεωγραφικά διασκορπισμένα περιουσιακά στοιχεία, όπως αμπελώνες, παραδοσιακές φάρμες, ιαματικές πηγές, μοναστήρια και παραγωγούς χειροτεχνίας, σε συνεκτικές, εμπορεύσιμες εμπειρίες. Αυτές οι διαδρομές μπορούν να προσφέρουν δομημένες αφηγήσεις γύρω από θέματα όπως η γαστρονομία, ο οινοτουρισμός, ο φυτικός και ευεξιακός τουρισμός ή η αρχαία κληρονομιά, αξιοποιώντας τους πλούσιους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της Ανατολικής Φθιώτιδας.

Οι θεματικές διαδρομές έχουν αποδειχθεί ότι παρατείνουν την τουριστική περίοδο, ενισχύουν την περιφερειακή προβολή και ενθαρρύνουν τις συνέργειες μεταξύ μικρών επιχειρήσεων (Torres-Delgado & Saarinen, 2014). Για παράδειγμα, ένα «Μονοπάτι Κληρονομιάς και Γεύσης Θερμοπυλών» θα μπορούσε να συνδυάσει επισκέψεις σε ιστορικούς χώρους με αγροτουριστικές εμπειρίες και τοπικές γευσιγνωσίες. Ομοίως, ένα «Κύκλωμα Οίνου και Ευεξίας» θα μπορούσε να ενσωματώσει περιηγήσεις σε αμπελώνες, εμπειρίες σπα και εργαστήρια βοτάνων. Αυτά τα δρομολόγια ανταποκρίνονται στην αυξανόμενη ζήτηση για αργό, καθηλωτικό τουρισμό, προωθώντας παράλληλα τη γεωγραφική διασπορά και μειώνοντας την πίεση στα σημεία με τις περισσότερες επισκέψεις.

Για να έχουν σημαντική επιτυχία, τέτοιες διαδρομές απαιτούν συντονισμό πολλών φορέων, με τη συμμετοχή δήμων, περιφερειακών τουριστικών φορέων, ενώσεων παραγωγών και πολιτιστικών ιδρυμάτων. Τα ψηφιακά εργαλεία, όπως οι διαδραστικοί χάρτες, οι πλατφόρμες αφήγησης ιστοριών και τα συστήματα κρατήσεων, μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά την προσβασιμότητα και την προβολή. Είναι σημαντικό ότι αυτές οι διαδρομές δεν πρέπει μόνο να προωθούνται στους τουρίστες του εξωτερικού, αλλά και να καλλιεργούνται τοπικά μέσω της εμπλοκής της κοινότητας και της ανάπτυξης ικανοτήτων. Οι επισκέψεις σχολείων και συλλόγων σε τέτοιες διαδρομές κρίνεται σημαντικός παράγοντας για την γνωστοποίησή τους στην ευρύτερη περιοχή.

7.2.3. Δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων

Η δημιουργία εξειδικευμένων αγροτουριστικών επιχειρήσεων αποτελεί ένα καθοριστικό βήμα προς τη μετατροπή της Ανατολικής Φθιώτιδας σε έναν διαφοροποιημένο αγροτικό προορισμό. Ενώ πολλές υπάρχουσες αγροκτήματα ή τουριστικές επιχειρήσεις εκφράζουν ενδιαφέρον για την ενσωμάτωση στοιχείων αγροτουριστικού χαρακτήρα, υπάρχει αξιοσημείωτη απουσία επιχειρήσεων που είναι επίσημα δομημένες γύρω από το αγροτουριστικό μοντέλο. Η δημιουργία τέτοιων υβριδικών επιχειρήσεων - που προσφέρουν διαμονή, βιωματικές δραστηριότητες, γευσιγνωσίες προϊόντων και πολιτιστική εμβάθυνση - μπορεί να βοηθήσει στην επαγγελματοποίηση του τομέα και να χρησιμεύσει ως περιφερειακές εμβληματικές εταιρείες.

Όπως τόνισε το δείγμα, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικά εμπόδια, ιδίως όσον αφορά την πολυπλοκότητα των κανονισμών, την έλλειψη σαφήνειας στην αδειοδότηση και τη δυσκολία πρόσβασης σε αρχικό κεφάλαιο. Αυτά τα εμπόδια γίνονται ενδεχομένως ανυπέρβλητα για μικρές επιχειρήσεις που δεν έχουν πόρους (κυρίως οικονομικούς και ανθρώπινους) για να ασχοληθούν. Για την αντιμετώπιση αυτού του ζητήματος, οι τοπικές και περιφερειακές αρχές θα πρέπει να σχεδιάσουν στοχευμένα κίνητρα (π.χ., φορολογικές ελαφρύνσεις, απλοποιημένες διαδικασίες αδειοδότησης, εξειδικευμένες ροές μικροχρηματοδότησης) που διευκολύνουν τη μετάβαση ή την ίδρυση επιχειρήσεων με επίκεντρο τον αγροτουρισμό (Pato & Teixeira, 2016). Τα προγράμματα υποστήριξης θα πρέπει να ενθαρρύνουν ιδιαίτερα τους νέους

επιχειρηματίες, τις γυναίκες και τους μικρούς παραγωγούς, οι οποίοι βρίσκονται συχνά στο επίκεντρο των βιώσιμων αγροτικών οικονομιών. Με αυτό τον τρόπο οι αρμόδιες αρχές (π.χ. περιφέρειες) θα προωθήσουν και την ισότητα μεταξύ μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων.

Επιπλέον, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να ενθαρρυνθούν να διαφοροποιήσουν τις υπηρεσίες τους —συνδυάζοντας τη διαμονή με τη γαστρονομία, τα πολιτιστικά εργαστήρια και τις δραστηριότητες που βασίζονται στη φύση— προκειμένου να προσαρμοστούν στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των τουριστών προς αργά, καθηλωτικά και ουσιαστικά ταξίδια (Sidali, Spiller, & Schulze, 2011). Με αυτόν τον τρόπο, η δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων όχι μόνο δημιουργεί εισόδημα, αλλά βοηθά επίσης στη διατήρηση των πολιτιστικών τοπίων, της παραδοσιακής γνώσης και της αγροτικής κληρονομιάς.

7.2.4. Συνεργατικά σχήματα και τοπικά δίκτυα επιχειρήσεων

Ένα επαναλαμβανόμενο θέμα στις συνεντεύξεις ήταν η ανάγκη για συνεργασία - τόσο μεταξύ των παραγωγών αγροδιατροφικών προϊόντων όσο και μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε όλους τους τομείς του τουρισμού, της φιλοξενίας και του πολιτισμού. Η ανάπτυξη συνεργατικών σχημάτων και τοπικών δικτύων είναι απαραίτητη για την υπέρβαση των περιορισμών του κατακερματισμού, της σπανιότητας των πόρων και της έλλειψης διαπραγματευτικής ισχύος που χαρακτηρίζει μεγάλο μέρος της αγροτικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Με τη δημιουργία ομάδων, ενώσεων ή θεματικών συνεταιρισμών, οι τοπικοί ενδιαφερόμενοι μπορούν να αναπτύξουν από κοινού κοινές εμπειρίες, να μοιραστούν το κόστος μάρκετινγκ, να τυποποιήσουν την ποιότητα των υπηρεσιών και να παρουσιάσουν μια ενιαία ταυτότητα στους τουρίστες. Επιτυχημένα παραδείγματα από άλλες περιοχές δείχνουν ότι όταν οι επιχειρήσεις συνεργάζονται γύρω από κοινές αφηγήσεις (όπως για παράδειγμα «από το αγρόκτημα στο τραπέζι», «ευεξία στο βουνό» ή «μύθος και τοπίο») μπορούν να αυξήσουν σημαντικά την προβολή και την αφοσίωση των πελατών (Tregear et al., 2007).

Για να είναι αποτελεσματικά, αυτά τα δίκτυα απαιτούν θεσμική διευκόλυνση, συμπεριλαμβανομένης της εκπαίδευσης στη συνεργασία και τη διακυβέρνηση, των

μηχανισμών επίλυσης συγκρούσεων και της πρόσβασης σε συλλογικά εργαλεία χρηματοδότησης. Τέτοια δίκτυα όχι μόνο βελτιώνουν τη βιωσιμότητα των μεμονωμένων επιχειρήσεων, αλλά συμβάλλουν επίσης στην ανθεκτικότητα και τη συνοχή των αγροτικών κοινοτήτων, ενθαρρύνοντας την ανταλλαγή γνώσεων και την κοινή καινοτομία (Bramwell & Lane, 2011).

7.2.5. Ψηφιακή προβολή και branding περιοχής

Στην ψηφιακή εποχή, η ορατότητα και η προσβασιμότητα είναι κρίσιμες για τους τουριστικούς προορισμούς - ειδικά για τις λιγότερο γνωστές αγροτικές περιοχές όπως η Ανατολική Φθιώτιδα. Παρά την πλούσια κληρονομιά της, τα θερμικά τοπία και την τοπική γαστρονομία, η περιοχή υποφέρει από περιορισμένη διαδικτυακή παρουσία, κατακερματισμένη ταυτότητα και ελάχιστες επενδύσεις σε ψηφιακά εργαλεία. Μία από τις πιο επείγουσες στρατηγικές, επομένως, είναι η ανάπτυξη μιας συνεκτικής ψηφιακής καμπάνιας προώθησης και branding.

Αυτή η καμπάνια θα πρέπει να στοχεύει στη δημιουργία μιας αναγνωρίσιμης περιφερειακής ταυτότητας, ενσωματώνοντας τον αγροτουρισμό με ευρύτερα θέματα όπως η ευεξία, η μυθολογία, η βιοποικιλότητα και η βιωσιμότητα. Το brand πρέπει να έχει συναισθηματική και οπτική απήχηση στο κοινό-στόχο και θα πρέπει να αναπτυχθεί σε πλατφόρμες όπως ιστότοποι, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ταξιδιωτικά ιστολόγια και υπηρεσίες ψηφιακών κρατήσεων. Η αφήγηση ιστοριών, η φωτογραφία υψηλής ποιότητας και το βίντεο μικρής διάρκειας μπορούν να αποτελέσουν ισχυρά εργαλεία για την προσέλκυση ταξιδιωτών που αναζητούν εμπειρίες (Franch, Martini, & Buffa, 2010).

Επιπλέον, η ανάπτυξη μιας περιφερειακής πύλης αγροτουρισμού, με διαδραστικούς χάρτες, επιμελημένα δρομολόγια, προφίλ παραγωγών και επιλογές κράτησης, θα διευκόλυνε τον προγραμματισμό τόσο ατομικών όσο και ομαδικών ταξιδιών. Οι επενδύσεις στην ψηφιακή παιδεία και την εκπαίδευση των τοπικών ενδιαφερόμενων μερών είναι επίσης κρίσιμες, διασφαλίζοντας ότι οι παραγωγοί και οι οικοδεσπότες μπορούν να διατηρήσουν την διαδικτυακή τους παρουσία και να

αλληλεπιδράσουν αποτελεσματικά με τους ψηφιακούς καταναλωτές (Navío-Marco, Ruiz-Gómez, & Sevilla-Sevilla, 2018).

Αξιοποιώντας την ψηφιακή επωνυμία και τα διαδικτυακά κανάλια επικοινωνίας, η Ανατολική Φθιώτιδα μπορεί να επανατοποθετηθεί ως ένας αυθεντικός, προσβάσιμος και βιώσιμος αγροτουριστικός προορισμός, προσελκύοντας τόσο εγχώριους όσο και διεθνείς επισκέπτες που αναζητούν εναλλακτικά μοντέλα τουρισμού.

7.3. Δυνατότητες περαιτέρω έρευνας

Τα ευρήματα αυτής της μελέτης προσφέρουν πολύτιμες γνώσεις σχετικά με την τρέχουσα κατάσταση και τις μελλοντικές δυνατότητες του αγροτουρισμού ως μηχανισμού βιώσιμης αγροτικής ανάπτυξης στην Ανατολική Φθιώτιδα. Ωστόσο, ο διερευνητικός και τοπικός χαρακτήρας της έρευνας ανοίγει επίσης αρκετούς δρόμους για μελλοντική ακαδημαϊκή έρευνα. Καθώς ο αγροτικός τουρισμός και τα αγροτικά επιχειρηματικά οικοσυστήματα συνεχίζουν να εξελίσσονται ως απάντηση στις κοινωνικοοικονομικές, τεχνολογικές και περιβαλλοντικές πιέσεις, απαιτείται περαιτέρω έρευνα για την εμβάθυνση και διεύρυνση της κατανόησής μας σε αυτόν τον πολύπλοκο, πολυδιάστατο τομέα.

Αυτή η έρευνα έχει επικεντρωθεί αποκλειστικά στην Ανατολική Φθιώτιδα, μια περιοχή με συγκεκριμένα δημογραφικά, οικονομικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά. Ενώ αυτό το τοπικό πρίσμα ήταν πολύτιμο για την αποτύπωση βασισμένων σε τόπους γνώσεων, μελλοντικές μελέτες θα μπορούσαν να επωφεληθούν από μια συγκριτική περιφερειακή προσέγγιση. Η διερεύνηση της δυναμικής του αγροτουρισμού σε άλλα μέρη της Ελλάδας - όπως η Ήπειρος, η Πελοπόννησος ή η Κρήτη - ή σε παρόμοιες μεσογειακές αγροτικές περιοχές (π.χ., νότια Ιταλία ή κεντρική Ισπανία) θα μπορούσε να προσφέρει μια πιο λεπτομερή κατανόηση του πώς οι τοπικές μεταβλητές μεσολαβούν στην αποτελεσματικότητα της πολιτικής, στη συμμετοχή της κοινότητας και στις αντιδράσεις της αγοράς (Bramwell & Lane, 2011). Μια τέτοια συγκριτική ανάλυση θα μπορούσε επίσης να βοηθήσει στον εντοπισμό βέλτιστων πρακτικών και μοντέλων διακυβέρνησης που μπορούν να μεταφερθούν σε όλες τις αγροτικές περιοχές.

Δεδομένης της δυναμικής φύσης του τουρισμού και της γεωργίας, συνιστώνται διαχρονικά ερευνητικά σχέδια για την καταγραφή των αλλαγών στις στάσεις, τις συμπεριφορές και τους οικονομικούς δείκτες με την πάροδο του χρόνου. Οι περισσότερες υπάρχουσες μελέτες αγροτουρισμού, συμπεριλαμβανομένης αυτής, βασίζονται σε διατομεακά στιγμιότυπα που μπορεί να παραβλέπουν τις χρονικές μεταβολές στις στρατηγικές των ενδιαφερόμενων μερών, τις προτιμήσεις των καταναλωτών ή τα κανονιστικά πλαίσια (Carneiro et al., 2021). Μελλοντικές μελέτες θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν δεδομένα πάνελ ή προσεγγίσεις μικτών μεθόδων για να εξετάσουν τις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις του αγροτουρισμού στα τοπικά μέσα διαβίωσης, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την δημογραφική ανθεκτικότητα, ειδικά σε περιοχές που αντιμετωπίζουν χρόνια μείωση του αγροτικού πληθυσμού.

Η παρούσα μελέτη είναι ποιοτικής φύσης, βασιζόμενη σε ημιδομημένες συνεντεύξεις για την διερεύνηση αντιλήψεων και πρακτικών. Μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να συμπληρώσει αυτήν την προσέγγιση με ποσοτικές αναλύσεις, συμπεριλαμβανομένης της Μοντελοποίησης Δομικών Εξισώσεων ή πολυμεταβλητών μοντέλων παλινδρόμησης, για την στατιστική αξιολόγηση των σχέσεων μεταξύ μεταβλητών όπως η ικανοποίηση των επισκεπτών, η επιχειρηματική απόδοση, η υιοθέτηση καινοτομίας και ο αντίκτυπος πολιτικής (Kastenholz et al., 2012). Έρευνες μεγάλης κλίμακας που θα περιλαμβάνουν τουρίστες, παραγωγούς και κατοίκους θα μπορούσαν να παρέχουν αξιόπιστα δεδομένα για την επικύρωση θεωρητικών κατασκευών όπως η ελκυστικότητα των αγροτικών περιοχών, η φέρουσα ικανότητα του τουρισμού ή η ανθεκτικότητα της κοινότητας.

Ενώ αυτή η μελέτη έχει επικεντρωθεί κυρίως σε ενδιαφερόμενους φορείς από την πλευρά της προσφοράς, ένας πλούσιος τομέας για μελλοντική έρευνα έγκειται στην εξερεύνηση της δυναμικής από την πλευρά της ζήτησης. Η διερεύνηση των κινήτρων, των προσδοκιών και των επιπέδων ικανοποίησης των τουριστών που συμμετέχουν σε εμπειρίες αγροτουρισμού στην Ανατολική Φθιώτιδα (ή αλλού) θα προσέφερε κρίσιμες πληροφορίες για τον σχεδιασμό προορισμών και τον σχεδιασμό υπηρεσιών. Επιπλέον, η τμηματοποίηση των επισκεπτών με βάση τα δημογραφικά στοιχεία, τις αξίες και τη συμπεριφορά ταξιδιού θα μπορούσε να βοηθήσει στην πιο αποτελεσματική στόχευση των προσφορών αγροτουρισμού, ιδίως υπό το πρίσμα των μεταβαλλόμενων προτιμήσεων ταξιδιού μετά την πανδημία που ευνοούν τη φύση, την αυθεντικότητα και τη βιωσιμότητα.

Η μελλοντική έρευνα θα πρέπει επίσης να εξετάσει τον ρόλο των δομών διακυβέρνησης, των συμπράξεων δημόσιου-ιδιωτικού τομέα και των πολυεπίπεδων θεσμών στη διαμόρφωση των οικοσυστημάτων αγροτουρισμού. Συγκεκριμένα, οι μελέτες αξιολόγησης πολιτικής θα μπορούσαν να αξιολογήσουν την πραγματική αποτελεσματικότητα προγραμμάτων όπως το LEADER, ο Πυλώνας II της ΚΓΠ ή τα εθνικά σχέδια αγροτικής ανάπτυξης στην υποστήριξη της επιχειρηματικότητας στον αγροτουρισμό (Pato & Teixeira, 2016). Επιπλέον, οι μελέτες θα μπορούσαν να διερευνήσουν την ικανότητα των τοπικών αρχών να διευκολύνουν την καινοτομία από τη βάση προς την κορυφή, να διαχειρίζονται δίκτυα ενδιαφερομένων και να συντονίζουν στρατηγικές branding που αντικατοπτρίζουν την ταυτότητα και τις φιλοδοξίες των αγροτικών κοινοτήτων.

Καθώς οι ψηφιακές τεχνολογίες καθίστανται ολοένα και πιο σημαντικές για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού, η μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να διερευνήσει την υιοθέτηση ψηφιακών εργαλείων από αγροτικούς επιχειρηματίες - συμπεριλαμβανομένου του μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων, του ηλεκτρονικού εμπορίου, των διαδικτυακών πλατφορμών κρατήσεων και της εικονικής αφήγησης. Η κατανόηση των εμποδίων και των παραγόντων που επιτρέπουν την ψηφιακή καινοτομία μεταξύ των μικρών παραγωγών και των φορέων εκμετάλλευσης αγροτουρισμού θα μπορούσε να υποστηρίξει τον σχεδιασμό πιο αποτελεσματικών προγραμμάτων κατάρτισης και υποστήριξης. Επιπλέον, πειραματικές μελέτες θα μπορούσαν να αξιολογήσουν την αποτελεσματικότητα των καμπανιών ψηφιακής επωνυμίας ή των θεματικών εφαρμογών στην αύξηση της τουριστικής εμπλοκής και της περιφερειακής προβολής (Navío-Marco et al., 2018).

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Αθητάκη, Ζ. (2023) Η ανάπτυξη και οι προοπτικές του αγροτουρισμού στην περιφέρεια της Κρήτης. Διπλωματική Εργασία. Metropolitan College. International Hospitality and Tourism Management.

Δεδούσης, Ν. (2019) Μάρκετινγκ αγροτουριστικών επιχειρήσεων: διερεύνηση προοπτικών ανάπτυξης του αγροτουρισμού στην περιφέρεια Θεσσαλίας. Διπλωματική Εργασία. ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ. ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Ελληνική Δημοκρατία – Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. (2022). Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2023–2027 (Ελλάδα). Ανακτήθηκε από <https://agrotikianaptixi.gr>

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ). (2023). Εναλλακτικός Τουρισμός και Αγροτουρισμός στην Ελλάδα. Ανακτήθηκε από <https://www.visitgreece.gr>

Καζαντζίδου, Σ. (2014) Ο αγροτουρισμός και η ανάπτυξη του σε ευρωπαϊκό, διεθνές και ελλαδικό επίπεδο. Μελέτη περίπτωσης : η περιοχή των Ζαγοροχωριών του νομού Ιωάννινων. Διπλωματική Εργασία. ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Καραγεωργίου, Κ. (2024) Αγροτουρισμός στο Νομό Μεσσηνίας και Προοπτικές Ανάπτυξης. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία. ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ.

Νόμος 4582/2018. (ΦΕΚ 208/Α/11.12.2018). Αναδιοργάνωση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και άλλες διατάξεις που σχετίζονται με την τουριστική πολιτική. Ανακτήθηκε από <https://www.et.gr>

Διεθνής Βιβλιογραφία

- Baby, J., & Kim, D.-Y. (2024). *Sustainable agritourism for farm profitability: Comprehensive evaluation of visitors' intrinsic motivation, environmental behavior, and satisfaction*. *Land*, 13(9), 1466. <https://doi.org/10.3390/land13091466>
- Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008). The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia ruralis*, 48(2), 166-183.
- Bessi, A., Rovai, M., & Menghini, S. (2021). Short food supply chains and experiential tourism: Local food networks in rural development. *Sustainability*, 13(2), 705. <https://doi.org/10.3390/su13020705>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Carneiro, M. J., Kastenholz, E., & Marques, C. P. (2021). The role of lifestyle entrepreneurship in rural tourism development: A case study in Portugal. *Journal of Rural Studies*, 82, 317-327. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.014>
- Carpio, C. E., Yeh, C. H., & Dukes, A. (2021). Agritourism and small farm profitability: An exploratory analysis. *Agricultural Economics*, 52(2), 305-315. <https://doi.org/10.1111/agec.12623>
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). Sage.
- European Commission. (2021). *Rural development 2014-2020: Country files and financial allocations*. Retrieved from https://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files_en
- European Commission. (2022a). *Common Agricultural Policy 2023-2027: Key features*. Retrieved from https://agriculture.ec.europa.eu/cap-overview/cap-2023-2027_en
- European Commission. (2022b). *Transition Pathway for Tourism*. Retrieved from https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/transition-pathway_en

European Commission. (2023). *Digital Europe Programme – Rural Digitalization*. Retrieved from <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-europe-programme>

European Network for Rural Development (ENRD). (2020). *Rural tourism: Opportunities and challenges for rural development*. Retrieved from <https://enrd.ec.europa.eu>

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2018). *Sustainable tourism for development guidebook*. Retrieved from <https://www.fao.org>

Franch, M., Martini, U., & Buffa, F. (2010). Roles and tools of digital storytelling in sustainable tourism development. *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, 2(1), 25–41. <https://doi.org/10.1504/IJDCET.2010.034748>

Jennings, G. (2010). *Tourism Research*. Milton, QLD: John Wiley & Sons Australia.

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience—The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207–214. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.009>

Kizos, T., & Iosifides, T. (2021). Local development on the EU's geographical periphery: Resilience, social economy and community-based initiatives in rural Greece. *European Urban and Regional Studies*, 28(3), 276–292.

Kneafsey, M., Cox, R., Holloway, L., Dowler, E., & Venn, L. (2021). *Reconnecting consumers, producers and food: Exploring alternatives*. Routledge.

Koutsou, S., Partalidou, M., & Ragkos, A. (2014). Young farmers' social capital in Greece: Trust levels and collective actions. *Journal of Rural Studies*, 34, 204–211. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2014.01.002>

López-i-Gelats, F., Milán, M. J., & Bartolomé, J. (2016). Is multifunctionality the future of mountain pastoralism? *Mountain Research and Development*, 36(4), 452–465. <https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-16-00020.1>

Lupi, C., Giaccio, V., Mastronardi, L., Giannelli, A., & Scardera, A. (2017). Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy. *Land Use Policy*, 64, 383–390. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.03.002>

National Strategic Reference Framework (2011) Annual Tourism Report 2011
https://aei.pitt.edu/53085/1/final_annual_2011_greece.pdf

Navío-Marco, J., Ruiz-Gómez, L. M., & Sevilla-Sevilla, C. (2018). Progress in information technology and tourism management: 30 years on and 20 years after the Internet—Revisiting Buhalis & Law's landmark study about eTourism. *Tourism Management*, 69, 460–470. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.002>

Papadopoulos, A. G., & Roumeliotis, S. (2017). *Rural Depopulation in Greece: Socio-Spatial Dynamics and Policy Responses*. *Sociologia Ruralis*, 57(3), 297–321. <https://doi.org/10.1111/soru.12127>

Pato, M. L., & Teixeira, A. A. C. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3–28. <https://doi.org/10.1111/soru.12058>

PSTE (2012) Fthiotida Regional Unit <https://pste.gov.gr/en/perifereiaki-enotita-fthiotidas/>

Romão, J., Neuts, B., & Nijkamp, P. (2022). Rural tourism and sustainability: A review of key drivers, challenges, and opportunities. *Journal of Rural Studies*, 95, 15–27. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.07.006>

Santeramo, F. G., & Barbieri, C. (2021). The resilience of agritourism during the COVID-19 pandemic in Italy. *Current Issues in Tourism*, 24(23), 3299–3314. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1922627>

Scherer, M., Lehnert, M., & Schreurs, L. (2023). Agritourism as a lever for sustainable tourism development in Europe: Evidence from a multi-case study approach. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101087.

Sidali, K. L., Spiller, A., & Schulze, B. (2011). Food, agriculture and tourism: Linking local gastronomy and rural tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 6(3), 205–208. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2011.617823>

Silverman, D. (2020). *Interpreting qualitative data* (6th ed.). Sage.

Tew, C., & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*, 33(1), 215–224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.005>

Torres-Delgado, A., & Saarinen, J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development: A review. *Tourism Geographies*, 16(1), 31–47.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2013.867530>

Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G., & Marescotti, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural Studies*, 23(1), 12–22.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.09.010>

UNWTO. (2020). *Tourism and Rural Development: A Policy Perspective*. Madrid: World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/tourism-and-rural-development>