

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ: ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑ & ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ Ή ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ



ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΓΚΑΓΚΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ-ΘΕΟΔΩΡΟΣ

ΕΠΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΟΛΥΖΟΣ ΣΕΡΑΦΕΙΜ

Βόλος, Ιανουάριος 2010

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο παρόν κείμενο γίνεται μια θεωρητική καθώς και πρακτική προσέγγιση του ζητήματος, του είδους της συσχέτισης που υπάρχει ανάμεσα στον τουρισμό και τη γεωργία, εστιάζοντας στην περίπτωση της Ελλάδας. Εξετάζεται αν οι δύο κλάδοι δρουν ανταγωνιστικά ή συμπληρωματικά μεταξύ τους, σε κάθε νομό της χώρας και για τη χρονική περίοδο 1990-2005. Συγκεκριμένα, εξετάζεται αν υπάρχει μια γραμμική σχέση που να συνδέει τον αριθμό των διανυκτερεύσεων των τουριστών ανά κάτοικο για κάθε νομό της χώρας, με την ποσοστιαία συμμετοχή της γεωργίας στο ΑΕΠ της χώρας, καθώς και ο βαθμός σημαντικότητας της σχέσης αυτής μέσω του συντελεστή γραμμικής συσχέτισης του Pearson. Γίνεται μια συνοπτική αναφορά στη διαχρονική εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα, καθώς και παρουσίαση της έννοιας, της σημασίας και του ρόλου του αγροτικού τουρισμού, ως μοχλού ανάπτυξης.

SUMMARY

On the present text a theoretical as well as a practical approach is held, regarding the nature of correlation that exists between tourism and agriculture, emphasizing on the case of Greece. It is examined, on prefecture level and for a fifteen years period (1990-2005), if there is competitiveness or complementarity between the two sectors. In particular, for tourism the examined factor is the number of overnight stays of tourists, while for agriculture its participation percentage on prefecture's GDP. It is examined if a linear correlation can be defined between the two factors, as well as the gravity of this relation by means of Pearson index. Moreover, the development of tourism in Greece is briefly reported through the years. In addition, the concept of agro-tourism is described and its importance as a development tool.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: ανταγωνιστικότητα, συμπληρωματικότητα, γεωργία, τουρισμός

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	1
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	2
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	4
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	5
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ.....	6
ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ.....	7
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	9
1.1 <u>ΓΕΝΙΚΑ</u>	9
1.2 <u>ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</u>	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	11
2.1 <u>Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</u>	11
2.2 <u>Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</u>	14
2.3 <u>Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ</u>	16
2.3.1 <i>ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i>	17
2.3.2 <i>ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i>	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ–ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ: Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	21
3.1 <u>Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</u>	21
3.2 <u>ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΟΡΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</u>	25
3.3 <u>Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</u>	31
3.3.1 <i>ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</i>	31
3.3.2 <i>Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</i>	34
3.3.3 <i>Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</i>	38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΔΕΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ- ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	42
--	-----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	81
--------------------------------------	-----------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	84
--------------------------	-----------

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 4.1: Βαθμός συσχέτισης Διανοκτερεύσεων και ΑΕΠ αγροτικού τομέα 1990-2005

Πίνακας 4.2: Σχέση τουρισμού και αγροτικού τομέα ανά νομό της Ελλάδας

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 2.1: Ποσοστό του ΑΕΠ που καταλαμβάνει ο Τουριστικός και Ταξιδιωτικός Τομέας (2008, 2018)

Διάγραμμα 4.1: Αποτελέσματα νομού Βοιωτίας

Διάγραμμα 4.2: Αποτελέσματα νομού Φθιώτιδας

Διάγραμμα 4.3: Αποτελέσματα νομού Αργολίδας

Διάγραμμα 4.4: Αποτελέσματα νομού Κοζάνης

Διάγραμμα 4.5: Αποτελέσματα νομού Χίου

Διάγραμμα 4.6: Αποτελέσματα νομού Αιτωλοακαρνανίας

Διάγραμμα 4.7: Αποτελέσματα νομού Κορινθίας

Διάγραμμα 4.8: Αποτελέσματα νομού Λακωνίας

Διάγραμμα 4.9: Αποτελέσματα νομού Μεσσηνίας

Διάγραμμα 4.10: Αποτελέσματα νομού Ζακύνθου

Διάγραμμα 4.11: Αποτελέσματα νομού Κεφαλληνίας

Διάγραμμα 4.12: Αποτελέσματα νομού Άρτας

Διάγραμμα 4.13: Αποτελέσματα νομού Καρδίτσας

Διάγραμμα 4.14: Αποτελέσματα νομού Γρεβενών

Διάγραμμα 4.15: Αποτελέσματα νομού Καβάλας

Διάγραμμα 4.16: Αποτελέσματα νομού Κιλκίς

Διάγραμμα 4.17: Αποτελέσματα νομού Πιερίας

Διάγραμμα 4.18: Αποτελέσματα νομού Ξάνθης

Διάγραμμα 4.19: Αποτελέσματα νομού Ηρακλείου

Διάγραμμα 4.20: Αποτελέσματα νομού Χανίων

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ

Χάρτης 4.1: Συμμετοχή (%) της γεωργίας στο ΑΕΠ (1990)

Χάρτης 4.2: Συμμετοχή (%) της γεωργίας στο ΑΕΠ (1995)

Χάρτης 4.3: Συμμετοχή (%) της γεωργίας στο ΑΕΠ (2000)

Χάρτης 4.4: Συμμετοχή (%) της γεωργίας στο ΑΕΠ (2005)

Χάρτης 4.5: Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο (1990)

Χάρτης 4.6: Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο (1995)

Χάρτης 4.7: Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο (2000)

Χάρτης 4.8: Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο (2005)

Χάρτης 4.9: Σύνολο διανυκτερεύσεων (1990)

Χάρτης 4.10: Σύνολο διανυκτερεύσεων (1995)

Χάρτης 4.11: Σύνολο διανυκτερεύσεων (2000)

Χάρτης 4.12: Σύνολο διανυκτερεύσεων (2005)

Χάρτης 4.13: Σχέση πρωτογενή τομέα - τουρισμού

ΑΡΧΤΙΚΟΛΕΞΑ

ΕΣΥΕ: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας

ΗΑΤΤΑ: Hellenic Assosiation of Travel & Tourist Agencies

WTO: World Tourism Organisation

ΠΟΤ: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

WTTC: World Travel and Tourism Council

ΙΤΕ: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών

ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

ΚΑΠ: Κοινή Αγροτική Πολιτική

ΠΕΠ: Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα

ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Σεραφείμ Πολύζο, ο οποίος με την επιμονή και τη στήριξή του, με βοήθησε να φέρω εις πέρας την παρούσα διπλωματική εργασία.

Ευχαριστώ θερμά την καθηγήτριά μου, κυρία Μαρί Νοέλ Ντύκεν, για την πολύτιμη βοήθεια που μου προσέφερε στο πρακτικό σκέλος της διπλωματικής εργασίας.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους φίλους και συμφοιτητές μου, που με βοήθησαν με κάθε τρόπο στην ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής.

Τέλος ευχαριστώ την οικογένειά μου, που μου συμπαραστέκεται με κάθε τρόπο, ηθικά και υλικά σε κάθε μου προσπάθεια και με βοηθά να κάνω ένα βήμα μπροστά στη ζωή μου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Ο τουρισμός αποτελεί, χωρίς άλλο, μια οικονομική δραστηριότητα, η οποία όταν αναπτύσσεται σωστά μπορεί να αποφέρει σημαντικά οφέλη στις οικονομίες, τόσο των ανεπτυγμένων, όσο και των αναπτυσσόμενων χωρών. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις αναπτυσσόμενες χώρες και συγκεκριμένα γι' αυτές που πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού τους. Έτσι, λοιπόν, επιδιώκουν αυτές με κάθε τρόπο να επιταχύνουν την τουριστική τους ανάπτυξη, επειδή πιστεύουν ότι αυτή θα συμβάλει αποφασιστικά στην οικονομική και κατ' επέκταση στην κοινωνική τους ανάπτυξη. Με άλλα λόγια πιστεύουν ότι αναπτύσσοντας τον τουρισμό τους, θα μπορέσουν να διακόψουν μια ώρα αρχύτερα το φαύλο κύκλο της φτώχειας που τις μαστίζει. Στην προσπάθεια τους αυτή, λόγω απειρίας διαπράττουν άθελα τους πολλά σφάλματα μεταξύ των οποίων και το εξής: παραμελούν την ανάπτυξη άλλων κλάδων της οικονομικής τους δραστηριότητας και κυρίως των βασικών, δηλαδή τη γεωργία, με την ευρύτερη έννοια του όρου, και τη βιομηχανία.

Το γεγονός αυτό έχει αναπόφευκτα σαν αποτέλεσμα την άσκηση αρνητικών επιδράσεων τόσο στην οικονομία τους όσο και στην προσπάθεια τους να σπάσουν το φράγμα της υπανάπτυξης.

Η συμβολή του τουρισμού και ειδικότερα του διεθνούς τουρισμού στην ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να είναι πραγματικά σημαντική, αφού εξασφαλίζει σε αυτή συναλλαγματικούς πόρους, δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης, αυξάνει ή συμπληρώνει τα εισοδήματα του πληθυσμού των αστικών κέντρων και της περιφέρειας, προκαλεί αξιόλογες οικονομικές εισροές στους τόπους της τουριστικής ανάπτυξης κλπ. Για να είναι, όμως, θετική η συμβολή του διεθνούς τουρισμού στην ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, θα πρέπει απαραίτητα η όλη προσπάθεια να είναι ορθολογιστικά προγραμματισμένη και να

επιχειρείται αρμονικά με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως τους βασικούς. Πάνω απ' όλα, όμως, δεν θα πρέπει να λησμονείται ότι ο διεθνής τουρισμός μπορεί, κάτω από προϋποθέσεις, να συμβάλει αποφασιστικά στην αναπτυξιακή προσπάθεια μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, αλλά σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για την πλήρη ή μερική αντιμετώπιση των οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων της (Ηγουμενάκης Ν., 2000).

1.2 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να εξετάσει τις διασυνδέσεις που μπορεί να υπάρχουν ανάμεσα στον τουρισμό και τον αγροτικό τομέα στην Ελλάδα κατά τη χρονική περίοδο 1990-2005. Αν δηλαδή η ανάπτυξη του ενός κλάδου μπορεί να επηρεάσει τον άλλο, και αν ναι με ποιο τρόπο.

Αρχικά γίνεται μια παρουσίαση γενικών στοιχείων σχετικά με τον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα κατά τις 2 τελευταίες δεκαετίες. Γίνεται αναφορά στην έννοια και στα είδη του τουρισμού και αναλύονται ζητήματα σχετικά με την προσφορά και τη ζήτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται στοιχεία από τη διεθνή κυρίως βιβλιογραφία σχετικά με τις συνδέσεις που μπορούν να αναπτυχθούν μεταξύ τουρισμού και γεωργίας. Γίνεται εκτενής αναφορά στον αγροτικό τουρισμό, στην έννοιά του, στη σημασία και το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών, στις σύγχρονες τάσεις αγροτικής ανάπτυξης που επικρατούν, καθώς και η χρήση του στην Ελλάδα ως μοχλού ανάπτυξης, κυρίως των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών.

Στο τελευταίο κεφάλαιο εξετάζεται η συσχέτιση του τουρισμού με τη γεωργία κατά τη χρονική περίοδο 1990-2005 στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα εξετάζεται για κάθε νομό της χώρας αν υπάρχει μια γραμμική σχέση που να συνδέει τους δύο κλάδους και να μας δείχνει αν αυτοί οι δύο στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο δρουν ανταγωνιστικά ή συμπληρωματικά ο ένας απέναντι στον άλλο.

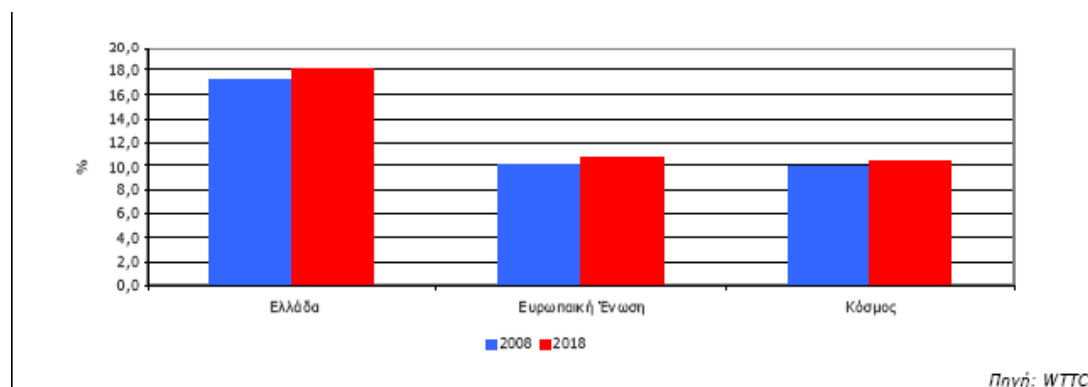
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με τις νεότερες αναλύσεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC) για το έτος 2008 και βάσει της μεθοδολογίας των Δορυφορικών Λογαριασμών του τουρισμού (Travel & Tourism Satellite Accounts), ο τουριστικός και ταξιδιωτικός τομέας προβλέπεται ότι θα καλύψει το 17,2% (€37,3 δισ.) του συνολικού ΑΕΠ της Ελλάδας το 2008, ενώ υπολογίζεται ότι το εν λόγω ποσοστό θα αυξηθεί σε 18,0% (€69,6 δισ.) μέχρι το 2018. Σύμφωνα με τον ίδιο φορέα, το 2008 η απασχόληση από το τουριστικό τομέα προβλέπεται να ανέλθει στο ύψος των 963 χιλ. θέσεων εργασίας (20,9% της συνολικής απασχόλησης), ενώ αναμένεται να φτάσει τις 1.349.000 θέσεις εργασίας το 2018 (21,9% της συνολικής απασχόλησης). Στο Διάγραμμα 2.1 παρουσιάζεται το ποσοστό του ΑΕΠ που καταλαμβάνει ο τουριστικός και ταξιδιωτικός τομέας στην Ελλάδα (2008, πρόβλεψη 2018), σε σχέση με την Ευρωπαϊκή Ένωση και τον υπόλοιπο κόσμο όπως προκύπτει από το WTTC.

Διάγραμμα 2.1: Ποσοστό του ΑΕΠ που καταλαμβάνει ο Τουριστικός και Ταξιδιωτικός Τομέας (2008, 2018)



Αν και ο τουρισμός δεν αποτελεί φαινόμενο των τελευταίων μόνο δεκαετιών, αυτό που εξακολουθεί να εξελίσσεται είναι το μέγεθος του σύγχρονου μαζικού τουρισμού, η φύση και το είδος των τουριστικών υπηρεσιών, η οργάνωση και

λειτουργία των επιχειρήσεων που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες και η έμφαση που έχει δοθεί στην τουριστική βιομηχανία, τόσο από κρατικής πλευράς όσο και από πλευράς ιδιωτών επιχειρηματιών.

Ο τουρισμός είναι ένα πολυδιάστατο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, που συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχοσωματικών και πνευματικών τους αναγκών. Με τον όρο «Τουρισμός» σήμερα νοείται η πολυσύνθετη εκείνη επιχειρηματική δραστηριότητα της μεταφοράς, διαμονής, εξυπηρέτησης και διασκέδασης των τουριστών.

Είναι μια τεράστια βιομηχανία, συνισταμένες της οποίας είναι:

- Οι **καταλυματικές μονάδες** π.χ. ξενοδοχεία, μοτέλ, ενοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα, ξενώνες κλπ.
- Οι **επισιτιστικές μονάδες**, οι οποίες καλύπτουν τις ανάγκες διατροφής των ταξιδιωτών, όπως είναι τα εστιατόρια, οι ταβέρνες, τα μπαρ, τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης (fast food) κλπ.
- Οι **επιχειρήσεις μεταφοράς**, οι οποίες καλύπτουν τις ανάγκες μετακίνησης των ταξιδιωτών, όπως είναι οι αεροπορικές και οι ναυτιλιακές εταιρείες, οι εταιρείες μεταφοράς επί χερσαίου εδάφους (τρένα, λεωφορεία).
- Τα **τουριστικά / ταξιδιωτικά γραφεία**. Οι οικονομικές μονάδες που περιλαμβάνονται στο τμήμα αυτό είναι εγκατεστημένες στο σημείο που ξεκινά ο ταξιδιώτης (τόπος προέλευσης) και στον τόπο του προορισμού του. Ο ταξιδιωτικός πράκτορας δίνει απαντήσεις στις ερωτήσεις που ενδεχομένως να έχει ο ταξιδιώτης και ενεργεί για λογαριασμό του όσον αφορά στο σχεδιασμό του ταξιδιού και στις απαραίτητες εκ των προτέρων ενέργειες που πρέπει να γίνουν (π.χ. κράτηση εισιτηρίου και καταλύματος, έκδοση εισιτηρίων και διαβατηρίων, άδειες παραμονής, εξασφάλιση ενοικιαζόμενου αυτοκινήτου, λοιπές μετακινήσεις κλπ.).
- Οι **μονάδες - εγκαταστάσεις αναψυχής**. Ο συγκεκριμένος τομέας αποτελείται από ένα συνδυασμό επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων, π.χ. πάρκα και ειδικά διαμορφωμένοι φυσικοί χώροι για αναψυχή (θεματικά πάρκα, υδροπάρκα, γήπεδα γκολφ), χιονοδρομικά κέντρα, εκδρομές, πολιτιστικές εκδηλώσεις κλπ.
- **Διάφορες άλλες επιχειρήσεις**, οι οποίες ικανοποιούν δευτερεύουσες ανάγκες των ταξιδιωτών, όπως π.χ. καταστήματα που πωλούν διάφορα υ949 είδη εθνικού ή τοπικού χαρακτήρα ως αναμνηστικά (souvenirs), καταστήματα φωτογραφικών ειδών και εμφάνισης φιλμ κλπ.

- **Ο κλάδος της διάθεσης τροφίμων**, που περιλαμβάνει την δραστηριότητα των επιχειρήσεων που εστιάζονται στην προετοιμασία και το σερβίρισμα φαγητών και ποτών εκτός οικίας.
- **Ο κλάδος της ενοικίασης αυτοκινήτων**, που περιλαμβάνει μεγάλες διεθνείς και μικρές τοπικές ανεξάρτητες εταιρείες. Πέραν των προϊόντων και των υπηρεσιών των παραπάνω τομέων, οι τουρίστες κάνουν χρήση αγαθών και υπηρεσιών που κατά κύριο λόγο παρέχονται στους κατοίκους των περιοχών που επισκέπτονται όπως π.χ. ταχυδρομεία, πρακτορεία τύπου, κομμωτήρια, κινηματοθέατρα, καταστήματα πώλησης τροφίμων κλπ.

Οι δύο βασικοί πόλοι του τουριστικού κυκλώματος είναι οι **τουρίστες** και τα **καταλύματα** προς τα οποία πρόκειται να μετακινηθούν. Τα καταλύματα και οι συμπληρωματικές υπηρεσίες διαμορφώνουν το **τουριστικό προϊόν** που προσφέρει ο προορισμός.

Συγκεκριμένα τα πέντε κύρια συστατικά που συνθέτουν το συνολικό **τουριστικό προϊόν** είναι τα εξής :

- 1) Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι έλξης,
- 2) Οι διευκολύνσεις του τόπου προορισμού, δηλαδή τα καταλύματα, τα εστιατόρια, τα μαγαζιά, τα μέσα μεταφοράς κλπ,
- 3) Η προσπελασιμότητα του τόπου, που σχετίζεται με το πόσο εύκολα, γρήγορα και οικονομικά μπορεί να φτάσει ο τουρίστας στο προορισμό του,
- 4) Η εικόνα του τόπου προορισμού, που εκφράζει τις παραστάσεις που διαμορφώνουν οι άνθρωποι αναφορικά με το τι θα δουν και τι θα κάνουν εκεί που θα πάνε και
- 5) η τιμή του τουριστικού προϊόντος , δηλαδή το συνολικό κόστος της μετακίνησης, διαμονής, διατροφής και συμμετοχής σε δραστηριότητες.

Οι «μεμονωμένοι» τουρίστες (όσοι ταξιδεύουν εκτός γκρουπ), επιλέγουν οι ίδιοι το κατάλυμα στο οποίο πρόκειται να διαμείνουν, οι δε συμπληρωματικές υπηρεσίες επιλέγονται συνήθως κατά τη διάρκεια της παραμονής στον τόπο του προορισμού. Αντίθετα, οι τουρίστες που μετακινούνται ομαδικώς, καταφεύγουν στις υπηρεσίες κάποιου ταξιδιωτικού γραφείου. Ο τουριστικός πράκτορας διαμορφώνει ένα προϊόν γνωστό ως **τουριστικό πακέτο**, το οποίο περιλαμβάνει τις υπηρεσίες μεταφοράς, διαμονής, ημιδιατροφής ή πλήρους διατροφής, ενώ συχνά συμπληρώνεται και με υπηρεσίες ψυχαγωγίας και ξενάγησης. Η ευθύνη της επιλογής των επιμέρους υπηρεσιών που συνθέτουν το πακέτο ανήκει στον τουριστικό

πράκτορα, καθώς ο τουρίστας αγοράζει ένα ολοκληρωμένο, αλλά και παράλληλα τυποποιημένο προϊόν και σε συγκεκριμένη τιμή.

Στην τουριστική βιομηχανία, το δίκτυο διανομής μέσω του οποίου, το τουριστικό πακέτο φτάνει στο τελικό καταναλωτή, περιλαμβάνει τους προμηθευτές τουριστικού προϊόντος / υπηρεσίας (αερομεταφορικές, καταλυματικές και άλλες επιχειρήσεις), τους “χονδρέμπορους” ταξιδιωτικών υπηρεσιών (tour operators), τους ταξιδιωτικούς πράκτορες (τουριστικά γραφεία) που λειτουργούν ως λιανέμποροι και τους πελάτες – ταξιδιώτες. Οι προμηθευτές τουριστικών υπηρεσιών πουλούν τα προϊόντα τους στους “χονδρέμπορους” τουριστικών υπηρεσιών (tour operators), οι οποίοι τα συνδυάζουν δημιουργώντας τα τουριστικά πακέτα. Αυτά τα πωλούν στους ταξιδιωτικούς πράκτορες, οι οποίοι τα προωθούν στους ταξιδιώτες. Σήμερα πολλοί tour operators καθετοποιούν τις δραστηριότητες τους και προσφέρουν απευθείας τα τουριστικά πακέτα στους καταναλωτές μέσω δικών τους τουριστικών γραφείων.

Στη σημερινή εποχή της πλήρους πληροφόρησης, ο τουρίστας δεν είναι πλέον υποχρεωμένος να καταφύγει στις υπηρεσίες κάποιου ταξιδιωτικού γραφείου. Μέσω του διαδικτύου (Internet) μπορεί να επιλέξει το ξενοδοχείο της αρεσκείας του, το μέσο μεταφοράς που επιθυμεί, καθώς και πλήθος άλλων συμπληρωματικών υπηρεσιών με αποτέλεσμα ο κάθε πελάτης να διαμορφώνει το δικό του τουριστικό πακέτο. Από την άλλη πλευρά, όλο και περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις διατηρούν τις δικές τους ιστοσελίδες (sites) και κατά συνέπεια το τουριστικό προϊόν μορφοποιείται και προβάλλεται στον κυβερνοχώρο. Με τον τρόπο αυτό εκτιμάται ότι ενισχύεται ο ρόλος του καταλύματος στην τουριστική βιομηχανία, ενώ ο υποψήφιος τουρίστας αποκτά τη δυνατότητα να επικοινωνεί απ’ ευθείας με τους παραγωγούς τουριστικών υπηρεσιών.

2.2 Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης είναι:

- α) η ετερογένεια, καθώς διαφορετικοί κλάδοι εμπλέκονται στην παραγωγή και διάθεση των προϊόντων που επιδιώκει να καταναλώσει ο τουρίστας,
- β) η εποχικότητα, που χαρακτηρίζει σε μεγάλο βαθμό τη ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν,
- γ) η ελαστικότητα (η τουριστική ζήτηση είναι κατά κανόνα ελαστική ως προς το εισόδημα και σχετικώς ανελαστική ως προς την τιμή),

δ) η εναλλακτική της φύση, με την έννοια ότι η ζήτηση για τουρισμό επηρεάζεται από τις πολιτιστικές και τις κοινωνικοπολιτικές συνθήκες που επικρατούν σε έναν προορισμό.

Η τουριστική ζήτηση διακρίνεται:

α) σε ζήτηση προερχόμενη από τα νοικοκυριά (καταναλωτική ζήτηση, που εκφράζεται με την αγορά μεμονωμένων τουρ. πακέτων)

β) σε ζήτηση προερχόμενη από το δημόσιο (καταναλωτική και επενδυτική, που σκοπό έχει την παροχή δημόσιων τουριστικών υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση των τουριστών) και

γ) σε ζήτηση προερχόμενη από τις επιχειρήσεις που ασκούν επιχειρηματικές δραστηριότητες μέσα στο τουριστικό κύκλωμα (πρακτορεία ταξιδιών, γραφεία ενοικίασης οχημάτων) και από τις επιχειρήσεις που βρίσκονται εκτός τουριστικού κυκλώματος.

Συνολικά η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες επηρεάζεται από πλήθος παραγόντων. Οι πιο σημαντικοί είναι τα δημογραφικά και κοινωνικό-οικονομικά χαρακτηριστικά των τουριστών, τα κίνητρα τους, η χώρα προέλευσής τους, το επίπεδο του εισοδήματος, οι προσδοκίες και η εικόνα που διαμορφώνουν για τον τουριστικό προορισμό και η ικανοποίηση που λαμβάνουν από την αντίστοιχη προσφορά των τουριστικών υπηρεσιών. Επίσης παράγοντες που καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την συνολική ζήτηση προέρχονται και από το συνολικό τουριστικό κύκλωμα, όπως οι τιμές των τουριστικών προϊόντων, ο αριθμός των αφίξεων των τουριστών σε ένα μέρος, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων, ο τύπος και οι υπηρεσίες των καταλυμάτων, τα μεταφορικά μέσα αλλά και οικονομικοί παράγοντες όπως η συναλλαγματική ισοτιμία. Μάλιστα σύμφωνα με τον HATTA (Hellenic Association of Travel & Tourist Agencies), οι νέες τάσεις της τουριστικής αγοράς και οι συνεχείς εξελίξεις στο τουριστικό κλάδο, όπως η αλλαγή στο καθεστώς των αερομεταφορών, τα νέα κανάλια διανομής και η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών μεταβάλουν όχι μόνο ποσοτικά αλλά και ποιοτικά την ζήτηση.

Το μέγεθος της τουριστικής κίνησης της χώρας και ειδικότερα το μέγεθος του εισερχόμενου, του εσωτερικού και του εξερχόμενου τουρισμού, διαμορφώνουν τη ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες.

2.3 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ, 1981) ορίζει τον Τουρισμό ως μια δραστηριότητα που περιλαμβάνει κάθε είδους μετακινήσεις, είτε δια μέσω διεθνών συνόρων (αλλοδαπός) είτε όχι (ημεδαπός), για πάνω από 24 ώρες και για διάφορους λόγους, στους οποίους δεν συμπεριλαμβάνονται λόγοι μετανάστευσης και τακτικής ημερήσιας απασχόλησης. Ο ανωτέρω ορισμός καθορίζει την τουριστική δραστηριότητα με βάση τη συγκυριακή μετακίνηση των ανθρώπων. Στο παρελθόν, μια στενότερη αστική θεώρηση περιόριζε την έννοια του Τουρισμού σε μετακινήσεις και δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου.

Υπό το πρίσμα μιας σύγχρονης θεώρησης ο τουρισμός δεν αντικατοπτρίζεται ως μια μεμονωμένη δραστηριότητα αλλά ως ένα πλέγμα δραστηριοτήτων με κύριες αυτές της διαμονής, της εστίασης, της μετακίνησης, της ψυχαγωγίας και των γενικών και εξειδικευμένων υπηρεσιών. Θεωρείται ως σύμπλεγμα στενά αλληλοεξαρτώμενων οικονομικών κλάδων που συμμετέχουν στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος. Αυτή η διεύρυνση προάγει τη στήριξη της άποψης ότι η βιομηχανία ταξιδίων και τουρισμού είναι η μεγαλύτερη και η πιο δυναμική βιομηχανία, αποτελούσα την κύρια πηγή δημιουργίας εσόδων, απασχόλησης, ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα και των υποδομών (άποψη του ΠΟΤ - 1997).

Η Ελλάδα, από τα πρώτα κίολας μεταπολεμικά χρόνια, βρίσκεται ανάμεσα στις πιο τουριστικές χώρες της Ευρώπης. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών από σχεδόν ανύπαρκτες το έτος 1950, φθάνουν τα 13 εκατομμύρια το έτος 2001 και υπολογίζεται ότι θα φθάσουν τα 15 εκατομμύρια μέχρι το έτος 2010 (Μελέτη ΙΤΕΠ, αριθμ. 5,1999). Στοιχεία από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού φανερώνουν ρυθμούς μεταβολής ανά δεκαετία που αγγίζουν το 1098% για την δεκαετία 1950-1960, το 302% για την δεκαετία 1960-1970, το 227% για την δεκαετία 1970-1980 κλπ., ρυθμοί μεταβολής υψηλότεροι από κάθε άλλη χώρα σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο (ΣΕΤΕ 2003,β' έκδοση). Το φυσικό περιβάλλον, η πολιτιστική κληρονομιά και η πλούσια ιστορία της αποτέλεσαν και αποτελούν ακόμη τα πλεονεκτήματα της Ελλάδας ως χώρας υποδοχής τουριστών. Η εξέλιξη αυτή έχει μετατρέψει τον τουριστικό τομέα σε ένα αρκετά δυναμικό κομμάτι της ελληνικής οικονομίας, οι άμεσες και έμμεσες επιδράσεις του οποίου συνεισφέρουν το 18-20% του ΑΕΠ. Η τουριστική ανάπτυξη αντικατοπτρίζεται τόσο στον αριθμό των ξενοδοχειακών κλινών, οι οποίες το 2006 αριθμούν τις 693.252 σε σύνολο των 9.111 ξενοδοχειακών

μονάδων όλων των κατηγοριών, όσο και στο σύνολο των απασχολουμένων στο τουριστικό κλάδο οι οποίοι κατά το γ' τρίμηνο του 2007 έφθασαν τις 340.000.

2.3.1 ENNOIA KAI EIDH TOYPIΣMOY

Πριν παρουσιάσουμε την σημασία του τουρισμού στην Ελλάδα είναι σκόπιμο να παρουσιάσουμε την έννοια του. Ο τουρισμός έχει ερμηνευτεί από πολλούς ερευνητές αλλά δεν έχει καταφέρει να συμπεριλάβει στον ορισμό του όλες τις διαστάσεις του. Ένας απλός και κατανοητός ορισμός για τον τουρισμό που χρησιμοποιείται συνήθως αναφέρει ότι τουρισμός είναι η μετακίνηση των ανθρώπων από μία γεωγραφική θέση σε μία άλλη για περίοδο μικρή ή μεγάλη. Με άλλα λόγια ο τουρισμός έχει να κάνει με τις μετακινήσεις προσώπων από τόπο σε τόπο, είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό με σκοπό την αναψυχή. (Καραθάνος, Γ., 1996.)

Λέγοντας αριθμό τουριστών εννοούμε τις μετακινήσεις προσώπων για τουλάχιστον μια νύχτα, για λόγους:

- 1) ψυχαγωγίας, ανάπαυσης, διακοπών
- 2) επισκέψεων σε φίλους και συγγενείς
- 3) επαγγελματικούς
- 4) υγείας
- 5) θρησκευτικούς
- 6) για διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις κ.λ.π. (World Tourism Organisation, 1993, «Recommendations on Tourism Statistics», WTO).

Με τον όρο τουριστικές εισπράξεις αναφερόμαστε στις εισπράξεις από:

- α) Ομαδικά και οργανωμένα ταξίδια, διακοπές, εκδρομές
- β) Διαμονή σε ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα
- γ) Φαγητό και ποτά
- δ) Μεταφορές
- ε) Ψυχαγωγία – πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις
- στ) Αγορές
- ζ) Διάφορα

Συνήθως τα κίνητρα για τουρισμό διαφέρουν από λαό σε λαό και από άνθρωπο σε άνθρωπο. Ορισμένα χαρακτηριστικά κίνητρα τουρισμού είναι τα επαγγελματικά, τα ψυχαγωγίας – ευχαρίστησης, της αναζήτησης περιπέτειας, της εκπαίδευσης, της υγείας, του αθλητισμού και της επίσκεψης αρχαιολογικών χώρων.

Η ανάπτυξη του τουρισμού τα τελευταία 40 χρόνια είναι πολύ μεγάλη, καθώς πέρασε από το επίπεδο των λίγων στον μαζικό τουρισμό. Σημαντικοί παράγοντες αυτής της αλλαγής ήταν τόσο η τεχνολογική ανάπτυξη η οποία μείωσε τις αποστάσεις, όσο και η ανάγκη για τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής των εργαζομένων στον αναπτυσσόμενο κόσμο.

2.3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός διακρίνεται σε :

- 1) Εγχώριο, που αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν εντός αυτής (π.χ Έλληνες εντός της Ελλάδας),
- 2) Εξερχόμενο, που αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα (π.χ Έλληνες που ταξιδεύουν στην Αγγλία),
- 3) Εισερχόμενο, που αφορά τους αλλοδαπούς που ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα (π.χ Άγγλοι που έρχονται στην Ελλάδα).

Πέρα από τις τρεις βασικές κατηγορίες τουρισμού, υπάρχει και ο λεγόμενος εσωτερικός τουρισμός, ο οποίος καλύπτει τον εγχώριο και τον εισερχόμενο τουρισμό μαζί, ο εθνικός τουρισμός που καλύπτει τον εγχώριο και τον εξερχόμενο τουρισμό και τέλος ο διεθνής τουρισμός, ο οποίος είναι ο εξερχόμενος και ο εισερχόμενος μαζί.

Πέρα από τις διακρίσεις του τουρισμού στις παραπάνω κατηγορίες, έχουν καθιερωθεί επίσης ορολογίες σχετικές με μορφές τουρισμού με κριτήριο τα κίνητρα των τουριστών που ταξιδεύουν.

Έτσι η πρώτη και πιο διαδεδομένη μορφή τουρισμού είναι ο Μαζικός Τουρισμός. Ουσιαστικά περιλαμβάνει τους τουρίστες, που αναζητούν στο ταξίδι κυρίως ξεκούραση και διασκέδαση, ενώ κύρια χαρακτηριστικά του είναι η μαζικότητα, η ομαδικότητα και ο διεθνισμός

Η δεύτερη μορφή τουρισμού είναι γνωστή ως Ειδικός Τουρισμός και περιλαμβάνει τον Τουρισμό Ειδικών Ενδιαφερόντων και τον Εναλλακτικό τουρισμό. Αφορά περισσότερο τους τουρίστες που επιλέγουν ειδικές μορφές τουρισμού ανάλογα με πιο εξειδικευμένα ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν (π.χ. θρησκευτικός τουρισμός, οικολογικός-περιβαλλοντικός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός, πολιτιστικός και συνεδριακός τουρισμός, αγροτουρισμός κτλ.) και

τουρίστες, οι οποίοι αναζητούν γενικότερα διαφορετικό τύπο διακοπών (αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος, ορειβατικός).

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια να αναπτυχθεί ιδιαίτερα ο συνεδριακός τουρισμός, ο οποίος αποτελεί μια από τις σημαντικότερες ειδικές μορφές τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται πιο παραδοσιακός και συνδέεται πιο άμεσα με τα τουριστικά γραφεία, σε αντίθεση με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που είναι λιγότερο εξαρτημένες από τους tour operators και λιγότερο συνδεδεμένες με την θερινή περίοδο.

Τα είδη του τουρισμού στην Ελλάδα είναι τα εξής:

Θαλάσσιος Τουρισμός: Τα νησιά της Ελλάδος θεωρούνται από τα καλύτερα στον κόσμο και για το λόγο αυτό αποτελούν και ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αυτός ο τουριστικός πλούτος της Ελλάδας είναι μοναδικός στη Μεσόγειο και αξιοποιείται από ξένους επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού και ποιοτικού επιπέδου. Ο θαλάσσιος τουρισμός ετησίως αποφέρει πολλά έσοδα στη χώρα.

Ενδημικός Τουρισμός: Ο ενδημικός τουρισμός αφορά κυρίως την τρίτη ηλικία τουριστών όπως για παράδειγμα συνταξιούχους αλλά και νεότερους που δεν έχουν δεσμεύσεις εργασίας στη χώρα τους και έχουν ανάγκη να ζήσουν σε καλύτερο κλίμα. Η Ελλάδα διαθέτει πολύ καλό κλίμα και ορισμένες περιοχές της χώρας μας είναι παραδείγματα τόπων όπου διαμένουν ξένοι για μακρές περιόδους ή έχουν κάνει τη δεύτερη κατοικία τους. Αυτό το είδος του τουρισμού είναι συνάρτηση του επιπέδου των υπηρεσιών υγείας, του επιπέδου της ψυχαγωγίας και της αποτελεσματικής προστασίας του περιβάλλοντος.

Εσωτερικός Τουρισμός: Ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής και ανταποκρίνεται σε ζωτικές ανάγκες του πληθυσμού. Στην Ελλάδα αναπτύσσεται με τη βοήθεια των διαφόρων τουριστικών οργανώσεων.

Κοινωνικός Τουρισμός: Ο κοινωνικός τουρισμός επιδιώκει την ενίσχυση από το κράτος, από τους εργοδότες, από τα συνδικάτα και από τα ασφαλιστικά ταμεία, των εργαζομένων και των οικογενειών τους που δεν έχουν τα οικονομικά μέσα εκείνα τα οποία θα τους βοηθήσουν να πραγματοποιήσουν ευχάριστες και φθηνές διακοπές. Η ενίσχυση αυτή πραγματοποιείται με διάφορους τρόπους όπως δημιουργία και λειτουργία κατάλληλων τουριστικών εγκαταστάσεων με χαμηλό κόστος, οικονομικές παροχές, εξασφάλιση καλύτερων τιμών μέσω ομαδικών κρατήσεων κ.λ.π..

Εναλλακτικός Τουρισμός: Ο τουρισμός αυτός σηματοδοτεί μία νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης και τουριστικής πολιτικής για τον ελληνικό χώρο. Οι πρώτες προσπάθειες ξεκίνησαν από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Τα κοινωνικά στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό το τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης αλλά και εισοδήματος. Τα σημαντικότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού που υπάρχουν και τα οποία έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν στην χώρα μας για να επιτευχθεί βιώσιμος τουρισμός είναι ο Οικοτουρισμός, ο Πολιτιστικός τουρισμός, ο Συνεδριακός τουρισμός, ο Αθλητικός τουρισμός, ο Θρησκευτικός τουρισμός, ο Ιαματικός τουρισμός, ο χιονοδρομικός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός και ο περιπατητικός τουρισμός (Ραφαήλ, Μ., 2001).

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών ο εξελίξεις στην τουριστική οικονομία τα τελευταία χρόνια είναι οι εξής:

- Η τουριστική οικονομία, δηλαδή το σύνολο της προστιθέμενης αξίας που προσδιορίζεται αμέσως και εμμέσως από την τουριστική ζήτηση, κυμαίνεται στο επίπεδο 18 – 20% του ΑΕΠ.
- Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα ανέρχεται σε 690.000 άτομα.
- Το συνάλλαγμα που αποκτάται φτάνει τα 9 δις. \$ και έχει αποδειχθεί ότι ο τουρισμός έχει καταφέρει να βελτιώσει την κατανομή του περιφερειακού εισοδήματος τα τελευταία 20 – 30 έτη.
- Το τουριστικό συνάλλαγμα είναι 2,5 φορές μεγαλύτερο από το συνάλλαγμα των βιομηχανικών εξαγωγών και 1,8 φορές μεγαλύτερο από το σύνολο των εξαγωγών.
- Το 1960 το τουριστικό ακαθάριστο προϊόν ήταν ίσο με 3% του ΑΕΠ, ενώ το 2000 έφτανε το 20% του ΑΕΠ. Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι ο τουρισμός έχει πάρει οριστικά τη σκυτάλη ως πρωταγωνιστής στην αναπτυξιακή διαδικασία. Καταφέρνει να ξεπερνά σημαντικά προβλήματα και να προσφέρει περισσότερη απασχόληση και έσοδα στην χώρα μας. Χωρίς καμία υπερβολή μπορεί να υποστηριχθεί ότι το βασικό εμπόδιο της συνεχούς ανάπτυξης του τουριστικού τομέα είναι οι δυνατότητες προσφοράς των σχετικών ανθρωπογενών υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές και ποιότητα (Παυλόπουλος, Π., 2001).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ–ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ: Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παρά τη συνεχιζόμενη ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού και την αυξανόμενη σημασία που του αποδίδεται, ως μια από τις σημαντικότερες στρατηγικές ανάπτυξης, δεν έχει διαμορφωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός για το περιεχόμενο και τη μορφή του αγροτικού τουρισμού. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε πολλές περιπτώσεις η έννοια αγροτικός τουρισμός χρησιμοποιείται εναλλακτικά με όρους όπως, αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, πράσινος τουρισμός, ήπιος τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός, κ.α., σε μια προσπάθεια να περιγραφούν οι τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στις αγροτικές περιοχές και την ύπαιθρο (Whelan, 1991). Οι εναλλακτικά χρησιμοποιούμενοι αυτοί ορισμοί, ταυτίζουν σε κάποιες περιπτώσεις, την τουριστική δραστηριότητα στον αγροτικό χώρο με συγκεκριμένες ή περιορισμένες δραστηριότητες. Αντίθετα, σε κάποιες άλλες περιπτώσεις οι ίδιοι όροι χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση τοπικής ανάπτυξης με βάση τον τουρισμό και η οποία συνήθως συνδέεται με τη βιώσιμη/αειφόρο ανάπτυξη, δηλαδή σεβασμό στο περιβάλλον και αξιοποίηση του ενδογενούς δυναμικού. Αυτό που είναι προφανές ωστόσο, είναι το γεγονός ότι η έννοια και το περιεχόμενο που αποδίδεται με τον όρο αγροτικός τουρισμός είναι ευρύτερη από την έννοια και το περιεχόμενο που αποδίδονται με τους υπόλοιπους όρους.

Ο όρος αγροτικός τουρισμός ουσιαστικά περιλαμβάνει όλες τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού, έτσι όπως αυτές προσδιορίζονται από τους παραπάνω όρους. Ωστόσο, ο διαχωρισμός αυτός, σε σχέση με τις υπόλοιπες μορφές τουριστικής δραστηριότητας, και πάλι δεν ορίζει επαρκώς την έννοια αγροτικός τουρισμός. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), η έννοια αγροτικός τουρισμός είναι σύνθετη στο βαθμό που επιχειρεί να περιγράψει σύνθετες δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε ένα χώρο – τον αγροτικό χώρο ή

χώρο της υπαίθρου – που είναι και ο ίδιος δύσκολο να προσδιοριστεί επαρκώς (OECD, 1994).

Η έννοια του αγροτικού χώρου (rural – rurality) αποτελεί εδώ και χρόνια αντικείμενο μελέτης ιδιαίτερα στα πλαίσια της αγροτικής κοινωνιολογίας και της ανάπτυξης της υπαίθρου (rural development). Η συζήτηση για τον προσδιορισμό του τι είναι αγροτικός χώρος και ποιες περιοχές μπορούν να οριστούν ως αγροτικές περιοχές έχει αναδείξει τρία βασικά χαρακτηριστικά με βάση τα οποία μια περιοχή μπορεί να χαρακτηριστεί ως αγροτική (Lane, 1994).

Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι: 1) η πληθυσμιακή πυκνότητα και το μέγεθος των οικισμών, 2) οι χρήσεις γης και ο χαρακτήρας της τοπικής οικονομίας και 3) οι παραδοσιακές κοινωνικές δομές. Ακολουθώντας τους λειτουργικούς ορισμούς που έχουν αναπτυχθεί στα πλαίσια του ΟΟΣΑ, η έννοια του αγροτικού χώρου συνδέεται με χαμηλή πληθυσμιακή πυκνότητα, ανοικτούς χώρους και μικρού μεγέθους οικισμούς, συνήθως κάτω των 10.000 κατοίκων. Οι χρήσεις γης έχουν προσδιοριστεί με βάση την κυρίαρχη θέση του πρωτογενή τομέα στις τοπικές οικονομίες, ενώ οι τοπικές κοινωνίες τείνουν να είναι ‘παραδοσιακές’ και η επίδραση του παρελθόντος είναι ιδιαίτερα έντονη. Στο πλαίσιο αυτό, οι τοπικές πολιτικές τείνουν προς τη ‘συντήρηση’ παρά τις γρήγορες ή ριζικές αλλαγές που μπορεί να παρατηρούνται στην ευρύτερη κοινωνία (OECD, 1994).

Από την άλλη πλευρά, η έννοια αγροτικός τουρισμός είναι δύσκολο να προσδιοριστεί με σαφήνεια δεδομένου ότι, και το περιεχόμενο της έννοιας τουρισμός δεν φαίνεται να αφορά σε ένα κοινά αποδεκτό ορισμό. Ο τουρισμός είναι μια πολυδιάστατη κοινωνική δραστηριότητα, η οποία πραγματοποιείται από εκατομμύρια πρόσωπα τα οποία ταξιδεύουν, είτε στο εξωτερικό, είτε στη χώρα τους και κατά τη διάρκεια ενός τέτοιου ταξιδιού λαμβάνουν μέρος σε μια σειρά από δραστηριότητες (Sharpley and Sharpley, 1997). Επιπλέον, ο τουρισμός υποστηρίζεται από τις λειτουργίες μιας μεγάλης, αλλά κατακερματισμένης βιομηχανίας η οποία παρέχει στους τουρίστες υποδομές μετακίνησης, διαμονής, αξιοθέατων, αναψυχής, υπηρεσιών πληροφόρησης, ταξιδιωτικών ενθυμίων, κλπ. Με άλλα λόγια, ο τουρισμός είναι μια πολυδιάστατη και πολυπρόσωπη δραστηριότητα η οποία αφορά τη ζωή πολλών ατόμων, αλλά και σε πολλές οικονομικές δραστηριότητες (Cooper et al., 1993).

Στη βιβλιογραφία καταγράφονται μια σειρά από ορισμούς της έννοιας τουρισμός (Nash, 1981; Mathieson and Wall, 1982; Smith, 1989), καθώς επίσης και μια σειρά από κατηγοριοποιήσεις των τουριστών (Cohen, 1972; 1974; Lowyck et al.,

1992; Plog, 1977; Smith, 1989). Αυτοί οι διαφορετικοί ορισμοί της έννοιας τουρισμός μπορούν να ομαδοποιηθούν σε δύο κύριες κατηγορίες, ανάλογα με το αν αντανακλούν το περιεχόμενο της έννοιας τουρισμός, ως κοινωνική δραστηριότητα από τη μια πλευρά, ή το περιεχόμενο της έννοιας τουρισμός ως μια οικονομική δραστηριότητα/βιομηχανία, από την άλλη (Sharpley and Sharpley, 1997). Οι Burkhart and Medlik (1981), χαρακτηρίζουν αυτές τις δυο κατηγορίες ορισμών ως θεωρητικούς (conceptual definitions) και τεχνικούς (technical definitions) ορισμούς αντίστοιχα. Στην πρώτη περίπτωση, ο στόχος των θεωρητικών ορισμών είναι ο προσδιορισμός της φύσης ή του νοήματος που εμπεριέχει η έννοια τουρισμός. Στη δεύτερη περίπτωση, ο στόχος των επιμέρους ορισμών είναι ο διαχωρισμός μεταξύ των διαφορετικών τύπων τουριστών και τουριστικών δραστηριοτήτων, ο οποίος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για στατιστικούς λόγους.

Οι θεωρητικοί ορισμοί δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στο άτομο ως τουρίστα. Ο Nash (1981) ορίζει τον τουρισμό, ως τη δραστηριότητα η οποία πραγματοποιείται από 'ένα άτομο που ταξιδεύει κατά τη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου του'. Άλλοι ορισμοί δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στα κίνητρα τα οποία, ωθούν τα άτομα να ταξιδεύουν, όπως για παράδειγμα, την ανάγκη των ατόμων να αποδράσουν ή να ξεφύγουν για λίγο από την καθημερινότητα και τις συνηθισμένες τους υποχρεώσεις. Αυτή η ανάγκη θεωρούν ότι συνοδεύεται από ένα ταξίδι και τη διαμονή σε ένα μέρος το οποίο δεν σχετίζεται με το χώρο μόνιμης διαμονής ή εργασίας του ατόμου. Τυπικά, οι θεωρητικοί ορισμοί τείνουν να υπογραμμίζουν την έννοια και το σκοπό του τουρισμού, δίνοντας έμφαση στο ίδιο το άτομο το οποίο συμμετέχει σε αυτόν. Σε αυτό το πλαίσιο, η έννοια αγροτικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως 'η πνευματική κατάσταση, κατά την οποία οι τουρίστες αναζητούν ενεργά μια εμπειρία την οποία θα απολαύσουν στον ελεύθερο χρόνο τους και η οποία θα λάβει χώρα στην ύπαιθρο' (Sharpley and Sharpley, 1997: 7).

Από την άλλη πλευρά, οι τεχνικοί ορισμοί της έννοιας τουρισμός αντικατοπτρίζουν και αφορούν σε μια σειρά από κριτήρια τα οποία είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν, προκειμένου να ορίσουμε και να μετρήσουμε τον τουρισμό. Σύμφωνα με τον Murphy (1985), ένας από τους πλέον αποδεκτούς και ευρέως χρησιμοποιούμενους ορισμούς είναι αυτός που διαμορφώθηκε στο Συνέδριο των Ηνωμένων Εθνών για το Ταξίδι και τον Τουρισμό (1963) και ο οποίος αργότερα υιοθετήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization, WTO). Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, επισκέπτης είναι:

κάθε άτομο που επισκέπτεται μια χώρα άλλη από αυτή στην οποία βρίσκεται η περιοχή της μόνιμης κατοικίας του και για οποιονδήποτε λόγο πέρα από επαγγελματικά αμειβόμενες δραστηριότητες

και ο όρος επισκέπτης αφορά, είτε σε ένα τουρίστα του οποίου η επίσκεψη περιλαμβάνει και διανυκτέρευση, είτε σε έναν εκδρομέα ο οποίος πραγματοποιεί ημερήσια επίσκεψη. Ο ορισμός αυτός χαρακτηρίζεται από ένα σημαντικό μειονέκτημα που σχετίζεται με το γεγονός ότι αποκλείει τον εγχώριο τουρισμό ο οποίος αποτελεί, για τις περισσότερες χώρες, το μεγαλύτερο τμήμα των επισκεπτών στις αγροτικές περιοχές. Καταλληλότερος τεχνικός ορισμός του τουρισμού θεωρείται αυτός, ο οποίος προτείνεται από την Τουριστική Εταιρεία της Βρετανίας (Tourism Society in Britain), σύμφωνα με τον οποίο:

Τουρισμός είναι η προσωρινή, βραχυχρόνια μετακίνηση των ατόμων σε προορισμούς εκτός των περιοχών στις οποίες συνήθως ζουν και εργάζονται και σε δραστηριότητες οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια παραμονής τους σε αυτούς τους προορισμούς. Ο τουρισμός περιλαμβάνει μετακινήσεις για όλους τους πιθανούς λόγους καθώς επίσης και μετακινήσεις που είναι ημερήσιες αλλά και εκδρομές με διαμονή.

Ο παραπάνω ορισμός με τη σειρά του είναι επίσης πολύπλοκος, καθώς περιλαμβάνει περισσότερα κίνητρα ταξιδιού και δραστηριότητες από αυτά που παραδοσιακά θεωρούνται ως αντικείμενο ενός τουριστικού ταξιδιού. Με άλλα λόγια, ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει, όχι μόνο το σύνολο των μορφών διακοπών που θα μπορούσαν να οριστούν, αλλά επίσης περιλαμβάνει και επαγγελματικά ταξίδια, δραστηριότητες αναψυχής και αθλητικές δραστηριότητες, καθώς και μια σειρά άλλων λόγων οι οποίοι αφορούν σε ταξίδια και οι οποίοι συνήθως δεν συνδέονται με τον τουρισμό.

Παρά τις διαφοροποιήσεις που παρουσιάζουν οι διαφορετικοί ορισμοί, τα δυο κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού είναι: η μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας και η βραχυχρόνια διαμονή σε ένα προορισμό (η διαμονή δεν αφορά οπωσδήποτε και σε διανυκτέρευση). Στη βάση αυτών των δυο χαρακτηριστικών ο αριθμός των δραστηριοτήτων οι οποίες θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως τουρισμός είναι πολύ μεγάλος. Στη βιβλιογραφία καταγράφονται τέσσερις κύριες κατηγορίες – τύποι τουριστικών ταξιδιών οι οποίες χρησιμοποιούνται για λόγους εμπειρικής ανάλυσης και διερεύνησης (Sharpley and Sharpley, 1997):

1. Διακοπές, συμπεριλαμβανομένων και των κύριων διακοπών, αλλά και δευτερευόντων διακοπών, καθώς επίσης και μικρά διαλείμματα και ημερήσιες εκδρομές.
2. Επαγγελματικά ταξίδια με εξαίρεση τη μόνιμη μετακίνηση, διαμονή και αμοιβή στον τουριστικό προορισμό.
3. Επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς.
4. Άλλα ταξίδια, συμπεριλαμβανομένων των μετακινήσεων για εκπαίδευση, αθλητικές δραστηριότητες, λόγους υγείας και θρησκευτικούς λόγους.

3.2 ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΟΡΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Μεταφέροντας τις παραπάνω κύριες μορφές τουρισμού στον τουρισμό που αφορά τις αγροτικές περιοχές και την ύπαιθρο γίνεται αντιληπτό ότι, ο αγροτικός τουρισμός τουλάχιστον σε ότι αφορά τις δραστηριότητες τις οποίες περιλαμβάνει, είναι μια πολύ ευρύτερη έννοια. Το 1986, η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων όρισε τον αγροτικό τουρισμό ως μια έννοια, η οποία αφορά ‘όχι μόνο τον τουρισμό στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή τον αγροτουρισμό [...] αλλά όλες τις τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες λαμβάνουν χώρα στις αγροτικές περιοχές’.

Η καταγραφή του συνόλου των τουριστικών δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα στις αγροτικές περιοχές της Ευρώπης δεν θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί εύκολα. Μια ενδεικτική λίστα τέτοιων δραστηριοτήτων σύμφωνα με τον Thibal (1988) θα περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως:

- 1) Περιήγηση (touring) (περίπατοι, ιππασία, ποδηλασία, περιηγήσεις με οχήματα, κλπ.),
- 2) Δραστηριότητες σχετικές με το νερό (water-related activities) (ψάρεμα, κολύμπι, ιστιοπλοΐα, κανό, ράφτινγκ, κλπ.),
- 3) Δραστηριότητες σχετικές με τον αέρα (aerial activities) (βόλτες με μικρά αεροσκάφη, αερόστατα, κλπ.),
- 4) Άλλες υπαίθριες και αθλητικές δραστηριότητες (activities on dry land and sporting activities) (τένις, γκολφ, αναρρίχηση, κλπ),
- 5) Δραστηριότητες ανακάλυψης (discovery-type activities) (επισκέψεις σε τοπικές βιομηχανικές ή αγροτικές επιχειρήσεις ή παραδοσιακές επιχειρήσεις χειροτεχνίας),

6) Πολιτισμικές δραστηριότητες (cultural activities) (επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, σεμινάρια χειροτεχνίας, παραδοσιακά γκρουπ, διαδρομές πολιτισμού και γαστρονομίας, κλπ) και

7) Δραστηριότητες σχετικές με την υγεία (health-related activities) (γυμναστική, κέντρα υγείας κλπ).

Από τα παραπάνω είναι προφανές, ότι μια σειρά από τουριστικά προϊόντα και μορφές τουριστικής ανάπτυξης είναι δυνατόν να διακριθούν και να ενταχθούν κάτω από την ευρεία έννοια του αγροτικού τουρισμού. Όπως προαναφέρθηκε, οι όροι ‘τουρισμός των αγροτικών εκμεταλλεύσεων’ (farm tourism), ‘αγροτουρισμός’ (agritourism), ‘πράσινος τουρισμός’ (green tourism) και ‘οικοτουρισμός’ (ecotourism) είναι έννοιες, οι οποίες συχνά χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν δραστηριότητες που σχετίζονται, αλλά οι οποίες δεν μπορούν να εξισωθούν, με την ευρύτερη έννοια αγροτικός τουρισμός.

Ο όρος τουρισμός των αγροτικών εκμεταλλεύσεων αφορά όλες τις μορφές του τουρισμού οι οποίες συνδέονται άμεσα με μια αγροτική εκμετάλλευση και περιλαμβάνουν τη διαμονή σε μια φάρμα, εκπαιδευτικές επισκέψεις, γεύματα, δραστηριότητες αναψυχής καθώς και την πώληση αγροτικών προϊόντων και χειροτεχνημάτων. Ο όρος αγροτουρισμός χρησιμοποιείται επίσης συχνά για να περιγράψει όλες τις τουριστικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στις αγροτικές περιοχές. Η έννοια αυτή συνήθως αφορά σε τουριστικά προϊόντα, τα οποία συνδέονται άμεσα με το αγροτικό περιβάλλον, την αγροτική παραγωγή και τη διαμονή σε μια αγροτική περιοχή. Επομένως και η έννοια του αγροτουρισμού αφορά σε τουρισμό, ο οποίος συνδέεται με τον πρωτογενή τομέα της παραγωγής. Με αυτή την έννοια, ο τουρισμός των αγροτικών εκμεταλλεύσεων αποτελεί τμήμα, συνθετικό μέρος του αγροτουρισμού. Ωστόσο, ο αγροτουρισμός είναι ευρύτερη έννοια η οποία συνδέεται και με παραδοσιακά φεστιβάλ, επισκέψεις σε τοπικά μουσεία, επιδείξεις χειροτεχνημάτων και άλλες πολιτισμικές δραστηριότητες.

Ο όρος πράσινος τουρισμός συνήθως χρησιμοποιείται για να περιγράψει τον τουρισμό της υπαίθρου, δηλαδή τον τουρισμό των περιοχών που διαθέτουν ‘πράσινο’. Ωστόσο, η έννοια αυτή χρησιμοποιείται για το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που θεωρούνται φιλικές προς το περιβάλλον και βρίσκονται σε αντιδιαστολή με τη παραδοσιακή μορφή του μαζικού τουρισμού. Για να περιγράψουν αυτή τη μορφή τουρισμού χρησιμοποιούνται συχνά και οι όροι ‘εναλλακτικός’, ‘υπεύθυνος’, ‘ήπιος’, ‘καλός’ ή ‘νέος’ τουρισμός (Wood and House, 1991). Ο όρος

πράσινος τουρισμός, αφορά ουσιαστικά σε μια μορφή τουριστικής ανάπτυξης, η οποία θα βασίζεται και θα υποστηρίζει μια σχέση συμβίωσης με το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο θα αναπτύσσεται. Η ανάγκη για ανάπτυξη τέτοιας μορφής τουρισμού φαίνεται να ακολουθεί τη συνειδητοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον των περιοχών.

Ο οικοτουρισμός από την άλλη πλευρά αναγνωρίζεται σαν μια μορφή τουριστικής ανάπτυξης, η οποία θα μπορεί με τον καλύτερο τρόπο να ολοκληρώσει τις διαδικασίες ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών και του τουρισμού με τις διαδικασίες διαχείρισης των πόρων και των προστατευόμενων περιοχών σε κάθε χώρα. Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού στη φύση, η οποία προωθεί ενεργά τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών και είναι άμεσα ευεργετική για την τοπική κοινωνία και τον τοπικό πολιτισμό. Ο οικοτουρισμός παρέχει στους τουρίστες μια εκπαιδευτική εμπειρία, αποτελεί δηλαδή μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ο οποίος έμμεσα βασίζεται στην ύπαρξη ενός αγροτικού περιβάλλοντος (Cater and Lowman, 1994). Με αυτή την έννοια ο οικοτουρισμός είναι τμήμα, συνθετικό μέρος του αγροτικού τουρισμού, αλλά ο αγροτικός τουρισμός δεν αφορά αποκλειστικά σε δραστηριότητες οικοτουρισμού.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι, η έννοια αγροτικός τουρισμός περιλαμβάνει μια σειρά από εξειδικευμένες μορφές τουρισμού, οι οποίες συνδέονται και αφορούν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του αγροτικού περιβάλλοντος το οποίο αναλύεται κάθε φορά. Επομένως, μια σειρά από θεωρητικούς και τεχνικούς ορισμούς της έννοιας αγροτικός τουρισμός είναι δυνατό να προκύψουν κάθε φορά, ενώ το φάσμα των δραστηριοτήτων που θα αφορούν αυτοί οι επιμέρους ορισμοί είναι δυνατό να προσδιοριστεί και να περιοριστεί μόνο αν συνδεθεί με μια συγκεκριμένη τοποθεσία.

Η μεγάλη ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας στην ύπαιθρο συνοδεύεται σταδιακά και από την ανάπτυξη των προσφερόμενων υπηρεσιών και δυνατοτήτων αναψυχής στην ύπαιθρο. Είναι χαρακτηριστικό ότι, οι προσφερόμενες δυνατότητες αναψυχής εξελίσσονται και αναδιαρθρώνονται καλύπτοντας νέες καταναλωτικές συνήθειες και πρότυπα (Roberts and Hall, 2001). Αρχικά εμφανίστηκαν στην ύπαιθρο δραστηριότητες αναψυχής που θα χαρακτηρίζονταν ως περισσότερο 'παραδοσιακές' με την έννοια ότι, ήταν ιδιαίτερα συνδεδεμένες με το χαρακτήρα και την πολιτισμική ταυτότητα του τόπου και της συγκεκριμένης περιοχής όπου αναπτύσσονταν, διαφέροντας σημαντικά από τις αντίστοιχες προσφερόμενες

δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αστικές τουριστικές περιοχές. Οι ‘παραδοσιακές’ αυτές δραστηριότητες αναψυχής, όπως για παράδειγμα το περπάτημα στην ύπαιθρο, το ψάρεμα, οι επισκέψεις σε αγροκτήματα, κ.α., συνδέονται άμεσα με την χαλάρωση και την ξεκούραση των επισκεπτών, είναι περισσότερο παθητικές, συνήθως άμεσα συνδεδεμένες με τη νοσταλγία μιας άλλης εποχής και σαφώς διαφοροποιημένες από την καθημερινότητα του αστικού τρόπου ζωής και τους γρήγορους ρυθμούς που τον συνοδεύουν.

Παρά το γεγονός, ότι όλες αυτές οι ‘παραδοσιακές’ δραστηριότητες αναψυχής εξακολουθούν να υπάρχουν και να αναπτύσσονται συνεχώς, κατά την τελευταία δεκαπενταετία κυρίως, έχουν αναπτυχθεί και πολλές άλλες ‘νέες’ δραστηριότητες που είναι περισσότερο δυναμικές και ενεργητικές, αναδεικνύοντας σύγχρονες τάσεις και ένα νέο τρόπο ζωής, προσδίδοντας κύρος και γόητρο και σε αρκετές περιπτώσεις συνδεδεμένες με την τεχνολογική πρόοδο και τις τεχνολογικές εξελίξεις της σύγχρονης εποχής (Roberts and Hall, 2001). Τέτοιες δραστηριότητες είναι, για παράδειγμα, η οδήγηση εκτός δρόμου, τα παιχνίδια επιβίωσης στην ύπαιθρο, σκι βουνού, μηχανοκίνηση στο χιόνι, κ.ά.

Ουσιαστικά, ενώ οι περισσότερες ‘παραδοσιακές’ δραστηριότητες αναψυχής συμβολίζουν την απόδραση από τη σύγχρονη αστική πραγματικότητα σε ένα χώρο – τον αγροτικό χώρο – σχεδόν ειδυλλιακό, οι ‘νέες’ δραστηριότητες αντιπροσωπεύουν τη μεταφορά και επιβολή των αστικών αξιών, του αστικού τρόπου ζωής και προτύπων στην ύπαιθρο (Butler, 1998). Δηλαδή, σε αρκετές περιπτώσεις, η έννοια του χώρου και της πολιτισμικής του ταυτότητας φαίνεται σχεδόν ανύπαρκτη ή τουλάχιστον λιγότερο σημαντική. Ο Butler (1998), αναφέρεται σε μια σειρά από παράγοντες που οδήγησαν στην αναδιάρθρωση και την εξέλιξη των προσφερόμενων δραστηριοτήτων αναψυχής στην ύπαιθρο. Ανάμεσα σε αυτούς τους παράγοντες ο Butler (1998) ξεχωρίζει: 1) τη σημαντική αύξηση στο επίπεδο συμμετοχής των ατόμων σε δραστηριότητες αναψυχής, 2) τις σημαντικές αλλαγές στη γεωργία, 3) το ρόλο των μέσων μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας στη διαμόρφωση προτύπων και εικόνων (images) σχετικά με την αναψυχή στην ύπαιθρο, 4) τις σημαντικές αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών, 5) τις επιδράσεις από μια σειρά νέων τεχνολογικών εξελίξεων και καινοτομιών που έκαναν περισσότερο προσιτές τις τιμές του εξοπλισμού για διάφορες αθλητικές δραστηριότητες, π.χ. σκι βουνού, και 6) την αυξημένη κινητικότητα και πρόσβαση σε απομονωμένες και περιθωριοποιημένες περιοχές.

Η διάκριση ανάμεσα σε ‘παραδοσιακές’ και ‘νέες’ προσφερόμενες δραστηριότητες αναψυχής, αντιπροσωπεύει την παρατηρούμενη μετάβαση από μια περισσότερο ενεργητική (παραγωγή), σε μια κύρια παθητική (κατανάλωση) αντιμετώπιση της υπαίθρου και του ρόλου της (Roberts and Hall, 2001). Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι Roberts and Hall (2001), η παρατήρηση αυτή θα μπορούσε επιφανειακά να θεωρηθεί ότι έρχεται σε σύγκρουση με αυτά που αναφέρονται στη βιβλιογραφία, ως κύρια συστατικά στοιχεία του αγροτικού τουρισμού και της αναψυχής στην ύπαιθρο. Συγκεκριμένα, ο αγροτικός τουρισμός αφορά (i) σε ένα ‘παραδοσιακό’ (παθητικό) πλαίσιο αναψυχής, το οποίο συγκεντρώνει τα αντίθετα, από τον αστικό χώρο, στοιχεία της ηρεμίας, της αγροτικότητας, της γαλήνης, του ανοικτού χώρου, κλπ., και (ii) σε ένα ‘σύγχρονο’ (ενεργητικό) πλαίσιο κατανάλωσης, όπου το αγροτικό περιβάλλον δεν είναι παρά ο χώρος – το ευρύτερο πλαίσιο – πραγματοποίησης δραστηριοτήτων, οι οποίες προκύπτουν από, αστικά επιβαλλόμενα πρότυπα κοινωνικού status, αξιών και συνειδητοποίησης. Ωστόσο, οι Roberts and Hall (2001), τονίζουν ότι η αυξανόμενη ζήτηση για δραστηριότητες αναψυχής στον αγροτικό χώρο ξεπερνά τα ‘χειροπιαστά’ (tangible) χαρακτηριστικά και ποιοτικά στοιχεία της υπαίθρου, όπως ο ανοικτός χώρος, η γαλήνη και ο καθαρός αέρας, και ουσιαστικά αφορά κάτι ιδιαίτερα ξεχωριστό για τους επισκέπτες αυτών των περιοχών. Αυτή η αφηρημένη έννοια της ‘ξεχωριστής’, ‘ιδιαίτερης’ και ‘μοναδικής’ εμπειρίας για κάθε επισκέπτη αφορά ουσιαστικά, στον κοινωνικό προσδιορισμό της έννοιας αγροτικός τουρισμός, ανάλογα με αυτό που τα ίδια τα άτομα αντιλαμβάνονται ως ‘αγροτικό’ κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους σε μια περιοχή.

Η ύπαιθρος αναγνωρίζεται πλέον, ως αγαθό (ή πόρος με άμεση συμμετοχή στη παραγωγή αγαθών) από τη μια πλευρά και ως ένα σύνολο εμπορευματοποιήσιμων συμβόλων που μπορούν να συνδεθούν με συγκεκριμένους τύπους, τοπικές ιδιαιτερότητες, ανθρώπους, προϊόντα και τρόπους ζωής, από την άλλη. Το πόσο εύκολα ή λιγότερο ανατρεπτικά, μπορούν να ενσωματωθούν τέτοιες ‘νέες’ δραστηριότητες στον αγροτικό χώρο, είναι περισσότερο θέμα ουσιαστικής και ποιοτικής διαχείρισης των προσφερόμενων πόρων και δραστηριοτήτων και όχι θέμα σύγκρουσης ανάμεσα σε ‘παραδοσιακές’ και ‘σύγχρονες’ αξίες και πρότυπα.

Με βάση τα παραπάνω, φαίνεται περισσότερο ολοκληρωμένος ένας ορισμός για το τι είναι αγροτικός τουρισμός, που θα δίνει έμφαση σε ποιοτικά χαρακτηριστικά και όχι τόσο σε ποσοτικά χαρακτηριστικά σε σχέση με το τι είναι αγροτικός χώρος,

ποιες δραστηριότητες αναψυχής είναι αγροτουριστικές ή όχι κλπ. Στην Ελλάδα, ένας τέτοιος ορισμός δόθηκε πρόσφατα από την Αγροτουριστική Α.Ε, έτσι ο Αγροτικός Τουρισμός είναι:

«μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, η οποία έχει ως στόχους:

- Να συμβάλλει ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού.
- Να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση, καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες θα μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νοιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης.
- Να κινητοποιήσει τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην βιώσιμη περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου».

Ιδιαίτερη έμφαση στα πλαίσια του παραπάνω ορισμού, όπως είναι φανερό, δίνεται στη σημασία του αγροτικού τουρισμού ως βασικού αναπτυξιακού εργαλείου, που ωστόσο, αποδίδει μεγάλη σημασία στην διατήρηση και την ανάδειξη της ιδιαίτερης ταυτότητας ενός τόπου. Η ιδιαίτερη ταυτότητα του τόπου, αποτελεί κεντρικό χαρακτηριστικό σε αυτή τη μορφή τουριστικής ανάπτυξης και σε πολλές περιπτώσεις το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας περιοχής, είναι τα χαρακτηριστικά εκείνα, που στηρίζονται στην διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της (Ray, 2002).

Είναι φανερό από τον παραπάνω ορισμό, ότι ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί για τον επισκέπτη μια κοινωνική διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού με σεβασμό προς το φυσικό περιβάλλον και την πολιτισμική παράδοση και κληρονομιά, βασισμένη στη γνωριμία του με την τοπική κουλτούρα, ιστορία και καθημερινότητα. Ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί μια συνολική εμπειρία, κατά την οποία ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τον τρόπο ζωής των κατοίκων της περιοχής που επισκέπτεται και συνδυάζει την αναψυχή με την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση για κοινωνικά, ιστορικά περιβαλλοντικά και άλλα θέματα της εκάστοτε περιοχής.

Επιπλέον, ο αγροτικός τουρισμός, όπως είναι φανερό από τον παραπάνω ορισμό αφορά σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και προϊόντων που

καταναλώνονται από τον επισκέπτη κατά τη διάρκεια της επίσκεψής του σε μια περιοχή. Έτσι, αποτελεί μια οικονομική δραστηριότητα στην ύπαιθρο, η οποία έχει τη δυνατότητα να κινητοποιήσει μια σειρά από διαφορετικές επιχειρήσεις σε τοπικό επίπεδο, δίνοντας μεγάλη ώθηση στην τοπική ανάπτυξη, στηρίζοντας τα τοπικά εισοδήματα και δημιουργώντας τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τη συγκράτηση του πληθυσμού στις περιοχές όπου αναπτύσσεται (EC, 1999).

3.3 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.3.1 ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 και με ορόσημο το καταλυτικό κείμενο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Το μέλλον της αγροτικής κοινωνίας», αναδεικνύεται έντονα η άποψη ότι η αγροτική κοινωνία – κοινωνία της υπαίθρου – θα πρέπει να διατηρηθεί ως ένα ‘ζωντανό’ κομμάτι της Ευρωπαϊκής κοινωνίας και οικονομίας στο σύνολό της, συμβάλλοντας από την πλευρά της, σε ένα μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης στην Ευρώπη. Οι βασικές κατευθύνσεις, έτσι όπως αυτές ορίστηκαν στο κείμενο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, οδήγησαν στον επαναπροσδιορισμό του ρόλου της υπαίθρου αναφορικά με το εύρος των οικονομικών δραστηριοτήτων και κοινωνικών δομών που θα πρέπει να προβληθούν και να ενισχυθούν, πέρα από τη γεωργία και τις υπόλοιπες παραδοσιακές δραστηριότητες, που σε κάποιες περιπτώσεις αποτελούν μέχρι και σήμερα την οικονομική βάση πολλών αγροτικών περιοχών της Ευρώπης.

Οι αγροτικές περιοχές, θα πρέπει να ορίζονται πλέον, ως τοπικές – χωρικές οντότητες με συνοχή, των οποίων ωστόσο η οικονομική και κοινωνική δομή χαρακτηρίζεται από διαφοροποιημένες οικονομικές δραστηριότητες. Τέτοιες τοπικές – χωρικές οντότητες περιλαμβάνουν όχι μόνο μικρές κοινότητες (χωριά), αλλά ακόμα και μικρές πόλεις – κωμοπόλεις και μικρά περιφερειακά αστικοποιημένα κέντρα που αποτελούν πόλους ανάπτυξης στην ύπαιθρο.

Στα πλαίσια ενός έντονα ανταγωνιστικού οικονομικού περιβάλλοντος και της μετάβασης σε μια ενιαία αγορά παγκοσμίως, προβλήθηκε ακόμα πιο επιτακτική η ανάγκη για μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων, με στόχο την ανάπτυξη πετυχημένων, οικονομικά και κοινωνικά ‘ζωντανών’, περιφερειών στην Ευρώπη. Η ανάγκη για τη μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων αποτέλεσε και αποτελεί δέσμευση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, έτσι όπως εκφράζεται σε μια σειρά από

ευρωπαϊκά κείμενα και πρωτοβουλίες. Η Συνθήκη του Μάαστριχ (1993), ενδυνάμωσε τη δέσμευση αυτή, ενώ παράλληλα αποτέλεσε και το πλαίσιο για περαιτέρω παρεμβάσεις στην Ευρωπαϊκή Πολιτική Αγροτικής Ανάπτυξης. Στο Συμβούλιο Υπουργών Γεωργίας το 1997, αναγνωρίζεται ότι «η διατήρηση ενός ‘ζωντανού’ αγροτικού οικοδομήματος, το οποίο θα αντανακλά το πρότυπο της Ευρωπαϊκής κοινωνίας, είναι ο βασικός στόχος».

Σήμερα, αποτελεί πλέον κοινό τόπο η διαπίστωση ότι, η νέα αγροτική πολιτική θα πρέπει να συνεχίσει να διαμορφώνεται λαμβάνοντας υπόψη της δυο βασικές αρχές. Η πρώτη αρχή αφορά στην απομάκρυνση από την τομεακή λογική του παρελθόντος, όπου κάθε μέτρο είχε ως στόχο την ανάπτυξη ενός μόνο τομέα, και κυρίως αυτού της γεωργίας. Πλέον, ο στόχος κάθε πρωτοβουλίας και μέτρου θα πρέπει να αφορά στο σύνολο του αγροτικού χώρου. Έτσι, νέες ανάγκες θα πρέπει να καλυφθούν, όπως για παράδειγμα, η διατήρηση του αγροτικού τοπίου, η περιβαλλοντική προστασία των αγροτικών περιοχών και η διατήρηση της πολιτισμικής κληρονομιάς της υπαίθρου. Η δεύτερη αρχή, που διέπει την αναμόρφωση των αγροτικών πολιτικών αφορά στη μετάβαση από τη λογική των επιδοτήσεων ενός φθίνοντα παραγωγικού τομέα, σε νέα επενδυτικά εργαλεία που θα δίνουν έμφαση στην ανάδειξη των τοπικών – περιφερειακών συγκριτικών πλεονεκτημάτων πάνω στα οποία θα πρέπει να οικοδομηθεί η σύγχρονη αγροτική οικονομία.

Η έντονα χωρική πλέον, διάσταση κάθε αναπτυξιακής πολιτικής για την ύπαιθρο με έμφαση στην ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων κάθε περιφέρειας σχετίζεται, έστω και σιωπηρά, με σημαντικές οικονομικές θεωρίες που αναπτύχθηκαν κατά τη δεκαετία του 1990. Ο Paul Krugman (1991), θεμελιώνοντας αυτό που καθιερώθηκε ως η ‘νέα οικονομική γεωγραφία’, ανέδειξε τη δυναμική της έννοιας περιφέρεια – τόπος, μέσα από το πρίσμα της ανάπτυξης των συναλλαγών και του διεθνούς εμπορίου σε ένα έντονα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον. Ο χώρος και η χωροθέτηση της οικονομικής δραστηριότητας, σύμφωνα με τον Krugman (1991), αποτελούν βασικές επεξηγηματικές μεταβλητές της διάρθρωσης του παγκόσμιου εμπορίου και η θεωρία του διεθνούς εμπορίου θα πρέπει να δίνει έμφαση πλέον στην έννοια του χώρου. Την ίδια περίοδο, σημαντική ήταν η επίδραση του Porter (1990), ο οποίος υποστηρίζει ότι κάθε περιφέρεια θα πρέπει να επενδύει σε νέες μορφές οικονομικής δραστηριότητας και σε νέες πηγές συγκριτικού πλεονεκτήματος, αποφεύγοντας να διατηρεί και να προστατεύει συγκριτικά πλεονεκτήματα που μπορεί

να αναδειχθούν στο παρελθόν αλλά, πλέον, αποτελούν αναχρονιστικές και ζημιογόνες δραστηριότητες με βάση τον παγκόσμιο ανταγωνισμό.

Παρά τις διαφορές των παραπάνω δυο προσεγγίσεων, αυτό που προκύπτει ως κοινή συνισταμένη είναι η ανάδειξη του τόπου και της περιφέρειας, όχι ως απλά του φυσικού χώρου, στον οποίο λαμβάνει χώρα μια οικονομική δραστηριότητα, αλλά ως συστατικού στοιχείου της οικονομικής ανάπτυξης. Η κοινή αυτή συνισταμένη παρατηρείται, ιδιαίτερα έντονα αναπτυγμένη, τόσο στη νέα αγροτική πολιτική, όσο και στις περιφερειακές πολιτικές της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

Η επικρατούσα πλέον άποψη ότι, η αγροτική ανάπτυξη θα αφορά κύρια στην ολοκληρωμένη ανάπτυξη της υπαίθρου και όχι αποκλειστικά, στην ανάπτυξη του πρωτογενούς τομέα δε σημαίνει ότι, ο ‘παραδοσιακός’ αγροτικός τομέας δεν θα συνεχίσει να αποτελεί σημαντική οικονομική δραστηριότητα των αγροτικών περιοχών. Η παρούσα άποψη υποδηλώνει την ανάγκη για μια νέα αναπτυξιακή διαδικασία, η οποία θα πρέπει να ενεργοποιείται, οργανώνεται και υποστηρίζεται σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, δίνοντας έμφαση στην τοπική διαφορετικότητα, την ιδιαίτερη πολιτισμική ταυτότητα κάθε τόπου, τα τοπικά δίκτυα και τη συμμετοχή σε νέες παραγωγικές διαδικασίες και νέες καταναλωτικές συνήθειες. Η έντονη διαφοροποίηση των αγροτικών περιοχών της Ευρώπης, η πολυμορφία του αγροτικού τοπίου και η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά πολλών αγροτικών περιοχών, αποτελούν ένα σημαντικό τμήμα της σύγχρονης Ευρώπης και την προσδιορίζουν σε σχέση με τον υπόλοιπο κόσμο (EC, 2000). Στοιχεία όπως το αγροτικό τοπίο, το φυσικό περιβάλλον και η τοπική παράδοση της υπαίθρου, αναγνωρίζονται πλέον και εκτιμώνται ως πολύτιμο κεφάλαιο, όχι μόνο από τους κατοίκους των αγροτικών περιοχών, αλλά από το σύνολο της κοινωνίας. Η αναγνώριση αυτή δημιούργησε μια νέα δυναμική για πολλές αγροτικές περιοχές, αναδεικνύοντας νέες αναπτυξιακές ευκαιρίες, που σχετίζονται κύρια με την παροχή υπηρεσιών, την δημιουργία μικρο-μεσαίων μεταποιητικών επιχειρήσεων, τα τοπικά προϊόντα, τον τουρισμό, κ.α.

Ωστόσο, την ίδια στιγμή πολλές αγροτικές περιοχές συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν έντονα προβλήματα αφού, σε πολλές περιπτώσεις αναγνωρίζονται ως αποτελούμενες από εύθραυστες οικονομικές και κοινωνικές δομές που δεν είναι εύκολο να προσαρμοστούν σε αυτό που θα ονομάζαμε ‘νέα οικονομία της υπαίθρου’. Σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες, παρατηρούνται, ως βασικά χαρακτηριστικά των αγροτικών περιοχών στοιχεία, υψηλά ποσοστά ανεργίας και υποαπασχόλησης, τα οποία είναι συνήθως υψηλότερα από τους αντίστοιχους εθνικούς μέσους όρους. Η

μεγάλη τεχνική πρόοδος που επήλθε στη γεωργία σε συνδυασμό με τη συνεχιζόμενη απελευθέρωση των αγορών για αγροτικά προϊόντα, είχε σαν αποτέλεσμα τη συνεχή μείωση των αγροτικών εκμεταλλεύσεων στο σύνολο της Ευρώπης των 15 κρατών-μελών, με αποτέλεσμα τα παρατηρούμενα υψηλά ποσοστά ανεργίας, τα χαμηλά εισοδήματα και τα συνεχιζόμενα δημογραφικά προβλήματα.

Παρά το γεγονός ότι η εικόνα αυτή διαφοροποιείται από περιοχή σε περιοχή, οι πιέσεις που ασκούνται στο σύνολο των αγροτικών περιοχών της Ευρώπης είναι έντονες και σχετίζονται άμεσα, με τη συνεχιζόμενη μείωση της ανταγωνιστικότητας της 'παραδοσιακής' γεωργίας, σε σχέση με τον παγκόσμιο ανταγωνισμό, με αποτέλεσμα η ανάγκη για διαφοροποίηση της οικονομικής βάσης των αγροτικών περιοχών να γίνεται όλο και πιο επιτακτική. Η μετάβαση από τον πρώτο πυλώνα (γεωργία) της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής, στο δεύτερο πυλώνα (ολοκληρωμένη αγροτική ανάπτυξη), έτσι όπως εκφράστηκε στην Ατζέντα 2000-2006, φαίνεται να αποτελεί μόνο την αρχή για τη ριζική αναμόρφωση των πολιτικών που αφορούν στην ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής υπαίθρου.

Και για την περίοδο μετά το 2006, βασικοί στόχοι των πολιτικών αγροτικής ανάπτυξης παραμένουν, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας των αγροτικών προϊόντων, η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, η ανάδειξη της κληρονομιάς της υπαίθρου, η βελτίωση της ποιότητας ζωής στις αγροτικές περιοχές και η διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας. Η οικονομία της υπαίθρου που θα χαρακτηρίζεται από νέα επιχειρηματική δράση και ευκαιρίες, συνδυάζοντας ανεκμετάλλετους τοπικούς και μη πόρους, με έμφαση στην ποιότητα και την καινοτομία, χωρίς εξαρτήσεις από επιδοτούμενες παραγωγικές διαδικασίες, αποτελεί και σήμερα ζητούμενο, στα πλαίσια χάραξης μιας νέας πολιτικής αγροτικής ανάπτυξης για τα επόμενα χρόνια (OECD, 2003).

3.3.2 Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ο τουρισμός γενικά αναγνωρίζεται πλέον, ως μια από τις δυναμικότερες οικονομικές δραστηριότητες, κατέχοντας κυρίαρχη θέση στην παγκόσμια οικονομία ενώ, σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις σε διεθνές επίπεδο, αυτή η δυναμική ανάπτυξη του κλάδου θα συνεχιστεί και στο μέλλον. Στην Ευρώπη, η αύξηση της ζήτησης για τουρισμό, κατά την τελευταία εικοσαετία έχει τουλάχιστον διπλασιαστεί, ενώ οι θετικές επιπτώσεις αυτής της αύξησης είναι εντυπωσιακές. Σύμφωνα με στοιχεία του

Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), κατά την περίοδο 1998-2000, το 12% του ΑΕΠ στην Ευρώπη παράγεται από τον τουρισμό και τις δραστηριότητες που συνδέονται με αυτόν, ενώ πάνω από 20 εκατομμύρια θέσεις εργασίας έχουν δημιουργηθεί σε αυτόν τον τομέα, κυρίως στα πλαίσια λειτουργίας μικρών και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων (SMEs) (World Tourism Organization, 2001).

Παράλληλα με τη βελτίωση σημαντικών οικονομικών δεικτών και τη σημασία τους για την μελλοντική πορεία του κλάδου, σημαντικές είναι και οι αλλαγές που έχουν επέλθει στη διάρθρωση και την οργάνωση του κλάδου, κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου. Μια από τις κυρίαρχες διαρθρωτικές αλλαγές, αφορά στην εμφάνιση 'νέων' τουριστικών προορισμών, οι οποίες προσφέρουν καλό επίπεδο τουριστικών υποδομών σε σημαντικά χαμηλό κόστος. Αυτοί οι 'νέοι' τουριστικοί προορισμοί έχουν εντείνει τον ανταγωνισμό, στα πλαίσια του 'παραδοσιακού' μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης βασισμένο στο τρίπτυχο «ήλιος, άμμος, θάλασσα», το οποίο συνδέεται κυρίως, με αυτό που ονομάζουμε μαζικό τουρισμό (mass tourism).

Από την άλλη πλευρά, εντελώς 'νέες' μορφές τουρισμού όπως ο αγροτικός τουρισμός έχουν αναπτυχθεί σε πολλές αγροτικές και συχνά ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της υπαίθρου, που στην πραγματικότητα αποτελούν νέους ταξιδιωτικούς προορισμούς εντείνοντας τον υπάρχοντα ανταγωνισμό. Αυτές οι 'νέες' μορφές τουρισμού αναπτύσσονται με ιδιαίτερα εντυπωσιακούς ρυθμούς, οι οποίοι είναι σχεδόν τρεις φορές μεγαλύτεροι από τους ρυθμούς ανάπτυξης της παραδοσιακής τουριστικής βιομηχανίας (EC, 1998). Σύμφωνα με στοιχεία που προκύπτουν από την έρευνα 'Europeans on Holiday' (1997-1998) του Ευρωβαρόμετρου, ένας συνεχώς αυξανόμενος αριθμός επισκεπτών ενδιαφέρεται να επισκεφθεί νέους τουριστικούς προορισμούς και να ανακαλύψει νέες μορφές τουρισμού, ενώ το ποσοστό των Ευρωπαίων καταναλωτών που επιλέγει περιοχές της υπαίθρου, ως τους πλέον επιθυμητούς ταξιδιωτικούς προορισμούς ανέρχεται στο 23%, ποσοστό που θεωρείται ιδιαίτερα υψηλό (EC, 1998).

Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία (EC, 1998), οι Ευρωπαίοι ταξιδεύουν πιο συχνά σε σχέση με το παρελθόν, πραγματοποιώντας πολλά και μικρότερης διάρκειας ταξίδια για αναψυχή, ενώ ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για περιοχές της υπαίθρου με πλούσιο φυσικό περιβάλλον και πολιτισμική κληρονομιά. Οι Ευρωπαίοι καταναλωτές αναζητούν στους ταξιδιωτικούς προορισμούς τους οποίους επισκέπτονται, την ιδιαίτερη πολιτισμική ταυτότητα της κάθε περιοχής, δίνοντας έμφαση στην 'ανακάλυψη' παραδοσιακών αξιών και ενός άλλου τρόπου ζωής, έτσι

όπως αυτός είναι συνυφασμένος με πολλές αγροτικές, συνήθως λιγότερο αναπτυγμένες, περιοχές της υπαίθρου. Σύμφωνα πάντα με την ίδια έρευνα, οι Ευρωπαίοι καταναλωτές ενδιαφέρονται κυρίως, για την ποιότητα και την αναζητούν σε μικρής κλίμακας τουριστικά καταλύματα και παραδοσιακούς ξενώνες, σε παραδοσιακές ταβέρνες και εστιατόρια, αναγνωρίζοντας την αξία των παραδοσιακών προϊόντων μιας περιοχής.

Οι εξελίξεις αυτές εντείνουν τη σημασία του αγροτικού τουρισμού, ως στρατηγική επιλογή για την ανάπτυξη της υπαίθρου, τη διαφοροποίηση της οικονομικής της βάσης και τη λεγόμενη μετάβαση προς μια 'νέα οικονομία της υπαίθρου' με έμφαση στη προσφορά υπηρεσιών ή/και προϊόντων υψηλής ποιότητας. Στα πλαίσια των πολιτικών αγροτικής ανάπτυξης, βασικό χαρακτηριστικό είναι η διοχέτευση σημαντικών επενδυτικών κεφαλαίων, τα οποία κατευθύνονται προς την ανάπτυξη του τουρισμού στις περιφερειακές και λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κατά την περίοδο 1994-1999, το Διαρθρωτικό Ταμείο της Ευρωπαϊκής Ένωσης συνεισέφερε 7.3 δισ. ευρώ σε διάφορα προγράμματα ανάπτυξης του τουρισμού στην Ευρώπη (Roberts and Hall, 2001). Επιπλέον, η Ευρωπαϊκή Πρωτοβουλία LEADER, η οποία χαρακτηρίζεται ως μια από τις πλέον επιτυχημένες πρωτοβουλίες της ΕΕ, συνέβαλλε καταλυτικά στην ενδυνάμωση και την ανασυγκρότηση των τοπικών οικονομιών της ευρωπαϊκής υπαίθρου, μέσα από τη χρηματοδότηση τοπικών τουριστικών δράσεων, οι οποίες ενδυνάμωσαν και τις διαδικασίες ολοκληρωμένης αγροτικής ανάπτυξης των περιοχών αυτών. Οι τρεις συνεχόμενες φάσεις του προγράμματος LEADER (LEADER I, LEADER II και LEADER +) έδωσαν ιδιαίτερη βαρύτητα στο ρόλο του τουρισμού, ως μιας στρατηγικής 'κλειδί' για την ολοκληρωμένη χωρική ανάπτυξη και την αναδιάρθρωση της οικονομικής, περιβαλλοντικής και πολιτισμικής βάσης των λιγότερο ανεπτυγμένων περιοχών.

Η στρατηγική επιλογή ενίσχυσης του αγροτικού τουρισμού συνδέεται άμεσα με τα οφέλη και τις αναπτυξιακές δυνατότητες που προσφέρει ο τουρισμός, ως ένας δυναμικά αναπτυσσόμενος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας. Η ζήτηση για παροχή υπηρεσιών αγροτικού τουρισμού έχει σημαντικές άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις στο παραγόμενο προϊόν μιας περιοχής, στα αγροτικά εισοδήματα και στην απασχόληση των αγροτικών περιοχών. Οι δαπάνες των επισκεπτών σε μια περιοχή, δαπάνες που αφορούν, τόσο την αγορά τοπικών αγροτικών προϊόντων, όσο και την κατανάλωση μιας σειράς υπηρεσιών, δημιουργούν μια αυτόνομη (εξωτερική) ζήτηση

για το προϊόν και τις υπηρεσίες μιας περιοχής και επομένως προκαλούν άμεσες επιπτώσεις στο προϊόν, την απασχόληση και το εισόδημα των περιοχών αυτών. Μέσω των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων αυτή η άμεση ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες αγροτικού τουρισμού προκαλεί έμμεσες και παράγωγες επιδράσεις σε όλους τους άλλους κλάδους της οικονομικής δομής των περιοχών αυτών.

Με βάση τα παραπάνω, είναι προφανής η σημασία του αγροτικού τουρισμού ως μηχανισμού οικονομικής ανάπτυξης των περιφερειακών και μειονεκτικών περιοχών. Σύμφωνα με τον Telfer (2002), στα πλαίσια των συστημάτων κέντρο-περιφέρεια, ο τουρισμός μπορεί να μεταφέρει πλούτο από τις πλουσιότερες και περισσότερο αναπτυγμένες αστικές περιοχές στις φτωχότερες περιοχές της περιφέρειας, οι οποίες συνήθως υπολείπονται στους δείκτες κοινωνικής και οικονομικής ευημερίας και ποιότητας ζωής σε σχέση με τους εθνικούς κάθε φορά μέσους όρους.

Ο τουρισμός επηρεάζει αποτελεσματικά τον τομέα της απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο, αφού δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, τόσο στους κλάδους που συνδέονται άμεσα με την τουριστική δραστηριότητα, όσο και στους κλάδους που δραστηριοποιούνται για την αντιμετώπιση της πρόσθετης ζήτησης, σε άλλους τομείς οικονομικής δραστηριότητας που ενεργοποιούνται λόγω της ανάπτυξης του τουρισμού. Η τουριστική επιχειρηματική δραστηριότητα, λόγω της ιδιαίτερης φύσης της και λόγω του ότι είναι δραστηριότητα εντάσεως εργασίας, έχει την ικανότητα να απαιτεί σχετικά μικρές, σε σύγκριση με άλλους τομείς, επενδύσεις και να προκαλεί άμεσα αποτελέσματα, τόσο στην απασχόληση, όσο και σε κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα που συνδέεται με αυτόν (Λαγός, 1998).

Η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού, συνδέεται άμεσα και με την αύξηση της ζήτησης των παραγόμενων προϊόντων κάθε τοπικής οικονομίας. Η αύξηση αυτή μπορεί να προέλθει, από την άμεση κατανάλωση τοπικά παραγόμενων προϊόντων από τους τουρίστες – επισκέπτες. Η αύξηση αυτή ωστόσο, προϋποθέτει την οργανική διασύνδεση της τουριστικής καταναλωτικής ζήτησης με την παραγωγή καταναλωτικών προϊόντων σε τοπικό – περιφερειακό επίπεδο, συμβάλλοντας σημαντικά στη μεγιστοποίηση της προστιθέμενης αξίας του τελικού προϊόντος ‘ταξιδιωτική εμπειρία’. Με άλλα λόγια, η ζήτηση για τουρισμό συμβάλλει στη δημιουργία εξωτερικών οικονομιών για τις υπόλοιπες οικονομικές δραστηριότητες της ίδιας ή και γειτονικών τοπικών οικονομιών. Η συμπληρωματική φύση του τουριστικού προϊόντος είναι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της τουριστικής

‘βιομηχανίας’, και επιδρά άμεσα στο τοπικό παραγωγικό σύστημα συνδέοντας πολλές διαφορετικές παραγωγικές δραστηριότητες για την ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης.

Έτσι σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί το συνδυαστικό κρίκο του πρωτογενή και δευτερογενή τομέα με τον τριτογενή. Αποτελεί, δηλαδή, το συνδυαστικό κρίκο μεταξύ της παραγωγής γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων και της μεταποίησης, με την παροχή υπηρεσιών και τον τουρισμό. Κατά αυτόν τον τρόπο, ο αγροτικός τουρισμός δημιουργεί, στηρίζει και τονώνει την τοπική οικονομία, στηρίζοντας τις υπάρχουσες επιχειρήσεις ή δίνοντας την ευκαιρία για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Έτσι, ο αγροτικός τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση των τοπικών εισοδημάτων, με άμεσες θετικές επιπτώσεις στη συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο που αποτελεί και ουσιαστικό στόχο των πολιτικών αγροτικής ανάπτυξης. Η σημασία του αγροτικού τουρισμού ως μέσου επίτευξης των στόχων της τοπικής ανάπτυξης έγκειται στη δυνατότητα που παρέχει για την άμεση κινητοποίηση όλων των παραγωγικών, πολιτισμικών και αναπτυξιακών δυνάμεων ενός τόπου ή μιας περιφέρειας, συμβάλλοντας έτσι στην βιώσιμη περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

3.3.3 Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο αγροτικός τουρισμός στην Ελλάδα αντιμετωπίστηκε, ως ένας από τους σημαντικότερους μοχλούς αγροτικής ανάπτυξης των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών και η ανάπτυξή του έχει χρηματοδοτηθεί από μια σειρά Πρωτοβουλιών της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένου του προγράμματος LEADER και των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (Regional Operational Programs). Επίσης, ένα σημαντικό τμήμα των δημοσίων δαπανών σε εθνικό επίπεδο έχει διοχετευτεί προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών της Ελλάδας. Για τις περισσότερες περιοχές με αυτά τα χαρακτηριστικά, ο τουρισμός αποτελεί τη μόνη οικονομική δραστηριότητα, η οποία φαίνεται να παρέχει ευνοϊκές προοπτικές για την μελλοντική ανάπτυξη των περιοχών αυτών.

Κατά τη διάρκεια υλοποίησης του 2^{ου} Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, 1994-1999, ο τομέας του αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα χρηματοδοτήθηκε και

υποστηρίχθηκε από μια σειρά πρωτοβουλιών όπως ο Ευρωπαϊκός Κανονισμός 950/97, η Πρωτοβουλία LEADER II και τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα. Οι επενδύσεις που αφορούν τον αγροτικό τουρισμό και την ίδρυση μικρών βιοτεχνιών χειροτεχνίας αποτέλεσαν τον κύριο κορμό των παρεμβάσεων στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της Ελλάδας κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Η κατασκευή νέων και η συντήρηση υπαρχόντων μονάδων διαμονής και φιλοξενίας απορρόφησαν το μεγαλύτερο ποσοστό των χρηματοδοτήσεων στα πλαίσια των συγκεκριμένων πρωτοβουλιών ανάπτυξης. Μέσα από την εφαρμογή του Κανονισμού 950/70, περίπου 60 εκατ. Ευρώ διατέθηκαν για την χρηματοδότηση 900 έργων αγροτικού τουρισμού σε εθνικό επίπεδο. Στα πλαίσια της Πρωτοβουλίας LEADER II (Μέτρο 3), 1.100 έργα πραγματοποιήθηκαν τα οποία απορρόφησαν συνολικά το ποσό των 114,45 εκατ. Ευρώ, ενώ η εθνική δημόσια συμμετοχή για την υλοποίηση των προγραμμάτων αυτών ανέρχεται στο 59% του συνολικού ποσού που επενδύθηκε για αυτά τα έργα. Τα έργα που χρηματοδοτήθηκαν στα πλαίσια της Πρωτοβουλίας LEADER II αφορούσαν επίσης την κατασκευή μονάδων διαμονής και την ανάπτυξη εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων στις περιοχές υλοποίησης των δράσεων αυτών.

Η εφαρμογή των Πρωτοβουλιών LEADER I και LEADER II, οδήγησε στην βελτίωση της δυναμικότητας φιλοξενίας ταξιδιωτών των περιοχών αυτών κατά περίπου 10.000 κλίνες, στο σύνολο της Ελλάδας, ενώ ο αριθμός των θέσεων μόνιμης εργασίας από τις επενδύσεις αυτές αυξήθηκε κατά 2.315 θέσεις εργασίας, ενώ περίπου ίδιος σε μέγεθος είναι και ο αριθμός των θέσεων μερικής απασχόλησης που δημιουργήθηκαν σε επίπεδο χώρας και οι οποίες ανέρχονται σε περίπου 2.300 θέσεις μερικής απασχόλησης. Κατά την ίδια περίοδο, η εφαρμογή των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων οδήγησε στην απορρόφηση περίπου 8,2 εκατ. Ευρώ τα οποία επενδύθηκαν στη χρηματοδότηση 110 έργων αγροτικού τουρισμού και αναψυχής στις περιοχές αυτές. Θα πρέπει στο σημείο αυτό να σημειωθεί ότι οι παρεμβάσεις μέσω των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων είναι μικρότερης εμβέλειας δεδομένου ότι τα προγράμματα αυτά αφορούσαν σε ένα πιο περιορισμένο αριθμό περιοχών παρέμβασης (Υπουργείο Γεωργίας, 1999; 2001).

Στα πλαίσια υλοποίησης του 3^{ου} Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, και της αναδιάρθρωσης των διαρθρωτικών χρηματοδοτήσεων της ΕΕ κάτω από τον Κανονισμό 1260/99 και άλλους επιμέρους Κανονισμούς (1261, 1262, 1257), η

ανάπτυξη του τομέα αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα υποστηρίχτηκε από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 “Αγροτική Ανάπτυξη και Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου” (και συγκεκριμένα το Μέτρο 7.9) το οποίο εξασφάλισε χρηματοδότηση ύψους 81,35 εκατ. Ευρώ περίπου, με στόχο την ολοκλήρωση 180 επενδυτικών προγραμμάτων μέχρι το τέλος του έτους 2003 (Υπουργείο Γεωργίας, 2004).

Κατά την ίδια περίοδο, το Μέτρο 7.6 χρηματοδοτήθηκε με σκοπό την ενίσχυση της διαφοροποίησης των αγροτικών δραστηριοτήτων, τόσο των αγροτών πλήρους απασχόλησης όσο και των πολυαπασχολούμενων αγροτών, έτσι ώστε να είναι σε θέση να αναπτύξουν νέες πηγές εσόδων από εναλλακτικές δραστηριότητες οι οποίες θα χωροθετούνται στις εκμεταλλεύσεις τους. Το Μέτρο αυτό οδήγησε στη διάθεση του ποσού των 60,56 εκατ. Ευρώ για την υποστήριξη 330 επενδυτικών προγραμμάτων, τα οποία σχετίζονται με τον αγροτικό τουρισμό και την ανάπτυξη μικρών μονάδων χειροτεχνίας έως το τέλος του έτους 2003. Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα στοιχεία αυτά είναι ενδεικτικά, δεδομένου ότι αποτελούν μόνο ένα τμήμα των επενδύσεων που πραγματοποιούνται για την ανάπτυξη του τομέα αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Επιπλέον χρηματοδοτήσεις κατευθύνονται προς την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού μέσα από τη Πρωτοβουλία LEADER + και τη συνέχιση των ΠΕΠ, για την υλοποίηση των οποίων στοιχεία δεν είναι ακόμα διαθέσιμα.

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, οι πολιτικές αγροτικής και περιφερειακής ανάπτυξης αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία στην ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού στις ορεινές και λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές της ΕΕ. Παρόλα αυτά, οι υπάρχουσες πληροφορίες και η γνώση σχετικά με την οικονομική βάση, η οποία στηρίζει τον τομέα του αγροτικού τουρισμού στα πλαίσια της ΕΕ είναι περιορισμένες, όπως περιορισμένη είναι και η γνώση σχετικά με τις επιπτώσεις των διαφόρων πολιτικών ανάπτυξης του τομέα τουρισμού στις περιοχές αυτές.

Επιπλέον, παρόλο που τα έξοδα των επισκεπτών και η ζήτηση για τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες είναι μια από τις πιο σημαντικές τάσεις αναδιάρθρωσης του τομέα τουρισμού στην Ευρώπη, οι πληροφορίες σχετικά με το χαρακτήρα και τη μελλοντική εξέλιξη των τάσεων αυτών είναι αρκετά περιορισμένες, ενώ οι εμπειρικές έρευνες σχετικά με τις οικονομικές επιπτώσεις των αναδιαρθρώσεων αυτών είναι μάλλον περιορισμένες (Downward and Lumsdon, 2000). Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι οικονομικές επιπτώσεις του αγροτικού τουρισμού δεν έχουν

αποτελέσει ιδιαίτερη περιοχή μελέτης στα πλαίσια των εμπειρικών ερευνών για την αγροτική ανάπτυξη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:

ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΔΕΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο αγροτικός τουρισμός στην Ευρώπη, θεωρείται και προωθείται ως ένα σημαντικό «εργαλείο» για την αγροτική ανάπτυξη. Στην Ελλάδα, εισήχθηκε επισήμως τη δεκαετία του 1980, μέσω των επιδοτήσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης προς τους Έλληνες γεωργούς ή τους γυναικείους συνεταιρισμούς και από τότε έχει αναπτυχθεί σημαντικά. Στον παρών κεφάλαιο θα εξεταστεί η φύση του αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα και το είδος της συνύπαρξης του τουρισμού και του αγροτικού τομέα, εξετάζοντας αν μεταξύ των δύο κλάδων αναπτύσσονται δεσμοί συνεργασίας ή αν δρουν ανταγωνιστικά ο ένας με τον άλλο.

Από τη σύλληψή του, η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα παρουσίασε μια σειρά από ελαττώματα και αντιφάσεις. Από τη μια πλευρά, κρίνεται αρκετά επιτυχημένη με βάση τον αριθμό των εκμεταλλεύσεων που ανέπτυξαν τέτοιες δραστηριότητες και υπηρεσίες. Από την άλλη πλευρά όμως, παρουσιάζει μια έλλειψη συνοχής και στρατηγικής σε εθνικό επίπεδο και παραμένει τεμαχισμένη στο τοπικό επίπεδο.

Για την εξέταση της σχέσης που αναπτύσσεται μεταξύ του αγροτικού τομέα και του τουρισμού στην Ελλάδα συλλέχθηκαν και επεξεργάστηκαν στατιστικά στοιχεία όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις τόσο αλλοδαπών όσο και ημεδαπών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ του αγροτικού τομέα και η επί τοις εκατό (%) συμμετοχή του αγροτικού τομέα στο ΑΕΠ της χώρας, ανά νομό της χώρας και για την περίοδο 1990-2005. Πιο συγκεκριμένα εξετάστηκε η διαχρονική εξέλιξη των διανυκτερεύσεων ανά κάτοικο για κάθε νομό της χώρας καθώς και της συμμετοχής του αγροτικού τομέα στο ΑΕΠ της χώρας, έτσι ώστε να διαπιστωθεί αν υπάρχει κάποια σχέση που συνδέει τους δύο κλάδους και αν ναι τι είδους είναι αυτή. Αν δηλαδή οι δύο τομείς δρουν ανταγωνιστικά ή συμπληρωματικά μεταξύ τους. Στον πίνακα που ακολουθεί εξετάζεται ο βαθμός συσχέτισης μεταξύ των διανυκτερεύσεων ανά κάτοικο και ανά νομό της χώρας με την επί τοις εκατό (%) συμμετοχή του ΑΕΠ του αγροτικού τομέα στο συνολικό ΑΕΠ της χώρας. Ο βαθμός συσχέτισης εξετάζεται μέσω του συντελεστή γραμμικής συσχέτισης

του Pearson. Με τη μέθοδο αυτή διαπιστώνεται αν υπάρχει μια γραμμική σχέση που να συνδέει τους δύο κλάδους, καθώς και ο βαθμός σημαντικότητας αυτής της γραμμικής σχέσης. Στον πίνακα που ακολουθεί γίνεται διάκριση όσον αφορά το βαθμό σημαντικότητας της συσχέτισης, ανάλογα με το ποσοστό σφάλματος που υπάρχει.

Πίνακας 4.1:Βαθμός συσχέτισης Διανυκτερεύσεων και ΑΕΠ αγροτικού τομέα 1990-2005

ΝΟΜΟΣ	Βαθμός συσχέτισης % ΑΕΠ του αγροτικού τομέα με:		
	Διανυκτερεύσεις Σύνολο	Διανυκτερεύσεις Ημεδαπών	Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	++	++	-
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	++	++	-
ΕΥΒΟΙΑΣ	-	++	-
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	-	-	++
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	++	+	++
ΦΩΚΙΔΑΣ	-	-	-
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	+	-	+
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	-	-	++
ΑΧΑΪΑΣ	+	-	+
ΗΛΕΙΑΣ	-	-	-
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	+	++	-
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	+	-	+
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	++	++	++
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	++	++	++
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	-	-	-
ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	++	++	+
ΛΕΥΚΑΔΑΣ	-	-	-
ΑΡΤΑΣ	++	+	-
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	+	-	++
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	-	-	-
ΠΡΕΒΕΖΑΣ	+	+	-
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	++	++	-
ΛΑΡΙΣΑΣ	-	-	-
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	-	+	-
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	+	++	-
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	+	+	-
ΔΡΑΜΑΣ	-	-	-
ΗΜΑΘΙΑΣ	-	-	-
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	-	-	-
ΚΑΒΑΛΑΣ	++	-	+
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	-	-	-
ΚΙΛΚΙΣ	++	++	-
ΚΟΖΑΝΗΣ	++	++	-
ΠΕΛΛΑΣ	-	-	-
ΠΙΠΕΡΙΑΣ	++	++	+
ΣΕΡΡΩΝ	-	-	-
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	+	+	-
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	-	-	-
ΕΒΡΟΥ	-	-	-

ΞΑΝΘΗΣ	+	-	+
ΡΟΔΟΠΗΣ	-	-	-
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	-	++	-
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	-	-	-
ΛΕΣΒΟΥ	-	-	-
ΣΑΜΟΥ	-	++	-
ΧΙΟΥ	+	+	-
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	++	++	++
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	-	++	-
ΡΕΘΥΜΝΟΥ	-	++	-
ΧΑΝΙΩΝ	++	++	++

++ : υψηλός συντελεστής συσχέτισης (ποσοστό σφάλματος < 1%)

+ : ικανοποιητικός συντελεστής συσχέτισης (1% < ποσοστό σφάλματος < 5%)

- : δεν υπάρχει γραμμική σχέση (ποσοστό σφάλματος > 5%)

Ο πιο πάνω πίνακας μας δείχνει σε ποιες περιπτώσεις υπάρχει γραμμική συσχέτιση μεταξύ των διανυκτερεύσεων τουριστών και της % συμμετοχής του ΑΕΠ του αγροτικού τομέα στο ΑΕΠ της χώρας για κάθε νομό της χώρας.

Στη συνέχεια και με βάση τον παραπάνω πίνακα, θα ασχοληθούμε με τους νομούς στους οποίους εμφανίζεται ότι υπάρχει ενός είδους γραμμική συσχέτιση, είτε αυτή θα έχει αρνητική κλίση οπότε θα μιλάμε για ανταγωνιστικότητα μεταξύ τουρισμού και αγροτικού τομέα, είτε αυτή θα έχει θετική κλίση οπότε θα μιλάμε για συμπληρωματικότητα μεταξύ των δύο τομέων, με τελικό σκοπό να διαπιστώσουμε αν υπάρχει μια γενική τάση σχετικά με τη σχέση τουρισμού και αγροτικού τομέα στην Ελλάδα, να ερμηνεύσουμε τα αποτελέσματα και να καταλήξουμε σε κάποια συμπεράσματα.

Από την ανάλυση των δεδομένων για κάθε νομό της χώρας, προέκυψε πως σε 5 νομούς εμφανίζεται συμπληρωματικότητα μεταξύ τουρισμού και αγροτικού τομέα, σε 15 νομούς υπάρχει ανταγωνιστικότητα μεταξύ των δύο τομέων, ενώ στους υπόλοιπους νομούς τα αποτελέσματα δεν εμφάνισαν κανενός είδους συσχέτιση μεταξύ των δύο τομέων.

Για τους νομούς στους οποίους παρουσιάζεται είτε συμπληρωματικότητα, είτε ανταγωνιστικότητα θα ακολουθήσει εκτενής παρουσίαση διαγραμμάτων και σχολιασμός των αποτελεσμάτων. Στον πίνακα 4.2 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι νομοί της χώρας στους οποίους εμφανίζεται συμπληρωματικότητα ή ανταγωνιστικότητα μεταξύ τουρισμού και αγροτικού τομέα.

Πίνακας 4.2:Σχέση τουρισμού και αγροτικού τομέα ανά νομό της Ελλάδας

ΝΟΜΟΣ	Συμπληρωματικότητα	Ανταγωνιστικότητα
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ		√
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	√	
ΕΥΒΟΙΑΣ		
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ		
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	√	
ΦΩΚΙΔΑΣ		
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	√	
ΑΡΚΑΔΙΑΣ		
ΑΧΑΪΑΣ		
ΗΛΕΙΑΣ		
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ		√
ΛΑΚΩΝΙΑΣ		√
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ		√
ΖΑΚΥΝΘΟΥ		√
ΚΕΡΚΥΡΑΣ		
ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ		√
ΛΕΥΚΑΔΑΣ		
ΑΡΤΑΣ		√
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ		
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ		
ΠΡΕΒΕΖΑΣ		
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ		√
ΛΑΡΙΣΑΣ		
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ		
ΤΡΙΚΑΛΩΝ		
ΓΡΕΒΕΝΩΝ		√
ΔΡΑΜΑΣ		
ΗΜΑΘΙΑΣ		
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ		
ΚΑΒΑΛΑΣ		√
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ		
ΚΙΛΚΙΣ		√
ΚΟΖΑΝΗΣ	√	
ΠΕΛΛΑΣ		
ΠΙΠΕΡΙΑΣ		√
ΣΕΡΡΩΝ		
ΦΛΩΡΙΝΑΣ		
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ		
ΕΒΡΟΥ		
ΞΑΝΘΗΣ		√
ΡΟΔΟΠΗΣ		
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ		
ΚΥΚΛΑΔΩΝ		
ΛΕΣΒΟΥ		
ΣΑΜΟΥ		
ΧΙΟΥ	√	
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ		√
ΛΑΣΙΘΙΟΥ		
ΡΕΘΥΜΝΟΥ		
ΧΑΝΙΩΝ		√

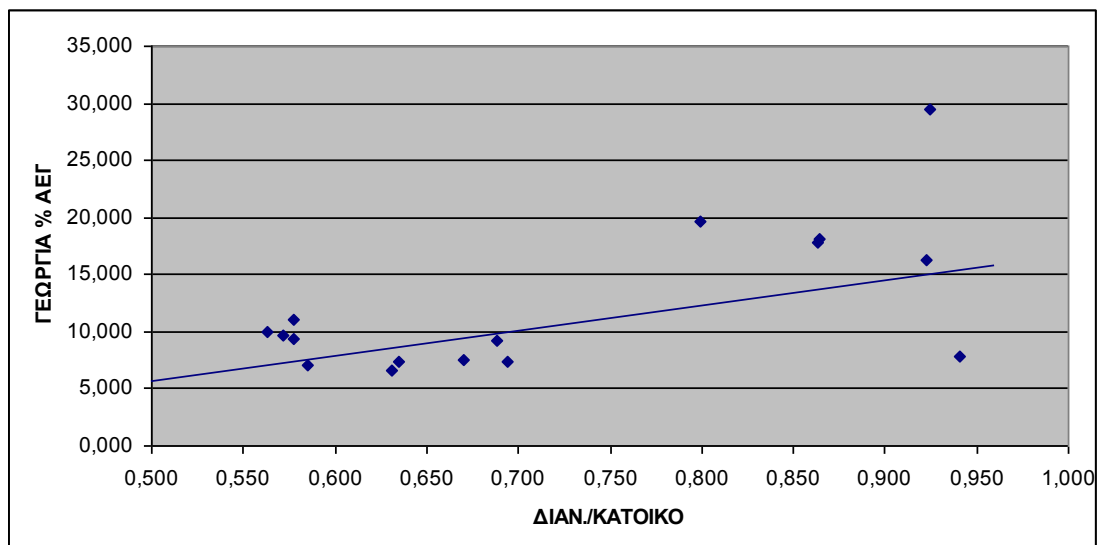
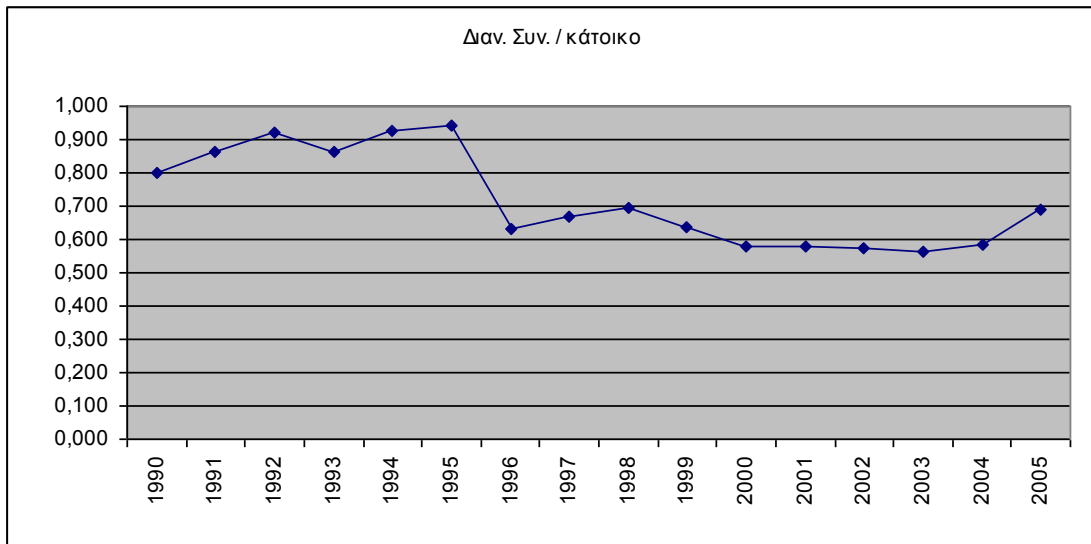
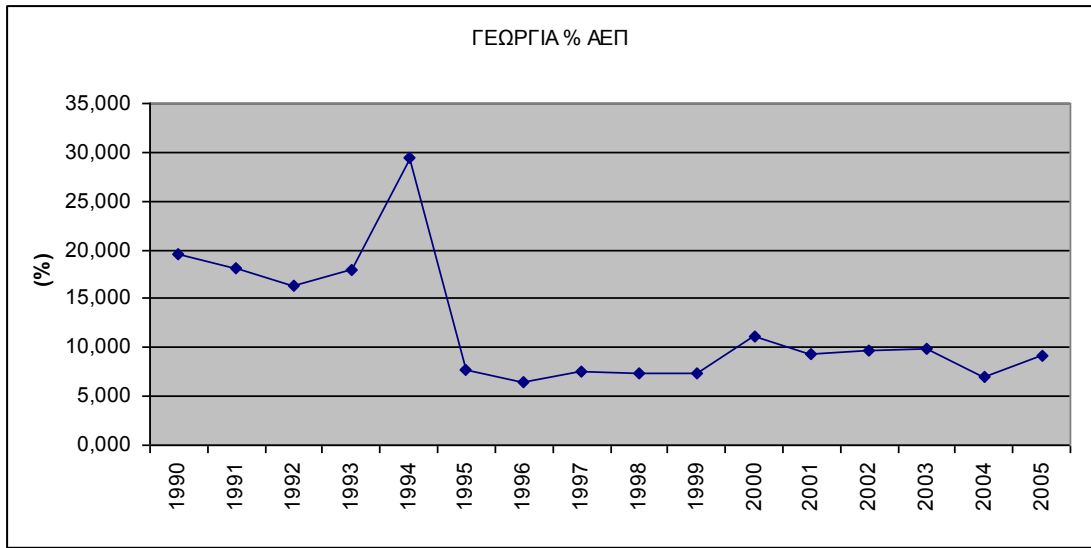
Στη συνέχεια του κεφαλαίου θα παρουσιαστούν σε διαγράμματα, για τους νομούς στους οποίους εμφανίζεται είτε συμπληρωματικότητα, είτε ανταγωνιστικότητα μεταξύ γεωργίας και τουρισμού για τη χρονική περίοδο 1990-2005, τα παρακάτω δεδομένα:

- η διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής του ΑΕΠ της γεωργίας
- η διαχρονική εξέλιξη των διανυκτερεύσεων τουριστών ανά κάτοικο
- το είδος της συσχέτισης που υπάρχει, αν δηλαδή οι δύο τομείς (γεωργία και τουρισμός), δρουν ανταγωνιστικά ή συμπληρωματικά μεταξύ τους.

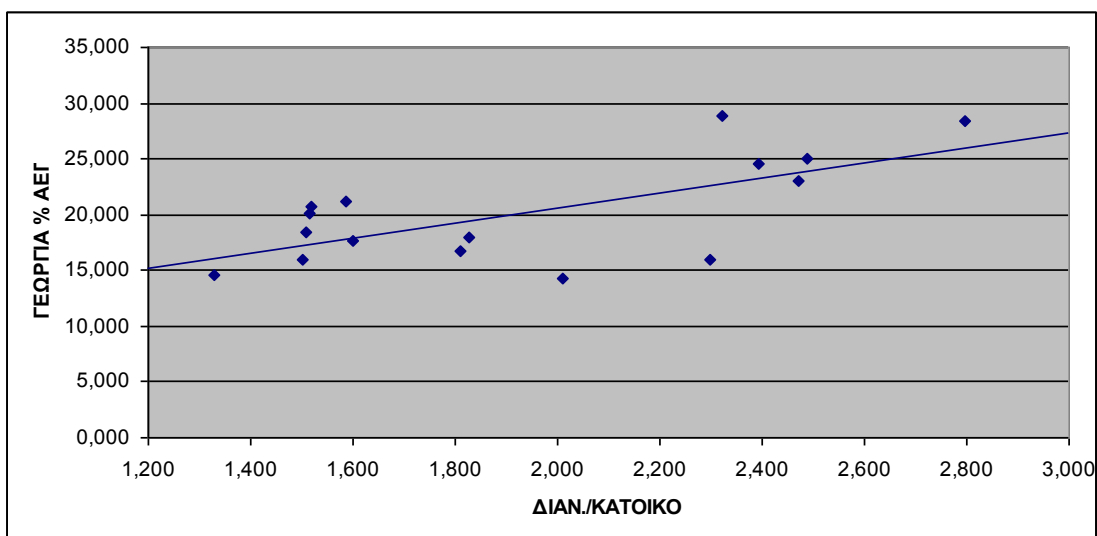
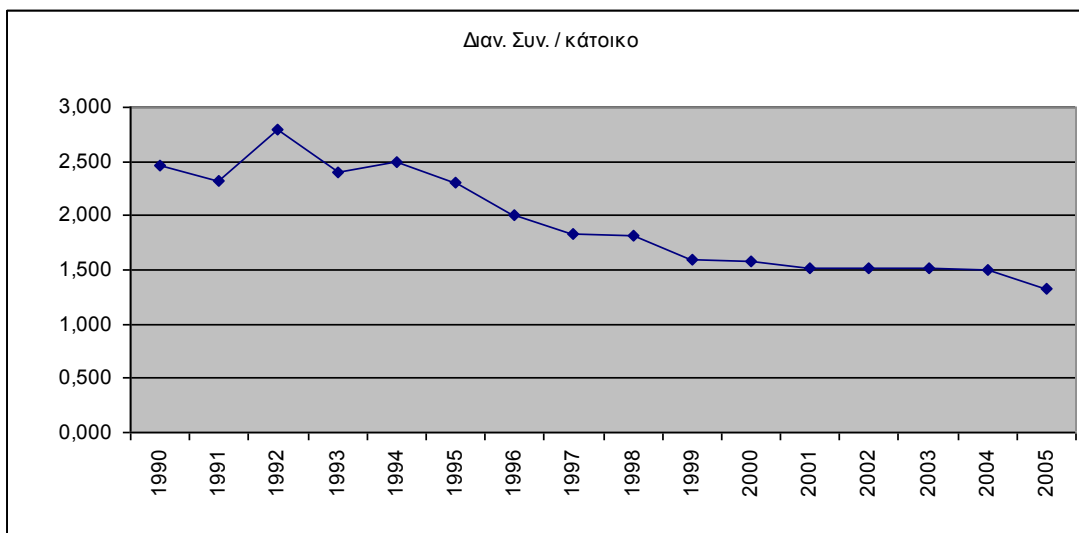
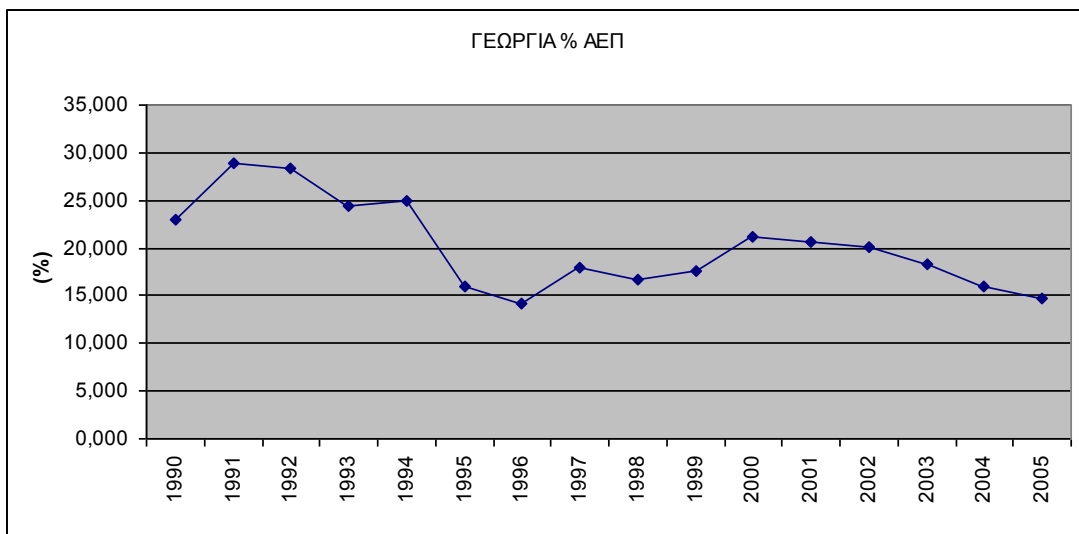
Πρώτα θα παρουσιαστούν οι **5 νομοί** (Βοιωτίας, Φθιώτιδας, Αργολίδας, Κοζάνης και Χίου), στους οποίους εμφανίζεται **συμπληρωματικότητα** μεταξύ γεωργίας και τουρισμού και στη συνέχεια οι **15 νομοί** (Αιτωλοακαρνανίας, Κορινθίας, Λακωνίας, Μεσσηνίας, Ζακύνθου, Κεφαλληνίας, Άρτας, Καρδίτσας, Γρεβενών, Καβάλας, Κιλκίς, Πιερίας, Ξάνθης, Ηρακλείου και Χανίων), στους οποίους εμφανίζεται **ανταγωνιστικότητα** μεταξύ γεωργίας και τουρισμού.

Στα διαγράμματα που ακολουθούν 4.1 - 4.6 παρουσιάζονται οι 5 νομοί, στους οποίους εμφανίζεται **συμπληρωματικότητα** μεταξύ γεωργίας και τουρισμού.

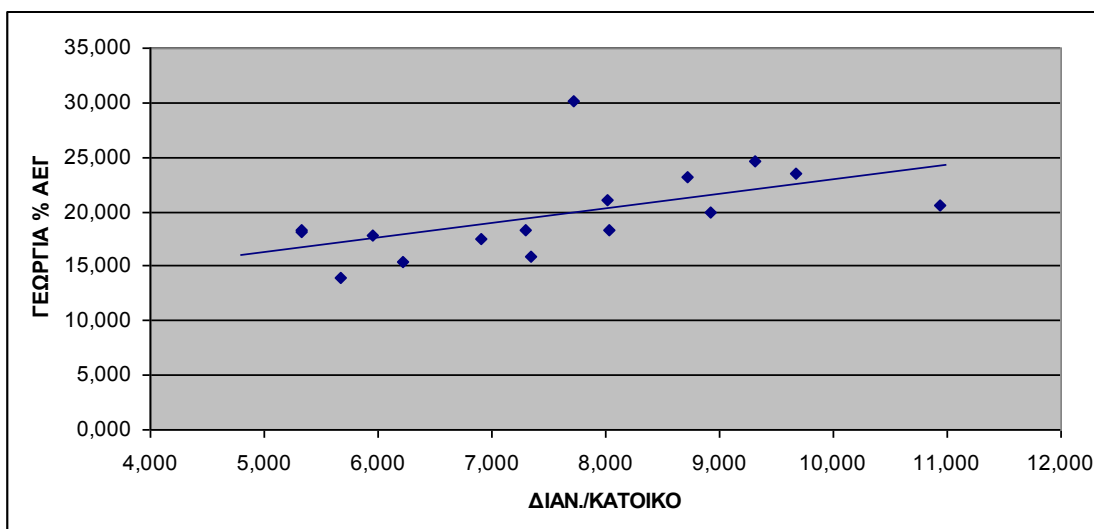
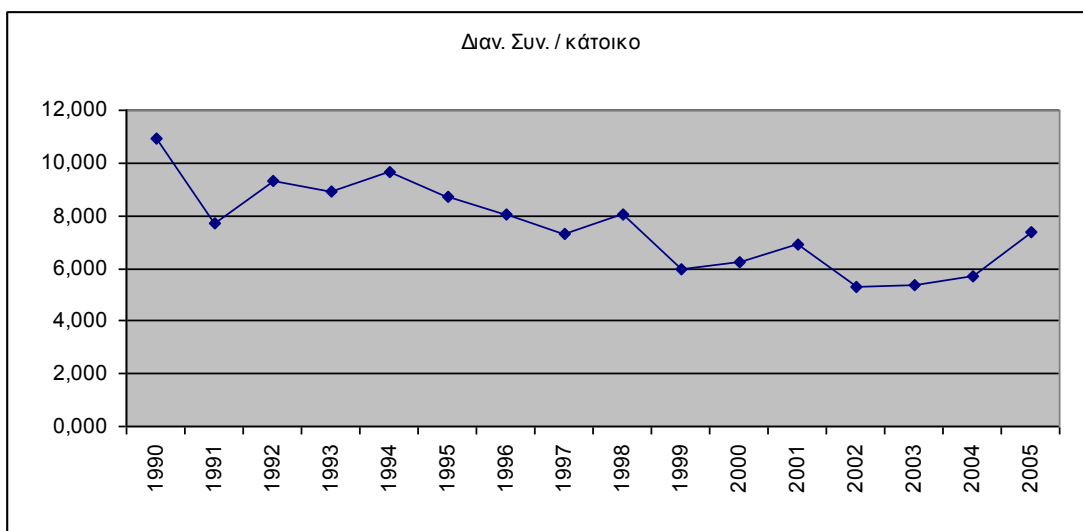
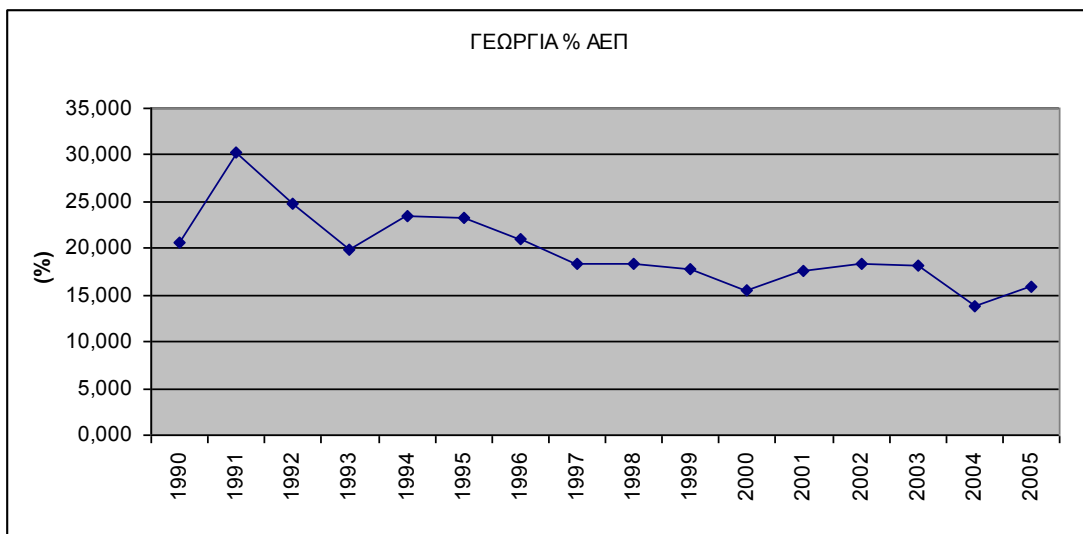
Διάγραμμα 4.1: Αποτελέσματα νομού Βοιωτίας



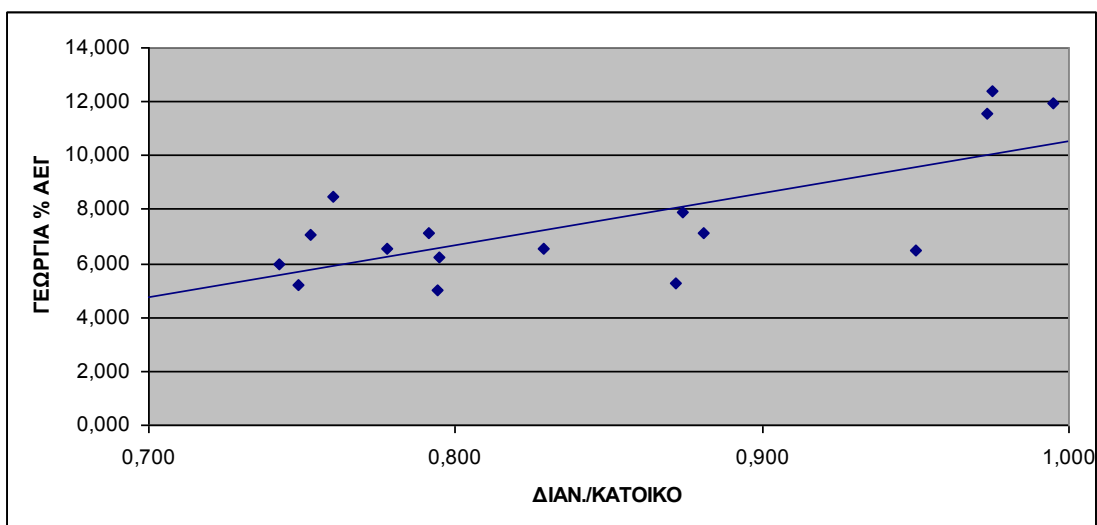
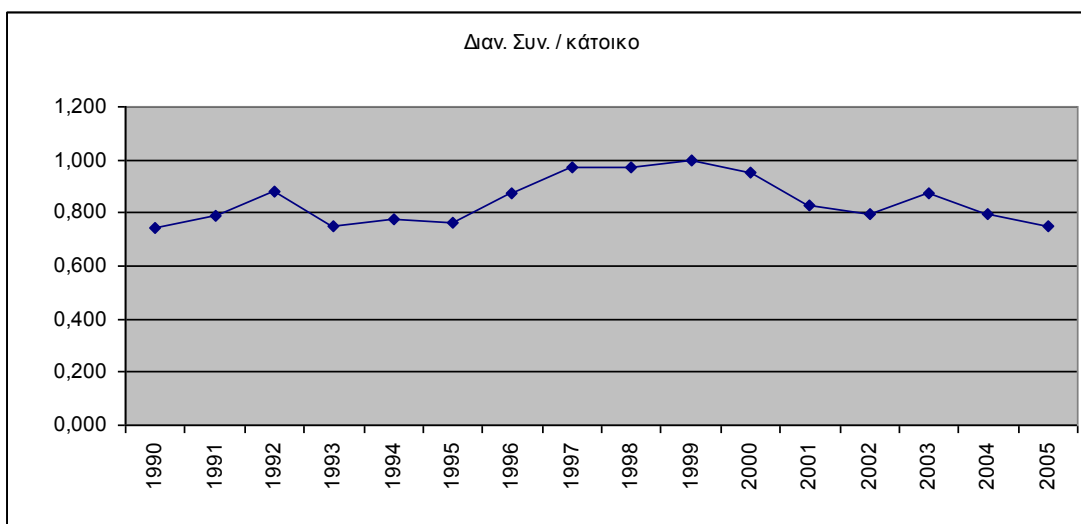
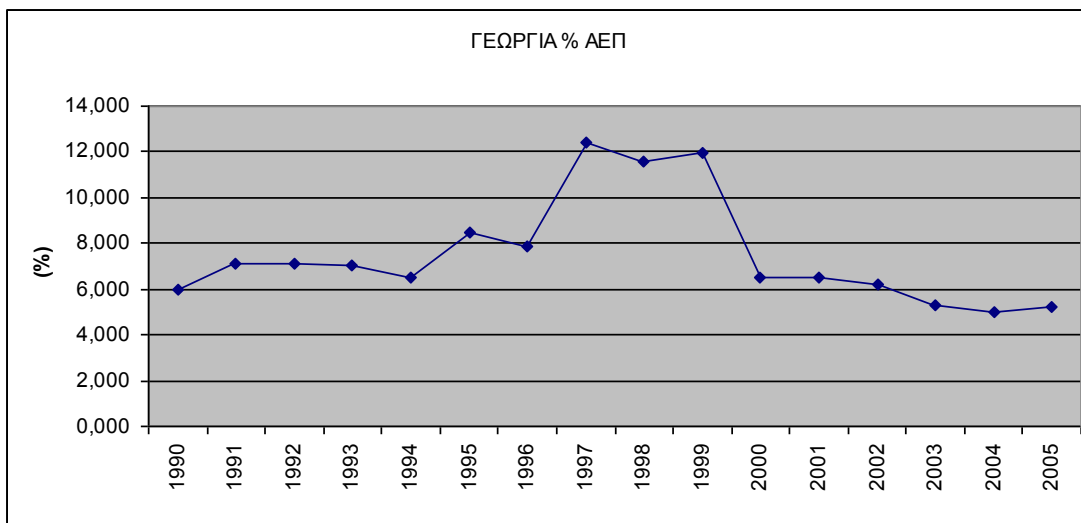
Διάγραμμα 4.2: Αποτελέσματα νομού Φθιώτιδας



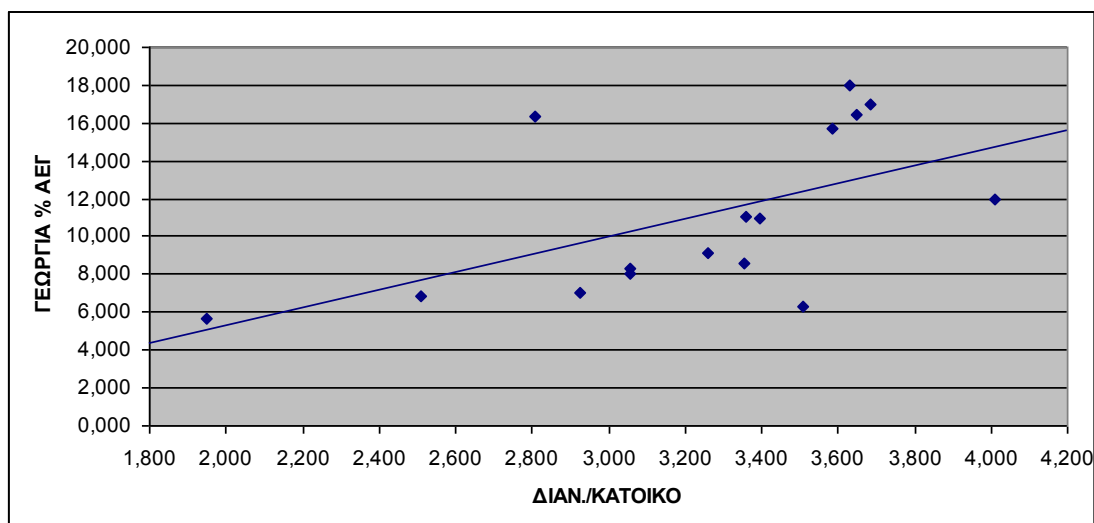
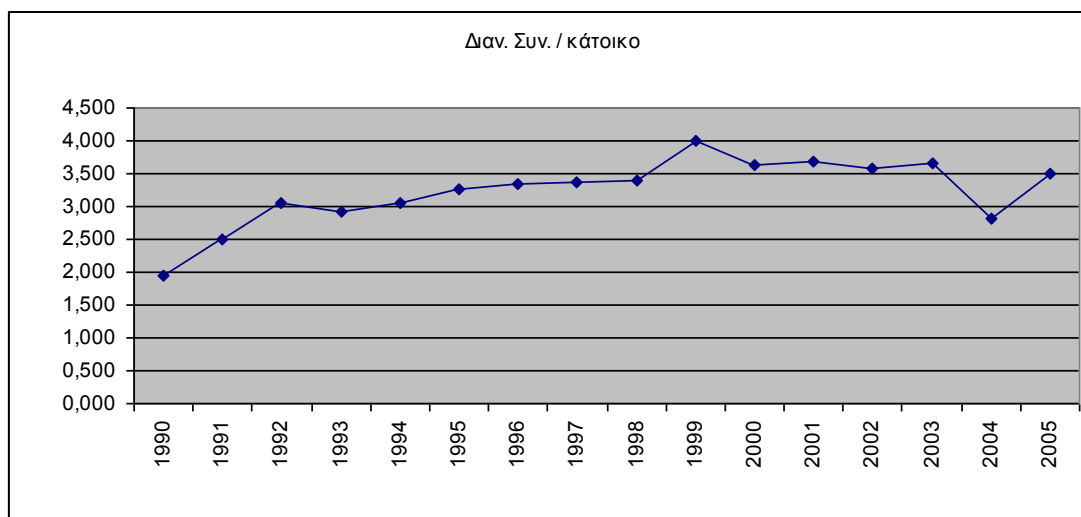
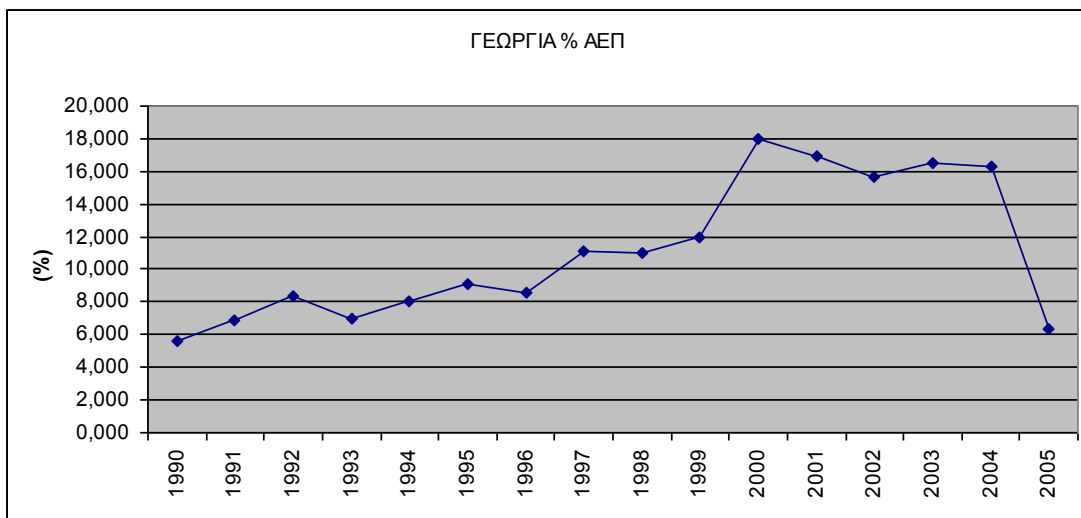
Διάγραμμα 4.3: Αποτελέσματα νομού Αργολίδας



Διάγραμμα 4.4: Αποτελέσματα νομού Κοζάνης



Διάγραμμα 4.5: Αποτελέσματα νομού Χίου



Όπως παρουσιάστηκε στα πιο πάνω διαγράμματα 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, στους 4 από τους 5 νομούς της χώρας, στους οποίους εμφανίζεται συμπληρωματικότητα μεταξύ της γεωργίας και του τουρισμού, δηλαδή στους νομούς Βοιωτίας, Φθιώτιδας, Αργολίδας και Κοζάνης, παρατηρείται μια ταυτόχρονη μείωση και των δύο κλάδων, ενώ μόνο στην περίπτωση του νομού της Χίου παρατηρείται ταυτόχρονη αύξηση του τουρισμού και της γεωργίας.

Για τους νομούς Κοζάνης, Βοιωτίας και Φθιώτιδας αυτή η εξέλιξη κρίνεται φυσιολογική, καθώς και οι 3 τους έχουν ανεπτυγμένους τους τομείς της βιομηχανίας, της ενέργειας και των κατασκευών. Κατά τη διάρκεια της δεκαπενταετίας 1990-2005 και οι 3 αυτοί νομοί εμφανίζουν σταθερή αύξηση των ποσοστών τους στους τομείς της βιομηχανίας, της ενέργειας και των κατασκευών.

Ο νομός Κοζάνης χαρακτηριστικά, εμφανίζει ποσοστά της τάξης του 50% του ΑΕΠ για βιομηχανία-κατασκευές, ενώ περίπου στο 30% του ΑΕΠ καθαρά στον τομέα της ενέργειας.

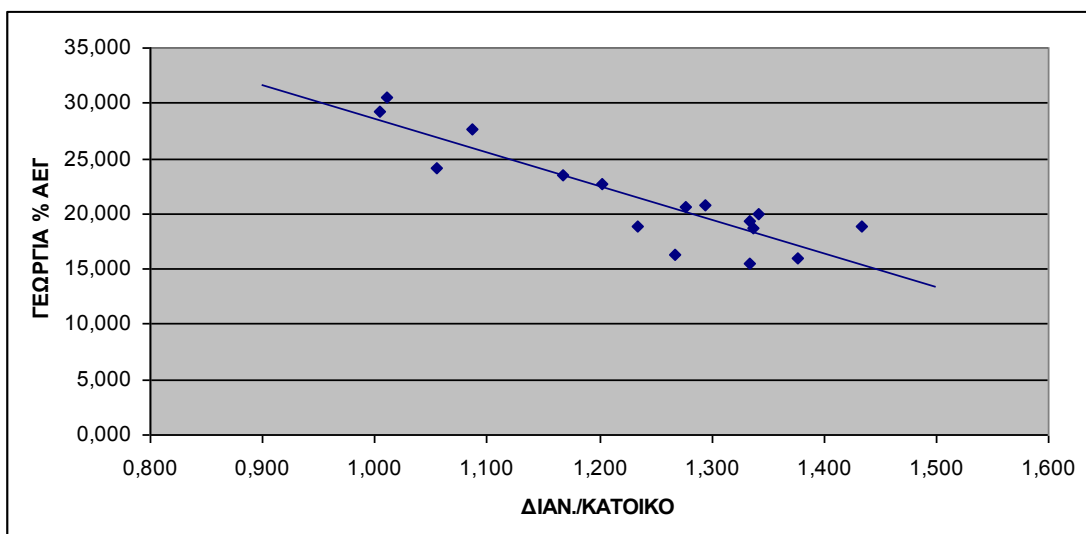
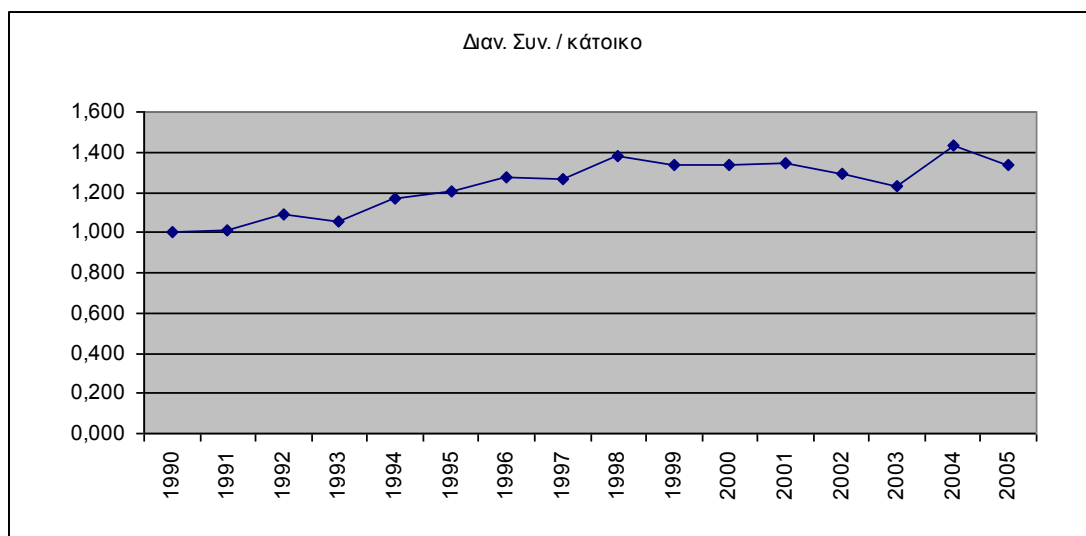
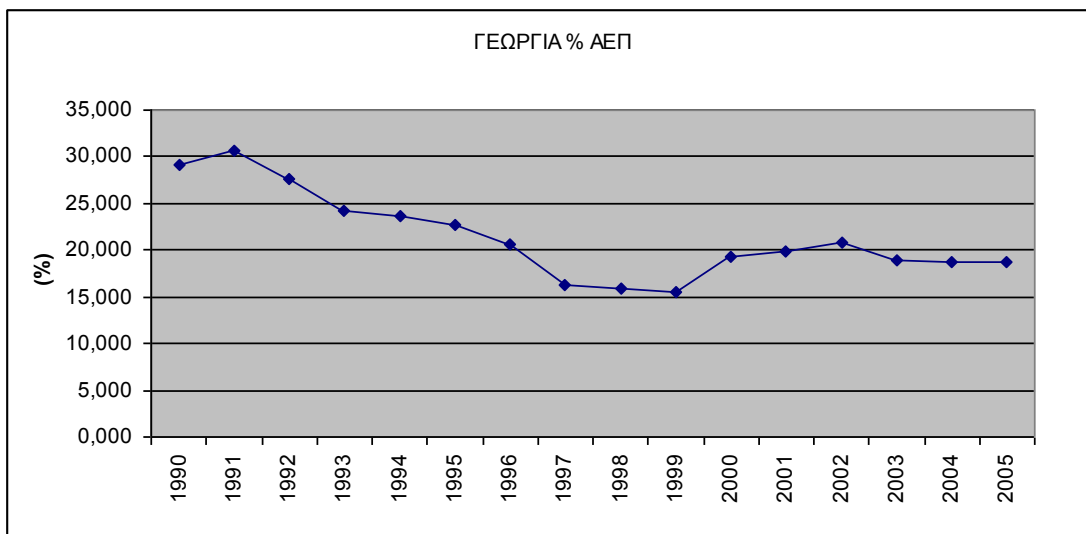
Επίσης ο νομός Βοιωτίας εμφανίζει ποσοστά μεταξύ 65% και 70% του ΑΕΠ για βιομηχανία-κατασκευές, ενώ φαίνεται να εξειδικεύεται στον τομέα της μεταποίησης με ποσοστά της τάξεως του 50% του ΑΕΠ.

Από την άλλη ο νομός Αργολίδας αν και ιδιαίτερος τουριστικός σε σχέση με τους υπόλοιπους νομούς, παρουσιάζει μια κάμψη στην τουριστική κίνηση αλλά και στον τομέα της γεωργίας, με μια ταυτόχρονη διόγκωση του τομέα των υπηρεσιών.

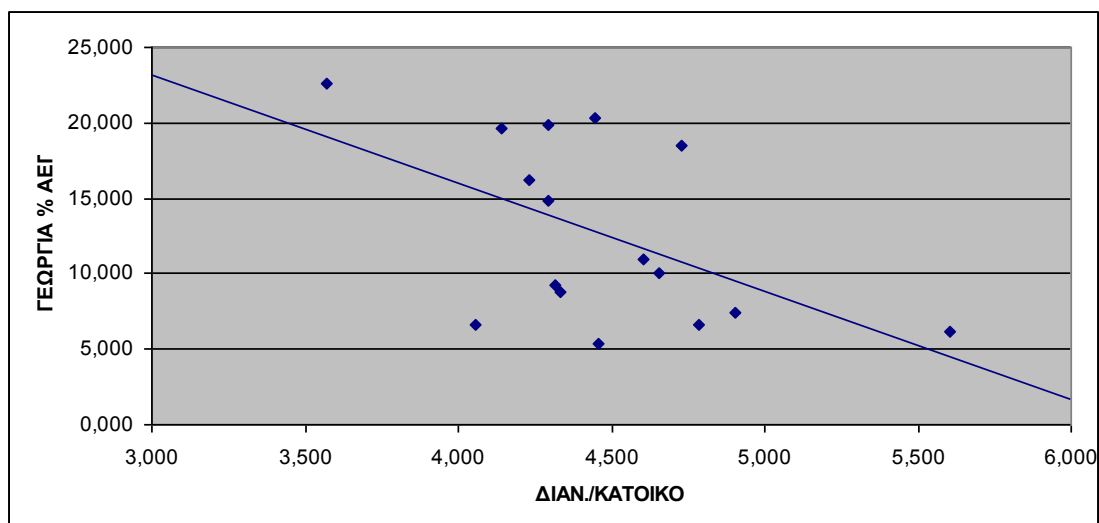
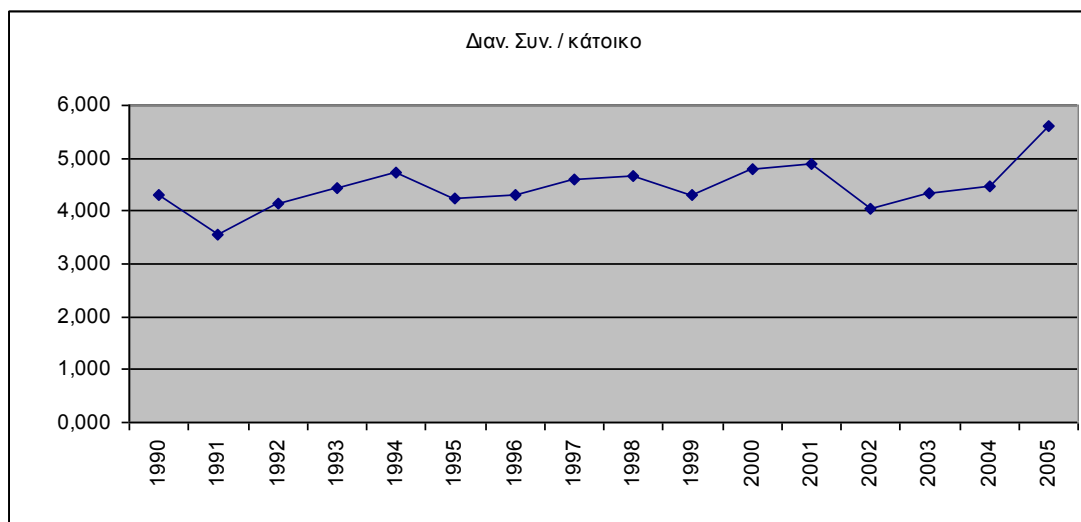
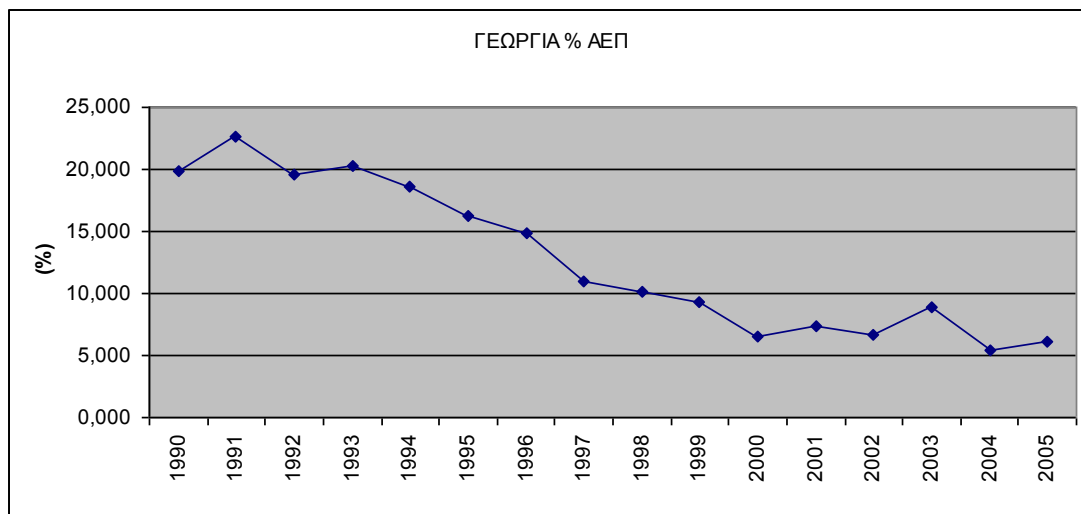
Τέλος σε ότι έχει να κάνει με το νομό της Χίου, είναι ο μόνος που εμφανίζει παράλληλη αύξηση των διανυκτερεύσεων αλλά και της % συμμετοχής της γεωργίας στο ΑΕΠ. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο τομέας των υπηρεσιών την περίοδο 1990-2005 κυμαινόταν μεταξύ 70% και 80%.

Στα διαγράμματα που ακολουθούν 4.6 - 4.20 παρουσιάζονται οι 15 νομοί, στους οποίους εμφανίζεται **ανταγωνιστικότητα** μεταξύ γεωργίας και τουρισμού.

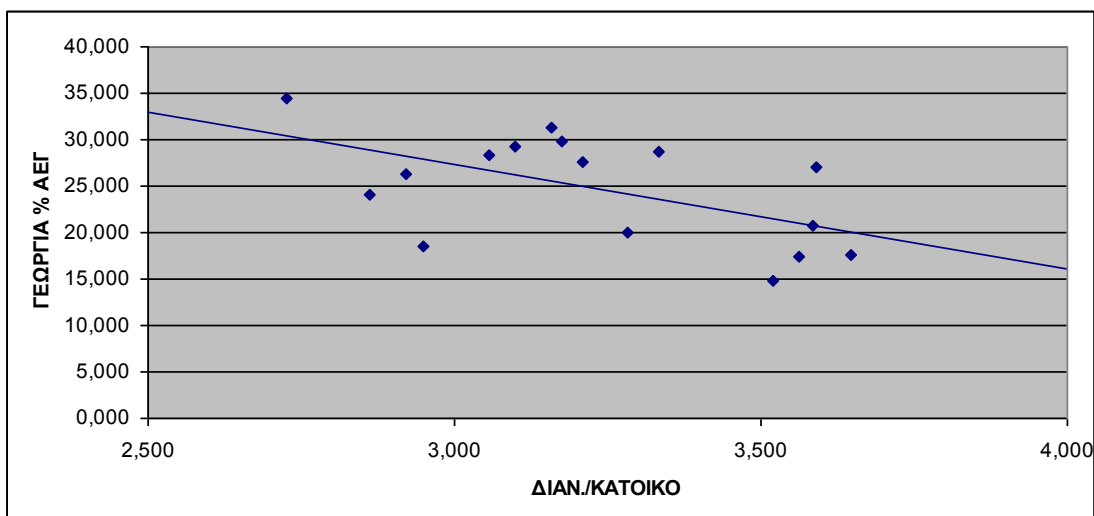
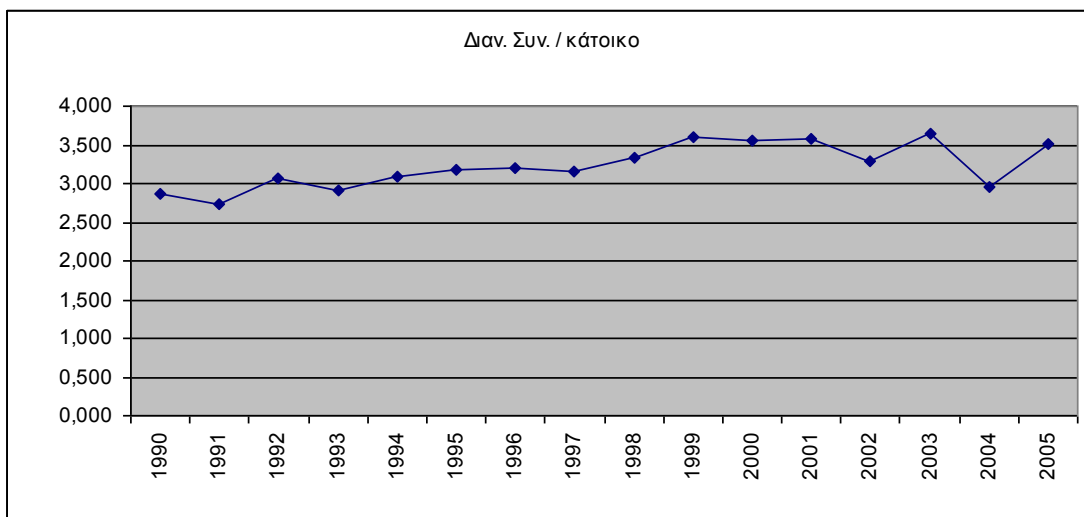
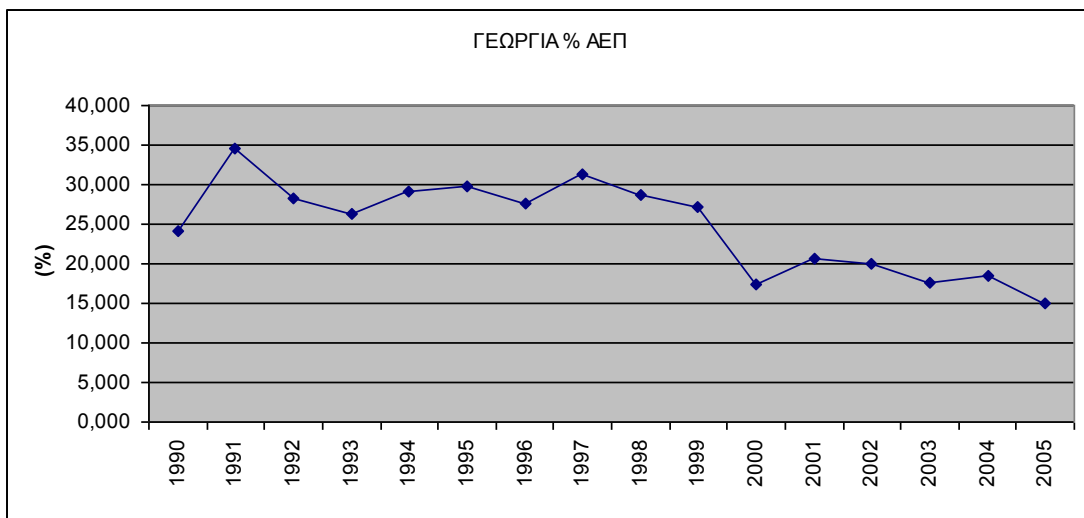
Διάγραμμα 4.6: Αποτελέσματα νομού Αιτωλοακαρνανίας



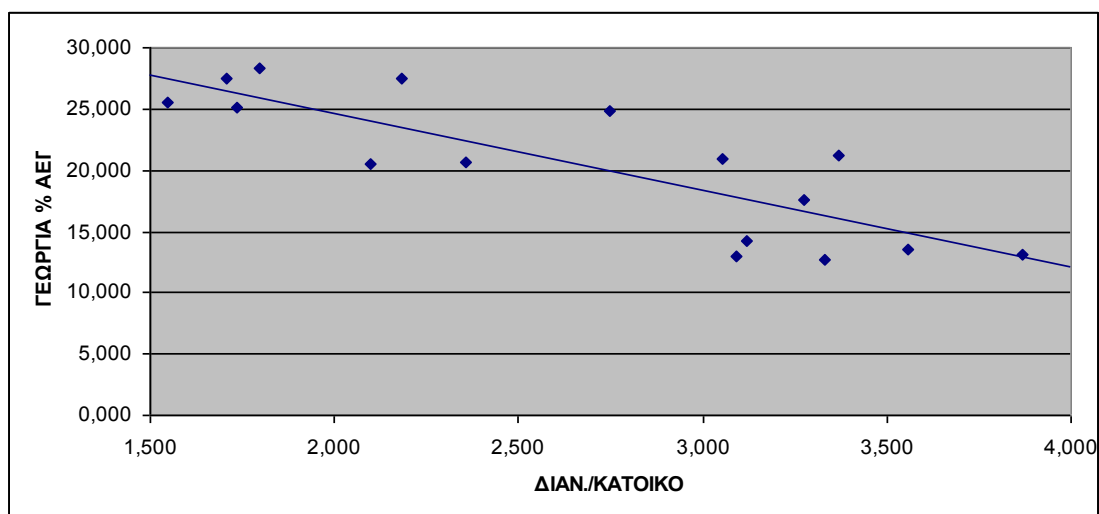
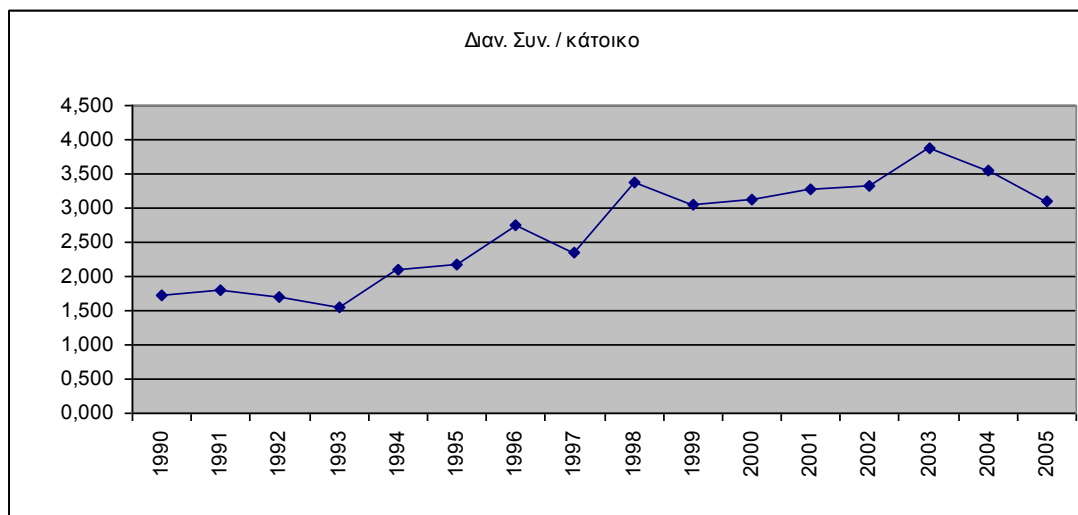
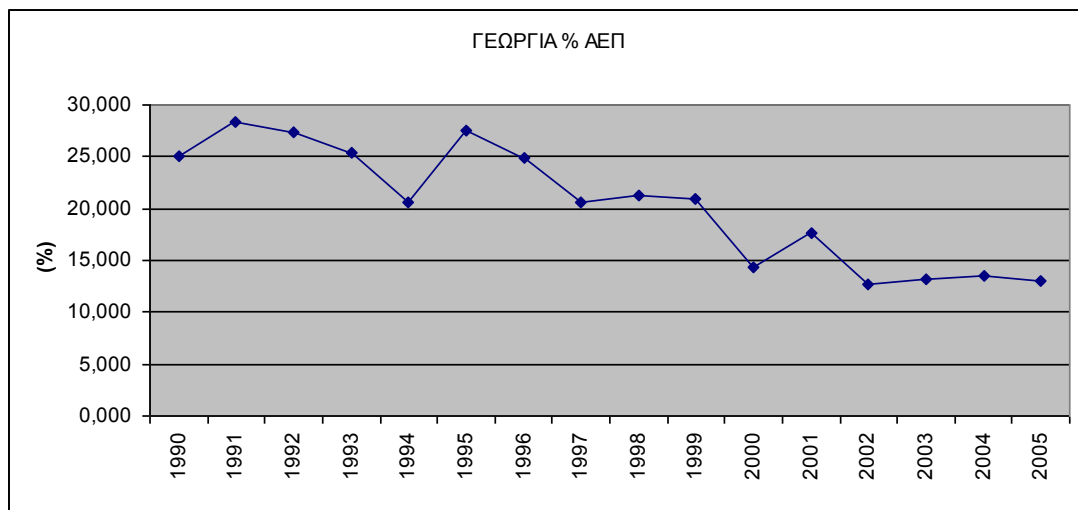
Διάγραμμα 4.7: Αποτελέσματα νομού Κορινθίας

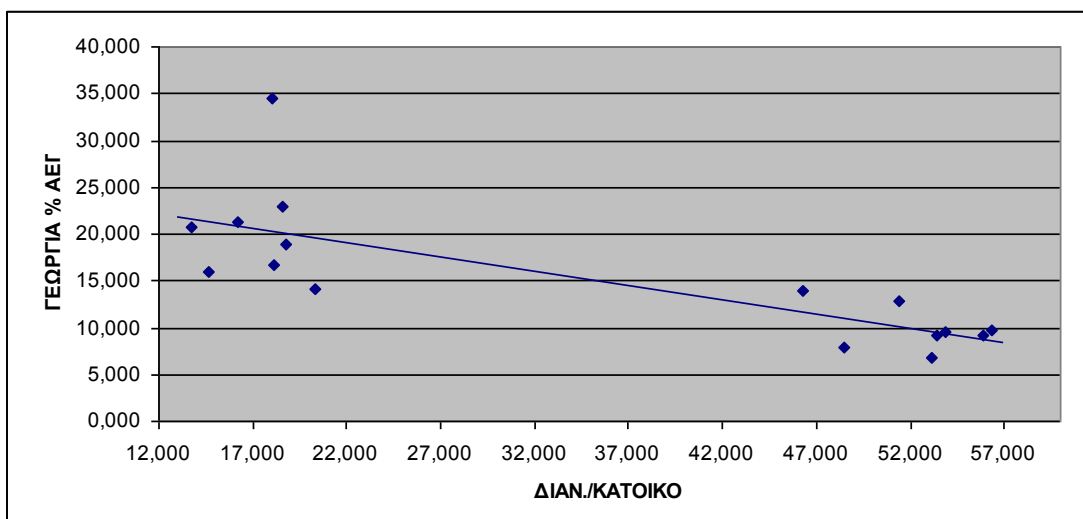
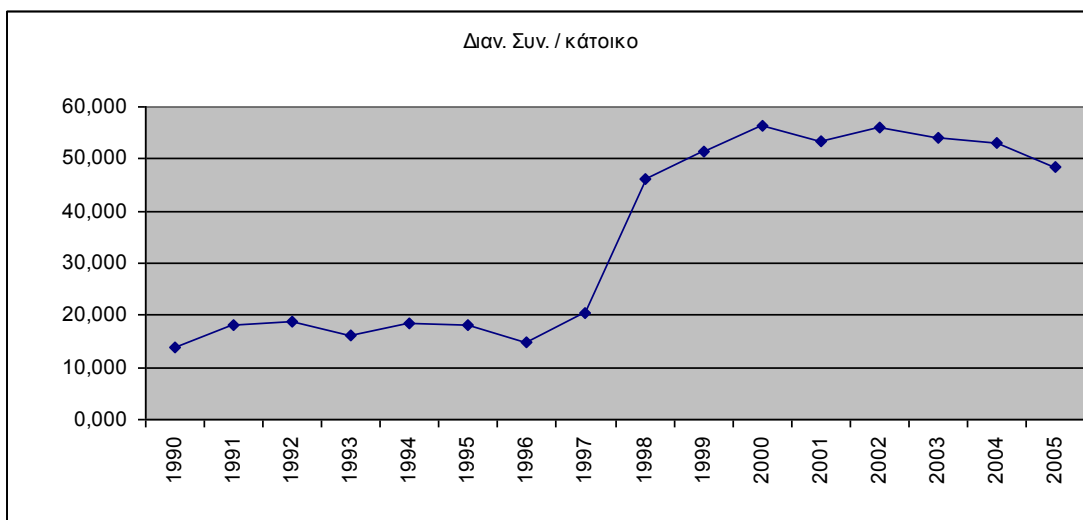
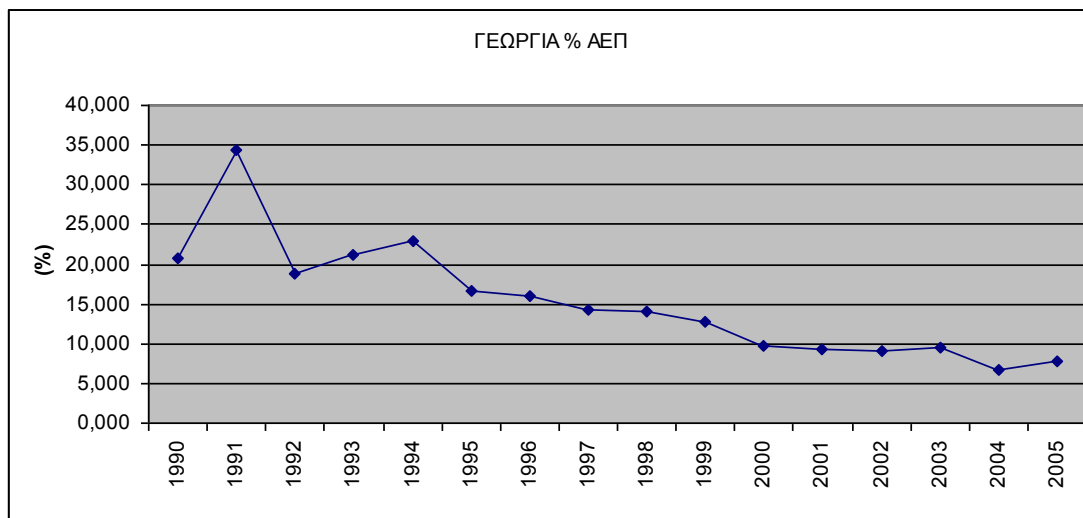


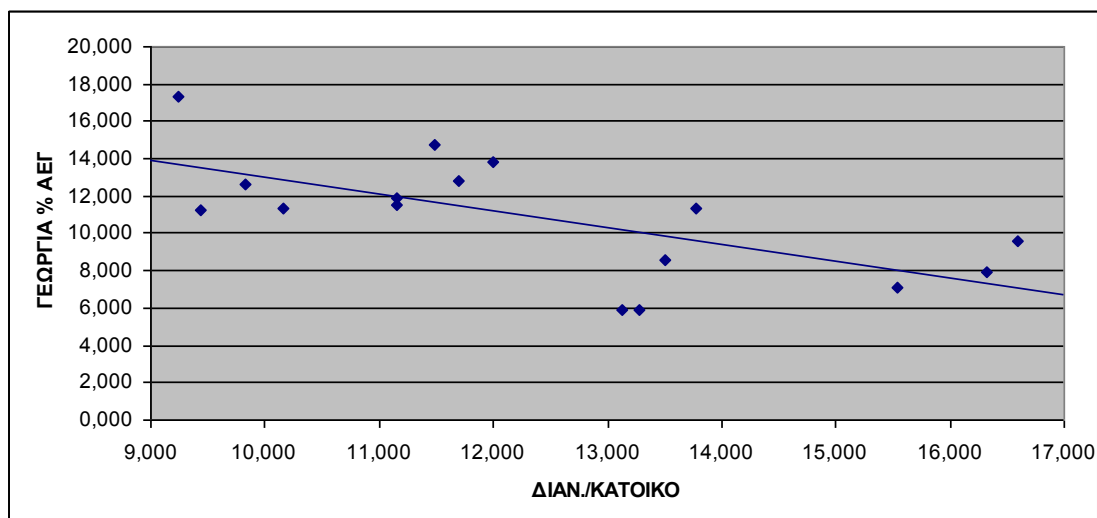
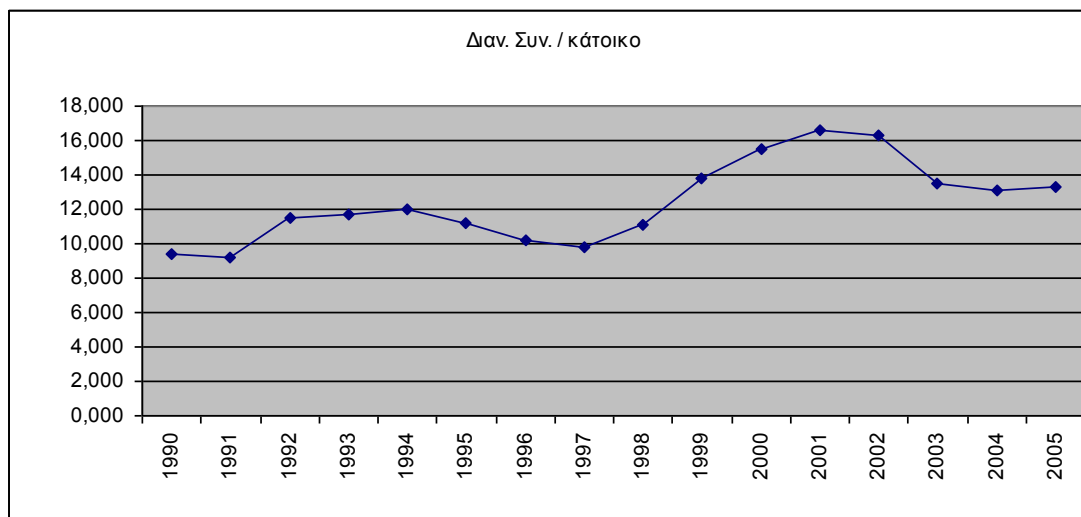
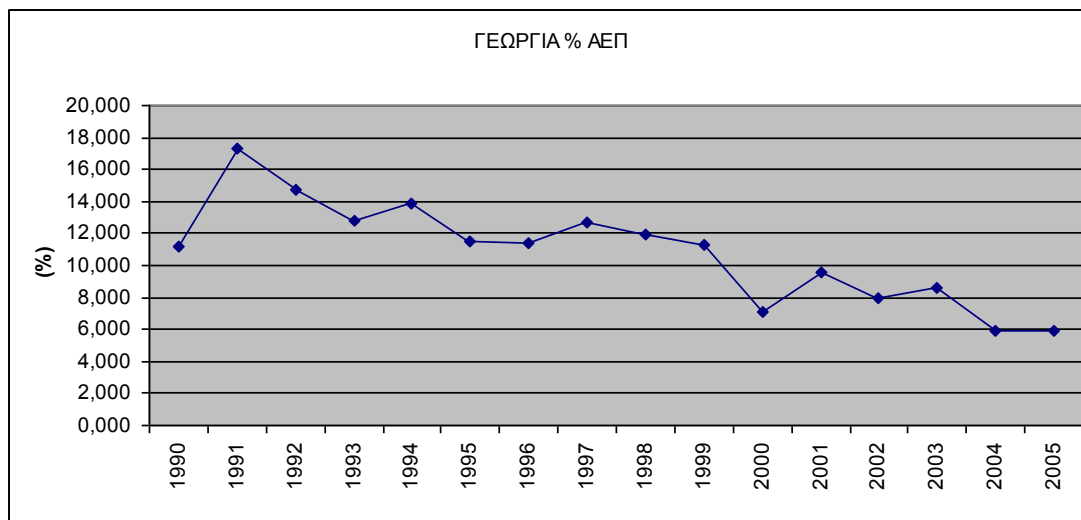
Διάγραμμα 4.8: Αποτελέσματα νομού Λακωνίας



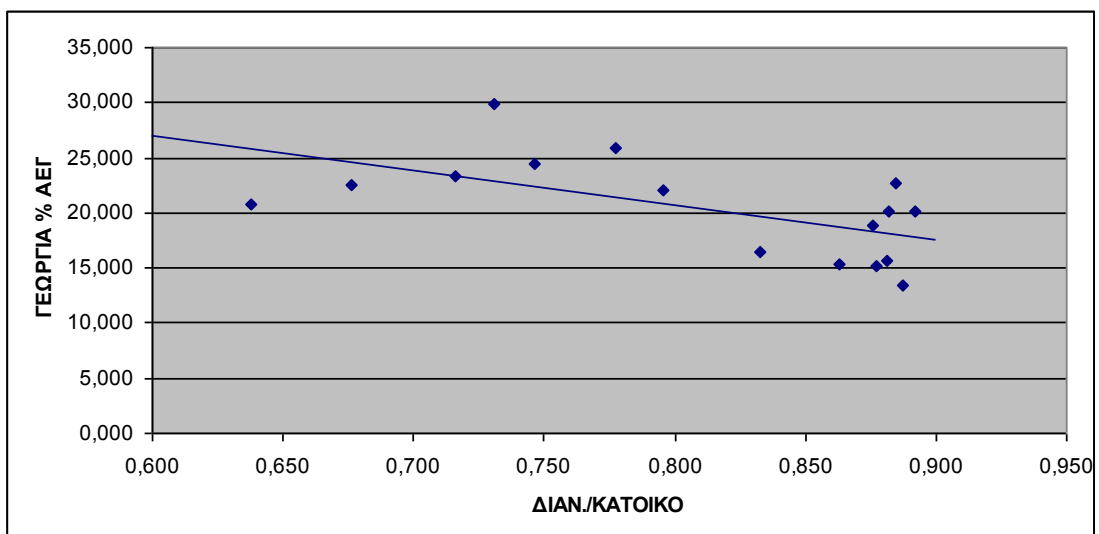
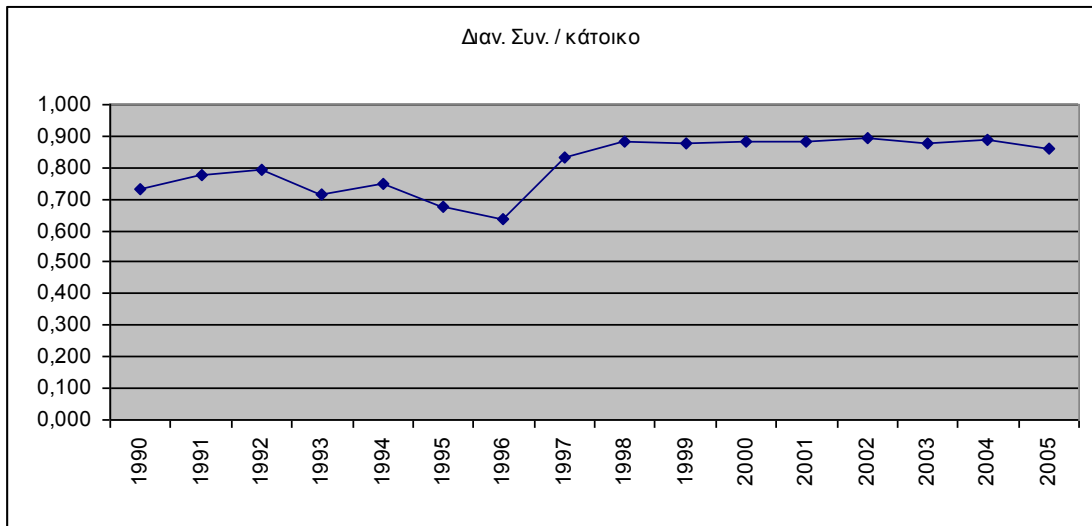
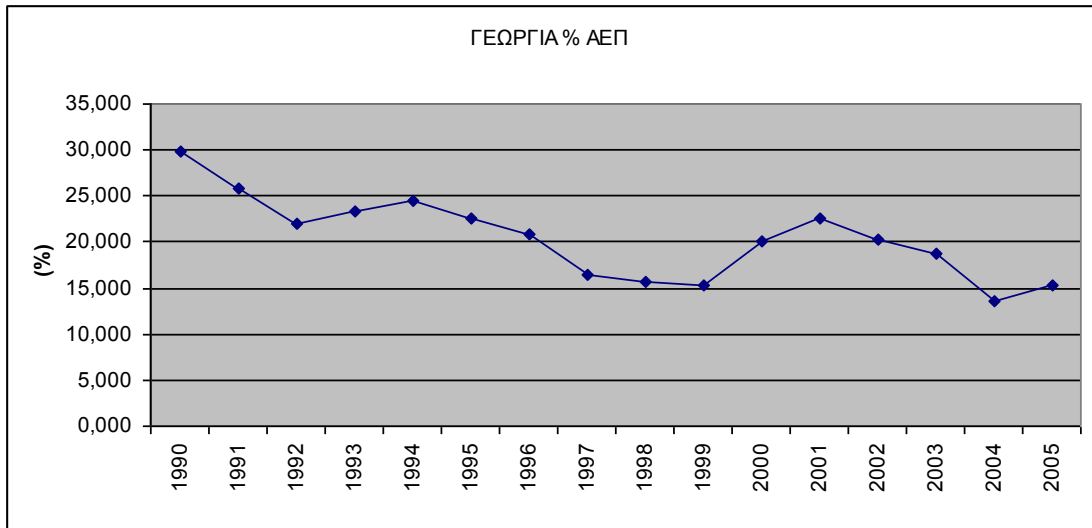
Διάγραμμα 4.9: Αποτελέσματα νομού Μεσσηνίας



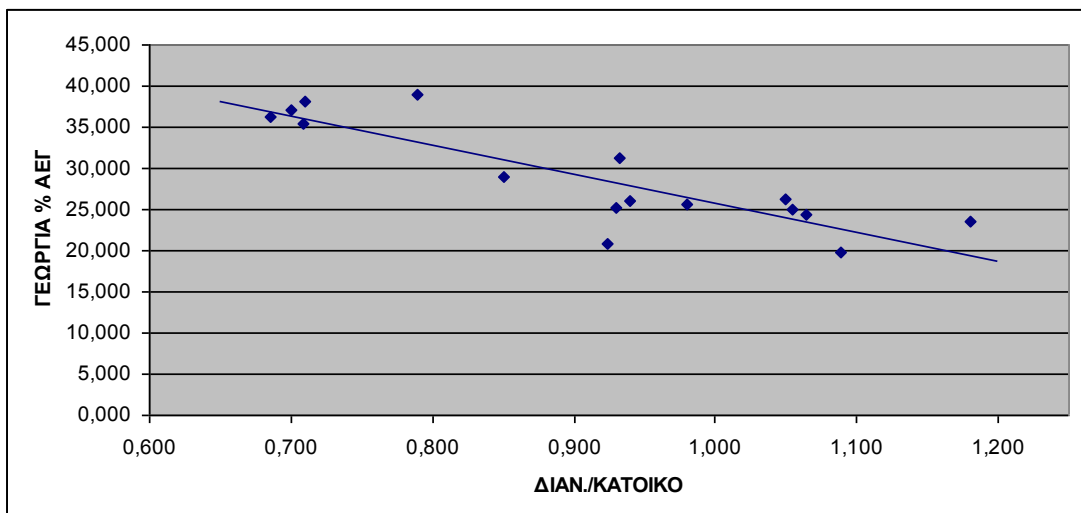
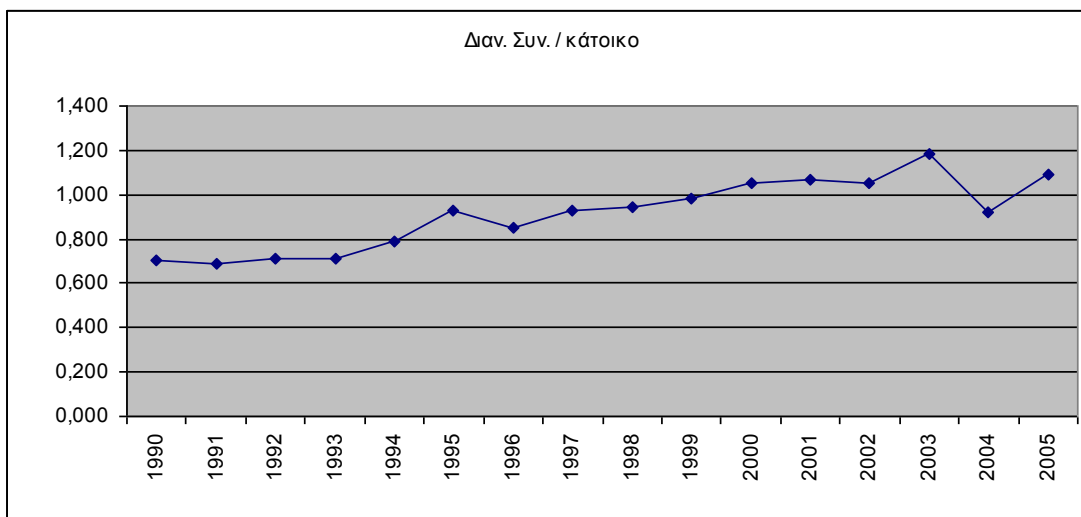
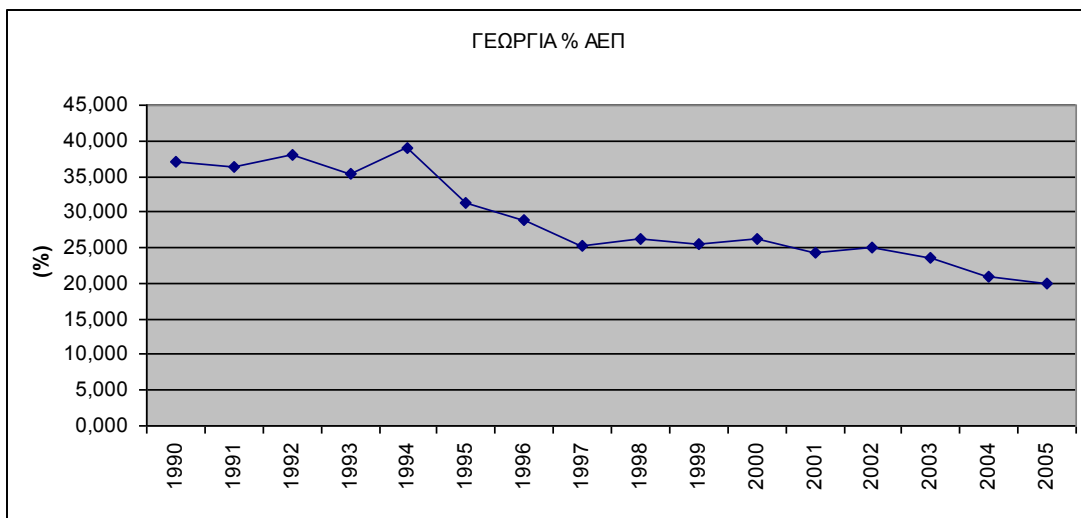
Διάγραμμα 4.10: Αποτελέσματα νομού Ζακύνθου

Διάγραμμα 4.11: Αποτελέσματα νομού Κεφαλληνίας

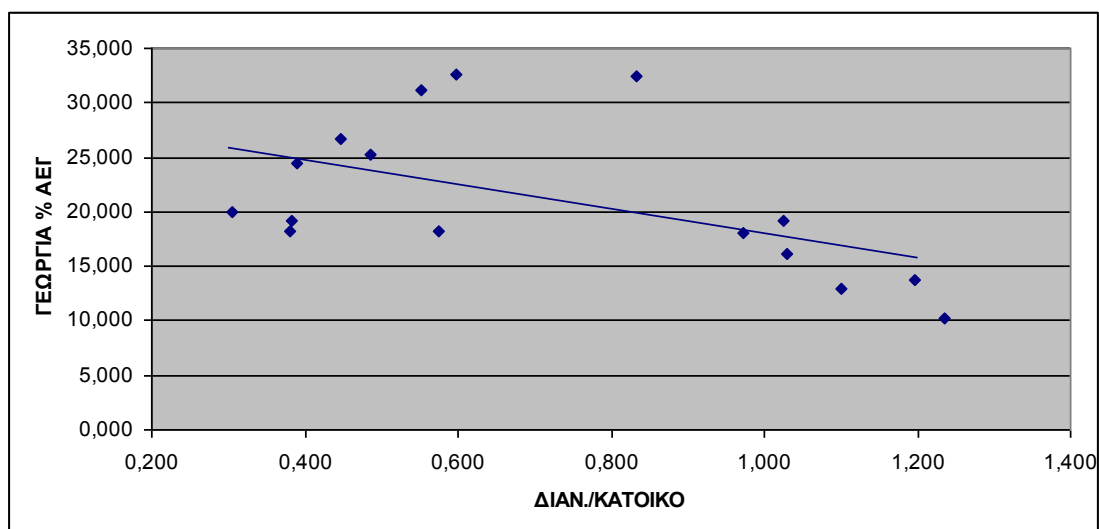
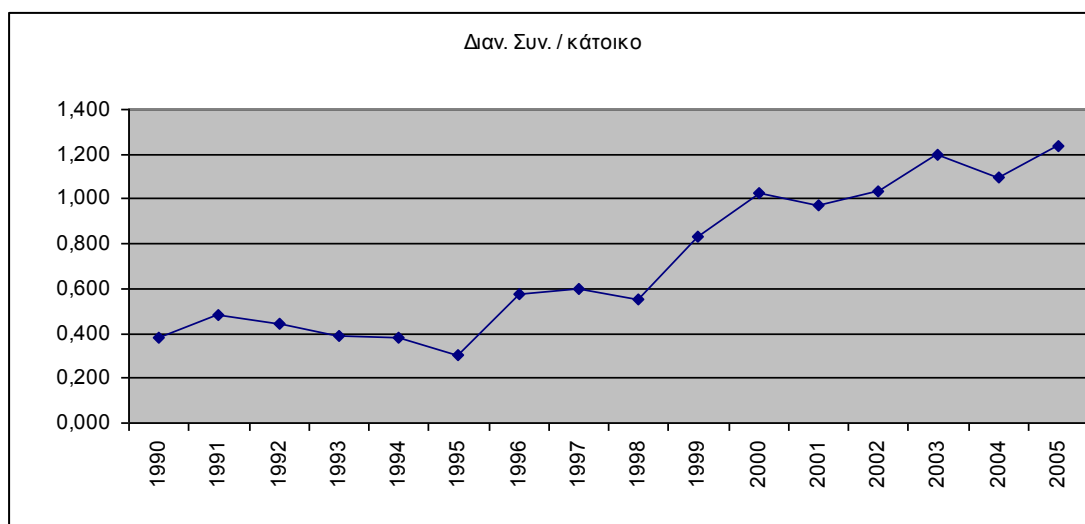
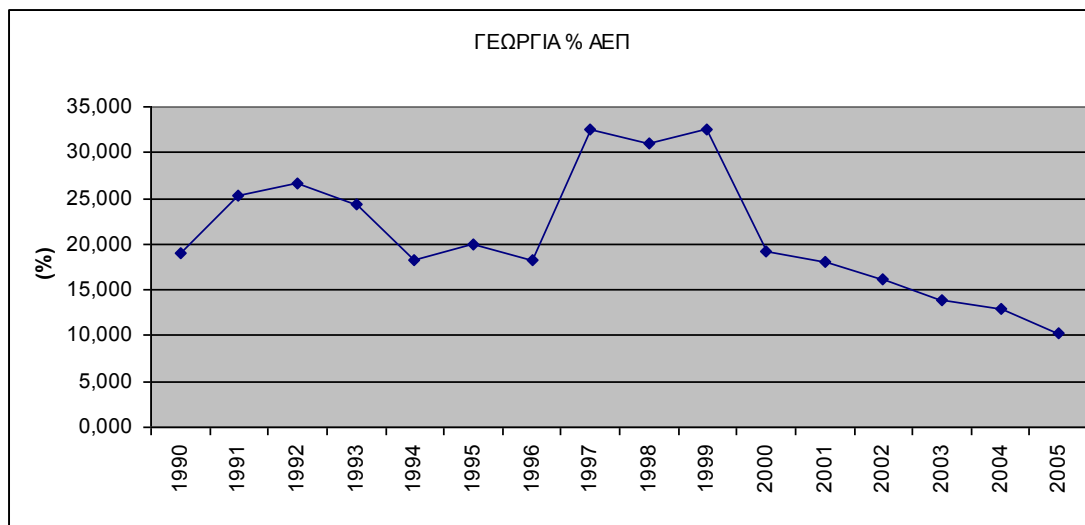
Διάγραμμα 4.12: Αποτελέσματα νομού Άρτας



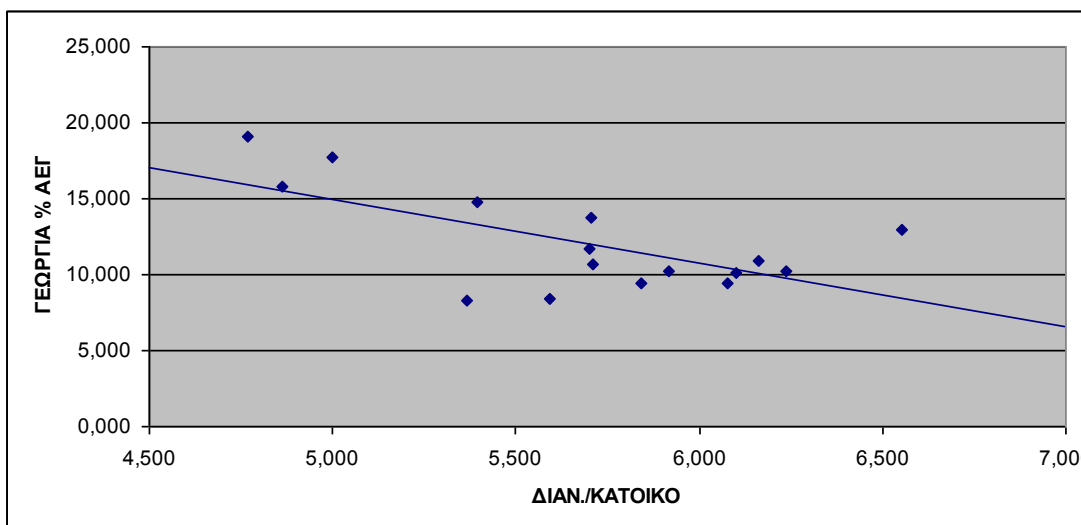
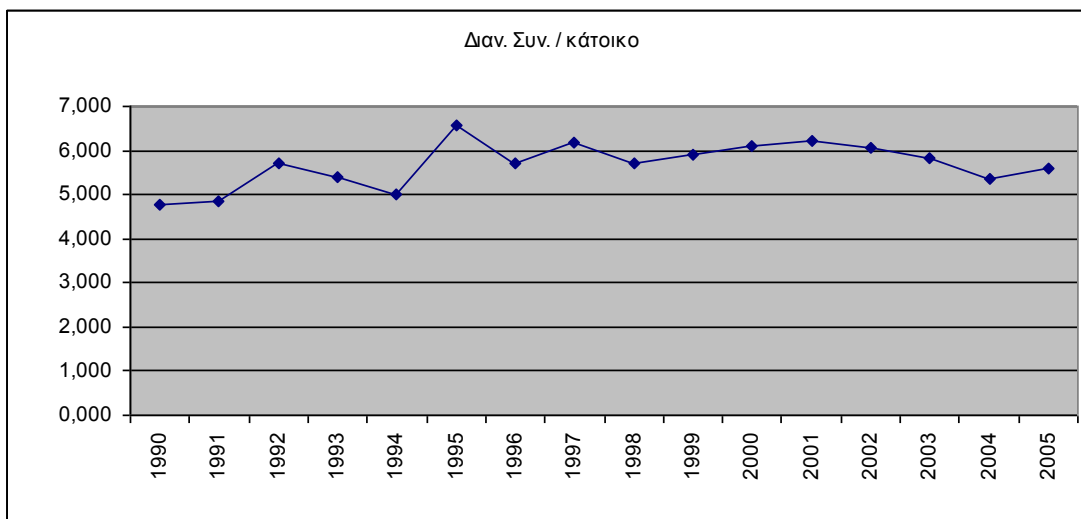
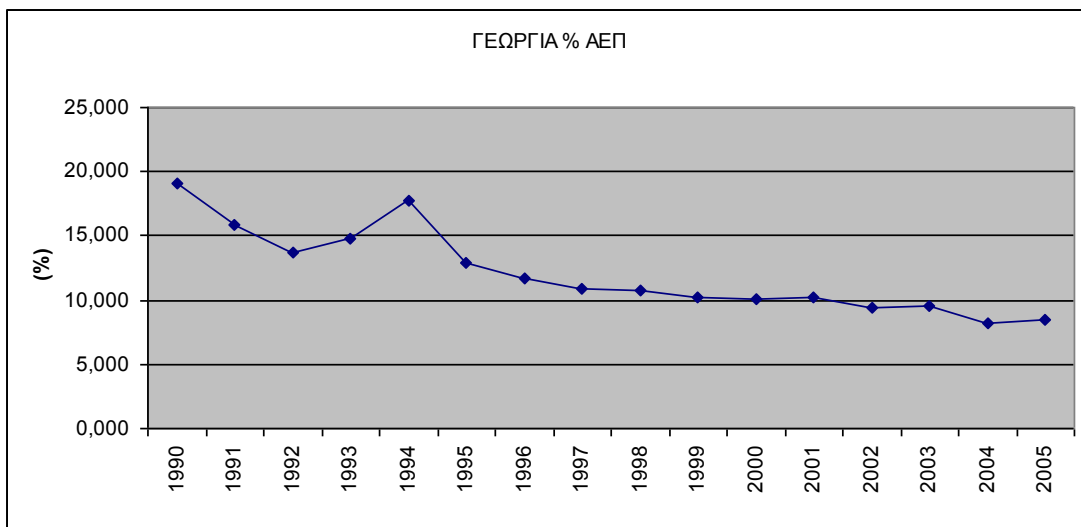
Διάγραμμα 4.13: Αποτελέσματα νομού Καρδίτσας



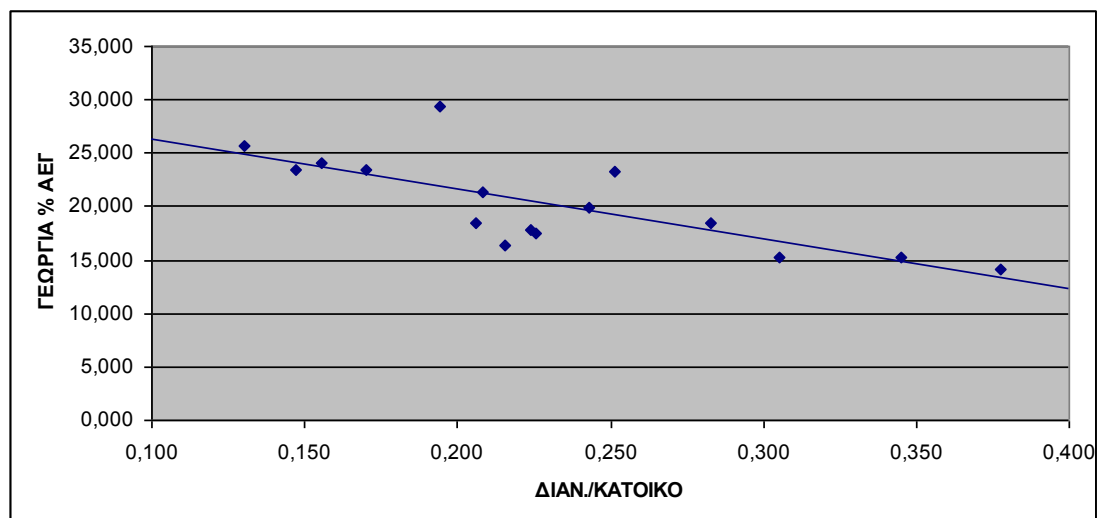
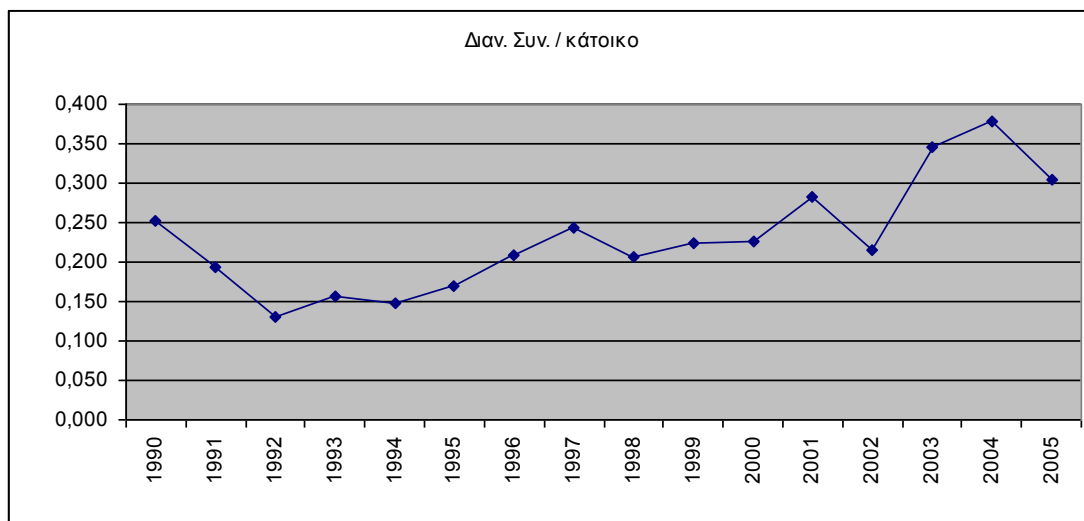
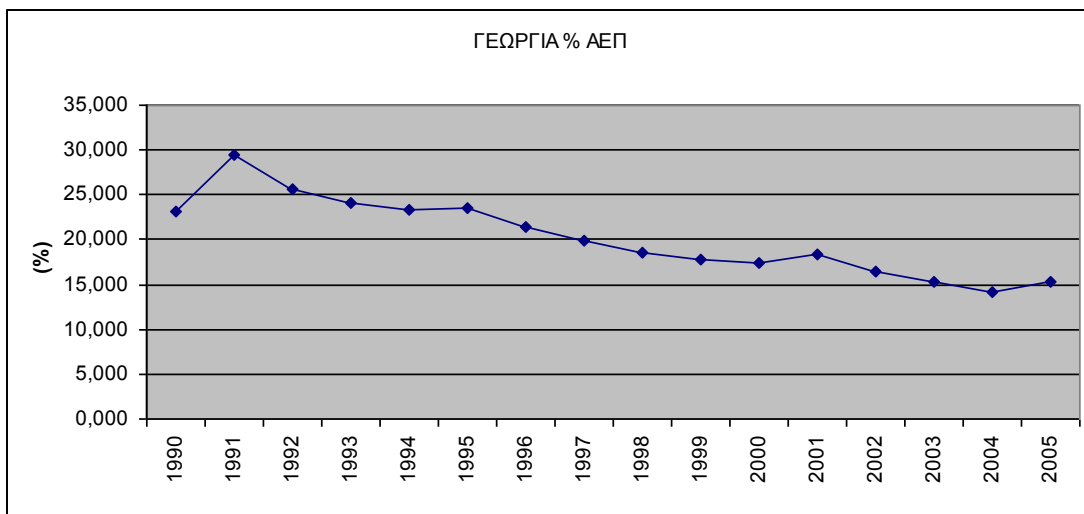
Διάγραμμα 4.14: Αποτελέσματα νομού Γρεβενών



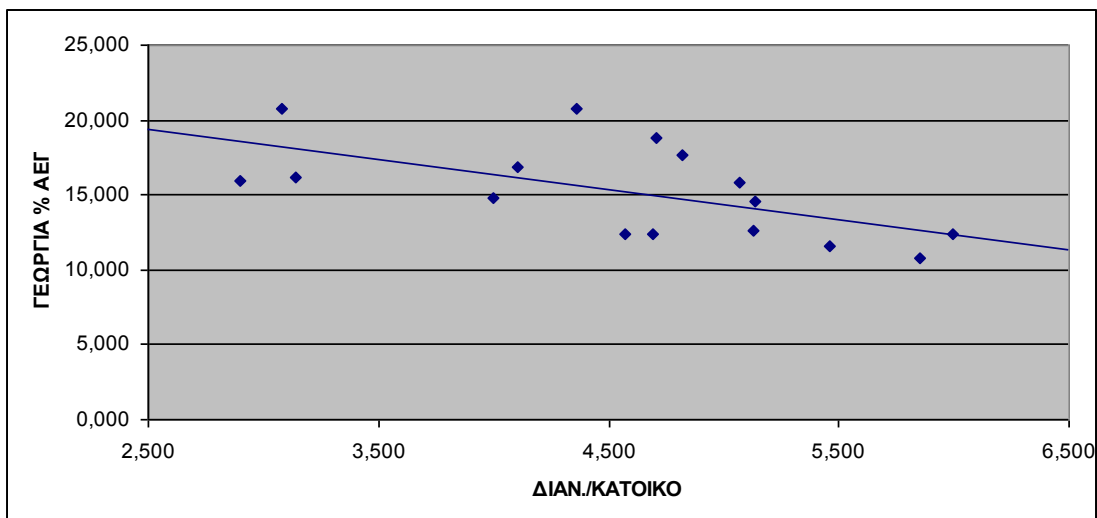
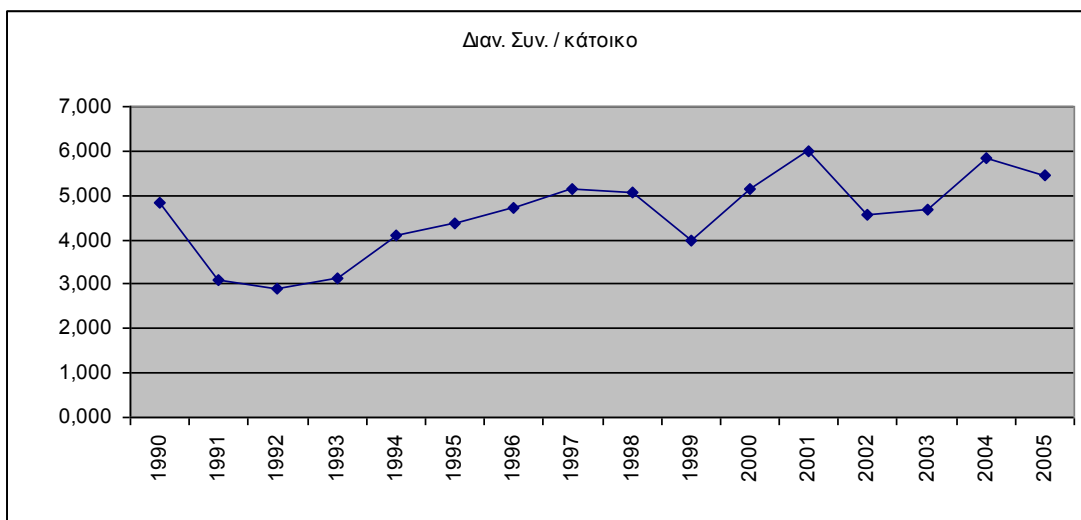
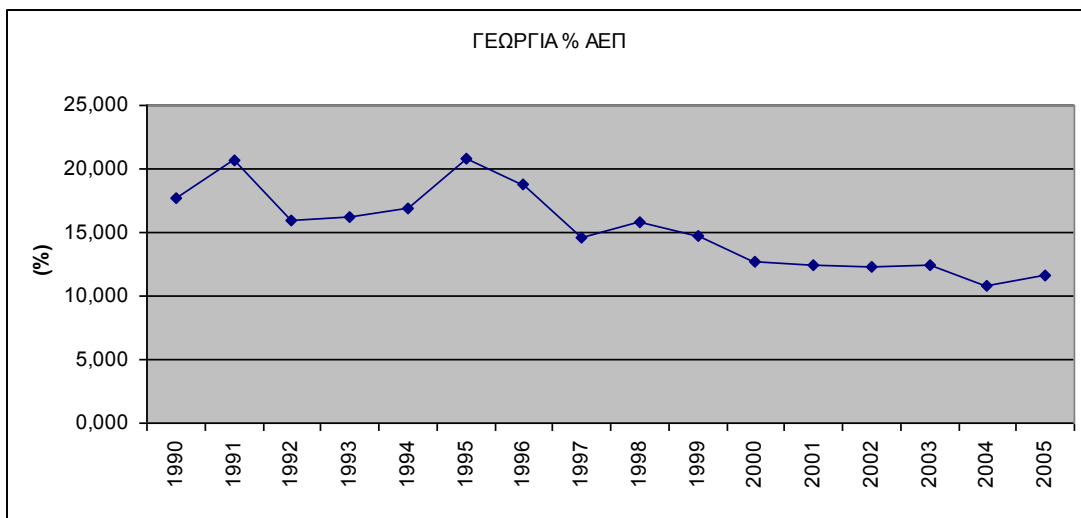
Διάγραμμα 4.15: Αποτελέσματα νομού Καβάλας



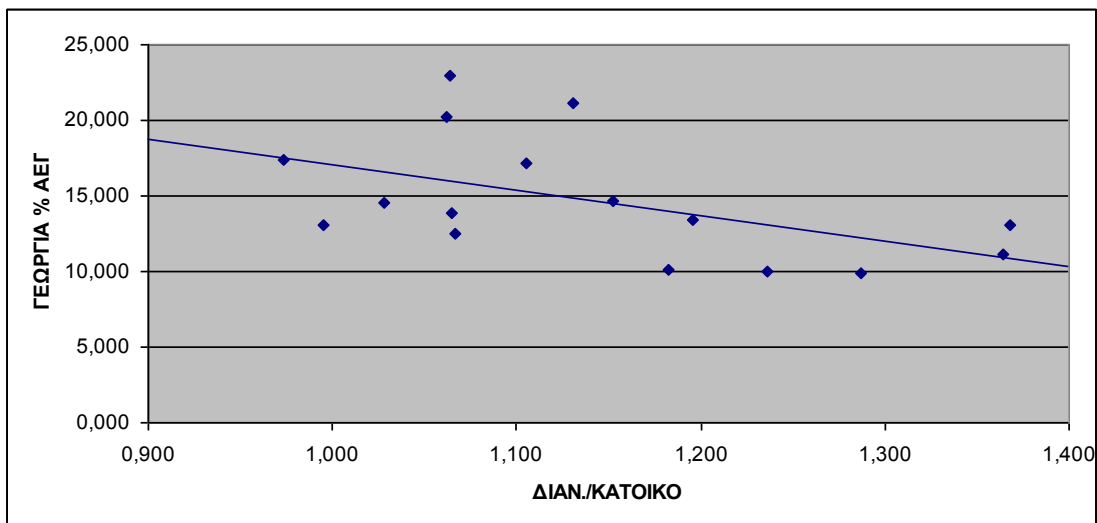
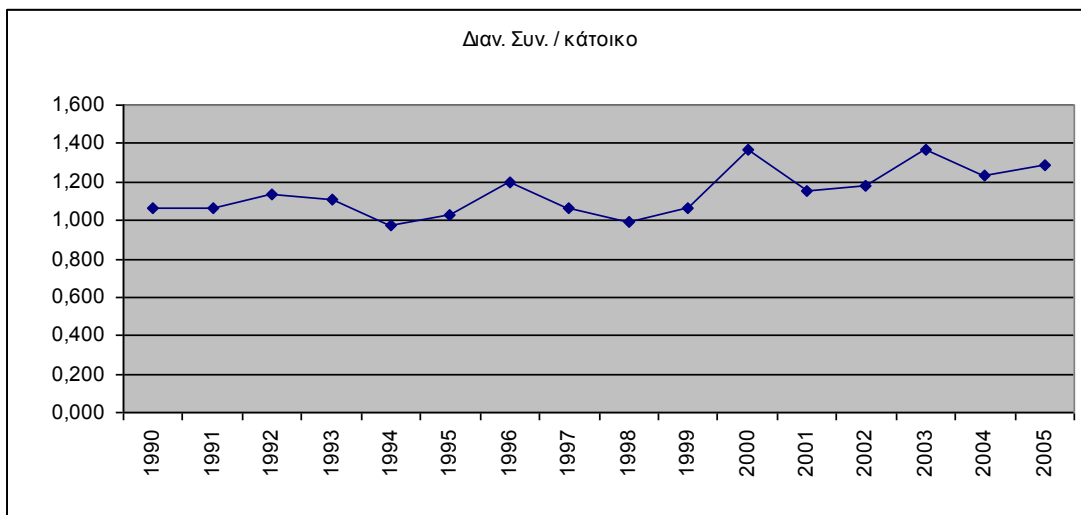
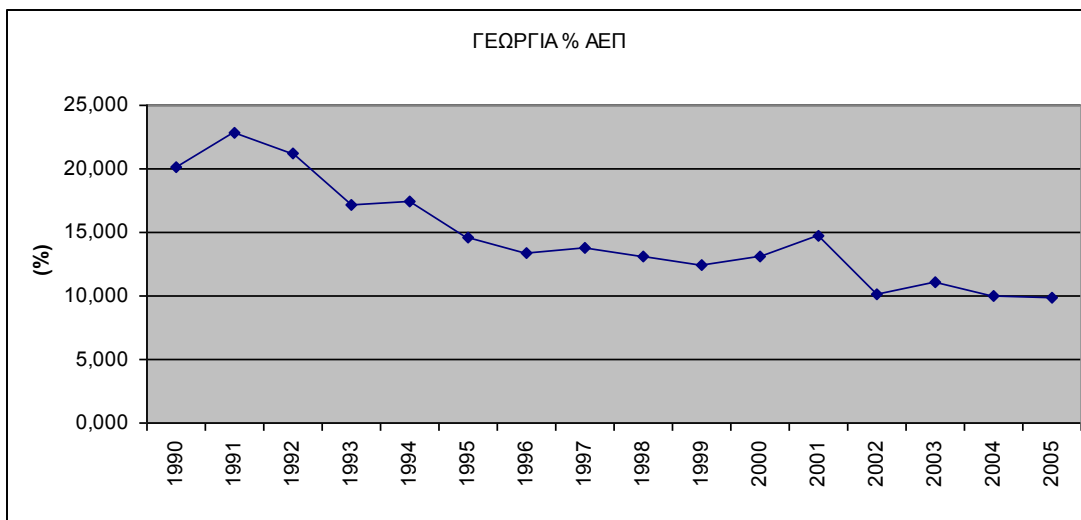
Διάγραμμα 4.16: Αποτελέσματα νομού Κιλκίς



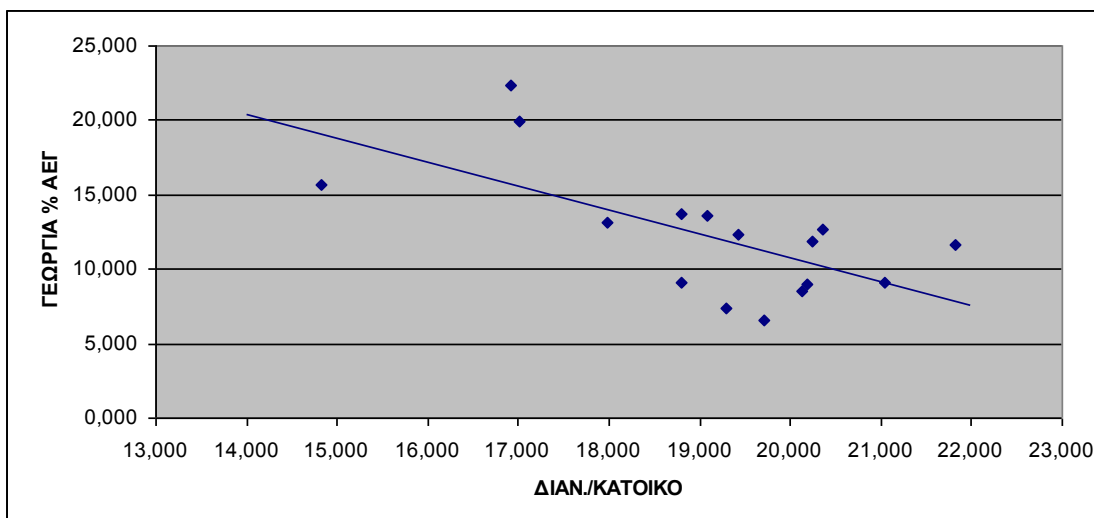
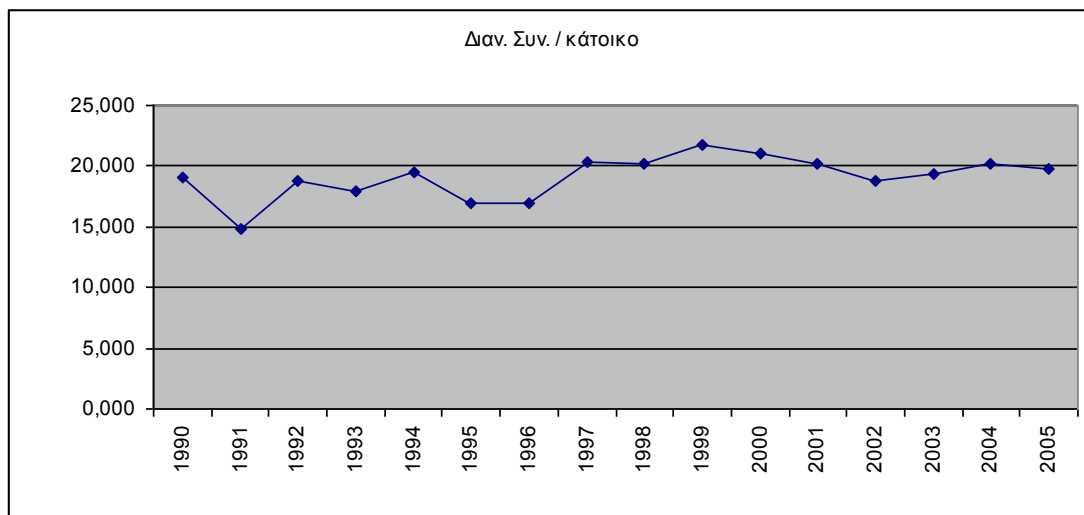
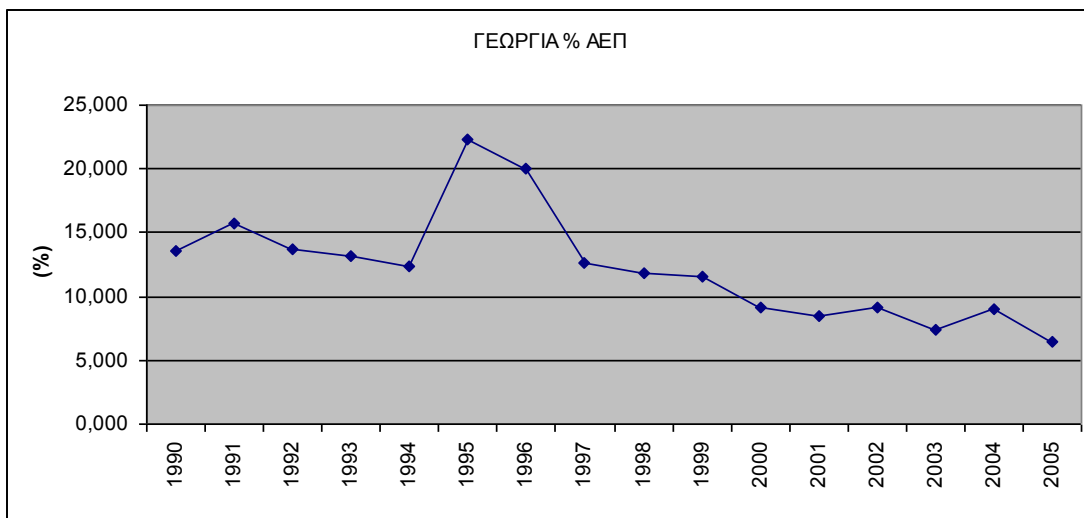
Διάγραμμα 4.17: Αποτελέσματα νομού Πιερίας



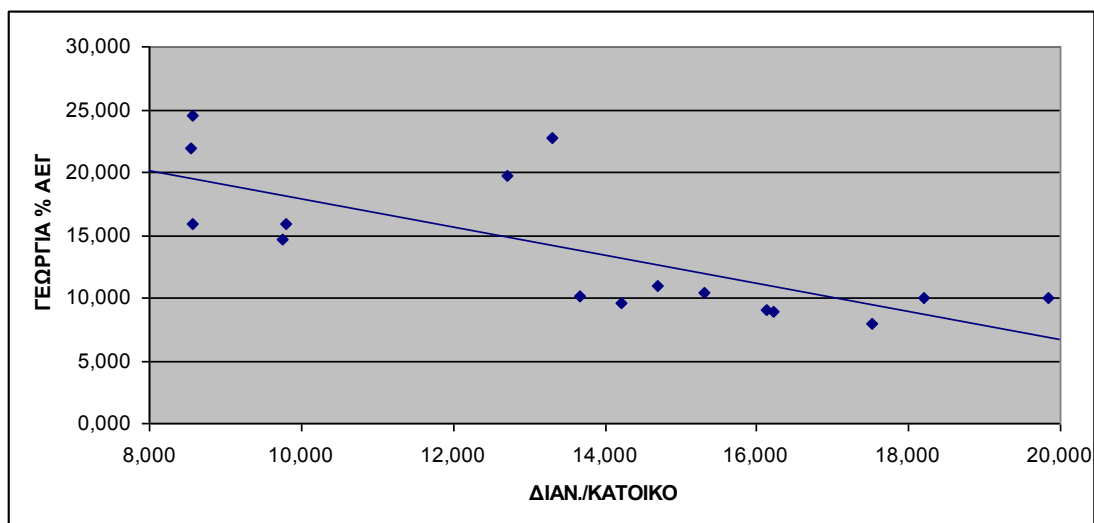
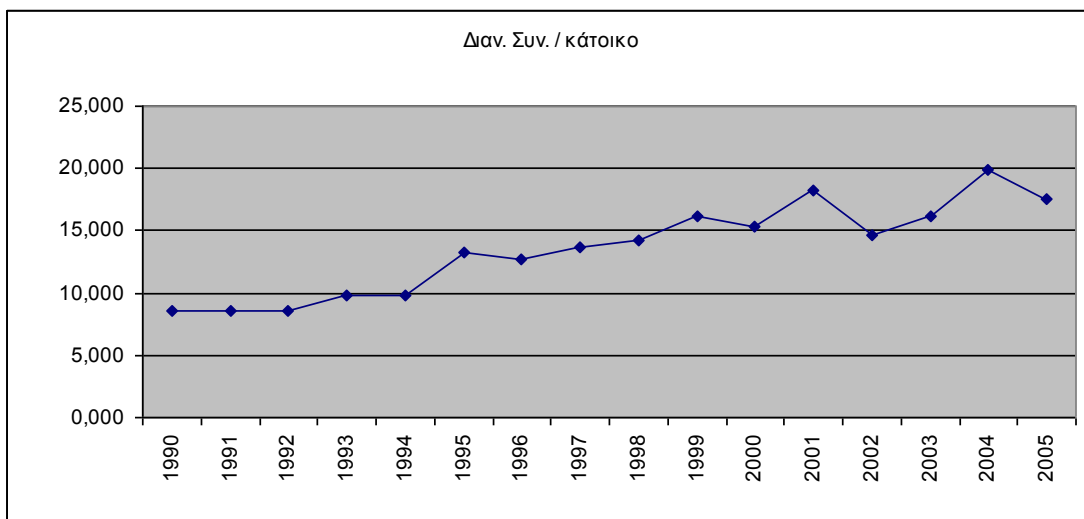
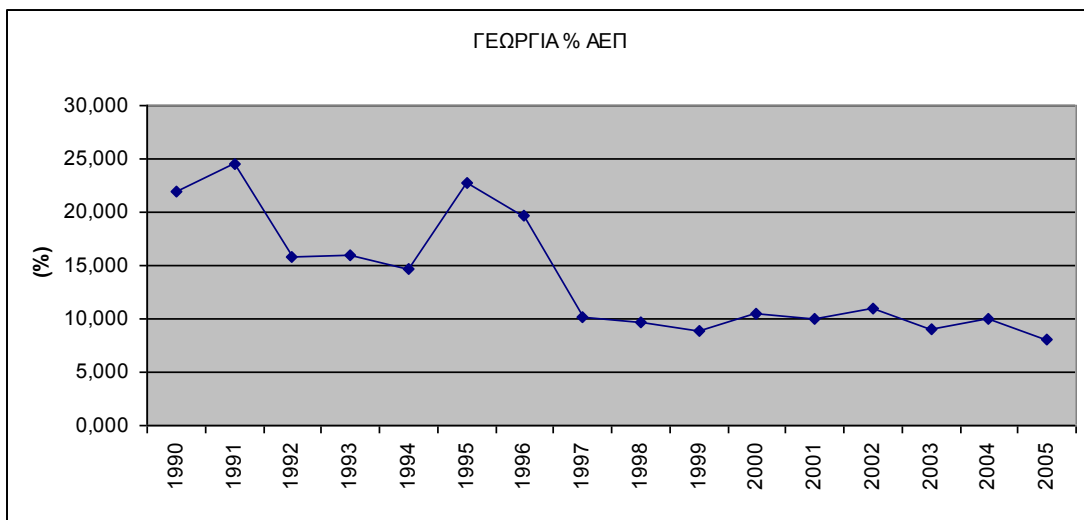
Διάγραμμα 4.18: Αποτελέσματα νομού Ξάνθης



Διάγραμμα 4.19: Αποτελέσματα νομού Ηρακλείου



Διάγραμμα 4.20: Αποτελέσματα νομού Χανίων



Όπως παρουσιάστηκε στα πιο πάνω διαγράμματα 4.6 έως 4.20, και στους 15 νομούς της χώρας, στους οποίους εμφανίζεται ανταγωνιστικότητα μεταξύ της γεωργίας και του τουρισμού, παρατηρείται μια διαχρονική αύξηση των συνολικών διανυκτερεύσεων ανά κάτοικο και παράλληλα μια διαχρονική μείωση της % συμμετοχής της γεωργίας στο ΑΕΠ.

Αυτή η εξέλιξη της μείωσης της συμμετοχής της γεωργίας, κρίνεται απολύτως φυσιολογική καθώς υπάρχει μια γενικότερη τάση εγκατάλειψης του πρωτογενούς τομέα παραγωγής και μια τάση διόγκωσης του τριτογενούς τομέα, μέρος του οποίου αποτελεί και ο τομέας του τουρισμού.

Από την ανάλυση των δεδομένων για τους νομούς που εμφάνισαν ανταγωνιστικότητα μεταξύ του τουρισμού και της γεωργίας, χαρακτηριστική είναι η ένταση του φαινομένου στις νησιωτικές και στις παραθαλάσσιες περιοχές της χώρας.

Πιο συγκεκριμένα ο νομός Ζακύνθου αποτελεί το χαρακτηριστικότερο παράδειγμα του φαινομένου, αφού παρουσιάζει κατά τη δεκαπενταετία 1990-2005 μια μείωση της συμμετοχής της γεωργίας στο ΑΕΠ από 20% σε 9% και παράλληλα μια αύξηση των διανυκτερεύσεων ανά κάτοικο από 14 σε 48!

Παραπλήσια είναι τα αποτελέσματα και για το νομό Χανίων όπου η συμμετοχή της γεωργίας από το 22% πέφτει στο 8%, ενώ παράλληλα οι διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο αυξάνονται από 9 σε 18.

Αντιστοίχως και για το νομό Κεφαλληνίας, όπου η συμμετοχή της γεωργίας στο ΑΕΠ μειώνεται από το 11% στο 6%, με μια ταυτόχρονη αύξηση των διανυκτερεύσεων ανά κάτοικο από 9,8 σε 13,5.

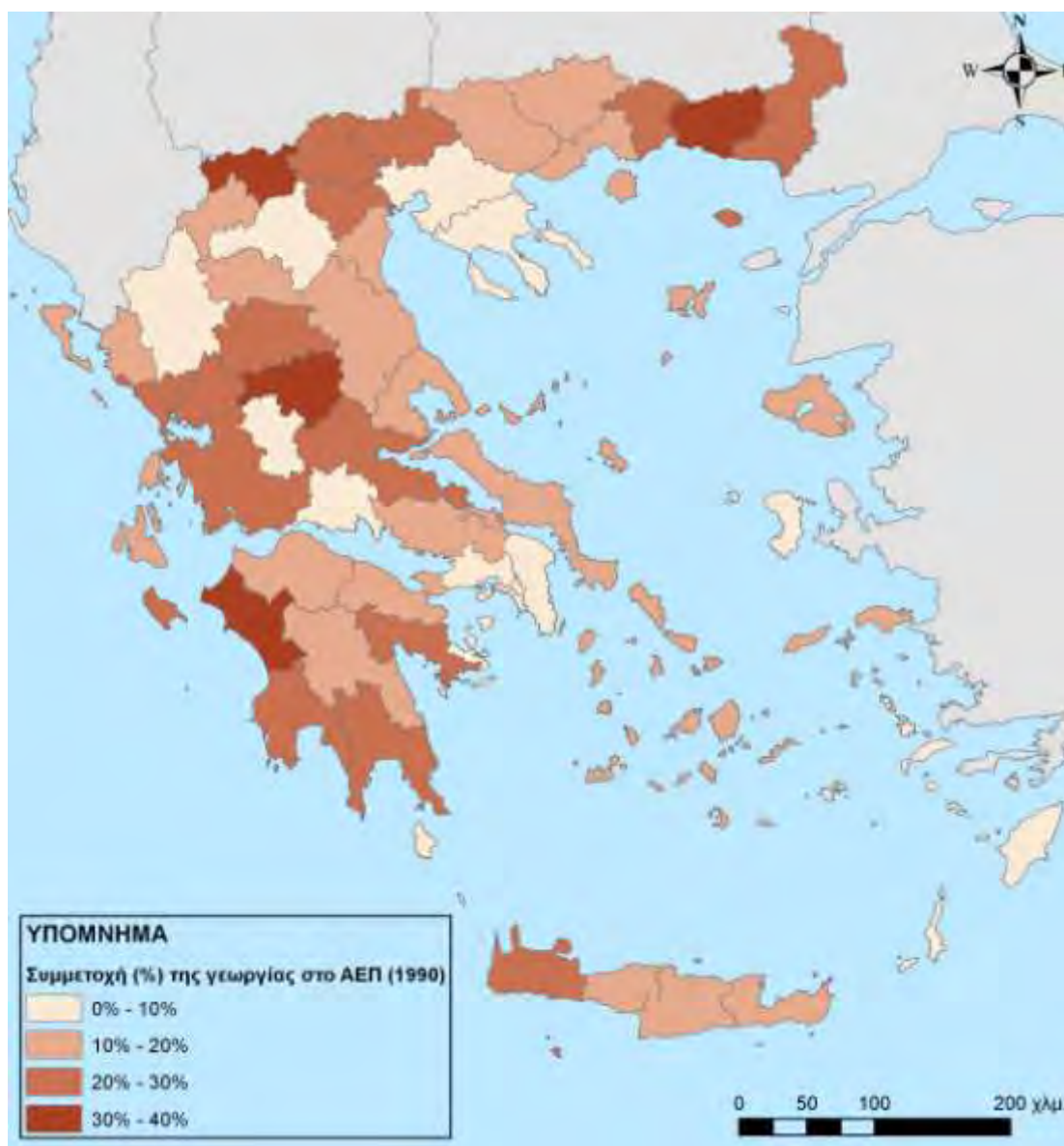
Παρόμοια τα αποτελέσματα που εμφανίζουν και οι υπόλοιποι παραθαλάσσιοι νομοί αλλά με μικρότερη ένταση του φαινομένου. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι 3 νομοί της Πελοποννήσου, Κορινθία, Λακωνία, Μεσσηνία, καθώς και οι νομοί Καβάλας, Πιερίας, Ηρακλείου, Αιτωλοακαρνανίας, Άρτας και Ξάνθης.

Όπως γίνεται αντιληπτό οι 12 από τους 15 νομούς που εμφάνισαν ανταγωνιστικότητα μεταξύ τουρισμού και γεωργίας είναι είτε νησιωτικοί είτε παραθαλάσσιοι.

Σχετικά με τους υπόλοιπους 3 νομούς της ηπειρωτικής χώρας, οι οποίοι είναι αυτοί των Γρεβενών, της Καρδίτσας και του Κιλκίς, παρατηρείται σημαντική μείωση των ποσοστών της γεωργίας και μια ελαφρά αύξηση της τουριστικής κίνησης, κυρίως λόγω της χειμερινής τουριστικής περιόδου.

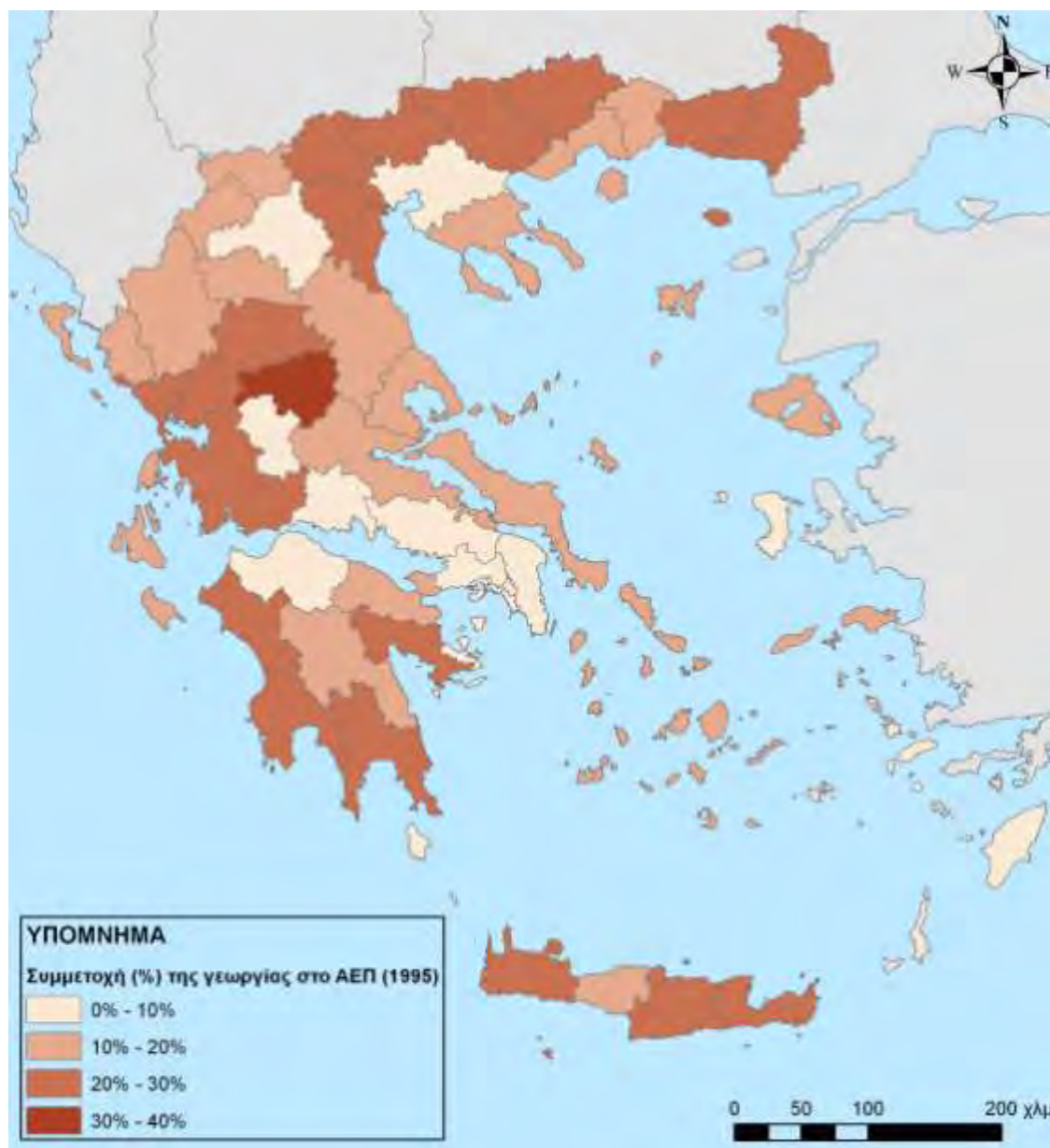
Στη συνέχεια του κεφαλαίου, για την απόκτηση μιας πληρέστερης και συνολικής εικόνας σχετικά με τη διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού και του αγροτικού τομέα ανά νομό της χώρας, παρουσιάζονται σε χάρτες για τις χρονιές 1990, 1995, 2000, 2005, η συμμετοχή της γεωργίας στο ΑΕΠ της χώρας, οι διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο, αλλά και οι συνολικές διανυκτερεύσεις.

Χάρτης 4.1: Συμμετοχή (%) της γεωργίας στο ΑΕΠ (1990)



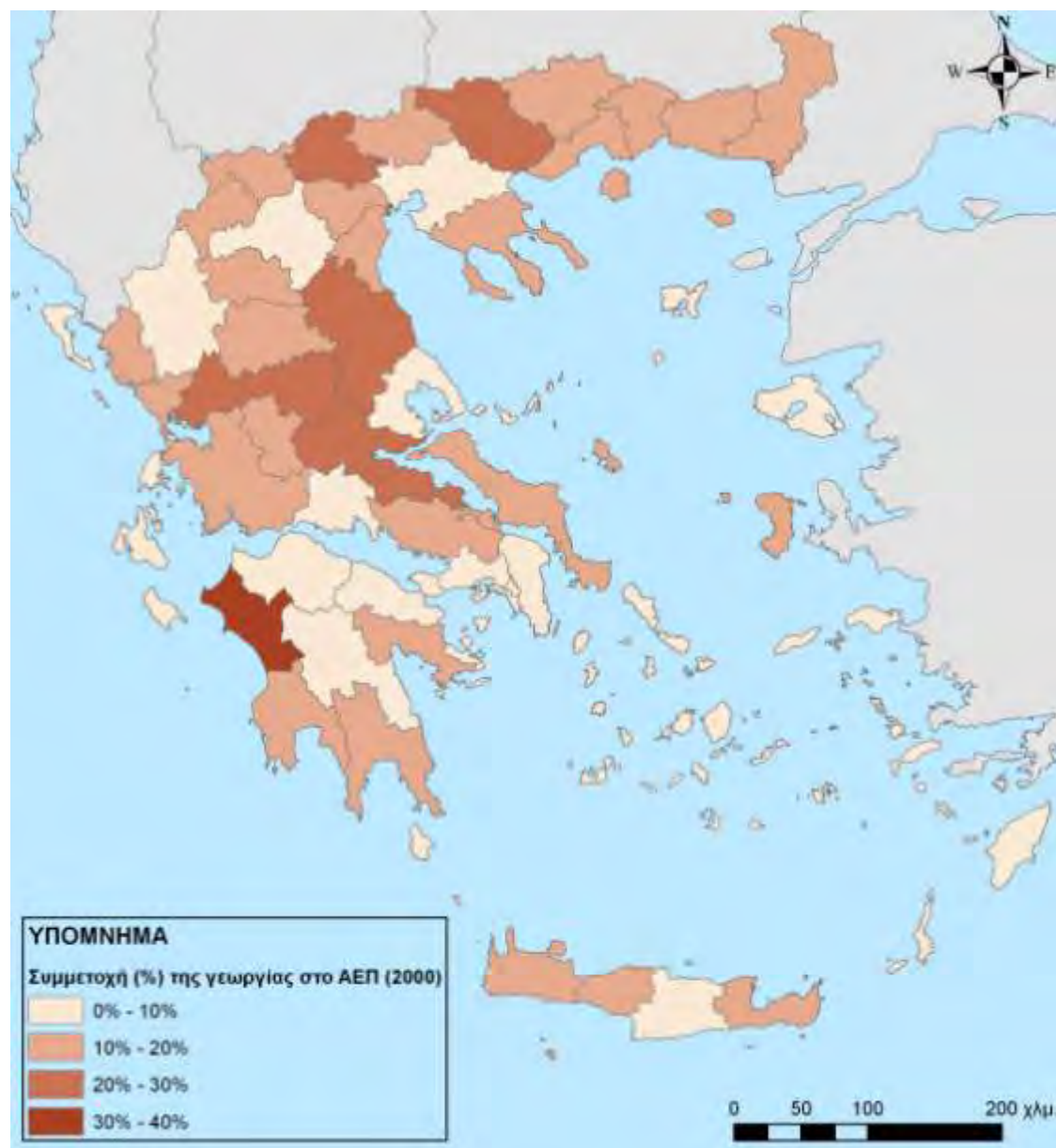
Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Κατά το έτος 1990, μόνο σε 9 νομούς το ποσοστό συμμετοχής της γεωργίας είναι μικρότερο του 10%, ενώ σε 4 νομούς ξεπερνάει το 30% (Φλώρινας 39,4%, Καρδίτσας 37,1%, Ηλείας 33,6% και Ροδόπης 32,7%).

Χάρτης 4.2: Συμμετοχή (%) της γεωργίας στο ΑΕΠ (1995)

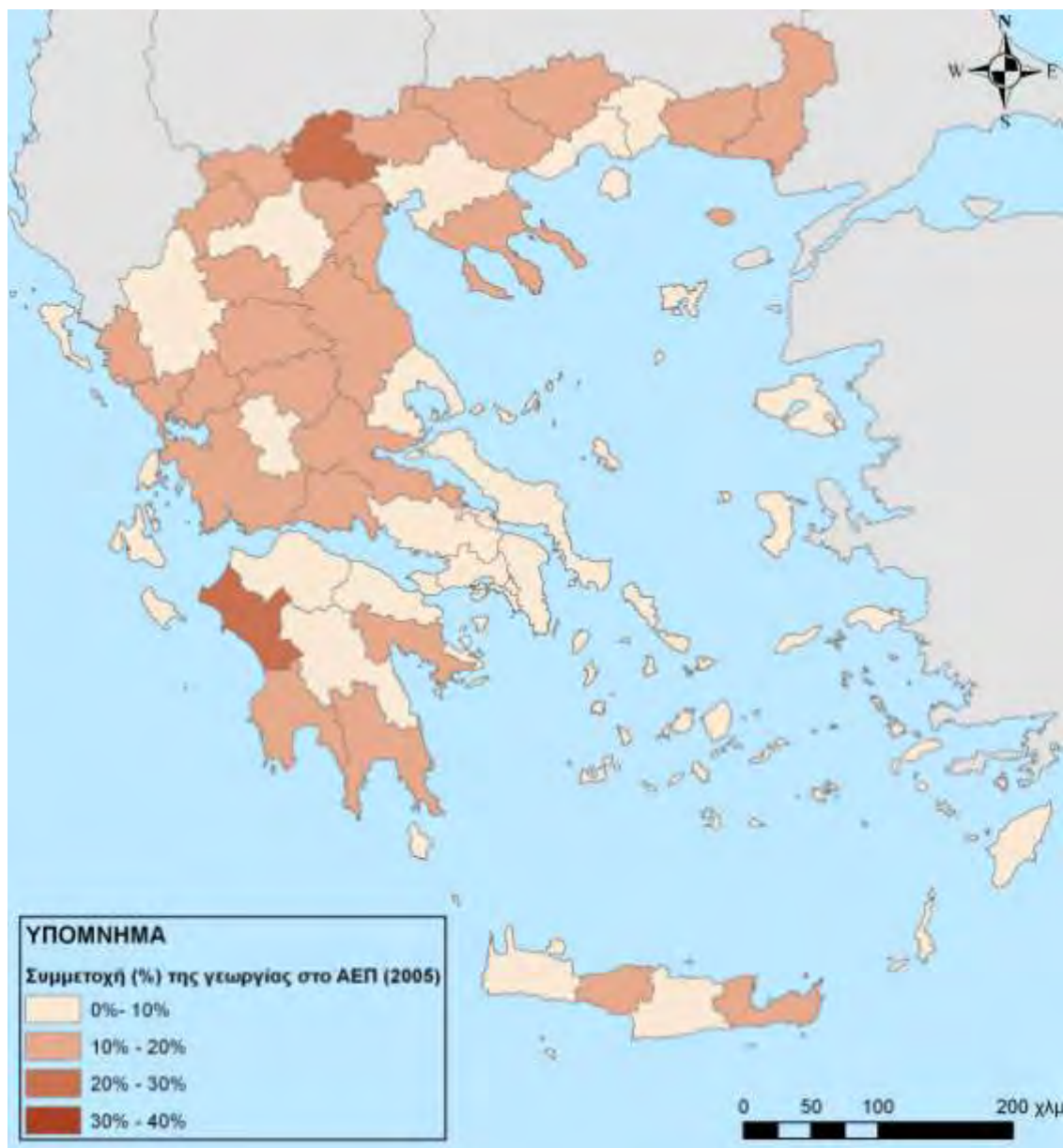
Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Το έτος 1995 παρατηρούνται κάποιες σχετικά μικρές αυξομειώσεις στα ποσοστά συμμετοχής της γεωργίας στο συνολικό ΑΕΠ, στους νομούς της χώρας, χωρίς όμως να επηρεάζουν τη συμμετοχή του κλάδου στο σύνολο της χώρας σε τέτοιο βαθμό που να μιλάμε για συρρίκνωση του κλάδου.

Χάρτης 4.3: Συμμετοχή (%) της γεωργίας στο ΑΕΠ (2000)

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

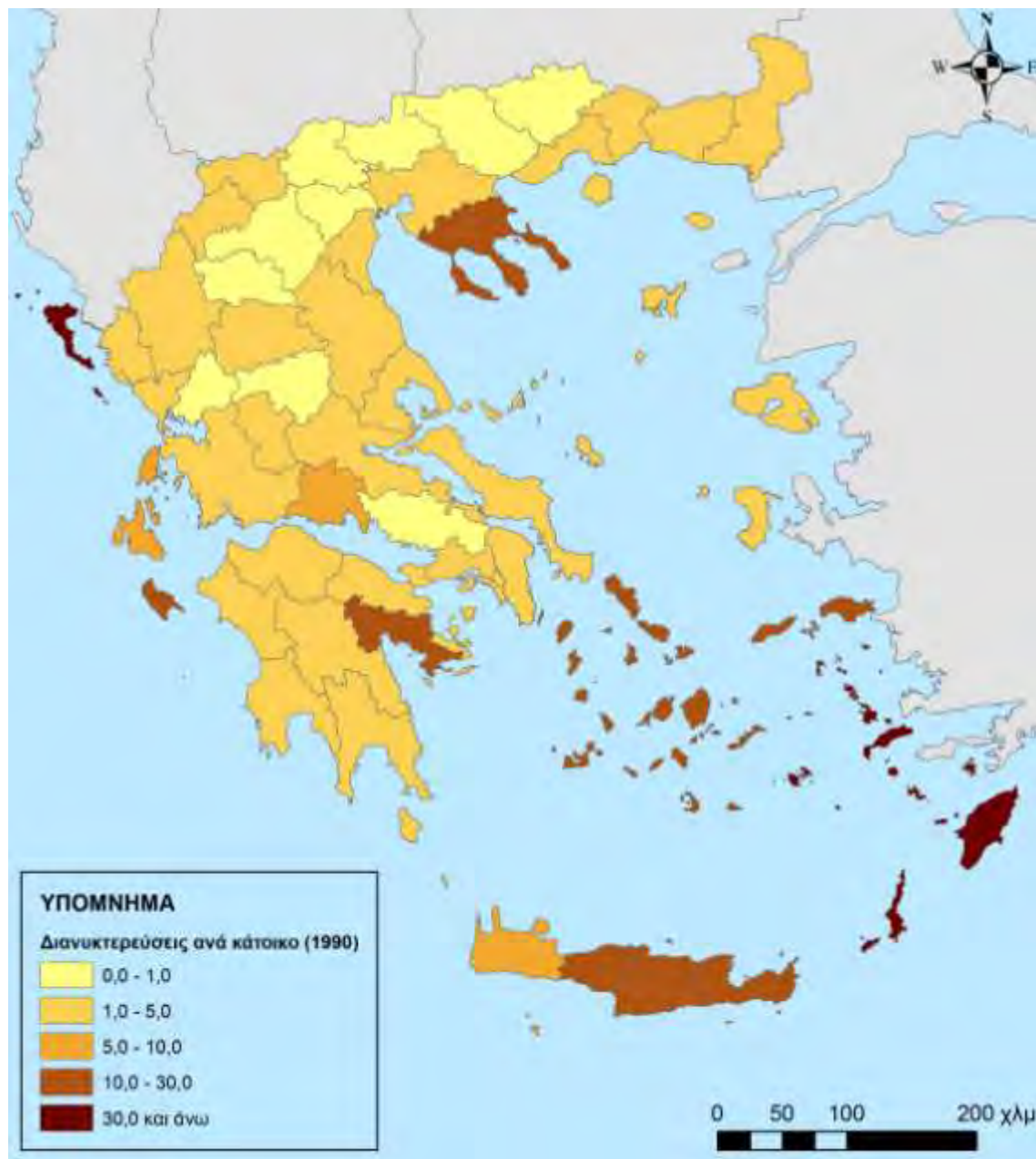
Το έτος 2000 η εικόνα έχει διαφοροποιηθεί σημαντικά. Η συρρίκνωση του αγροτικού τομέα είναι εμφανής. Μόλις σε 1 νομό (Ηλεία) το ποσοστό ξεπερνάει το 30%, σε 6 νομούς της Θεσσαλίας και της Κεντρικής Μακεδονίας κυμαίνεται μεταξύ 20% και 30%, ενώ σε όλους τους υπόλοιπους βρίσκεται κάτω από το 20%. Σημαντική είναι η μείωση που εμφανίζει ο κλάδος στην Πελοπόννησο, με εξαίρεση ασφαλώς το νομό Ηλείας.

Χάρτης 4.4: Συμμετοχή (%) της γεωργίας στο ΑΕΠ (2005)

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

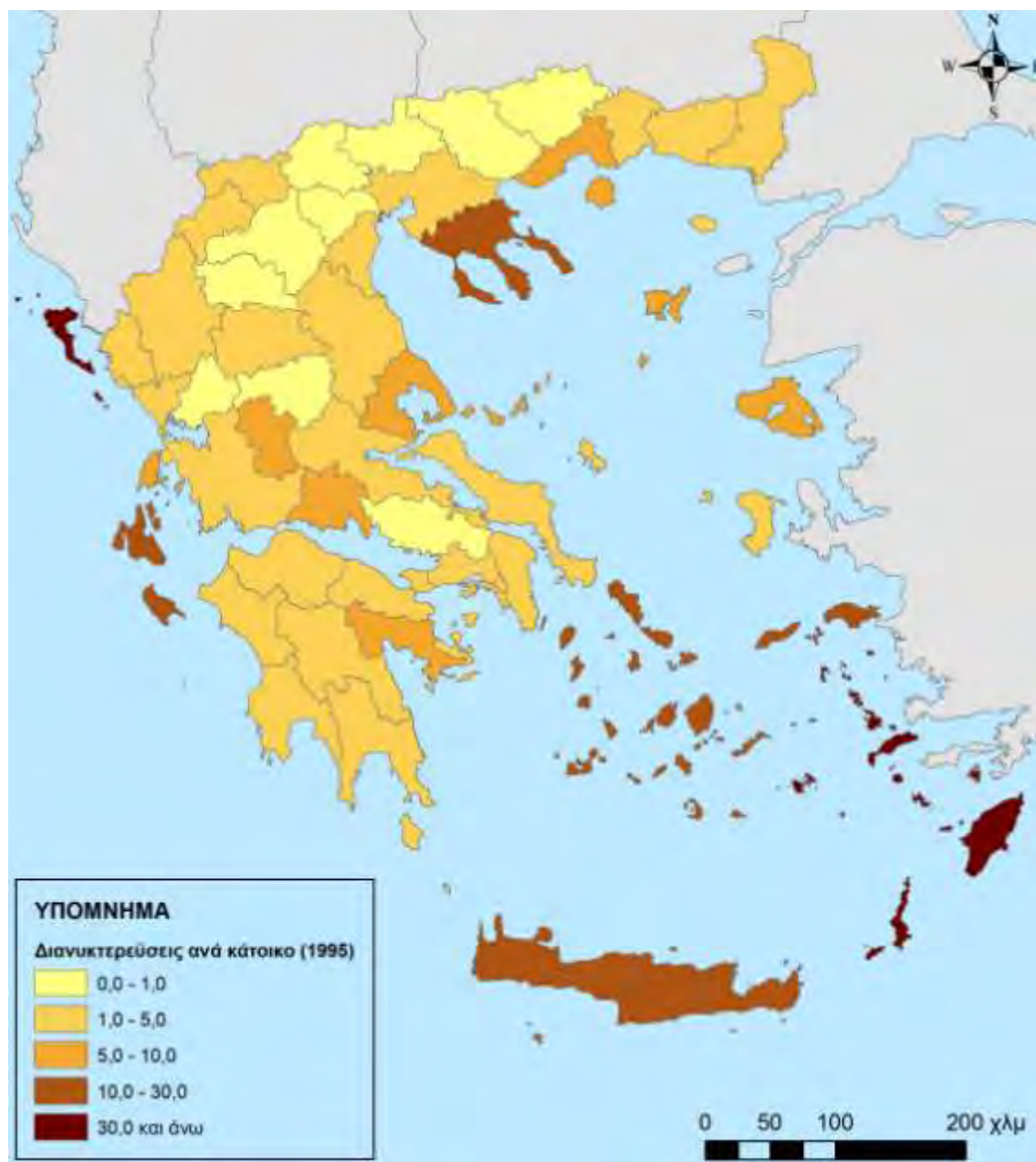
Το φαινόμενο της συρρίκνωσης της συμμετοχής της γεωργίας στο ΑΕΠ της χώρας εξελίσσεται με εντονότερους ρυθμούς και πλέον κατά το έτος 2005, μόνο σε 2 νομούς (Ηλείας και Πέλλας) ξεπερνάει το 20%. Νομοί της Κεντρικής Μακεδονίας, της Θεσσαλίας, της Στερεάς και της νότιας Πελοποννήσου κυμαίνονται μεταξύ 10% και 20%, ενώ όλοι οι υπόλοιποι σε μονοψήφια νούμερα.

Χάρτης 4.5: Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο (1990)



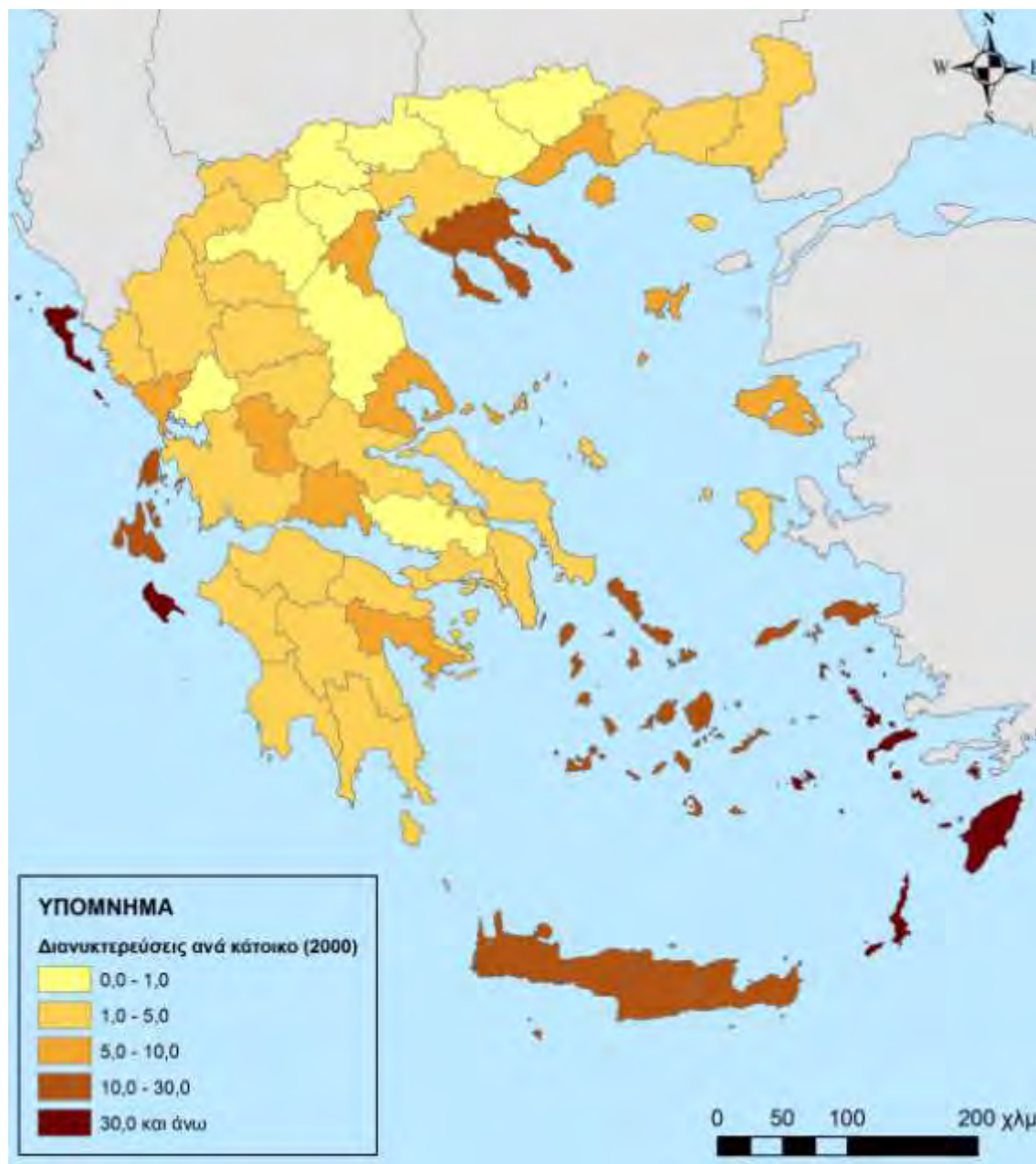
Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Χάρτης 4.6: Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο (1995)



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Χάρτης 4.7: Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο (2000)



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Χάρτης 4.8: Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο (2005)

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Κατά τη διάρκεια της δεκαπενταετίας 1990-2005 και όπως παρουσιάζεται στους πιο πάνω χάρτες για τις χρονιές 1990, 1995, 2000, 2005, λαμβάνοντας υπόψη τις διανυκτερεύσεις τουριστών ανά κάτοικο για κάθε νομό, δεν παρατηρούνται ιδιαίτερες διαφοροποιήσεις σχετικά με τις δημοφιλέστερες τουριστικά περιοχές της χώρας. Στις πρώτες θέσεις διαχρονικά παραμένουν τα Δωδεκάνησα, η Κέρκυρα, η Κρήτη, οι Κυκλάδες και η Χαλκιδική. Χαρακτηριστική είναι η σταθερά τελευταία θέση που καταλαμβάνουν οι νομοί της Δυτικής και Κεντρικής Μακεδονίας.

Χάρτης 4.9: Σύνολο διανυκτερεύσεων (1990)



Πηγή: Ίδια επεξεργασία

Χάρτης 4.10: Σύνολο διανυκτερεύσεων (1995)



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Χάρτης 4.11: Σύνολο διανυκτερεύσεων (2000)



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Χάρτης 4.12: Σύνολο διανυκτερεύσεων (2005)

Πηγή: Ίδια επεξεργασία

Κατά τη διάρκεια της δεκαπενταετίας 1990-2005 και όπως παρουσιάζεται στους πιο πάνω χάρτες για τις χρονιές 1990, 1995, 2000, 2005, λαμβάνοντας υπόψη τις συνολικές διανυκτερεύσεις τουριστών για κάθε νομό της χώρας, είναι εμφανές πως ο μεγαλύτερος όγκος τουριστών διοχετεύεται στην Αττική, τα Δωδεκάνησα, την Κρήτη με κυρίαρχο το Ηράκλειο, τη Θεσσαλονίκη, τη Χαλκιδική και τη Μαγνησία, ενώ και εδώ δεν παρατηρούνται ιδιαίτερες διαφοροποιήσεις σχετικά με τις δημοφιλέστερες τουριστικά περιοχές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας ήταν να εξετάσει την ύπαρξη διασυνδέσεων ανάμεσα στον τουρισμό και τον αγροτικό τομέα στην Ελλάδα κατά τη χρονική περίοδο 1990-2005. Αν δηλαδή η ανάπτυξη του ενός κλάδου επηρέασε τον άλλο, και αν ναι με ποιο τρόπο.

Αρχικά παρουσιάστηκαν κάποια γενικά στοιχεία σχετικά με τον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα κατά τις 2 τελευταίες δεκαετίες. Έγινε αναφορά στην έννοια και στα είδη του τουρισμού και αναλύθηκαν ζητήματα σχετικά με την προσφορά και τη ζήτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Στη συνέχεια παρατέθηκαν στοιχεία από τη διεθνή κυρίως βιβλιογραφία σχετικά με τις συνδέσεις που μπορούν να αναπτυχθούν μεταξύ τουρισμού και γεωργίας. Ακολούθησε εκτενής αναφορά στον αγροτικό τουρισμό, στην έννοιά του, στη σημασία και το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών, στις σύγχρονες τάσεις αγροτικής ανάπτυξης που επικρατούν, καθώς και στη χρήση του στην Ελλάδα ως μοχλού ανάπτυξης, κυρίως των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών.

Τέλος εξετάστηκε η συσχέτιση του τουρισμού με τη γεωργία κατά τη χρονική περίοδο 1990-2005 στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα εξετάστηκε για κάθε νομό της χώρας αν υπήρχε μια γραμμική σχέση που να συνέδεε τους δύο κλάδους και να έδειχνε αν αυτοί οι δύο στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο δρουν ανταγωνιστικά ή συμπληρωματικά ο ένας απέναντι στον άλλο.

Χάρτης 5.13: Σχέση πρωτογενή τομέα - τουρισμού

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Στον πιο πάνω χάρτη εμφανίζεται πλέον συνολικά, το αποτέλεσμα της έρευνας σχετικά με τη σχέση που επικρατεί στους νομούς της Ελλάδας, ανάμεσα στον τουρισμό και τον πρωτογενή τομέα. Από την επεξεργασία των στοιχείων σχετικά με την (%) συμμετοχή της γεωργίας στο ΑΕΠ και τις διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο για κάθε νομό της χώρας και μέσω της εξέτασης της ύπαρξης μιας γραμμικής σχέσης που να συνδέει τις δύο αυτές κατηγορίες δεδομένων, παρατηρούμε πως σε 20 από τους 51 νομούς της χώρας εμφανίζεται συσχέτιση πρωτογενούς τομέα και

τουρισμού, με επικρατέστερη την ανταγωνιστικότητα των 2 κλάδων (15 νομοί) σε σχέση με τη συμπληρωματικότητα (5 νομοί).

Ένα από τα κυριότερα συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν από την ανάλυση των δεδομένων, όσον αφορά τη σχέση πρωτογενούς τομέα και τουρισμού στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1990-2005 είναι το γεγονός ότι η πλειοψηφία των 15 νομών της χώρας που εμφάνισαν ανταγωνιστικότητα μεταξύ τουρισμού και γεωργίας αποτελούν παραθαλάσσιους ή νησιωτικούς νομούς, γεγονός που καταδεικνύει το φαινόμενο της εγκατάλειψης της γεωργίας από τους κατοίκους αυτών των περιοχών και της ενασχόλησής τους με μια πιο κερδοφόρα δραστηριότητα όπως αυτή του τουρισμού.

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι ότι στους 4 από τους 5 νομούς της χώρας, στους οποίους εμφανίζεται συμπληρωματικότητα μεταξύ της γεωργίας και του τουρισμού, δηλαδή στους νομούς Βοιωτίας, Φθιώτιδας, Αργολίδας και Κοζάνης, παρατηρείται μια ταυτόχρονη μείωση και των δύο κλάδων, ενώ μόνο στην περίπτωση του νομού της Χίου παρατηρείται ταυτόχρονη αύξηση του τουρισμού και της γεωργίας.

Επίσης, άξιο αναφοράς είναι και το γεγονός ότι οι νομοί Κοζάνης, Βοιωτίας και Φθιώτιδας έχουν ανεπτυγμένους τους τομείς της βιομηχανίας, της ενέργειας και των κατασκευών. Κατά τη διάρκεια της δεκαπενταετίας 1990-2005 και οι 3 αυτοί νομοί εμφανίζουν σταθερή αύξηση των ποσοστών τους στους τομείς αυτούς.

Συμπερασματικά, η τάση που φαίνεται να επικρατεί όσον αφορά τη σχέση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα, είναι ότι οι δύο τομείς δρουν ανταγωνιστικά μεταξύ τους, με την άνοδο του τουρισμού να προκαλεί, ή ακόμα και να οφείλεται, στη μείωση της οικονομικής ανταποδοτικότητας της γεωργίας και την φυσιολογική εγκατάλειψή της.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Έκθεση για την Τουριστική Οικονομική και Ελληνική Τουριστική Οικονομία στα πλαίσια της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Equal.(Ιούλιος 2006).
- Κλαδική μελέτη ICAP για τον τουρισμό, Οκτώβριος 2008.
- Παυλόπουλος, Π., 2001, «Θέματα Οικονομικής και Τουριστικής Πολιτικής», Αθήνα: Ειδικές Εκδόσεις ΙΤΕΠ.
- Βαρβαρέσος Σ., 1998, «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές», Εκδόσεις Προπομπός.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, «Τουριστική Πολιτική 2002 –2006», ΕΟΤ.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2003, «Η εξέλιξη της τουριστικής κίνησης 2002 – 2003», ΕΟΤ.
- Καραθάνος, Γ., 1996, «Ελληνικός Τουρισμός» : Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων, Αθήνα: Εκδόσεις Anubis.
- Ραφαήλ, Μ., 2001, «Θέματα Τουριστικής Πολιτικής», Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακκούλα.
- Λαγός, Δ., 1998. Ο τουρισμός ως παράγοντας προώθησης της περιφερειακής ανάπτυξης. ΤΟΠΟΣ 14/98, σσ. 47-65.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- World Tourism Organisation, 1993, “Recommendations on Tourism Statistics”, WTO.
- Whelan, T. (ed.), 1991. Nature Tourism: Managing for the Environment. Washington DC: Island Press.
- Cohen, E., 1972. Towards a sociology of international tourism. Social Research 39, pp. 164-182.
- Cohen, E., 1974. Who is a tourist? A conceptual clarification. Sociological Review 22 (4), pp. 527-555.

- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S., 1993. *Tourism: Principles and Practice*. London: Pitman Publishing.
- Butler, R., 1998. Rural recreation and tourism, In: Ilbery, B. (ed.) *The Geography of Rural Change*. Harlow: Addison Wesley Longman, pp. 211-232.
- Burkhart, A. and Medlik, S., 1981. *Tourism: Past, Present and Future*, 2nd Edition. London: Heinemann.
- Cater, E. and Lowman, G. (eds), 1994. *Ecotourism: A Sustainable Option?*. Chichester: John Wiley and Sons.
- Downward, P. and Lumsdon, L., 2000. The demand of day-visits: an analysis of visitor spending. *Tourism Economics* 6 (3), pp. 251-261.
- Krugman, P., 1991. *Geography and Trade*. Cambridge, MA.: MIT Press.
- Lane, B., 1994. Sustainable rural tourism strategies: a tool for development and conservation, In: Bramwell, B. and Lane, B. (eds), *Rural Tourism and Sustainable Rural Development*. Clevedon: Channel View Publications, pp. 102-111.
- Lowyck, E., Van Langenhove, L. and Bollaert, L., 1992. Typologies of tourist roles, In: Johnson, P. and Thomas, B. (eds) *Choice and Demand in Tourism*. London: Mansell, pp. 13-32.
- Mathieson, A. and Wall, G., 1982. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow: Longman.
- Nash, D., 1981. Tourism as an anthropological subject. *Current Anthropology* 22 (5), pp. 461-481.
- Murphy, P., 1985. *Tourism: A Community Approach*. New York: Routledge.
- OECD, 1994. *Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries 1991-1992 (Special Feature: Tourism Strategies and Rural Development)*, Paris: OECD.
- OECD, 2003. *The Future of Rural Policy. From Sectoral to Place-Based Policies in Rural Areas*. Paris: OECD.
- Plog, S., 1987. Understanding psychographics in tourism research, In: Ritchie, J.R.B. and Goeldner, C.R. (eds) *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*. New York: John Wiley and Sons, pp. 203-213.
- Porter, M.E., 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

- Roberts, L. and Hall, D. (eds), 2001. Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice. Oxon and New York: CABI Publishing.
- Sharpley, R. and Sharpley, J., 1997. Rural Tourism. An Introduction. London: International Thomson Business Press.
- Smith, V., (ed.), 1989. Hosts and Guest: The Anthropology of Tourism, 2nd Edition. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Tefler, D.J., 2002. Tourism and regional development issues, In: Shapley, R. and Tefler, D.J., (eds) Tourism and Development: Concepts and Issues. Clevedon: Channel View Publications.
- Thibal, S., 1988. Rural Tourism in Europe. Strasbourg: Council of Europe.
- Wood, K. and House, S. 1991. The Good Tourist: A Worldwide Guide for the Green Traveller. London: Mandarin.
- World Tourism Organization, 2001. Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices. Madrid, 2001.
- European Commission, 1999. Towards quality rural tourism: Integrated quality management (IQM) of rural tourism destinations, Enterprise Directorate-General, Tourist Unit, Brussels.
- European Commission, 2000. Using natural and cultural heritage to develop sustainable tourism. Enterprise – The Tourism Unit, Directorate General, Brussels.