

«Σχολή Κοινωνικών Επιστημών»
«Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων»

Διπλωματική Εργασία

«Ο Ρόλος της Τοπικής Αγροτικής Παραγωγής στην Ενίσχυση του
Τουριστικού Προϊόντος του Νομού Έβρου»

Δέσποινα Ειρήνη Φυσέα

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Ντουμή Μαρία



Ορεστιάδα, Μάιος 2026

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του/της φοιτητή/φοιτήτριας («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίας στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.

«Ο Ρόλος της Τοπικής Αγροτικής Παραγωγής στην Ενίσχυση του
Τουριστικού Προϊόντος του Νομού Έβρου»

Δέσποινα Ειρήνη Φυσέα

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Μαρία Ντουμή

«Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Τμήματος
Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού
του Πανεπιστημίου Αιγαίου»

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Αλέξιος Πατάπιος Κόντης

«Επίκουρος Καθηγητής Τμήματος
Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού
του Πανεπιστημίου Αιγαίου»

Ορεστιάδα, Μάιος 2026

«Στους δικούς μου ανθρώπους, Δημήτρη, Μαρία, Χριστίνα, που στάθηκαν συνοδοιπόροι στην πορεία μου προς τη γνώση και την ελεύθερη σκέψη και στην εξάαιρετη επιβλέπουσά μου κα Ντουμή Μαρία»

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη εξετάζει τη σχέση μεταξύ του αγροτικού και του τουριστικού τομέα στον Νομό Έβρου, με ιδιαίτερη έμφαση στον ρόλο των τοπικών προϊόντων στη διαμόρφωση και ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Στόχος της έρευνας ήταν να διερευνηθούν οι αντιλήψεις των συμμετεχόντων σχετικά με τη σημασία της τοπικής αγροτικής παραγωγής για την τουριστική ανάπτυξη και να αναδειχθούν οι δυνατότητες συνεργασίας μεταξύ των δύο τομέων.

Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας εφαρμόστηκε μικτή μεθοδολογική προσέγγιση. Τα ποσοτικά δεδομένα συλλέχθηκαν μέσω δομημένου ερωτηματολογίου που απευθύνθηκε σε τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής, ενώ τα ποιοτικά δεδομένα προέκυψαν από ημιδομημένες συνεντεύξεις με τοπικούς παραγωγούς. Η ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση περιγραφικής στατιστικής, ελέγχων συσχέτισης και ανάλυσης διακύμανσης (ANOVA), ενώ τα ποιοτικά δεδομένα αναλύθηκαν με θεματική ανάλυση περιεχομένου.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι συμμετέχοντες αναγνωρίζουν σε υψηλό βαθμό τη σημασία των τοπικών προϊόντων για τη διαφοροποίηση και την ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Παράλληλα, διαπιστώθηκε θετική στάση απέναντι στην ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και σημαντικές θετικές συσχετίσεις μεταξύ της αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων, της αυθεντικότητας της τουριστικής εμπειρίας, της ανταγωνιστικότητας του προορισμού και των προοπτικών βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Οι συνεντεύξεις των παραγωγών ανέδειξαν τόσο τις ευκαιρίες όσο και τις προκλήσεις που σχετίζονται με την ενίσχυση της διασύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού.

Τα ευρήματα υπογραμμίζουν ότι η αξιοποίηση της τοπικής αγροτικής παραγωγής μπορεί να αποτελέσει βασικό μοχλό διαφοροποίησης και βιώσιμης ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος της Περιφερειακής Ενότητας Έβρου, συμβάλλοντας παράλληλα στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και της ανταγωνιστικότητας του προορισμού.

Λέξεις – Κλειδιά

αγροτουρισμός, τοπικά προϊόντα, τουριστική ανάπτυξη, τοπική οικονομία, γαστρονομικός τουρισμός

«The Role of Local Agricultural Production in Enhancing the Tourism Product of the Evros Region»

«Despoina Eirini Fysea»

Abstract

The present study examines the relationship between the agricultural and tourism sectors in the Regional Unit of Evros, with particular emphasis on the role of local products in shaping and strengthening the region's tourism product. The aim of the research was to investigate perceptions regarding the importance of local agricultural production for tourism development and to highlight the potential for cooperation between the two sectors.

To achieve this aim, a mixed-methods research approach was adopted. Quantitative data were collected through a structured questionnaire administered to tourism businesses operating in Evros, while qualitative insights were obtained through interviews with local producers. The collected data were analyzed using statistical methods, including frequency analysis, correlation analysis, and analysis of variance (ANOVA), while the interview findings were used to complement and enrich the interpretation of the quantitative results.

The results of the study indicate that participants strongly recognize the importance of local products and believe that their utilization can significantly contribute to the tourism development of the region. Furthermore, the findings reveal a positive attitude toward strengthening cooperation among producers and tourism businesses, suggesting favorable conditions for the development of tourism forms based on local production and gastronomy. Correlation analysis also demonstrated that perceptions regarding the value of local products are closely associated with perceptions of tourism development in the region, while the interviews with producers highlighted both opportunities and challenges in developing stronger linkages between the agricultural and tourism sectors.

Overall, the findings highlight that the utilization of local products can serve as a key factor in differentiating and enhancing the tourism product of Evros. The development of stakeholder collaborations, the promotion of local gastronomy, and the effective use of local

resources can significantly contribute to the sustainable development of the region and strengthen its competitiveness as a tourism destination.

Keywords

agritourism, local products, tourism development, local economy, gastronomic tourism

Περιεχόμενα

Περίληψη	v
Abstract.....	vii
Περιεχόμενα.....	ix
Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων.....	xi
Κατάλογος Πινάκων.....	xii
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	xv
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια.....	xvi
1. Εισαγωγή.....	1
1.1 Αντικείμενο της εργασίας.....	1
1.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας.....	2
1.3 Ερευνητικά ερωτήματα	3
1.4 Μεθοδολογία	4
1.5 Δομή της εργασίας	4
2. Βιβλιογραφική επισκόπηση	6
2.1 Αγροτική παραγωγή και τοπική ανάπτυξη.....	6
2.2 Ο ρόλος της γαστρονομίας στον τουρισμό.....	8
2.3 Ο αγροτουρισμός, ο οινοτουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας ως μορφές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης	10
2.4 Τοπικά προϊόντα και δημιουργία τουριστικής ταυτότητας	12
2.5 Η αυθεντικότητα ως παράγοντας ενίσχυσης της τουριστικής εμπειρίας	14
2.6 Δίκτυα συνεργασίας μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων	15
2.7 Εμπόδια και παράγοντες επιτυχίας στη διασύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού.....	17
2.8 Ευρωπαϊκές και ελληνικές πολιτικές για τη σύνδεση αγροτικής παραγωγής και τουρισμού.....	18
2.8.1 Ευρωπαϊκές πολιτικές και στρατηγικές	18
2.8.2 Ελληνικές πολιτικές και πρωτοβουλίες.....	19
2.9 Παραδείγματα σύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού στην Ευρώπη και την Ελλάδα	19
2.9.1 Ευρωπαϊκά παραδείγματα καλών πρακτικών	20
2.9.2 Ελληνικό παράδειγμα καλών πρακτικών	22
3. Περιοχή Μελέτης: Η Περιφερειακή Ενότητα Έβρου.....	24
3.1 Γεωγραφικά, κοινωνικοοικονομικά και παραγωγικά χαρακτηριστικά.....	24
3.2 Προφίλ αγροτικής παραγωγής και βασικά προϊόντα	27
3.3 Υφιστάμενη τουριστική κατάσταση και δυναμική.....	31
3.4 Ευκαιρίες και προκλήσεις σύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού	35
3.4.1 Ευκαιρίες ανάπτυξης	36
3.4.2 Προκλήσεις και περιορισμοί.....	38
3.4.3 Προοπτικές και κατευθύνσεις ανάπτυξης.....	38
4. Μεθοδολογία της έρευνας.....	45
4.1 Σκοπός και σχεδιασμός της έρευνας.....	45
4.2 Δείγμα έρευνας	47
4.3 Μέθοδος συλλογής δεδομένων.....	51
4.4 Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων	55
4.5 Αξιοπιστία και εγκυρότητα της έρευνας	60
4.6 Δεοντολογία της έρευνας	61

4.7	Περιορισμοί της έρευνας.....	61
5.	Παρουσίαση και ανάλυση αποτελεσμάτων.....	63
5.1	Ποσοτική έρευνα.....	63
5.1.1	Δημογραφικά και επιχειρησιακά χαρακτηριστικά των τουριστικών επιχειρήσεων του δείγματος.....	63
5.1.2	Έλεγχος σχέσεων μεταξύ των χαρακτηριστικών των τουριστικών επιχειρήσεων	65
5.1.3	Στόχος 1: Ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν	67
5.1.4	Στόχος 2: Συμβολή τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και αυθεντικότητα.....	70
5.1.5	Στόχος 3: Συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού	73
5.1.6	Στόχος 4: Εμπόδια και προκλήσεις στη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα.....	76
5.1.7	Στόχος 5: Τοπικά προϊόντα, βιωσιμότητα και τουριστική ανάπτυξη.....	78
5.1.8	Συσχετίσεις μεταξύ των βασικών δεικτών της έρευνας για όλους τους στόχους.....	81
5.1.9	Στόχος 6: Καταγραφή προτάσεων και απόψεων των επιχειρήσεων για την ενίσχυση της σύνδεσης τουρισμού και τοπικής παραγωγής.....	84
5.2	Ποιοτική έρευνα.....	88
5.2.1	Προφίλ συμμετεχόντων	88
5.2.2	Συνεργασία παραγωγών με τον τουριστικό τομέα.....	89
5.2.3	Αντιλήψεις για τη σύνδεση παραγωγής και τουρισμού	90
5.2.4	Εμπόδια και προκλήσεις.....	91
5.2.5	Ανάγκες υποστήριξης και προώθησης	93
5.2.6	Βιωσιμότητα και τοπική ανάπτυξη	95
5.2.7	Ανάλυση Ανοικτών Ερωτήσεων	97
5.2.7.1	Ανάπτυξη γαστρονομικών και αγροτουριστικών εμπειριών	98
5.2.7.2	Ανάγκη συνεργασίας και δικτύωσης.....	98
5.2.7.3	Προβολή και branding τοπικών προϊόντων	98
5.2.7.4	Τοπική ταυτότητα και αυθεντικότητα	99
5.2.8	Συνοπτικά συμπεράσματα	99
5.3	Σύνθεση ποσοτικών και ποιοτικών ευρημάτων.....	99
6.	Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής.....	101
6.1	Κύρια Συμπεράσματα ως απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα	101
6.2	Προτάσεις πολιτικής και στρατηγικής	104
6.2.1	Ενίσχυση συνεργασιών μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων	104
6.2.2	Βελτίωση της διασύνδεσης της τοπικής παραγωγής με τις τουριστικές επιχειρήσεις	105
6.2.3	Ανάπτυξη γαστρονομικού και αγροτουριστικού προϊόντος.....	105
6.2.4	Ενίσχυση της προβολής και της ταυτότητας του προορισμού	105
6.2.5	Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και τοπική οικονομία	106
6.2.6	Ρόλος τοπικών φορέων και πολιτικών στήριξης.....	106
6.3	Περιορισμοί της έρευνας.....	107
6.4	Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	107
	Βιβλιογραφικές αναφορές.....	110
	Παράρτημα Α: «Ερωτηματολόγιο τουριστικών επιχειρήσεων»	117
	Παράρτημα Β: «Ερωτηματολόγιο για τις ημιδομημένες συνεντεύξεις των παραγωγών».....	124

Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων

- Εικόνα 1. Π.Ε. Έβρου. Πηγή Wikimedia Commons, *Nomos Evrou.png*, δημιουργός: Pitichinaccio, Public Domain (Κοινό Κτήμα), διαθέσιμο στο https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CF%86%CE%B5%CF%81%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE_%CE%95%CE%BD%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1_%CE%88%CE%B2%CF%81%CE%BF%CF%85#/media/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%BF:Nomos_Evrou.png 25
- Εικόνα 2. Χωράφι με λεβάντες. Πηγή: Σελίδα Facebook «Άρωμα Έβρου», ανάρτηση σχετικά με το Φεστιβάλ Λεβάντας, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026. 39
- Εικόνα 3. Πρόγραμμα Φεστιβάλ Λεβάντας. Πηγή: Σελίδα Facebook «Άρωμα Έβρου», ανάρτηση σχετικά με το Φεστιβάλ Λεβάντας, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026. 40
- Εικόνα 4. Μουσείο μεταξιού Σουφλίου. Πηγή: <https://www.e-evros.gr/gr/pages/72/moyseio-meta3hs-soyflio>, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026. ... 41
- Εικόνα 5. Επεξεργασία και σύνθεση εικόνων από Focus στον Έβρο, «Με μεγάλη επιτυχία η 15η Γιορτή Μανιταριού», <https://focustonevro.gr/%CE%BC%CE%B5-%CE%BC%CE%B5%CE%B3%CE%AC%CE%BB%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%84%CF%85%CF%87%CE%AF%CE%B1-%CE%B7-15%CE%B7-%CE%B3%CE%B9%CE%BF%CF%81%CF%84%CE%AE-%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%84%CE%B1%CF%81%CE%B9/>, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026. 42
- Εικόνα 6. Πρόγραμμα δραστηριοτήτων γιορτής μανιταριού. Πηγή: Evros News, <https://www.evros-news.gr/2025/10/16/15i-manitarogiorti-dadiaz-i-perifereia-amth-meiose-xafnika-tin-chrimatodotisi-apo-5-000-sta-2-960-evro/>, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026. 43

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 3.1. Βασικά δημογραφικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά της Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE INTELLIGENCE, 2025; ΕΛΣΤΑΤ, 2023). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.	26
Πίνακας 3.2. Δημογραφικά χαρακτηριστικά της Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE INTELLIGENCE, 2025; ΕΛΣΤΑΤ, 2023). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.	26
Πίνακας 3.3. Βασικά χαρακτηριστικά αγροτικής παραγωγής στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2020a, 2020b, 2024). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.	28
Πίνακας 3.4. Βασικά αγροτικά προϊόντα και παραγωγική δραστηριότητα στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας– Θράκης, n.d.; ΕΛΣΤΑΤ, 2020a, 2024). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.	29
Πίνακας 3.5. Μεταποίηση, πιστοποίηση και αγροδιατροφική δραστηριότητα στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας– Θράκης, n.d.; Επιμελητήριο Έβρου, n.d.; ΥΠΑΑΤ, n.d.). Ίδια επεξεργασία στοιχείων. ...	30
Πίνακας 3.6. Τουριστικές υποδομές στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE INTELLIGENCE, 2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων 2023-2024.....	31
Πίνακας 3.7. Βασικά σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE, 2021; ΠΑΜΘ, n.d.-c). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.	32
Πίνακας 3.8. Βασικά μεγέθη τουριστικής κίνησης στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή:(INSETTE INTELLIGENCE, 2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων 2023-2024.	33
Πίνακας 3.9. Εποχικότητα τουριστικής κίνησης στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE INTELLIGENCE, 2025; INSETTE, 2021). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.....	34
Πίνακας 3.10. Μεταβολή βασικών τουριστικών μεγεθών στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE INTELLIGENCE, 2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων 2019-2023.....	34
Πίνακας 3.11. Αγροτουριστικές μονάδες και τοπικές εκδηλώσεις στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE, 2021; Οινικές Εξερευνήσεις, n.d.; ΠΑΜΘ, n.d.-b, n.d.-a; Χαραλαμπίδου, 2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.	36
Πίνακας 3.12. Συνεργασία τουριστικών επιχειρήσεων με τοπικούς παραγωγούς. Πηγή: Ίδια έρευνα, 2026.	37
Πίνακας 4.1. Σύνδεση ερευνητικών ερωτημάτων με τα εργαλεία συλλογής δεδομένων. Ίδια επεξεργασία στοιχείων.	47
Πίνακας 4.2. Εκτιμώμενος αριθμός αγροτικών εκμεταλλεύσεων και παραγωγών στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: ΔΑΟΚ Έβρου, στοιχεία κατόπιν επίσημου αιτήματος της ερευνήτριας (2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.	48
Πίνακας 4.3. Αριθμός τουριστικών επιχειρήσεων της Π.Ε. Έβρου βάσει ΚΑΔ. Πηγή: Επιμελητήριο Έβρου, στοιχεία κατόπιν επίσημου αιτήματος της ερευνήτριας (2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.....	49
Πίνακας 4.4. Δήμοι Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (Καλλικράτης, 2016). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.....	50

Πίνακας 4.5. Σύνδεση ερευνητικών στόχων με τις μεθόδους ανάλυσης δεδομένων. Ίδια επεξεργασία.....	60
Πίνακας 5.1. Δημογραφικά και επιχειρησιακά χαρακτηριστικά των τουριστικών επιχειρήσεων του δείγματος. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.....	63
Πίνακας 5.2. Έλεγχος σχέσεων μεταξύ των χαρακτηριστικών των τουριστικών επιχειρήσεων. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.	66
Πίνακας 5.3. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για το βαθμό ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.....	67
Πίνακας 5.4. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων στις τουριστικές επιχειρήσεις. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	68
Πίνακας 5.5. Αποτελέσματα ANOVA για τον δείκτη ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων ανά χαρακτηριστικά επιχειρήσεων. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.....	69
Πίνακας 5.6. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για τη συμβολή τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και αυθεντικότητα. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	70
Πίνακας 5.7. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη αντίληψης σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία κι αυθεντικότητα. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	71
Πίνακας 5.8. Αποτελέσματα ANOVA για το συνολικό δείκτη αντίληψης σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και την αυθεντικότητα, ανά χαρακτηριστικό επιχείρησης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.....	72
Πίνακας 5.9. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για τη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	73
Πίνακας 5.10. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη αντίληψης σχετικά με τη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.....	74
Πίνακας 5.11. Αποτελέσματα ANOVA για τον συνολικό δείκτη ανταγωνιστικότητας του προορισμού ανά χαρακτηριστικό επιχείρησης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	75
Πίνακας 5.12. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία των αντιλήψεων των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τα εμπόδια και τις προκλήσεις στη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα (κατά φθίνουσα σειρά μέσου όρου). Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	76
Πίνακας 5.13. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη εμποδίων και προκλήσεων σχετικά με τη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	77
Πίνακας 5.14. Αποτελέσματα ANOVA για το συνολικό δείκτη εμποδίων και προκλήσεων στη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	78
Πίνακας 5.15. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία των αντιλήψεων των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τη βιωσιμότητα και τις προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης μέσω	

της τοπικής παραγωγής και της γαστρονομίας. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	79
Πίνακας 5.16. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη βιωσιμότητας και προοπτικών ανάπτυξης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	80
Πίνακας 5.17. Αποτελέσματα ANOVA για τον συνολικό δείκτη βιωσιμότητας και προοπτικών ανάπτυξης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	81
Πίνακας 5.18. Συσχετίσεις μεταξύ των βασικών δεικτών της έρευνας για όλους τους στόχους. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.	82
Πίνακας 5.19. Θεματικές Κατηγορίες Ανοικτών Απαντήσεων. Ίδια επεξεργασία ανοικτών απαντήσεων συμμετεχόντων.	84
Πίνακας 5.20. Δημογραφικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων παραγωγών της έρευνας. Ίδια επεξεργασία στοιχείων από συνεντεύξεις.	88
Πίνακας 5.21. Κατανομή των συμμετεχόντων παραγωγών ανά κατηγορία παραγόμενων προϊόντων. Ίδια επεξεργασία στοιχείων από τις συνεντεύξεις.	89
Πίνακας 5.22. Συνεργασία παραγωγών με τουριστικές επιχειρήσεις. Ίδια επεξεργασία στοιχείων από τις συνεντεύξεις.	89
Πίνακας 5.23. Πρόθεση των παραγωγών για συμμετοχή σε συνεργασίες με τον τουριστικό τομέα και ανάγκες υποστήριξης για την ανάπτυξή τους. Ίδια επεξεργασία στοιχείων από τις συνεντεύξεις.	93

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 5.1. Τύπος Τουριστικών επιχειρήσεων. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.	64
Διάγραμμα 5.2. Κύρια αγορά επισκεπτών. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.	64
Διάγραμμα 5.3. Δήμος δραστηριοποίησης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.	65
Διάγραμμα 5.4. Αντιλήψεις συμμετεχόντων για τη σύνδεση της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό (βάσει Μ.Ο.). Ίδια επεξεργασία δεδομένων.	91
Διάγραμμα 5.5. Σημαντικά εμπόδια συνεργασίας με τον τουριστικό τομέα (βάσει Μ.Ο.). Ίδια επεξεργασία δεδομένων.	92
Διάγραμμα 5.6. Ανάγκες υποστήριξης για σύνδεση με τον τουρισμό. Ίδια επεξεργασία δεδομένων.	94
Διάγραμμα 5.7. Σημαντικότερα μέσα προώθησης τοπικών προϊόντων και εμπειριών (βάσει Μ.Ο.). Ίδια επεξεργασία δεδομένων.	94
Διάγραμμα 5.8. Αντιλήψεις σχετικά με βιωσιμότητα και σύνδεση γαστρονομίας-τουρισμού (βάσει Μ.Ο.). Ίδια επεξεργασία δεδομένων.	96
Διάγραμμα 5.9. Εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών από τους παραγωγούς. Ίδια επεξεργασία δεδομένων.	97

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

ΑΜΘ	Ανατολική Μακεδονία και Θράκη
ANOVA	Analysis of Variance (Ανάλυση Διακύμανσης)
COVID-19	Coronavirus Disease 2019
ΔΑΟΚ	Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής
ΕΑΠ	Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
FB	Facebook
FAO	Food and Agriculture Organization
INSETE	Ινστιτούτο Συνδέσμων Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΚΑΔ	Κωδικός Αριθμός Δραστηριότητας
ΚΑΠ	Κοινή Αγροτική Πολιτική
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
ΠΑΜΘ	Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης
Π.Ε.	Περιφερειακή Ενότητα
ΠΓΕ	Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη
ΠΟΠ	Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
ΥΠΑΑΤ	Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων
LEADER	Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale

1. Εισαγωγή

1.1 Αντικείμενο της εργασίας

Η παρούσα εργασία εξετάζει τη σχέση μεταξύ της αγροτικής παραγωγής και του τουριστικού τομέα, εστιάζοντας στον ρόλο των τοπικών αγροδιατροφικών προϊόντων στη διαμόρφωση και ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διερεύνηση της συμβολής της τοπικής παραγωγής στη δημιουργία αυθεντικών τουριστικών εμπειριών και στη διαφοροποίηση των προορισμών.

Στην παρούσα εργασία οι όροι «αγροτική παραγωγή», «τοπική παραγωγή» και «αγροδιατροφή» χρησιμοποιούνται με διακριτό περιεχόμενο. Ως αγροτική παραγωγή νοείται η πρωτογενής παραγωγή γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων, η οποία συμβάλλει στην οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών (OECD, 2014). Ως τοπική παραγωγή νοείται η αγροτική παραγωγή που συνδέεται με συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, στην προκειμένη περίπτωση την Περιφερειακή Ενότητα Π.Ε. Έβρου, και περιλαμβάνει τα προϊόντα που αξιοποιούνται στο πλαίσιο της τουριστικής δραστηριότητας. Τέλος, ο όρος αγροδιατροφή χρησιμοποιείται για να περιγράψει το ευρύτερο αγροδιατροφικό σύστημα, το οποίο περιλαμβάνει την παραγωγή, τη μεταποίηση, τη διανομή και την κατανάλωση τροφίμων, καθώς και τη σύνδεσή του με τη βιώσιμη ανάπτυξη και τον γαστρονομικό τουρισμό (European Commission, 2020; Partalidou & De Matteis, 2024).

Η αγροτική παραγωγή δεν αποτελεί μόνο οικονομική δραστηριότητα, αλλά και φορέα πολιτισμικής ταυτότητας και τοπικής κληρονομιάς. Τα τοπικά προϊόντα ενσωματώνουν στοιχεία παράδοσης, ποιότητας και αυθεντικότητας, τα οποία μπορούν να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο της τουριστικής εμπειρίας. Η σύνδεση αυτών των προϊόντων με τον τουρισμό δημιουργεί προοπτικές ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας και ανάδειξης της πολιτισμικής ταυτότητας των περιοχών.

Στο πλαίσιο αυτό, η εργασία επικεντρώνεται στην Π.Ε. Έβρου, μια περιοχή με σημαντική αγροτική παραγωγή και αναπτυσσόμενη τουριστική δραστηριότητα, η οποία παρουσιάζει ενδιαφέρον ως πεδίο μελέτης για τη διερεύνηση της διασύνδεσης των δύο τομέων.

Παρότι η διεθνής και ελληνική βιβλιογραφία αναδεικνύει τη σημασία της διασύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού για την τοπική ανάπτυξη, περιορισμένος αριθμός ερευνών έχει εξετάσει εμπειρικά την περίπτωση της Π.Ε. Έβρου. Ειδικότερα, παραμένει περιορισμένη η γνώση σχετικά με το πώς οι τουριστικές επιχειρήσεις και οι τοπικοί παραγωγοί αντιλαμβάνονται τον ρόλο της τοπικής αγροτικής παραγωγής στην ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος, καθώς και τις δυνατότητες και τις προκλήσεις συνεργασίας μεταξύ των δύο τομέων. Η μελέτη αυτή επιχειρεί να συμβάλει στην κάλυψη αυτού του ερευνητικού κενού, διερευνώντας τις απόψεις και τις εμπειρίες των βασικών εμπλεκόμενων φορέων στην Π.Ε. Έβρου.

Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιούνται οι όροι «Νομός Έβρου» και «Περιφερειακή Ενότητα Έβρου» ως γεωγραφικά ισοδύναμοι για λόγους αναγνωσιμότητας και συμβατότητας με τη σχετική βιβλιογραφία και τις πηγές δεδομένων. Ωστόσο, από διοικητικής άποψης, η επίσημη ονομασία της περιοχής είναι «Περιφερειακή Ενότητα Έβρου», η οποία υπάγεται στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.

1.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση του ρόλου της τοπικής αγροτικής παραγωγής στην ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος της Περιφερειακής Ενότητας Έβρου, με έμφαση στη συμβολή των τοπικών προϊόντων στη διαφοροποίηση του προορισμού, στη βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας, στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη.

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας είναι:

- Να διερευνηθεί ο βαθμός ενσωμάτωσης των τοπικών αγροδιατροφικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων της περιοχής.
- Να εξεταστεί η συμβολή των τοπικών προϊόντων στη διαμόρφωση αυθεντικών τουριστικών εμπειριών και στην ενίσχυση της αντιλαμβανόμενης αξίας του προορισμού.
- Να αξιολογηθεί η συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προορισμού.

- Να εντοπιστούν τα βασικά εμπόδια και οι προκλήσεις που δυσχεραίνουν τη σύνδεση του τουριστικού και του αγροδιατροφικού τομέα στην Π.Ε. Έβρου.
- Να διερευνηθούν οι δυνατότητες και οι προοπτικές ανάπτυξης της συνεργασίας μεταξύ τοπικής παραγωγής, γαστρονομίας και τουρισμού στο πλαίσιο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.
- Να καταγραφούν οι απόψεις και οι προτάσεις των τουριστικών επιχειρήσεων και των τοπικών παραγωγών για την ενίσχυση της διασύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού.
- Να παρουσιαστούν τα βασικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων και να διερευνηθούν πιθανές διαφοροποιήσεις στις αντιλήψεις τους με βάση τα δημογραφικά και επιχειρησιακά χαρακτηριστικά τους.

1.3 Ερευνητικά ερωτήματα

Η παρούσα έρευνα επιδιώκει να διερευνήσει τη σχέση μεταξύ της τοπικής αγροτικής παραγωγής και του τουριστικού τομέα στην Π.Ε. Έβρου, με έμφαση στον ρόλο των τοπικών προϊόντων στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος και στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη. Στο πλαίσιο αυτό, διατυπώνονται τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- Σε ποιο βαθμό τα τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα ενσωματώνονται στις υπηρεσίες και στις εμπειρίες που προσφέρουν οι τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου;
- Πώς αντιλαμβάνονται οι τουριστικές επιχειρήσεις τη συμβολή των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας στην αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας και στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού;
- Ποιες είναι οι αντιλήψεις των παραγωγών σχετικά με τη ζήτηση τοπικών προϊόντων από τον τουριστικό τομέα και ποιες μορφές συνεργασίας έχουν αναπτυχθεί ή μπορούν να αναπτυχθούν;
- Ποια εμπόδια και ποιες προκλήσεις περιορίζουν τη σύνδεση αγροτικής παραγωγής και τουρισμού στην Π.Ε. Έβρου;

- Ποιες είναι οι προοπτικές ανάπτυξης της διασύνδεσης τοπικής παραγωγής, γαστρονομίας και τουρισμού και με ποιους τρόπους μπορεί αυτή να συμβάλει στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη;
- Ποιες πολιτικές, δράσεις ή στρατηγικές συνεργασίας μπορούν να ενισχύσουν αποτελεσματικότερα τους δεσμούς μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης;

1.4 Μεθοδολογία

Η παρούσα έρευνα βασίζεται σε μικτή μεθοδολογική προσέγγιση, συνδυάζοντας ποσοτικές και ποιοτικές μεθόδους συλλογής και ανάλυσης δεδομένων. Η ποσοτική διάσταση της έρευνας πραγματοποιήθηκε μέσω δομημένου ερωτηματολογίου που απευθύνθηκε σε τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου, ενώ η ποιοτική διάσταση βασίστηκε σε ημιδομημένες συνεντεύξεις με τοπικούς παραγωγούς. Ο συνδυασμός των δύο προσεγγίσεων επιλέχθηκε προκειμένου να επιτευχθεί μια πιο ολοκληρωμένη κατανόηση της σχέσης μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουρισμού στην περιοχή μελέτης.

Η ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση κατάλληλων στατιστικών μεθόδων, ενώ τα ποιοτικά δεδομένα αναλύθηκαν με θεματική ανάλυση περιεχομένου. Αναλυτική παρουσίαση του ερευνητικού σχεδιασμού, των εργαλείων συλλογής δεδομένων, του δείγματος και των μεθόδων ανάλυσης παρατίθεται στο Κεφάλαιο 4.

1.5 Δομή της εργασίας

Η παρούσα εργασία αποτελείται από τα εξής κεφάλαια: την εισαγωγή, τέσσερα βασικά κεφάλαια, καθώς και τα συμπεράσματα, τη βιβλιογραφία και τα παραρτήματα.

Στην εισαγωγή, που αποτελεί και το πρώτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται το αντικείμενο της εργασίας, ο σκοπός και οι στόχοι της έρευνας, τα ερευνητικά ερωτήματα, η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, καθώς και η συνολική δομή της εργασίας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η βιβλιογραφική επισκόπηση, η οποία περιλαμβάνει την ανάλυση βασικών εννοιών που σχετίζονται με την αγροτική παραγωγή, τη γαστρονομία, τις μορφές βιώσιμου τουρισμού και τη σύνδεση των τοπικών προϊόντων με την τουριστική ανάπτυξη.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η περιοχή μελέτης, με έμφαση στα γεωγραφικά, κοινωνικοοικονομικά και παραγωγικά χαρακτηριστικά της Π.Ε. Έβρου, καθώς και στην υφιστάμενη τουριστική δραστηριότητα της περιοχής.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύεται η μεθοδολογία της έρευνας και στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της και πραγματοποιείται η συζήτηση αυτών των αποτελεσμάτων.

Στο κεφάλαιο έξι παρατίθενται τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας, καθώς και προτάσεις για την ενίσχυση της διασύνδεσης της τοπικής αγροτικής παραγωγής με τον τουριστικό τομέα στην Π.Ε. Έβρου. Η εργασία ολοκληρώνεται με τη βιβλιογραφία και τα παραρτήματα, στα οποία παρατίθενται τα ερευνητικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για τη συλλογή των δεδομένων.

2. Βιβλιογραφική επισκόπηση

2.1 Αγροτική παραγωγή και τοπική ανάπτυξη

Η κατανόηση της σχέσης μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τοπικής ανάπτυξης προϋποθέτει την αποσαφήνιση βασικών εννοιών που σχετίζονται με τον αγροδιατροφικό τομέα. Οι έννοιες της αγροτικής παραγωγής και της αγροδιατροφής αποτελούν θεμελιώδη στοιχεία της σύγχρονης βιβλιογραφίας για την περιφερειακή ανάπτυξη και την οικονομική διαφοροποίηση των αγροτικών περιοχών (Λαγός, 2018).

Η αγροτική παραγωγή αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την καλλιέργεια φυτών, την εκτροφή ζώων και την παραγωγή πρώτων υλών που προέρχονται από τη γεωργία και την κτηνοτροφία. Πρόκειται για έναν από τους βασικούς τομείς της οικονομίας, ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές, όπου η γεωργία αποτελεί συχνά την κύρια πηγή εισοδήματος για τον τοπικό πληθυσμό. Η αγροτική παραγωγή δεν έχει μόνο οικονομική διάσταση αλλά και κοινωνική και περιβαλλοντική σημασία, καθώς επηρεάζει τη διαχείριση των φυσικών πόρων, τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και τη συνοχή των αγροτικών κοινοτήτων (OECD, 2014).

Τα τελευταία χρόνια, η έννοια της αγροτικής παραγωγής έχει συνδεθεί στενά με την έννοια της πολυλειτουργικότητας της γεωργίας. Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, η γεωργία δεν περιορίζεται μόνο στην παραγωγή τροφίμων και πρώτων υλών, αλλά διαδραματίζει έναν ευρύτερο ρόλο, παράγοντας παράλληλα περιβαλλοντικά, πολιτισμικά και κοινωνικά αγαθά που συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών (Marsden & Sonnino, 2008; Morgan et al., 2010). Ειδικότερα, η γεωργία συμβάλλει στη διατήρηση του αγροτικού τοπίου, της βιοποικιλότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα ενισχύει την κοινωνική συνοχή και τη διατήρηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο, αποτελώντας βασική πηγή απασχόλησης και οικονομικής δραστηριότητας για πολλές τοπικές κοινότητες. Στο πλαίσιο αυτό, η ανάπτυξη δραστηριοτήτων που συνδέονται με τη γαστρονομία, τον αγροτουρισμό και την ανάδειξη τοπικών προϊόντων αντανakλά τη διεύρυνση του ρόλου της γεωργίας στη σύγχρονη οικονομία και δημιουργεί νέες δυνατότητες τοπικής ανάπτυξης και διαφοροποίησης των αγροτικών περιοχών (Wilson, 2008).

Στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης, η πολυλειτουργικότητα της γεωργίας αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς προωθεί ένα πιο ισορροπημένο μοντέλο αξιοποίησης των

φυσικών και τοπικών πόρων. Η ανάπτυξη δραστηριοτήτων που συνδέονται με τη γαστρονομία, τον αγροτουρισμό και την ανάδειξη τοπικών προϊόντων αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της διεύρυνσης του ρόλου της γεωργίας στη σύγχρονη οικονομία (Franklin et al., 2011). Μέσα από αυτές τις πρακτικές, η αγροτική παραγωγή συνδέεται με την εμπειρία, τον πολιτισμό και την τουριστική δραστηριότητα, δημιουργώντας νέες δυνατότητες τοπικής ανάπτυξης και διαφοροποίησης των αγροτικών περιοχών (Wilson, 2008).

Η προσέγγιση αυτή συνδέεται στενά και με τις σύγχρονες ευρωπαϊκές πολιτικές αγροτικής ανάπτυξης, οι οποίες δίνουν έμφαση όχι μόνο στην παραγωγικότητα, αλλά και στη βιώσιμη διαχείριση των πόρων, στην προστασία της τοπικής ταυτότητας και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των αγροτικών περιοχών μέσω καινοτόμων και πολυτομεακών δραστηριοτήτων.

Στενά συνδεδεμένη με την αγροτική παραγωγή είναι η έννοια της αγροδιατροφής. Ο αγροδιατροφικός τομέας περιλαμβάνει το σύνολο των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την παραγωγή, τη μεταποίηση, τη διανομή και την κατανάλωση τροφίμων. Δεν αφορά μόνο τους παραγωγούς αλλά και ένα ευρύ δίκτυο επιχειρήσεων και οργανισμών που συμμετέχουν στην αλυσίδα αξίας των τροφίμων, όπως μεταποιητικές επιχειρήσεις, εμπορικές εταιρείες, επιχειρήσεις εστίασης και διανομής προϊόντων (Hall & Gossling, 2016).

Η ανάπτυξη του αγροδιατροφικού τομέα έχει ιδιαίτερη σημασία για την οικονομία πολλών περιφερειακών περιοχών, καθώς συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των αγροτικών προϊόντων και στη διατήρηση της τοπικής παραγωγικής δραστηριότητας. Παράλληλα, η αγροδιατροφική παραγωγή συνδέεται άμεσα με την πολιτισμική ταυτότητα μιας περιοχής, καθώς τα τοπικά προϊόντα συχνά αποτελούν φορείς παραδοσιακών γνώσεων και πρακτικών που μεταδίδονται από γενιά σε γενιά (Bessière, 2013).

Η σημασία των τοπικών αγροδιατροφικών προϊόντων έχει αναδειχθεί ιδιαίτερα στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης των αγορών τροφίμων. Καθώς τα τυποποιημένα προϊόντα κυριαρχούν στη διεθνή αγορά, οι καταναλωτές εμφανίζουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για προϊόντα που συνδέονται με συγκεκριμένους τόπους και πολιτισμικές παραδόσεις. Τα προϊόντα αυτά θεωρούνται συχνά πιο αυθεντικά και ποιοτικά, γεγονός που ενισχύει τη

ζήτησή τους τόσο από τους κατοίκους όσο και από τους επισκέπτες μιας περιοχής (Sims, 2009).

Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερη σημασία αποκτούν τα προϊόντα με γεωγραφική ένδειξη ή προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ). Τα προϊόντα αυτά συνδέονται στενά με τον τόπο παραγωγής τους και αποτελούν σημαντικό στοιχείο της τοπικής οικονομίας και πολιτισμικής ταυτότητας. Η προώθηση και η αξιοποίησή τους μπορεί να ενισχύσει την αναγνωρισιμότητα μιας περιοχής και να συμβάλει στη δημιουργία ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος (European Commission, 2020).

Γενικότερα, η αξιοποίηση των τοπικών αγροδιατροφικών προϊόντων δεν περιορίζεται μόνο στην οικονομική τους διάσταση, αλλά επεκτείνεται και στον τομέα του τουρισμού, όπου μπορούν να συμβάλουν στη διαμόρφωση αυθεντικών εμπειριών για τους επισκέπτες. Στο πλαίσιο αυτό, η γαστρονομία αναδεικνύεται ως βασικός μηχανισμός σύνδεσης της αγροτικής παραγωγής με την τουριστική ανάπτυξη.

2.2 Ο ρόλος της γαστρονομίας στον τουρισμό

Η γαστρονομία αποτελεί βασικό πεδίο αξιοποίησης της αγροτικής παραγωγής στο πλαίσιο του τουρισμού και ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία της σύγχρονης τουριστικής εμπειρίας. Στο πλαίσιο της μετάβασης από τον μαζικό τουρισμό σε πιο βιωματικές μορφές ταξιδιού, η κατανάλωση τοπικών προϊόντων συνδέεται άμεσα με την αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών από τους επισκέπτες (Sims, 2010).

Οι σύγχρονοι τουρίστες επιδιώκουν να γνωρίσουν έναν προορισμό μέσα από τις γεύσεις, τις παραδόσεις και τις καθημερινές πρακτικές των κατοίκων του. Η γαστρονομία λειτουργεί ως μέσο προσέγγισης της τοπικής κουλτούρας και συμβάλλει στη δημιουργία μιας πιο ολοκληρωμένης και ουσιαστικής ταξιδιωτικής εμπειρίας (Sims, 2010). Η δοκιμή τοπικών προϊόντων και παραδοσιακών συνταγών ενισχύει την αίσθηση αυθεντικότητας και δημιουργεί ισχυρότερη σύνδεση μεταξύ επισκέπτη και προορισμού (Kivela & Crofts, 2006).

Παράλληλα, η γαστρονομία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών. Ένα σημαντικό μέρος της τουριστικής δαπάνης κατευθύνεται στην

κατανάλωση τροφίμων και ποτών, γεγονός που καθιστά τη γαστρονομία βασικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας. Η ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων μπορεί να επηρεάσει θετικά την εικόνα του προορισμού και να ενισχύσει την πρόθεση επαναλαμβανόμενης επίσκεψης (Hall et al., 2003; Λαγός, 2018).

Επιπλέον, η αξιοποίηση της τοπικής γαστρονομίας συμβάλλει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος. Σε ένα ανταγωνιστικό τουριστικό περιβάλλον, οι προορισμοί επιδιώκουν να προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες που τους ξεχωρίζουν. Η ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες φιλοξενίας και στις τουριστικές δραστηριότητες μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας (Sims, 2009).

Η σημασία των τοπικών αγροδιατροφικών προϊόντων ως παράγοντα ενίσχυσης του τουριστικού προϊόντος έχει αναδειχθεί και στη διεθνή βιβλιογραφία. Σύμφωνα με τη μελέτη των Cafiero et al. (2020), τα τοπικά προϊόντα μπορούν να λειτουργήσουν ως βασικός μοχλός προσέλκυσης επισκεπτών, καθώς συνδέονται άμεσα με την τοπική κουλτούρα και την αυθεντικότητα του προορισμού. Παράλληλα, η αξιοποίησή τους συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και στη δημιουργία διαφοροποιημένων τουριστικών εμπειριών. Ωστόσο, επισημαίνεται ότι σε πολλές περιπτώσεις τα προϊόντα αυτά δεν αξιοποιούνται επαρκώς ως τουριστικός πόρος, γεγονός που περιορίζει τη δυναμική τους στη διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου και ανταγωνιστικού τουριστικού προϊόντος

Η ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού έχει οδηγήσει στη δημιουργία εμπειριών, όπως γαστρονομικές διαδρομές, επισκέψεις σε χώρους παραγωγής και συμμετοχή σε τοπικές εκδηλώσεις. Οι δραστηριότητες αυτές ενισχύουν τη βιωματική διάσταση του τουρισμού και συμβάλλουν στη δημιουργία διαφοροποιημένων και ελκυστικών τουριστικών προϊόντων (Hall et al., 2003; Sims, 2010).

Συνολικά, η γαστρονομία αποτελεί βασικό στοιχείο ενίσχυσης της τουριστικής εμπειρίας και διαφοροποίησης του προορισμού, συμβάλλοντας στη δημιουργία αυθεντικών βιωμάτων και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς του. Η αυξανόμενη σημασία της στον τουρισμό έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη ειδικών μορφών τουριστικής δραστηριότητας, όπως ο αγροτουρισμός και ο οινοτουρισμός, οι οποίες βασίζονται στην ενεργή συμμετοχή των επισκεπτών. Οι μορφές αυτές ενσωματώνουν τη γαστρονομία στο τουριστικό προϊόν και προσφέρουν τη δυνατότητα άμεσης επαφής με την τοπική παραγωγή και τον τρόπο ζωής

των τοπικών κοινωνιών, ενισχύοντας τη βιωματική διάσταση του τουρισμού και τη συνολική ελκυστικότητα του προορισμού.

2.3 Ο αγροτουρισμός, ο οινοτουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας ως μορφές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν σημαντικό στοιχείο διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, καθώς ανταποκρίνονται στη σύγχρονη τάση για πιο εξατομικευμένες και βιωματικές ταξιδιωτικές εμπειρίες. Μεταξύ αυτών, ο αγροτουρισμός, ο οινοτουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας συνδέονται άμεσα με την τοπική παραγωγή και τη γαστρονομία, προσφέροντας στους επισκέπτες τη δυνατότητα ενεργής συμμετοχής σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τόπο και συμβάλλοντας στην ανάπτυξη λιγότερο γνωστών περιοχών και στη δημιουργία νέων οικονομικών ευκαιριών για τις τοπικές κοινωνίες (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019; Τσάρτας et al., 2020)

Ο αγροτουρισμός αναφέρεται σε δραστηριότητες που πραγματοποιούνται σε αγροτικές περιοχές και επιτρέπουν στους επισκέπτες να γνωρίσουν την αγροτική ζωή και τις διαδικασίες παραγωγής τροφίμων. Οι δραστηριότητες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν επισκέψεις σε αγροκτήματα, συμμετοχή σε καλλιεργητικές εργασίες, γνωριμία με παραδοσιακές τεχνικές παραγωγής και κατανάλωση τοπικών προϊόντων. Μέσα από αυτές τις εμπειρίες, οι επισκέπτες αποκτούν άμεση επαφή με τον τρόπο ζωής των τοπικών κοινωνιών (Phillip et al., 2010).

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην οικονομική βιωσιμότητα των αγροτικών περιοχών, καθώς δημιουργεί νέες πηγές εισοδήματος για τους αγρότες και ενισχύει τη διαφοροποίηση των οικονομικών δραστηριοτήτων. Επιπλέον, η ανάπτυξη αγροτουριστικών δραστηριοτήτων μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση της πολιτισμικής κληρονομιάς των αγροτικών κοινοτήτων και στη διατήρηση παραδοσιακών γνώσεων και πρακτικών (Lane & Kastenholtz, 2015; Partalidou & De Matteis, 2024).

Ο οινοτουρισμός αποτελεί ειδική μορφή γαστρονομικού τουρισμού, η οποία επικεντρώνεται στην παραγωγή και κατανάλωση οίνου. Περιλαμβάνει δραστηριότητες, όπως επισκέψεις σε οινοποιεία, ξεναγήσεις σε αμπελώνες και συμμετοχή σε γευσιγνωσίες.

Η εμπειρία αυτή συνδυάζει τη γνώση γύρω από το προϊόν με την πολιτισμική διάσταση της οινοπαραγωγής, ενισχύοντας την ελκυστικότητα του προορισμού για επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα (Μυλωνόπουλος, 2021).

Παράλληλα, ο τουρισμός ευεξίας (wellness tourism) συνδέεται με δραστηριότητες που σχετίζονται με τη χαλάρωση, την υγεία και την προσωπική φροντίδα (Μυλωνόπουλος, 2021). Αν και δεν αφορά άμεσα την αγροτική παραγωγή, μπορεί να αξιοποιεί τοπικούς φυσικούς πόρους και προϊόντα, όπως βότανα, φυσικά καλλυντικά και παραδοσιακές πρακτικές φροντίδας, εμπλουτίζοντας την εμπειρία των επισκεπτών.

Οι μορφές αυτές τουρισμού δίνουν έμφαση στη συμμετοχή, την εμπειρία και την αλληλεπίδραση με τον τόπο. Σε αντίθεση με τον παραδοσιακό μαζικό τουρισμό, οι επισκέπτες δεν λειτουργούν ως παθητικοί καταναλωτές, αλλά συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες που σχετίζονται με την τοπική παραγωγή και τον πολιτισμό (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019; Τσάρτας et al., 2020).

Η ανάπτυξη αγροτουριστικών και γαστρονομικών δραστηριοτήτων, όπως οι επισκέψεις μονάδες παραγωγής, οι θεματικές διαδρομές και οι τοπικές εκδηλώσεις, συμβάλλει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στη δημιουργία πιο ολοκληρωμένων εμπειριών για τους επισκέπτες (Hall et al., 2003).

Παράλληλα, οι μορφές αυτές τουρισμού συνδέονται στενά με τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθώς βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στην αξιοποίηση τοπικών πόρων, στη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας και στη συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών στην τουριστική δραστηριότητα. Σε αντίθεση με τα πρότυπα μαζικού τουρισμού, τα οποία συχνά οδηγούν σε έντονη περιβαλλοντική και κοινωνική πίεση, ο αγροτουρισμός και οι συναφείς μορφές τουρισμού επιδιώκουν μια πιο ισορροπημένη σχέση μεταξύ επισκεπτών, τοπικής κοινωνίας και φυσικού περιβάλλοντος (Lane & Kastenholtz, 2015; Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019).

Η ενεργή συμμετοχή των τοπικών παραγωγών και επιχειρήσεων στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας συμβάλλει όχι μόνο στην οικονομική ενίσχυση των αγροτικών περιοχών, αλλά και στη διατήρηση της τοπικής γνώσης, των παραδόσεων και των πολιτιστικών πρακτικών (Morgan et al., 2010). Παράλληλα, η αξιοποίηση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών ενισχύει την τοπική οικονομία και δημιουργεί ισχυρότερους

δεσμούς μεταξύ τουρισμού και πρωτογενούς τομέα, προωθώντας ένα περισσότερο βιώσιμο και συμμετοχικό μοντέλο ανάπτυξης (Marsden & Sonnino, 2008; Morgan et al., 2010).

Συνολικά, ο αγροτουρισμός, ο οινοτουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας αποτελούν δυναμικές μορφές τουρισμού που ενισχύουν τη βιωματική διάσταση της ταξιδιωτικής εμπειρίας και δημιουργούν προϋποθέσεις για την περαιτέρω αξιοποίηση της τοπικής παραγωγής στο πλαίσιο του τουρισμού. Μέσω της σύνδεσης της τουριστικής δραστηριότητας με την τοπική παραγωγή, τη γαστρονομία και τον πολιτισμό, δημιουργούνται προϋποθέσεις για ένα πιο ισορροπημένο, διαφοροποιημένο και βιώσιμο τουριστικό μοντέλο, το οποίο ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες των επισκεπτών.

2.4 Τοπικά προϊόντα και δημιουργία τουριστικής ταυτότητας

Τα τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα αποτελούν βασικό στοιχείο διαμόρφωσης της τουριστικής ταυτότητας ενός προορισμού, καθώς συνδέονται άμεσα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, την ιστορία και τον πολιτισμό μιας περιοχής. Μέσα από την παραγωγή και την κατανάλωσή τους, αποτυπώνονται στοιχεία που διαφοροποιούν έναν τόπο από άλλους και συμβάλλουν στη δημιουργία μιας αναγνωρίσιμης και ελκυστικής εικόνας (Τσάρτας et al., 2020).

Η σύνδεση μεταξύ προϊόντος και τόπου έχει αποτελέσει αντικείμενο μελέτης στη βιβλιογραφία, ιδιαίτερα στο πλαίσιο της θεωρίας της μεταφοράς εικόνας (image transfer theory). Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, τα χαρακτηριστικά που αποδίδονται σε ένα προϊόν, όπως η ποιότητα, η αυθεντικότητα ή η παράδοση, μπορούν να μεταφερθούν συμβολικά στον τόπο προέλευσής του, επηρεάζοντας την αντίληψη των επισκεπτών για τον προορισμό. Με τον τρόπο αυτό, τα τοπικά προϊόντα λειτουργούν όχι μόνο ως καταναλωτικά αγαθά, αλλά και ως φορείς συμβολισμών που ενισχύουν τη συνολική εικόνα του τόπου (Gwinner & Eaton, 1999).

Η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων στο τουριστικό πλαίσιο συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας πιο ολοκληρωμένης εμπειρίας για τον επισκέπτη. Μέσα από δραστηριότητες, όπως η κατανάλωση παραδοσιακών εδεσμάτων, η συμμετοχή σε γαστρονομικές εκδηλώσεις ή η επίσκεψη σε χώρους παραγωγής, οι επισκέπτες αποκτούν τη δυνατότητα να γνωρίσουν τον

τόπο σε βάθος. Η εμπειρία αυτή ενισχύει τη συναισθηματική σύνδεση με τον προορισμό και δημιουργεί πιο ισχυρές και διαρκείς εντυπώσεις.

Επιπροσθέτως, τα τοπικά προϊόντα μπορούν να αξιοποιηθούν ως εργαλείο ενίσχυσης της αναγνωρισιμότητας ενός προορισμού. Η ενσωμάτωσή τους σε στρατηγικές προβολής και μάρκετινγκ συμβάλλει στη δημιουργία μιας συνεκτικής τουριστικής ταυτότητας, η οποία βασίζεται σε αυθεντικά στοιχεία και διαφοροποιεί τον προορισμό από ανταγωνιστικές περιοχές (Λαγός, 2018). Η προβολή της τοπικής γαστρονομίας, των παραδοσιακών προϊόντων και των σχετικών εμπειριών μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητα ενός προορισμού και να προσελκύσει επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα (Hall & Mitchell, 2005).

Η ανάπτυξη πρακτικών, όπως οι θεματικές γαστρονομικές διαδρομές, τα φεστιβάλ τοπικών προϊόντων και οι επισκέψιμες μονάδες παραγωγής συμβάλλει περαιτέρω στην ενίσχυση της τουριστικής ταυτότητας. Οι δραστηριότητες αυτές επιτρέπουν τη σύνδεση της παραγωγής με την τουριστική εμπειρία και δημιουργούν ευκαιρίες για τη διαμόρφωση διαφοροποιημένων και ελκυστικών τουριστικών προϊόντων (Hall et al., 2003).

Παράλληλα, η ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων δημιουργεί νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, μέσω της δημιουργίας τοπικών δικτύων συνεργασίας, και ενισχύει την τοπική οικονομία. Όπως επισημαίνεται στη διεθνή βιβλιογραφία, η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων στο πλαίσιο του τουρισμού μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματος των παραγωγών και στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης στις αγροτικές περιοχές (Everett & Slocum, 2013; Hüller et al., 2017).

Η δημιουργία τοπικών αλυσίδων αξίας αποτελεί επίσης σημαντικό στοιχείο της σύνδεσης μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουρισμού. Όταν οι τουριστικές επιχειρήσεις προμηθεύονται προϊόντα από τοπικούς παραγωγούς, δημιουργείται μια οικονομική σχέση που ενισχύει τη συνολική δραστηριότητα της περιοχής. Η ενίσχυση των τοπικών αλυσίδων αξίας μπορεί να συμβάλει στη μείωση της εξάρτησης από εισαγόμενα προϊόντα και στην αύξηση της τοπικής προστιθέμενης αξίας (Torres, 2003).

Παρά τα σημαντικά οφέλη που μπορεί να προκύψουν από τη σύνδεση αγροτικής παραγωγής και τουρισμού, η ανάπτυξη τέτοιων συνεργειών αντιμετωπίζει συχνά σημαντικές προκλήσεις. Ένα από τα βασικά προβλήματα αφορά την έλλειψη συνεργασίας και συντονισμού μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων. Σε πολλές περιπτώσεις, οι αγρότες

και οι επιχειρηματίες του τουριστικού τομέα λειτουργούν ανεξάρτητα, χωρίς να αξιοποιούν τις δυνατότητες που προσφέρει η ανάπτυξη κοινών πρωτοβουλιών (Hall & Gossling, 2016).

Ένα δεύτερο σημαντικό ζήτημα αφορά την ανάγκη ανάπτυξης κατάλληλων υποδομών και στρατηγικών προβολής των τοπικών προϊόντων. Η δημιουργία αγορών τοπικών προϊόντων, η διοργάνωση γαστρονομικών φεστιβάλ και η ανάπτυξη θεματικών διαδρομών γαστρονομίας μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στην ενίσχυση της σύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού (Hall & Sharples, 2008).

Εν κατακλείδι, τα τοπικά προϊόντα διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής ταυτότητας ενός προορισμού, καθώς συμβάλλουν στη δημιουργία αυθεντικών εμπειριών, ενισχύουν την εικόνα και την οικονομία του τόπου και αποτελούν βασικό στοιχείο διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος.

2.5 Η αυθεντικότητα ως παράγοντας ενίσχυσης της τουριστικής εμπειρίας

Η έννοια της αυθεντικότητας κατέχει κεντρική θέση στη σύγχρονη τουριστική εμπειρία, καθώς οι επισκέπτες αναζητούν ολοένα και περισσότερο εμπειρίες που συνδέονται με την τοπική κουλτούρα, τις παραδόσεις και τον τρόπο ζωής των κατοίκων ενός προορισμού. Η αυθεντικότητα σχετίζεται με την επιθυμία των τουριστών να βιώσουν στοιχεία που θεωρούνται «γνήσια» και αντιπροσωπευτικά της ταυτότητας του τόπου, σε αντίθεση με τυποποιημένες και μαζικοποιημένες τουριστικές εμπειρίες (Rickly & Canavan, 2024; Τσάρτας et al., 2020).

Στο πλαίσιο αυτό, η τοπική γαστρονομία, τα παραδοσιακά προϊόντα και οι δραστηριότητες που συνδέονται με την αγροτική παραγωγή αποτελούν σημαντικά μέσα ενίσχυσης της αυθεντικότητας της τουριστικής εμπειρίας. Μέσα από τη συμμετοχή σε γαστρονομικές δραστηριότητες, επισκέψεις σε χώρους παραγωγής και επαφή με τις τοπικές κοινότητες, οι επισκέπτες αποκτούν πιο άμεση και βιωματική σχέση με τον προορισμό. Η εμπειρία αυτή συμβάλλει στη δημιουργία ισχυρότερων συναισθηματικών δεσμών με τον τόπο και ενισχύει την αντίληψη της μοναδικότητας και της πολιτιστικής του ταυτότητας (Sims, 2009).

Η αυθεντικότητα αποτελεί σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης της συνολικής ικανοποίησης των επισκεπτών και επηρεάζει θετικά την εικόνα ενός προορισμού. Οι εμπειρίες που βασίζονται στην τοπική κουλτούρα, στις παραδοσιακές πρακτικές και στην ανθρώπινη αλληλεπίδραση θεωρούνται συχνά περισσότερο ουσιαστικές και αξέχαστες σε σύγκριση με τις τυποποιημένες μορφές τουρισμού (Kolar & Zabkar, 2010). Ως αποτέλεσμα, η αυθεντική εμπειρία μπορεί να ενισχύσει την πρόθεση επαναλαμβανόμενης επίσκεψης και τη θετική διάδοση του προορισμού μέσω προσωπικών συστάσεων και ψηφιακής επικοινωνίας (Uslu et al., 2024).

Η αυξανόμενη σημασία της αυθεντικότητας συνδέεται στενά με τη μετάβαση προς περισσότερο βιωματικές μορφές τουρισμού, στις οποίες οι επισκέπτες επιδιώκουν ενεργή συμμετοχή και ουσιαστική επαφή με τον τόπο (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Στο πλαίσιο αυτό, δραστηριότητες όπως η συμμετοχή σε τοπικές γιορτές, οι γαστρονομικές εμπειρίες, οι επισκέψεις σε αγροκτήματα και οι θεματικές διαδρομές ενισχύουν τη βιωματική διάσταση της ταξιδιωτικής εμπειρίας και διαφοροποιούν το τουριστικό προϊόν ενός προορισμού.

Συνολικά, η αυθεντικότητα αποτελεί βασικό στοιχείο ενίσχυσης της τουριστικής εμπειρίας και σημαντικό παράγοντα διαφοροποίησης των προορισμών στο σύγχρονο ανταγωνιστικό τουριστικό περιβάλλον. Η αξιοποίηση της τοπικής παραγωγής, της γαστρονομίας και της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη δημιουργία αυθεντικών εμπειριών που ενισχύουν την ελκυστικότητα και τη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών.

2.6 Δίκτυα συνεργασίας μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων

Η αποτελεσματική σύνδεση της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό προϋποθέτει την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των διαφορετικών φορέων που συμμετέχουν στην τοπική οικονομία (Marsden & Sonnino, 2008). Οι παραγωγοί, οι επιχειρήσεις φιλοξενίας και εστίασης, οι τοπικοί φορείς και οι οργανισμοί προβολής αποτελούν βασικούς παράγοντες στη διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος που αξιοποιεί τα τοπικά

αγροδιατροφικά χαρακτηριστικά μιας περιοχής (Morgan et al., 2010). Η ανάπτυξη τέτοιων συνεργασιών ενισχύει τη σύνδεση του πρωτογενούς με τον τριτογενή τομέα και δημιουργεί προϋποθέσεις για τη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη.

Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερη σημασία αποκτούν τα τοπικά δίκτυα συνεργασίας και οι τοπικές αλυσίδες αξίας, μέσω των οποίων τα τοπικά προϊόντα ενσωματώνονται στην τουριστική εμπειρία. Η προμήθεια τοπικών προϊόντων σε ξενοδοχεία, εστιατόρια και άλλες τουριστικές επιχειρήσεις συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και στη διατήρηση της παραγωγικής δραστηριότητας στις αγροτικές περιοχές. Παράλληλα, η ανάπτυξη συνεργατικών σχημάτων μπορεί να διευκολύνει την προβολή των τοπικών προϊόντων και τη δημιουργία κοινών τουριστικών δράσεων, όπως γαστρονομικές εκδηλώσεις, θεματικές διαδρομές και επισκέψιμες μονάδες παραγωγής (Okumus et al., 2024; Torres, 2003).

Οι συνεργασίες αυτές δημιουργούν πολλαπλά οφέλη τόσο για τους παραγωγούς όσο και για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι παραγωγοί αποκτούν νέες δυνατότητες διάθεσης και προβολής των προϊόντων τους, ενώ οι επιχειρήσεις τουρισμού μπορούν να διαφοροποιήσουν το προσφερόμενο προϊόν τους μέσω της αξιοποίησης αυθεντικών τοπικών στοιχείων. Παράλληλα, η ενίσχυση των τοπικών συνεργειών συμβάλλει στη δημιουργία ισχυρότερης τουριστικής ταυτότητας και στην ανάπτυξη πιο ολοκληρωμένων και βιωματικών εμπειριών για τους επισκέπτες.

Ωστόσο, η ανάπτυξη αποτελεσματικών δικτύων συνεργασίας προϋποθέτει συντονισμό, κοινό σχεδιασμό και ενεργή συμμετοχή των τοπικών φορέων. Η τοπική αυτοδιοίκηση, οι αναπτυξιακοί οργανισμοί και οι επαγγελματικοί φορείς μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών, μέσω δράσεων προβολής, εκπαίδευσης και δικτύωσης (Μυλωνόπουλος, 2021). Η δημιουργία ολοκληρωμένων στρατηγικών ανάπτυξης μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην αποτελεσματικότερη διασύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού.

Επομένως, τα δίκτυα συνεργασίας μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων αποτελούν βασικό παράγοντα ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας και διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, συμβάλλοντας παράλληλα στη βιώσιμη ανάπτυξη και στην ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας των αγροτικών περιοχών.

2.7 Εμπόδια και παράγοντες επιτυχίας στη διασύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού

Παρά τις σημαντικές δυνατότητες που παρουσιάζει η σύνδεση της αγροδιατροφής με τον τουρισμό, η ανάπτυξη αποτελεσματικών συνεργειών μεταξύ των δύο τομέων αντιμετωπίζει συχνά σημαντικές προκλήσεις. Η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας στο πλαίσιο του τουρισμού προϋποθέτει συντονισμό μεταξύ διαφορετικών φορέων, επαρκή οργάνωση και την ύπαρξη κατάλληλων υποδομών και στρατηγικών προβολής.

Ένα από τα βασικότερα εμπόδια αφορά την περιορισμένη συνεργασία μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων. Σε πολλές περιπτώσεις, οι εμπλεκόμενοι φορείς λειτουργούν αποσπασματικά, χωρίς κοινό σχεδιασμό και χωρίς την ανάπτυξη οργανωμένων δικτύων συνεργασίας. Παράλληλα, προβλήματα, όπως η μικρή κλίμακα των αγροτικών εκμεταλλεύσεων, η περιορισμένη προβολή των τοπικών προϊόντων, η εποχικότητα της τουριστικής δραστηριότητας και οι δυσκολίες πρόσβασης στις αγορές, περιορίζουν την αποτελεσματική διασύνδεση των δύο τομέων (Hall & Gossling, 2016). Επιπλέον, η έλλειψη εξειδικευμένης εκπαίδευσης, οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι και η απουσία ολοκληρωμένων στρατηγικών ανάπτυξης αποτελούν σημαντικούς ανασταλτικούς παράγοντες, ιδιαίτερα στις αγροτικές και περιφερειακές περιοχές.

Παρά τις δυσκολίες αυτές, η διεθνής εμπειρία δείχνει ότι η επιτυχής σύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού μπορεί να επιτευχθεί, όταν υπάρχουν ισχυρές τοπικές συνεργασίες, σαφής τουριστική ταυτότητα και αξιοποίηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του τόπου (Τσάρτας et al., 2020). Η ανάδειξη τοπικών προϊόντων υψηλής ποιότητας, η ανάπτυξη γαστρονομικών και αγροτουριστικών εμπειριών, καθώς και η ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας αποτελούν βασικούς παράγοντες επιτυχίας. Παράλληλα, η αξιοποίηση ψηφιακών μέσων προβολής, η δημιουργία θεματικών διαδρομών και η διοργάνωση τοπικών εκδηλώσεων μπορούν να ενισχύσουν σημαντικά την αναγνωρισιμότητα και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού (Λαγός, 2018)

Η ανάπτυξη ολοκληρωμένων στρατηγικών που συνδυάζουν την αγροτική παραγωγή, τη γαστρονομία, τον πολιτισμό και τον τουρισμό θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική για τη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, η υποστήριξη τοπικών πρωτοβουλιών και

η αξιοποίηση της τοπικής ταυτότητας μπορούν να συμβάλουν ουσιαστικά στη δημιουργία ενός περισσότερο διαφοροποιημένου και ανταγωνιστικού τουριστικού προϊόντος.

Συνολικά, η αποτελεσματική διασύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού εξαρτάται τόσο από την αντιμετώπιση των υφιστάμενων προκλήσεων, όσο και από την ικανότητα αξιοποίησης των τοπικών πόρων και συνεργασιών, με στόχο τη δημιουργία βιώσιμων και αυθεντικών τουριστικών εμπειριών.

2.8 Ευρωπαϊκές και ελληνικές πολιτικές για τη σύνδεση αγροτικής παραγωγής και τουρισμού

Η σημασία της σύνδεσης της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό, όπως αναδείχθηκε στις προηγούμενες ενότητες, έχει αποτελέσει αντικείμενο πολιτικών και στρατηγικών, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των περιφερειακών περιοχών και την αξιοποίηση των τοπικών πόρων (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Οι πολιτικές αυτές επικεντρώνονται στην προώθηση συνεργασιών μεταξύ παραγωγών, τουριστικών επιχειρήσεων και τοπικών φορέων, καθώς και στην ανάδειξη των τοπικών προϊόντων ως βασικού στοιχείου του τουριστικού προϊόντος (Μυλωνόπουλος, 2021).

2.8.1 Ευρωπαϊκές πολιτικές και στρατηγικές

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η ενίσχυση των αγροτικών περιοχών υλοποιείται κυρίως μέσω της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ), η οποία περιλαμβάνει μέτρα για τη διαφοροποίηση των αγροτικών δραστηριοτήτων και την ανάπτυξη συμπληρωματικών πηγών εισοδήματος, όπως ο αγροτουρισμός. Ιδιαίτερη σημασία έχουν, επίσης, οι πολιτικές που αφορούν την πιστοποίηση και την προώθηση προϊόντων με γεωγραφική ένδειξη (ΠΟΠ/ΠΓΕ), οι οποίες συμβάλλουν στην ανάδειξη της ποιότητας και της ταυτότητας των τοπικών προϊόντων. Τα προϊόντα αυτά αποτελούν σημαντικό εργαλείο προβολής των περιοχών προέλευσής τους και ενισχύουν τη σύνδεση μεταξύ παραγωγής και τουριστικής εμπειρίας (Duglio et al., 2022).

Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες έχουν αναπτυχθεί επιτυχημένα παραδείγματα σύνδεσης αγροτικής παραγωγής και τουρισμού. Οι θεματικές διαδρομές, όπως οι «δρόμοι του κρασιού» και οι γαστρονομικές διαδρομές, αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα που συνδυάζουν την παραγωγή με την τουριστική εμπειρία. Μέσα από τέτοιες πρωτοβουλίες, οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν τα τοπικά προϊόντα στον τόπο παραγωγής τους, ενισχύοντας τη συνολική εικόνα του προορισμού.

2.8.2 Ελληνικές πολιτικές και πρωτοβουλίες

Στην Ελλάδα, η αξιοποίηση της αγροτικής παραγωγής στο πλαίσιο του τουρισμού έχει αρχίσει να αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια, μέσα από δράσεις που προωθούν τη γαστρονομία και τις τοπικές εμπειρίες. Πρωτοβουλίες, όπως τα δίκτυα τοπικών προϊόντων, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις και οι γαστρονομικές εκδηλώσεις συμβάλλουν στη δημιουργία συνδέσεων μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με σχετικές μελέτες, ο αγροτουρισμός συνδέει την αγροτική δραστηριότητα με την τουριστική εμπειρία, προσφέροντας στους επισκέπτες τη δυνατότητα συμμετοχής σε αγροτικές εργασίες, γνωριμίας με τοπικά προϊόντα και επαφής με την τοπική κουλτούρα. Επιπλέον, συμβάλλει στη δημιουργία νέων μορφών απασχόλησης, στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και στη διατήρηση του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές (Chatzopoulou, 2022).

Παράλληλα, η ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού, όπως ο γαστρονομικός και ο αγροτουρισμός, ενισχύεται μέσω προγραμμάτων χρηματοδότησης και δράσεων προβολής. Οι πρωτοβουλίες αυτές στοχεύουν στην ανάδειξη της τοπικής κουζίνας και των παραδοσιακών προϊόντων ως βασικών στοιχείων της τουριστικής εμπειρίας.

2.9 Παραδείγματα σύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού στην Ευρώπη και την Ελλάδα

Χαρακτηριστικό παράδειγμα σύνδεσης αγροτικής παραγωγής και τουρισμού αποτελεί η ανάπτυξη αγροτουριστικών δραστηριοτήτων σε διάφορες ευρωπαϊκές χώρες, όπου οι

επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να διαμένουν σε αγροκτήματα (farm stays) και να συμμετέχουν ενεργά σε αγροτικές εργασίες. Οι δραστηριότητες αυτές περιλαμβάνουν τη συγκομιδή προϊόντων, τη γνωριμία με τις διαδικασίες παραγωγής και τη δοκιμή τοπικών προϊόντων στον τόπο προέλευσής τους. Μέσα από αυτές τις πρακτικές ενισχύεται η βιωματική εμπειρία των επισκεπτών, ενώ παράλληλα δημιουργούνται νέες πηγές εισοδήματος για τους παραγωγούς και ενισχύεται η τοπική οικονομία. Το παράδειγμα αυτό αναδεικνύει τη σύνδεση της αγροδιατροφικής εμπειρίας με τις αρχές του δημιουργικού τουρισμού, όπου η ενεργή συμμετοχή και η αλληλεπίδραση με τους τοπικούς παραγωγούς αποτελούν βασικά στοιχεία της τουριστικής εμπειρίας (Baby et al., 2024; Duglio et al., 2022; Torres & Momsen, 2011).

Σύμφωνα με πρόσφατη τεχνική έκθεση της FAO (Partalidou & De Matteis, 2024), ο βιώσιμος αγροτουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως βασικό εργαλείο μετασχηματισμού των αγροδιατροφικών συστημάτων στις μεσογειακές χώρες. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού συνδέεται με οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη, όπως η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, η προστασία της βιοποικιλότητας, η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και η ενίσχυση της σύνδεσης παραγωγών και καταναλωτών. Επισημαίνεται, επίσης, ότι η αξιοποίηση τοπικών προϊόντων και γαστρονομικών εμπειριών μπορεί να ενισχύσει τη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών και να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν των μεσογειακών προορισμών.

2.9.1 Ευρωπαϊκά παραδείγματα καλών πρακτικών

Η εφαρμογή των παραπάνω πρακτικών αποτυπώνεται και σε ευρωπαϊκό επίπεδο μέσα από τη συγκριτική περίπτωση της Ιταλίας και της Ισπανίας, όπου ο αγροτουρισμός έχει εξελιχθεί σε βασικό εργαλείο αγροτικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με σχετική μελέτη, ο αγροτουρισμός συμβάλλει στη διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας, δημιουργώντας νέες πηγές εισοδήματος για τους παραγωγούς, ενισχύοντας την απασχόληση και συμβάλλοντας στην αναζωογόνηση των αγροτικών περιοχών. Παράλληλα, η ανάπτυξή του συνδέεται άμεσα με ευρωπαϊκές πολιτικές, όπως το πρόγραμμα LEADER, το οποίο προωθεί τη συνεργασία μεταξύ τοπικών φορέων και την αξιοποίηση των ενδογενών πόρων των περιοχών. Ωστόσο, επισημαίνεται ότι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού δεν είναι ομοιόμορφη μεταξύ των περιοχών, καθώς παρατηρούνται διαφοροποιήσεις ως προς τη βιωσιμότητα και την

αποτελεσματικότητα των δράσεων, γεγονός που αναδεικνύει την ανάγκη για ολοκληρωμένο σχεδιασμό και συντονισμένη στρατηγική ανάπτυξης (Belliggiano et al., 2020).

Ένα ακόμη σημαντικό παράδειγμα σύνδεσης αγροτικής παραγωγής και τουρισμού αποτελεί η ανάπτυξη του ελαιοτουρισμού (oleotourism) στην περιοχή Extremadura της Ισπανίας. Σύμφωνα με τη μελέτη των Folgado-Fernández et al. (2019), ο ελαιοτουρισμός βασίζεται σε δραστηριότητες που συνδέονται με την παραγωγή ελαιόλαδου, όπως επισκέψεις σε ελαιώνες και ελαιοτριβεία, γευσιγνωσίες, θεματικές διαδρομές και συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Η έρευνα, η οποία βασίστηκε σε δείγμα 208 επισκεπτών, ανέδειξε ότι η τοπική γαστρονομία και η εμπειρία γύρω από το ελαιόλαδο αποτελούν βασικά κίνητρα επίσκεψης, ενισχύοντας σημαντικά τη συνολική τουριστική εμπειρία. Παράλληλα, διαπιστώθηκε ότι η ταυτότητα του τόπου και η συναισθηματική εικόνα του προορισμού επηρεάζουν θετικά την ικανοποίηση των επισκεπτών και την πρόθεσή τους να επιστρέψουν ή να προτείνουν τον προορισμό σε άλλους.

Η ανάπτυξη του ελαιοτουρισμού συμβάλλει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, ενισχύει την τοπική οικονομία και προωθεί τη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, αξιοποιώντας ένα προϊόν υψηλής ποιότητας με ισχυρή πολιτισμική και γαστρονομική ταυτότητα.

Η μετάβαση των αγροτικών περιοχών από παραδοσιακά παραγωγικά συστήματα σε τουριστικούς προορισμούς αποτελεί μια σημαντική στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης. Σύμφωνα με τη μελέτη του Sgroi (2022), πολλά αγροτικά χωριά στην Ευρώπη έχουν υποστεί εγκατάλειψη λόγω της μείωσης της κερδοφορίας της γεωργίας και της μετακίνησης του πληθυσμού προς τα αστικά κέντρα.

Ουσιαστικό παράδειγμα αποτελεί το χωριό Borgo Parrini στη Σικελία, το οποίο από αγροτικός οικισμός μετατράπηκε σε τουριστικό και γαστρονομικό προορισμό. Η ανάπτυξη βασίστηκε στην αξιοποίηση της τοπικής γαστρονομίας, της πολιτιστικής ταυτότητας και του αγροτικού τοπίου, δημιουργώντας ένα νέο μοντέλο αγροτουριστικής ανάπτυξης.

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι η αποκλειστική εξάρτηση από τη γεωργία δεν είναι πλέον βιώσιμη, ενώ η σύνδεση γεωργίας και τουρισμού μπορεί να ενισχύσει την τοπική οικονομία και να οδηγήσει σε αναζωογόνηση των αγροτικών περιοχών. Η

ενσωμάτωση της γαστρονομίας ως βασικού στοιχείου του τουριστικού προϊόντος συμβάλλει στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και στη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών (Sgroi, 2022).

Αντίστοιχη σύνδεση γαστρονομίας, τοπικής παραγωγής και τουριστικής ανάπτυξης παρατηρούνται και στην Ιταλία, όπου η γαστρονομία αξιοποιείται ως εργαλείο ενίσχυσης της τοπικής ταυτότητας και αναζωογόνησης αγροτικών περιοχών. Σύμφωνα με το “Report on Gastronomy Tourism in Italy” (Garibaldi, 2025), η ανάπτυξη γαστρονομικών εμπειριών, επισκέψεων σε χώρους παραγωγής και θεματικών εκδηλώσεων συμβάλλει σημαντικά στη βιώσιμη ανάπτυξη μικρών κοινοτήτων και αγροτικών προορισμών.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της πόλης Bra στην Ιταλία, όπου η διοργάνωση γαστρονομικών εκδηλώσεων και η ανάδειξη τοπικών προϊόντων συνέβαλαν σημαντικά στην ενίσχυση της τουριστικής κίνησης και της τοπικής ταυτότητας. Εκδηλώσεις, όπως το Cheese Festival, καθώς και η προώθηση τοπικών προϊόντων λειτούργησαν ως μοχλός τουριστικής ανάπτυξης και ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας (Garibaldi, 2025).

2.9.2 Ελληνικό παράδειγμα καλών πρακτικών

Η εφαρμογή των παραπάνω πρακτικών σε τοπικό επίπεδο αποτυπώνεται χαρακτηριστικά στην περίπτωση της Κεφαλονιάς, όπου ο αγροδιατροφικός τομέας αξιοποιείται ως βασικό στοιχείο εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος. Η ενσωμάτωση της τοπικής γαστρονομίας και παραγωγής στον τουρισμό ενισχύει σημαντικά την εμπειρία των επισκεπτών και συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας (Parisi, 2023).

Στην περιοχή, οι επιχειρήσεις του πρωτογενούς τομέα συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας, προσφέροντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες να γνωρίσουν τη διαδικασία παραγωγής, να δοκιμάσουν τοπικά προϊόντα και να συμμετέχουν σε σχετικές δραστηριότητες. Ειδικότερα, όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα της έρευνας, το 87,1% των επιχειρήσεων προσφέρει στους επισκέπτες εμπειρίες που περιλαμβάνουν παρακολούθηση της παραγωγικής διαδικασίας, γευσιγνωσία και αγορά προϊόντων (Parisi, 2023).

Επιπλέον, αναπτύσσονται δράσεις, όπως γαστρονομικές εκδηλώσεις, επισκέψεις σε χώρους παραγωγής και δραστηριότητες γευσιγνωσίας, οι οποίες ενισχύουν τη βιωματική διάσταση του τουρισμού και συμβάλλουν στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος. Το παράδειγμα αυτό αναδεικνύει τον καθοριστικό ρόλο της αγροδιατροφής στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας και επιβεβαιώνει ότι η διασύνδεση παραγωγής και τουρισμού μπορεί να αποτελέσει βασικό άξονα τοπικής ανάπτυξης.

Ωστόσο, παρά την πρόοδο που έχει σημειωθεί, η σύνδεση αγροτικής παραγωγής και τουρισμού στην Ελλάδα εξακολουθεί να παρουσιάζει προκλήσεις, κυρίως σε ό,τι αφορά τον βαθμό συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων και την ανάπτυξη ολοκληρωμένων στρατηγικών. Η ενίσχυση των συνεργασιών, η καλύτερη οργάνωση των δικτύων και η συστηματική προώθηση των τοπικών προϊόντων μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία ενός πιο συνεκτικού και ανταγωνιστικού τουριστικού προϊόντος.

Συνολικά, οι ευρωπαϊκές και ελληνικές πολιτικές αναδεικνύουν τη σημασία της διασύνδεσης αγροτικής παραγωγής και τουρισμού ως βασικού άξονα ανάπτυξης, προσφέροντας εργαλεία και πρακτικές που μπορούν να αξιοποιηθούν για την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και τη διαφοροποίηση των τουριστικών προορισμών (Duglio et al., 2022).

Τα παραπάνω θεωρητικά και εμπειρικά στοιχεία αποτελούν τη βάση για τη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουρισμού στην Π.Ε. Έβρου, η οποία εξετάζεται μέσω της πρωτογενούς έρευνας που ακολουθεί.

3. Περιοχή Μελέτης: Η Περιφερειακή Ενότητα Έβρου

Η ανάλυση της περιοχής μελέτης αποτελεί βασικό στοιχείο για την κατανόηση της σχέσης μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουρισμού. Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας επιλέγεται η Π.Ε. Έβρου ως περίπτωση μελέτης, καθώς παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον λόγω της έντονης αγροτικής δραστηριότητας και των δυνατοτήτων ανάπτυξης τουριστικών μορφών που συνδέονται με την τοπική παραγωγή.

Η Π.Ε. Έβρου συνδυάζει πλούσιους φυσικούς πόρους, σημαντική παραγωγική βάση και ένα ιδιαίτερο πολιτισμικό υπόβαθρο, που συνδέεται με την ιστορία, την παράδοση και τη γαστρονομία της Θράκης, στοιχεία που δημιουργούν προϋποθέσεις για την ανάπτυξη ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος.

Η ανάλυση της περιοχής μελέτης είναι απαραίτητη για την κατανόηση του ευρύτερου κοινωνικοοικονομικού πλαισίου μέσα στο οποίο εξελίσσεται η σχέση μεταξύ αγροδιατροφής και τουρισμού. Για αυτό το λόγο, ακολουθεί μία ενότητα που εξετάζει τα βασικά χαρακτηριστικά της περιοχής, το προφίλ της αγροτικής παραγωγής, την υφιστάμενη τουριστική δραστηριότητα, καθώς και τις δυνατότητες και τις προκλήσεις σύνδεσης των δύο τομέων.

3.1 Γεωγραφικά, κοινωνικοοικονομικά και παραγωγικά χαρακτηριστικά

Η Π.Ε. Έβρου (βλέπε Εικόνα 1) βρίσκεται στο βορειοανατολικό άκρο της Ελλάδας και αποτελεί μέρος της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Συνορεύει ανατολικά με την Τουρκία, βόρεια με τη Βουλγαρία, δυτικά με τον Νομό Ροδόπης και νότια βρέχεται από το Θρακικό Πέλαγος. Η γεωγραφική αυτή θέση καθιστά την περιοχή σημαντικό διαμετακομιστικό κόμβο μεταξύ Ευρώπης και Ασίας, επηρεάζοντας τις οικονομικές και κοινωνικές δραστηριότητές της.



Εικόνα 1. Π.Ε. Έβρου. Πηγή Wikimedia Commons, *Nomos Evrou.png*, δημιουργός: Pitichinaccio, Public Domain (Κοινό Κτήμα), διαθέσιμο στο

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CF%86%CE%B5%CF%81%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE_%CE%95%CE%BD%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1_%CE%88%CE%B2%CF%81%CE%BF%CF%85#/media/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%BF:Nomos_Evrou.png

Η έκταση του νομού ανέρχεται περίπου σε 4.242 τετραγωνικά χιλιόμετρα (βλέπε Πίνακα 3.1), ενώ το φυσικό τοπίο χαρακτηρίζεται από έντονη ποικιλομορφία, καθώς περιλαμβάνει πεδινές εκτάσεις, ορεινές περιοχές και σημαντικά υδάτινα οικοσυστήματα. Ο ποταμός Έβρος αποτελεί φυσικό σύνορο μεταξύ Ελλάδας και Τουρκίας και διαμορφώνει ένα από τα σημαντικότερα υδροτοπικά οικοσυστήματα της Ευρώπης.

Το Δέλτα του Έβρου αποτελεί προστατευόμενη περιοχή διεθνούς σημασίας και εντάσσεται στο δίκτυο Natura 2000, φιλοξενώντας πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Η ύπαρξη τέτοιων φυσικών πόρων δημιουργεί σημαντικές δυνατότητες για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που συνδέονται με τη φύση και τον τουρισμό, συμβάλλοντας παράλληλα στη διαφοροποίηση του τοπικού αναπτυξιακού προτύπου.

Διοικητικά, η Π.Ε. Έβρου περιλαμβάνει τους δήμους Αλεξανδρούπολης, Ορεστιάδας, Διδυμοτείχου, Σουφλίου και Σαμοθράκης. Η Αλεξανδρούπολη αποτελεί την πρωτεύουσα και το βασικό διοικητικό και οικονομικό κέντρο της περιοχής.

Σύμφωνα με στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, ο πληθυσμός του νομού ανέρχεται σε 147.947 κατοίκους, παρουσιάζοντας τα τελευταία χρόνια τάσεις μείωσης, ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές γεγονός που συνδέεται με τη μετακίνηση του πληθυσμού προς μεγαλύτερα αστικά κέντρα ή προς το εξωτερικό. Η δημογραφική αυτή εξέλιξη αποτελεί σημαντική πρόκληση για την ανάπτυξη της περιοχής, καθώς επηρεάζει τη βιωσιμότητα των αγροτικών κοινοτήτων και τη διατήρηση της τοπικής παραγωγικής δραστηριότητας.

Δείκτης	Στοιχείο
Συνολικός πληθυσμός (2021)	147.947 κάτοικοι
Έκταση	4.242 τ.χλμ.
Πυκνότητα πληθυσμού	34,9 κάτοικοι/τ.χλμ.
Διοικητικό κέντρο	Αλεξανδρούπολη
Δήμοι	Αλεξανδρούπολης, Ορεστιάδας, Διδυμοτείχου, Σαμοθράκης
Συνοριακές χώρες	Τουρκία, Βουλγαρία
Νησιωτική περιοχή	Σαμοθράκη

Πίνακας 3.1. Βασικά δημογραφικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά της Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETI INTELLIGENCE, 2025; ΕΛΣΤΑΤ, 2023). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Παρά τις δημογραφικές προκλήσεις (βλέπε Πίνακα 3.2), η περιοχή διατηρεί έντονο αγροτικό χαρακτήρα, καθώς μεγάλο μέρος του πληθυσμού απασχολείται στον πρωτογενή τομέα. Οι αγροτικές κοινότητες του Έβρου χαρακτηρίζονται από ισχυρούς δεσμούς με την τοπική παράδοση, την αγροτική παραγωγή και τη γαστρονομία της περιοχής, γεγονός που καθιστά τη διερεύνηση της σύνδεσης αγροτικής παραγωγής και τουρισμού ιδιαίτερα σημαντική.

Δείκτης	Τιμή
Ποσοστό αστικού πληθυσμού	57,3%
Ποσοστό αγροτικού πληθυσμού	42,7%
Οικονομικά ενεργός πληθυσμός	63.500 άτομα (εκτίμηση)
Ποσοστό ανεργίας	13,8%

Πίνακας 3.2. Δημογραφικά χαρακτηριστικά της Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETI INTELLIGENCE, 2025; ΕΛΣΤΑΤ, 2023). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Τα παραπάνω στοιχεία αναδεικνύουν τον έντονα περιφερειακό και αγροτικό χαρακτήρα της Π.Ε. Έβρου, καθώς και τις δημογραφικές και αναπτυξιακές προκλήσεις που αντιμετωπίζει η περιοχή. Παράλληλα, η σημαντική παρουσία του πρωτογενούς τομέα στην τοπική οικονομία δημιουργεί προϋποθέσεις για την ανάπτυξη μορφών τουρισμού που συνδέονται με την αγροδιατροφή και την τοπική παραγωγή.

3.2 Προφίλ αγροτικής παραγωγής και βασικά προϊόντα

Ο αγροτικός τομέας αποτελεί βασικό πυλώνα της οικονομίας της Π.Ε. Έβρου και διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τοπικής παραγωγικής δομής. Η γεωγραφική μορφολογία της περιοχής, οι εύφορες πεδιάδες και οι ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες δημιουργούν ένα περιβάλλον ιδιαίτερα κατάλληλο για την ανάπτυξη ποικίλων αγροτικών δραστηριοτήτων.

Η γεωργική παραγωγή επικεντρώνεται κυρίως σε καλλιέργειες, όπως τα δημητριακά, το βαμβάκι, ο ηλίανθος, το καλαμπόκι και διάφορες καλλιέργειες κηπευτικών, οι οποίες αποτελούν σημαντική πηγή εισοδήματος για τον τοπικό πληθυσμό. Οι εύφορες πεδιάδες της περιοχής, ιδιαίτερα στην περιοχή της Ορεστιάδας και του Διδυμοτείχου, ευνοούν την ανάπτυξη εκτεταμένων καλλιεργειών που αποτελούν σημαντική πηγή εισοδήματος για τον τοπικό πληθυσμό.

Παράλληλα, ιδιαίτερη σημασία έχει και η καλλιέργεια αμπελιών, καθώς η περιοχή διαθέτει μακρά παράδοση στην παραγωγή κρασιού και άλλων αμπελουργικών προϊόντων. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον για την παραγωγή ποιοτικών οίνων, γεγονός που έχει οδηγήσει στη δημιουργία μικρών οινοποιείων και στην ανάπτυξη πρωτοβουλιών που συνδέουν την παραγωγή κρασιού με τον τουρισμό. Η ανάπτυξη οινοτουριστικών δραστηριοτήτων μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και στην προβολή της περιοχής ως γαστρονομικού προορισμού (Hall & Mitchell, 2005).

Η κτηνοτροφία αποτελεί επίσης βασικό κλάδο του πρωτογενούς τομέα στον Έβρο. Η εκτροφή αιγοπροβάτων και βοοειδών αποτελεί βασική δραστηριότητα σε πολλές αγροτικές

περιοχές του νομού, ενώ η παραγωγή γάλακτος και κρέατος συνδέεται άμεσα με την τοπική γαστρονομική παράδοση. Τα προϊόντα αυτά, όπως τοπικά τυριά, παραδοσιακά αλλαντικά και κρέατα (π.χ. καβουρμάς), μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας, ιδιαίτερα στο πλαίσιο του γαστρονομικού τουρισμού.

Δείκτης	Στοιχείο
Αριθμός γεωργικών εκμεταλλεύσεων	Περίπου 14.500
Καλλιεργούμενη γη	Περίπου 2.300.000 στρέμματα
Αρδευόμενες εκτάσεις	Περίπου 730.000 στρέμματα
Βασικές καλλιέργειες	Σιτηρά, βαμβάκι, ηλίανθος, καλαμπόκι, αμπέλια, ελιές, σκόρδα
Ποσοστό απασχόλησης στον πρωτογενή τομέα	Περίπου 18%
Αριθμός κτηνοτροφικών μονάδων	Περίπου 3.200
Κύριες μορφές κτηνοτροφίας	Αιγοπροβατοτροφία, βοοτροφία, χοιροτροφία, πτηνοτροφία

Πίνακας 3.3. Βασικά χαρακτηριστικά αγροτικής παραγωγής στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2020a, 2020b, 2024). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Τα στοιχεία του Πίνακα 3.3 αναδεικνύουν τη σημαντική θέση του πρωτογενούς τομέα στην τοπική οικονομία της Π.Ε. Έβρου. Η μεγάλη έκταση καλλιεργούμενης γης και η παρουσία σημαντικού αριθμού γεωργικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων επιβεβαιώνουν τον έντονα αγροτικό χαρακτήρα της περιοχής και τις δυνατότητες σύνδεσης της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό.

Ένα ξεχωριστό γνώρισμα της περιοχής του Έβρου είναι η μακρόχρονη παράδοση στην παραγωγή μεταξιού στο Σουφλί. Η περιοχή αυτή είναι γνωστή διεθνώς για την παραγωγή μεταξιού και την ανάπτυξη της μεταξουργίας, η οποία αποτελεί σημαντικό στοιχείο της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα μουσεία μεταξιού και οι σχετικές πολιτιστικές

δράσεις αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης για επισκέπτες που ενδιαφέρονται για την ιστορία και την παράδοση της περιοχής.

Προϊόν	Παραγωγή / Έκταση	Σημασία για την τοπική οικονομία
Σιτηρά	~1.000.000 στρέμματα καλλιέργειας	Βασικός αγροτικός κλάδος
Βαμβάκι	~350.000 στρέμματα	Σημαντικός εξαγωγικός προσανατολισμός
Ηλιάνθος	~250.000 στρέμματα	Σύνδεση με παραγωγή βιοκαυσίμων
Καλαμπόκι	~180.000 στρέμματα	Υποστήριξη κτηνοτροφικής παραγωγής
Αμπελοκαλλιέργεια	Τοπική παραγωγή οίνου	Οινοτουριστική δυναμική
Ελαιοκαλλιέργεια	Περιορισμένη αλλά αναπτυσσόμενη παραγωγή	Τοπική γαστρονομία
Μελισσοκομία	Σημαντική παρουσία μικρών παραγωγών	Παραδοσιακή δραστηριότητα και τοπικά προϊόντα

Πίνακας 3.4. Βασικά αγροτικά προϊόντα και παραγωγική δραστηριότητα στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας–Θράκης, n.d.; ΕΛΣΤΑΤ, 2020a, 2024). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Τα στοιχεία του Πίνακα 3.4 δείχνουν ότι η αγροτική παραγωγή του Έβρου χαρακτηρίζεται από σημαντική ποικιλία προϊόντων, αρκετά από τα οποία συνδέονται άμεσα με τη γαστρονομική και πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής. Η παρουσία προϊόντων όπως το κρασί, το μέλι και τα τοπικά προϊόντα ζωικής παραγωγής μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση αυθεντικών τουριστικών εμπειριών και στην ενίσχυση του γαστρονομικού τουρισμού.

Δείκτης	Στοιχείο
Αριθμός οινοποιείων	Περίπου 10 οργανωμένες μονάδες
Μεταποιητικές μονάδες τροφίμων	Μονάδες γαλακτοκομικών, αλλαντικών, μελιού και τοπικών προϊόντων
Προϊόντα ποιότητας	Τοπικά κρασιά, μέλι, τυροκομικά, προϊόντα κρέατος
Πιστοποιημένα προϊόντα	Προϊόντα ΠΓΕ και τοπικά πιστοποιημένα προϊόντα
Εξαγωγική δραστηριότητα	Κυρίως βαμβάκι, δημητριακά και προϊόντα μεταποίησης
Τοπικά προϊόντα με τουριστική αξιοποίηση	Κρασί, μέλι, παραδοσιακά γλυκά, τυροκομικά, αλλαντικά

Πίνακας 3.5. Μεταποίηση, πιστοποίηση και αγροδιατροφική δραστηριότητα στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή:
(Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας–Θράκης, n.d.; Επιμελητήριο Έβρου, n.d.; ΥΠΑΑΤ, n.d.). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Τα στοιχεία του Πίνακα 3.5 δείχνουν ότι η αγροδιατροφική δραστηριότητα στην Π.Ε. Έβρου δεν περιορίζεται μόνο στην πρωτογενή παραγωγή, αλλά επεκτείνεται και στη μεταποίηση και την αξιοποίηση ποιοτικών τοπικών προϊόντων. Η ανάπτυξη οινοποιείων και μονάδων μεταποίησης δημιουργεί δυνατότητες ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας και σύνδεσης της παραγωγής με τον τουρισμό και τη γαστρονομική προβολή της περιοχής.

Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του αγροτικού τομέα στον Έβρο είναι η ύπαρξη μικρών και μεσαίων αγροτικών εκμεταλλεύσεων. Οι εκμεταλλεύσεις αυτές συχνά βασίζονται σε οικογενειακή εργασία και συνδέονται στενά με τις τοπικές κοινωνίες. Η οικογενειακή δομή της αγροτικής παραγωγής συμβάλλει στη διατήρηση των παραδοσιακών καλλιεργητικών πρακτικών και της τοπικής γνώσης, στοιχεία που μπορούν να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο του αγροτουρισμού.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται, επίσης, μια τάση διαφοροποίησης της αγροτικής παραγωγής, με ορισμένους παραγωγούς να στρέφονται προς βιολογικές καλλιέργειες ή προς την παραγωγή προϊόντων υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας. Η στροφή αυτή συνδέεται τόσο με τη ζήτηση των καταναλωτών για ποιοτικά και αυθεντικά προϊόντα όσο και με τις δυνατότητες αξιοποίησης των προϊόντων αυτών στο πλαίσιο της τουριστικής δραστηριότητας (Ilbery & Maye, 2005).

Συνολικά, η αγροτική παραγωγή και η αγροδιατροφική δραστηριότητα της Π.Ε. Έβρου αποτελούν βασικά στοιχεία της τοπικής οικονομίας και της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής. Η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων, της γαστρονομίας και των παραδοσιακών παραγωγικών δραστηριοτήτων μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη μορφών τουρισμού που βασίζονται στην αυθεντικότητα, τη βιωσιμότητα και τη σύνδεση του επισκέπτη με τον τοπικό τρόπο ζωής.

3.3 Υφιστάμενη τουριστική κατάσταση και δυναμική

Η τουριστική δραστηριότητα στην Π.Ε. Έβρου χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερη ποικιλία μορφών, καθώς η περιοχή διαθέτει σημαντικούς φυσικούς, πολιτιστικούς και ιστορικούς πόρους. Παρόλο που ο τουρισμός δεν αποτελεί ακόμη τον κυρίαρχο οικονομικό τομέα της περιοχής, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον για την ανάπτυξη μορφών εναλλακτικού και βιώσιμου τουρισμού.

Δείκτης	Στοιχείο
Αριθμός τουριστικών καταλυμάτων	Περίπου 210 μονάδες
Αριθμός ξενοδοχειακών μονάδων	Περίπου 95 ξενοδοχεία
Αριθμός διαθέσιμων κλινών	Περίπου 6.500 κλίνες
Καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης	Περίπου 450 καταχωρήσεις
Camping	3 οργανωμένες μονάδες

Πίνακας 3.6. Τουριστικές υποδομές στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE INTELLIGENCE, 2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων 2023-2024.

Τα στοιχεία του Πίνακα 3.6 δείχνουν ότι η τουριστική υποδομή της Π.Ε. Έβρου παραμένει σχετικά περιορισμένη σε σύγκριση με άλλους ελληνικούς προορισμούς, γεγονός που συνδέεται με τον εναλλακτικό και μη μαζικό χαρακτήρα του τουρισμού στην περιοχή. Παράλληλα, η παρουσία μικρών καταλυμάτων και μονάδων φιλοξενίας συνδέεται με την ανάπτυξη πιο βιωματικών και αυθεντικών μορφών τουρισμού.

Η Π.Ε. Έβρου διαθέτει σημαντικούς φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους που υποστηρίζουν την ανάπτυξη διαφορετικών μορφών εναλλακτικού τουρισμού (βλέπε Πίνακα 3.7). Η ποικιλία των σημείων ενδιαφέροντος δημιουργεί δυνατότητες διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος και σύνδεσής του με τη γαστρονομία, τον πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον.

Σημείο ενδιαφέροντος	Μορφή τουρισμού
Δάσος Δαδιάς	Οικοτουρισμός
Δέλτα Έβρου	Περιβαλλοντικός τουρισμός
Σαμοθράκη	Εναλλακτικός / φυσιολατρικός τουρισμός
Σουφλί	Πολιτιστικός / γαστρονομικός τουρισμός
Ιαματικά Λουτρά Τραϊανούπολης	Τουρισμός ευεξίας

Πίνακας 3.7. Βασικά σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (ΙΝΣΕΤΕ, 2021; ΠΑΜΘ, n.d.-c). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Μία από τις σημαντικότερες μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται στον Έβρο είναι ο τουρισμός υπαίθρου, με το Δέλτα του Έβρου και το Δάσος της Δαδιάς, δύο σημαντικούς φυσικούς προορισμούς, να προσελκύουν επισκέπτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Οι περιοχές αυτές φιλοξενούν σπάνια είδη χλωρίδας και πανίδας και αποτελούν ιδανικούς χώρους για δραστηριότητες, όπως η παρατήρηση πουλιών, η πεζοπορία και η περιβαλλοντική εκπαίδευση (ΠΑΜΘ, n.d.-b)

Παράλληλα, σημαντικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής διαδραματίζει ο πολιτιστικός τουρισμός. Ο Έβρος διαθέτει σημαντικά ιστορικά μνημεία και πολιτιστικά

αξιοθέατα, όπως το Κάστρο του Διδυμοτείχου, τα παραδοσιακά κτίρια του Σουφλίου και τα μουσεία που αναδεικνύουν την ιστορία και την παράδοση της περιοχής. Οι πολιτιστικοί αυτοί πόροι μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας και να συμβάλουν στην προσέλκυση επισκεπτών που ενδιαφέρονται για την ιστορία και τον πολιτισμό (ΠΑΜΘ, n.d.-a)

Μια ακόμη μορφή τουρισμού που παρουσιάζει προοπτικές ανάπτυξης είναι ο γαστρονομικός τουρισμός. Η τοπική κουζίνα της Θράκης χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλία παραδοσιακών συνταγών και προϊόντων, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας. Η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων στα εστιατόρια και στις τουριστικές επιχειρήσεις μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην ανάδειξη της γαστρονομικής ταυτότητας της περιοχής (Hall & Gossling, 2016).

Δείκτης	Τιμή
Αριθμός αφίξεων επισκεπτών	Περίπου 320.000 αφίξεις
Αριθμός διανυκτερεύσεων	Περίπου 670.000 διανυκτερεύσεις
Μέση διάρκεια παραμονής	2,1 διανυκτερεύσεις
Ποσοστό ημεδαπών επισκεπτών	72%
Ποσοστό αλλοδαπών επισκεπτών	28%

Πίνακας 3.8. Βασικά μεγέθη τουριστικής κίνησης στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή:(INSETTE INTELLIGENCE, 2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων 2023-2024.

Τα στοιχεία του Πίνακα 3.8 δείχνουν ότι η τουριστική κίνηση στην Π.Ε. Έβρου βασίζεται κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών προέρχεται από την εγχώρια αγορά. Παράλληλα, η σχετικά μικρή διάρκεια παραμονής υποδηλώνει ότι η περιοχή λειτουργεί συχνά ως προορισμός σύντομων αποδράσεων ή διερχόμενου τουρισμού.

Περίοδος	Χαρακτηριστικά
Μήνες αιχμής	Ιούλιος – Αύγουστος

Περίοδος	Χαρακτηριστικά
Περίοδος αυξημένης επισκεψιμότητας	Άνοιξη και περίοδοι εορτών
Περίοδος χαμηλής ζήτησης	Νοέμβριος – Φεβρουάριος
Βασικές μορφές εποχικού τουρισμού	Θερινός, οικοτουρισμός, θρησκευτικός, γαστρονομικός

Πίνακας 3.9. Εποχικότητα τουριστικής κίνησης στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE INTELLIGENCE, 2025; INΣΕΤΕ, 2021). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Η τουριστική δραστηριότητα στην Π.Ε. Έβρου, όπως απεικονίζεται στον Πίνακα 3.9, παρουσιάζει εποχικό χαρακτήρα, με αυξημένη κίνηση κατά τους θερινούς μήνες και κυρίως στη Σαμοθράκη. Παράλληλα, μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός και ο γαστρονομικός τουρισμός, δημιουργούν δυνατότητες επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

Έτος	Αφίξεις	Διανυκτερεύσεις	Κλίνες
2019	350.000	720.000	6.200
2020	180.000	390.000	6.100
2021	240.000	510.000	6.200
2022	295.000	620.000	6.350
2023	320.000	670.000	6.500

Πίνακας 3.10. Μεταβολή βασικών τουριστικών μεγεθών στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (INSETTE INTELLIGENCE, 2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων 2019-2023.

Τα στοιχεία του Πίνακα 3.10 δείχνουν τη σημαντική επίδραση της πανδημίας COVID-19 στην τουριστική δραστηριότητα της Π.Ε. Έβρου κατά το 2020, καθώς καταγράφηκε αισθητή μείωση αφίξεων και διανυκτερεύσεων. Ωστόσο, από το 2021 και έπειτα παρατηρείται σταδιακή ανάκαμψη των τουριστικών μεγεθών, γεγονός που υποδηλώνει τη βελτίωση της τουριστικής δυναμικής της περιοχής.

Συνολικά, η Π.Ε. Έβρου διαθέτει σημαντικούς φυσικούς, πολιτιστικούς και γαστρονομικούς πόρους που δημιουργούν προοπτικές ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Παρά το γεγονός ότι η τουριστική δραστηριότητα της περιοχής παραμένει πιο περιορισμένη σε σύγκριση με άλλους ελληνικούς προορισμούς, η αυξανόμενη αξιοποίηση της τοπικής ταυτότητας, της αγροδιατροφής και των βιωματικών εμπειριών μπορεί να συμβάλει στη διαφοροποίηση και στην ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος. Η σύνδεση του τουρισμού με την τοπική παραγωγή και τη γαστρονομία δημιουργεί προϋποθέσεις για μια περισσότερο βιώσιμη και ολοκληρωμένη μορφή τοπικής ανάπτυξης.

3.4 Ευκαιρίες και προκλήσεις σύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού

Η σύνδεση της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό αποτελεί μία από τις σημαντικότερες προοπτικές ανάπτυξης για την Π.Ε. Έβρου, καθώς μπορεί να συμβάλει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Η αξιοποίηση των τοπικών αγροδιατροφικών προϊόντων στο πλαίσιο της τουριστικής δραστηριότητας δημιουργεί δυνατότητες ανάπτυξης συνεργειών μεταξύ του πρωτογενούς και του τριτογενούς τομέα, ενισχύοντας τη συνολική ελκυστικότητα της περιοχής (Sims, 2010).

Η σύνδεση αυτή δεν αποτελεί μια νέα προσέγγιση, καθώς σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες έχουν αναπτυχθεί στρατηγικές που αξιοποιούν τα τοπικά προϊόντα ως βασικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας. Οι στρατηγικές αυτές περιλαμβάνουν τη δημιουργία γαστρονομικών διαδρομών, την ανάπτυξη αγροτουριστικών καταλυμάτων και τη διοργάνωση φεστιβάλ τοπικών προϊόντων (Richards, 2012). Μέσα από τέτοιες πρακτικές, επιτυγχάνεται η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και η δημιουργία ολοκληρωμένων τουριστικών εμπειριών.

Στην Ελλάδα, αντίστοιχες πρωτοβουλίες έχουν υλοποιηθεί σε διάφορες περιοχές, με στόχο την ανάδειξη των τοπικών προϊόντων και τη σύνδεσή τους με τον τουρισμό. Οι δράσεις αυτές περιλαμβάνουν τη δημιουργία τοπικών δικτύων παραγωγών, την προώθηση προϊόντων ΠΟΠ και ΠΓΕ και τη διοργάνωση γαστρονομικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Στην περίπτωση της Π.Ε. Έβρου, έχουν πραγματοποιηθεί ορισμένες πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση, όπως τοπικές γιορτές προϊόντων, εκθέσεις αγροδιατροφής και δράσεις προβολής της θρακιώτικης κουζίνας. Ωστόσο, οι πρωτοβουλίες αυτές παραμένουν σε μεγάλο βαθμό αποσπασματικές και δεν εντάσσονται σε ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό πλαίσιο, γεγονός που περιορίζει την αποτελεσματικότητά τους.

3.4.1 Ευκαιρίες ανάπτυξης

Η Π.Ε. Έβρου διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που μπορούν να υποστηρίξουν τη σύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού. Η πλούσια αγροτική παραγωγή, η ύπαρξη τοπικών προϊόντων με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και η έντονη γαστρονομική παράδοση δημιουργούν ένα ισχυρό υπόβαθρο για την ανάπτυξη σχετικών δραστηριοτήτων.

Η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων σε τουριστικές υπηρεσίες, όπως η εστίαση και η φιλοξενία, μπορεί να ενισχύσει την εμπειρία των επισκεπτών και να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν της περιοχής. Παράλληλα, η ανάπτυξη δραστηριοτήτων, όπως αγροτουριστικές εμπειρίες, επισκέψιμες μονάδες παραγωγής και θεματικές διαδρομές μπορεί να συμβάλει στην προσέλκυση επισκεπτών με ειδικά ενδιαφέροντα.

Δείκτης	Στοιχείο
Αγροτουριστικές / επισκέψιμες μονάδες	Περίπου 25
Επισκέψιμα οινοποιεία	Παρουσία οργανωμένων οινοποιείων και αναπτυσσόμενη οινοτουριστική δραστηριότητα
Μουσεία και πολιτιστικοί χώροι σχετικοί με τοπική παραγωγή	Μουσείο Μετάξης Σουφλίου, λαογραφικά μουσεία
Τοπικά φεστιβάλ και γιορτές	Πάνω από 20 ετήσιες διοργανώσεις
Ενδεικτικές εκδηλώσεις	Γιορτή Μανιταριών, Φεστιβάλ Λεβάντας, Γιορτές Κρασιού και Τοπικών Προϊόντων

Πίνακας 3.11. Αγροτουριστικές μονάδες και τοπικές εκδηλώσεις στην Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (ΙΝΣΕΤΕ, 2021; Οινικές Εξερευνήσεις, n.d.; ΠΑΜΘ, n.d.-b, n.d.-a; Χαραλαμπίδου, 2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Η παρουσία αγροτουριστικών μονάδων, επισκέψιμων οινοποιείων και τοπικών φεστιβάλ (βλέπε Πίνακα 3.11) αναδεικνύει τις δυνατότητες σύνδεσης της αγροδιατροφικής παραγωγής με τον τουρισμό στην Π.Ε. Έβρου. Οι εκδηλώσεις αυτές συμβάλλουν στην προβολή της τοπικής ταυτότητας, στην ενίσχυση της επισκεψιμότητας και στη δημιουργία βιωματικών εμπειριών για τους επισκέπτες.

Επιπλέον, η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων μπορεί να δημιουργήσει νέα επιχειρηματικά μοντέλα και να ενισχύσει την τοπική οικονομία. Η δημιουργία τοπικών δικτύων και συνεργατικών σχημάτων μπορεί να συμβάλει στην καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων και στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων τουριστικών προϊόντων.

Δείκτης	Στοιχείο
Επιχειρήσεις που συνεργάζονται με τοπικούς παραγωγούς	Περίπου 52%
Επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα	Περίπου 48%
Επιχειρήσεις που προβάλλουν τοπική γαστρονομία	Περίπου 44%
Επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε τοπικές εκδηλώσεις	Περίπου 39%

Πίνακας 3.12. Συνεργασία τουριστικών επιχειρήσεων με τοπικούς παραγωγούς. Πηγή: Ίδια έρευνα, 2026.

Τα στοιχεία του Πίνακα 3.12 δείχνουν ότι σημαντικό ποσοστό των τουριστικών επιχειρήσεων της περιοχής αναπτύσσει συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς και αξιοποιεί προϊόντα της τοπικής αγροδιατροφής. Η τάση αυτή ενισχύει τη σύνδεση του τουρισμού με την τοπική οικονομία και συμβάλλει στη δημιουργία περισσότερο αυθεντικών και βιωματικών τουριστικών εμπειριών.

Συνολικά, η Π.Ε. Έβρου διαθέτει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης δραστηριοτήτων που συνδέουν την αγροδιατροφή με τον τουρισμό. Η ύπαρξη τοπικών προϊόντων, η

γαστρονομική παράδοση, οι αγροτουριστικές πρωτοβουλίες και οι τοπικές εκδηλώσεις δημιουργούν προϋποθέσεις για την ανάπτυξη αυθεντικών και βιωματικών τουριστικών εμπειριών. Παράλληλα, η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ παραγωγών, επιχειρήσεων και τοπικών φορέων μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας με βάση τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.

3.4.2 Προκλήσεις και περιορισμοί

Παρά τις σημαντικές δυνατότητες, η σύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού στην Π.Ε. Έβρου αντιμετωπίζει αρκετές προκλήσεις. Ένα από τα βασικότερα προβλήματα αποτελεί η περιορισμένη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, γεγονός που δυσχεραίνει την ανάπτυξη κοινών δράσεων και στρατηγικών.

Επιπλέον, η έλλειψη οργανωμένων δικτύων και η απουσία συντονισμένης στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης περιορίζουν την αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων πρωτοβουλιών (Kizos & Iosifides, 2007). Η γεωγραφική απομόνωση και η περιορισμένη προβολή της περιοχής και των τοπικών προϊόντων αποτελεί, επίσης, σημαντικό εμπόδιο για την προσέλκυση επισκεπτών.

Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη σύνδεση των δύο τομέων περιλαμβάνουν τη μικρή κλίμακα των αγροτικών εκμεταλλεύσεων, τη γήρανση του αγροτικού πληθυσμού, τις διακυμάνσεις των τιμών των αγροτικών προϊόντων, τις δυσκολίες πρόσβασης σε αγορές και την ανάγκη εκσυγχρονισμού των παραγωγικών διαδικασιών.

3.4.3 Προοπτικές και κατευθύνσεις ανάπτυξης

Η αντιμετώπιση των παραπάνω προκλήσεων προϋποθέτει την υιοθέτηση ολοκληρωμένων στρατηγικών ανάπτυξης που θα ενισχύσουν τη συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών οικονομικών τομέων της περιοχής. Η ανάπτυξη θεματικών διαδρομών που συνδέουν την αγροτική παραγωγή με τη γαστρονομία και τον πολιτισμό μπορεί να αποτελέσει σημαντικό εργαλείο προσέλκυσης επισκεπτών.

Παράλληλα, η ενίσχυση της προβολής της περιοχής και η δημιουργία ισχυρής τουριστικής ταυτότητας βασισμένης στα τοπικά προϊόντα μπορούν να συμβάλουν στη διαφοροποίηση

του προορισμού. Η αξιοποίηση καινοτόμων πρακτικών και η ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δικτύωσης μεταξύ των φορέων μπορούν να ενισχύσουν περαιτέρω τη σύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού.

Μελέτη Περίπτωσης 1

Αγροτουριστική ανάπτυξη μέσω του Φεστιβάλ Λεβάντας στον Βόρειο Έβρο



Εικόνα 2. Χωράφι με λεβάντες. Πηγή: Σελίδα Facebook «Άρωμα Έβρου», ανάρτηση σχετικά με το Φεστιβάλ Λεβάντας, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026.

Η ανάπτυξη αγροτουριστικών δράσεων στην Π.Ε. Έβρου μπορεί να ενισχυθεί μέσα από πρωτοβουλίες που αξιοποιούν τοπικά προϊόντα και δημιουργούν βιωματικές εμπειρίες για τους επισκέπτες. Ενδεικτική εφαρμογή των παραπάνω κατευθύνσεων αποτελεί το Φεστιβάλ Λεβάντας στον Βόρειο Έβρο, το οποίο βασίζεται στην καλλιέργεια και αξιοποίηση της λεβάντας ως τοπικού προϊόντος (Χαραλαμπίδου, 2025).

Το φεστιβάλ συμβάλλει στην προσέλκυση επισκεπτών και στην προβολή της περιοχής, ενισχύοντας παράλληλα την τοπική οικονομία. Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να

συμμετέχουν σε δραστηριότητες που σχετίζονται με την καλλιέργεια και την επεξεργασία της λεβάντας, αποκτώντας μια πιο άμεση και βιωματική εμπειρία του αγροτικού χώρου.

Παράλληλα, η διοργάνωση τέτοιων δράσεων ενισχύει τη σύνδεση μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουρισμού, καθώς δημιουργεί ευκαιρίες συνεργασίας μεταξύ παραγωγών, επιχειρήσεων και τοπικών φορέων. Η συμβολή σχημάτων κοινωνικής οικονομίας είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς μπορεί να υποστηρίξει τη βιώσιμη ανάπτυξη τέτοιων πρωτοβουλιών και να ενισχύσει τη συνοχή της τοπικής κοινωνίας (Χαραλαμπίδου, 2025).

Το παράδειγμα αυτό αναδεικνύει τη δυναμική που μπορεί να έχει η αξιοποίηση τοπικών προϊόντων στο πλαίσιο του τουρισμού και τη σημασία της ανάπτυξης οργανωμένων δράσεων για τη σύνδεση της αγροδιατροφής με την τουριστική εμπειρία.

The image shows a promotional poster for the 'Lavender Festival 2026' (Λεβάντα Φεστ 2026) held from June 12-16. The poster is divided into two main sections: a left side with event details and a right side titled 'ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ' (Festival Programme) listing daily activities.

Left Side Details:

- Logo: ΑΕβρου ρωμια (Aroma Evros)
- Facebook: Αρωμα Έβρου
- Instagram: Aroma_evrou
- Website: www.aromaevrou.com
- QR code
- Event Title: **Λεβάντα ΦΕΣΤ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ 2026**
- Dates: **12-16 ΙΟΥΝΙΟΥ**
- Background image: A field of purple lavender with people walking through it.
- Contact: Για πληροφορίες και κρατήσεις: 697 5716381

Right Side: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 12 ΙΟΥΝΙΟΥ	ΔΕΥΤΕΡΑ 15 ΙΟΥΝΙΟΥ
ΕΝΑΡΞΗ ΦΕΣΤΙΒΑΛ 19:30: Jazz βραδιά με τον ΚΩΣΤΑ ΚΑΛΙΑ και τον ΠΑΝΗ ΤΣΑΡΟΥΧΑΚΗ 	ΒΡΑΔΙΑ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ Ώρα προσέλευσης: 19:30 Γαστρονομικό show cooking με βάση τη λεβάντα. Παρουσιάζει Σεφ.
ΣΑΒΒΑΤΟ 13 ΙΟΥΝΙΟΥ	ΤΡΙΤΗ 16 ΙΟΥΝΙΟΥ
Ώρα προσέλευσης: 19:30 Μουσική βραδιά "FORTISSIMO" Συνεδία επίδειξης Επίδειξη με ρούχα και αξεσουάρ θα πραγματοποιηθεί πάντα με ασφαλή τρόπο ώστε να κινούμε τις λεβάντες. *Ο χώρος θα διατηρηθεί καθαίρετα για όλους τους φίλους. 	ΒΡΑΔΙΑ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ Ώρα προσέλευσης: 19:30 Γαστρονομικό show cooking με βάση τη λεβάντα. Παρουσιάζει Σεφ.
ΚΥΡΙΑΚΗ 14 ΙΟΥΝΙΟΥ	
ΘΕΡΙΝΟ CINEMA Ώρα προσέλευσης: 19:30 Έναρξη προβολής: 21:00 	ΛΗΞΗ ΦΕΣΤΙΒΑΛ Με την κράτηση παρέχεται τοπικό εδέσμο και συνοδευτικό.

At the bottom right, there is a logo for 'Λεβάντα ΦΕΣΤ' and a small image of a lavender field.

Εικόνα 3. Πρόγραμμα Φεστιβάλ Λεβάντας. Πηγή: Σελίδα Facebook «Αρωμα Έβρου», ανάρτηση σχετικά με το Φεστιβάλ Λεβάντας, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026.

Μελέτη Περίπτωσης 2

Το Σουφλί ως παράδειγμα σύνδεσης τοπικής παραγωγής και τουριστικής ανάπτυξης



Εικόνα 4. Μουσείο μεταξιού Σουφλίου. Πηγή: <https://www.e-evros.gr/gr/pages/72/moyseio-meta3hs-sovflioy>, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026.

Ενδεικτικό παράδειγμα επιτυχημένης σύνδεσης αγροδιατροφικής παραγωγής και τουρισμού στην Π.Ε. Έβρου αποτελεί η περίπτωση του Σουφλίου, το οποίο έχει αναπτύξει μια ισχυρή τουριστική ταυτότητα βασισμένη στην παραγωγή μεταξιού.

Το Σουφλί, γνωστό ως «πόλη του μεταξιού», έχει καταφέρει να αξιοποιήσει την τοπική παραγωγή ως βασικό στοιχείο του τουριστικού του προϊόντος, συνδυάζοντας τη μεταξοπαραγωγή με πολιτιστικές δραστηριότητες, μουσεία και βιωματικές εμπειρίες. Η ιστορική και πολιτιστική σημασία της μεταξουργίας έχει μετατραπεί σε τουριστικό πόρο, προσελκύοντας επισκέπτες που ενδιαφέρονται για την παράδοση και την τοπική παραγωγή.

Η διεθνής αναγνώριση του Σουφλίου ως ενός από τα «Καλύτερα Τουριστικά Χωριά» από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού επιβεβαιώνει τη δυναμική της περιοχής ως προορισμού που συνδυάζει την τοπική παραγωγή με τον τουρισμό. Παράλληλα, η συμμετοχή του σε διεθνείς εκθέσεις και δράσεις προβολής ενισχύει την εξωστρέφεια και τη διεθνή του εικόνα (Euronews, 2021; Τάγκα, 2026)

Το παράδειγμα του Σουφλίου αναδεικνύει τη σημασία της αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων ως στοιχείου διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος και καταδεικνύει ότι

η σύνδεση της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη.

Μελέτη Περίπτωσης 3

Η Γιορτή Μανιταριών στη Δαδιά ως παράδειγμα σύνδεσης γαστρονομίας και τουρισμού



Εικόνα 5. Επεξεργασία και σύνθεση εικόνων από Focus στον Έβρο, «Με μεγάλη επιτυχία η 15η Γιορτή Μανιταριού», <https://focustonevro.gr/%CE%BC%CE%B5-%CE%BC%CE%B5%CE%B3%CE%AC%CE%BB%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%84%CF%85%CF%87%CE%AF%CE%B1-%CE%B7-15%CE%B7-%CE%B3%CE%B9%CE%BF%CF%81%CF%84%CE%AE-%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%84%CE%B1%CF%81%CE%B9/>, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026.

Η αξιοποίηση τοπικών προϊόντων και γαστρονομικών στοιχείων μπορεί να λειτουργήσει ως σημαντικός παράγοντας ενίσχυσης της τουριστικής εμπειρίας και της τοπικής ανάπτυξης στην Π.Ε. Έβρου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Γιορτή Μανιταριών στη Δαδιά, η οποία συνδέει τη γαστρονομία, το φυσικό περιβάλλον και τον εναλλακτικό τουρισμό (Μεθόριος, 2025; Παρατηρητής της Θράκης, 2025)

Η διοργάνωση της γιορτής συμβάλλει στην προβολή της περιοχής και στην ανάδειξη των τοπικών προϊόντων, προσελκύοντας επισκέπτες που ενδιαφέρονται για βιωματικές και αυθεντικές εμπειρίες. Παράλληλα, μέσα από δράσεις, όπως γευσιγνωσίες, τοπικές συνταγές, πολιτιστικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες στη φύση, ενισχύεται η σύνδεση της γαστρονομίας με την τοπική ταυτότητα και το φυσικό περιβάλλον της περιοχής.

Επιπλέον, η γιορτή ενισχύει τη συνεργασία μεταξύ τοπικών φορέων, παραγωγών και επιχειρήσεων, δημιουργώντας δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού

και εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος του Έβρου. Το παράδειγμα αυτό αναδεικνύει τη σημασία των τοπικών γαστρονομικών εκδηλώσεων ως εργαλείων βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης και διαφοροποίησης του προορισμού.



ΔΑΣΟΣ ΔΑΔΙΑΣ
15^η ΜΑΝΙΤΑΡΟ
γιορτή
1 & 2 Νοεμβρίου 2025

Σάββατο 1 Νοεμβρίου 2025

09:30 – 10:00
• "Η φυσική αναγέννηση του δάσους Δαδιάς μετά τη φωτιά"
• ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑΣ ΘΡΑΚΗΣ

10:00 – 10:30
• "Τα σημαντικά πουλιά του Εθνικού Πάρκου μετά τη φωτιά"
• Ο.Φ.Π.Ε.Κ.Α.-ΜΟΝΑΔΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΘΝΙΚΩΝ ΠΑΡΚΩΝ ΔΕΛΤΑ ΕΒΡΟΥ & ΔΑΔΙΑΣ

10:30 – 11:30
• "Άγρια Μανιτάρια - Που τα βρίσκουμε & πως τα αναγνωρίζουμε"
• ΨΗΛΕΚΑΡΗΣ ΑΡΗΣ - "ΟΡΕΙΝΟΣ ΓΙΓΑΝΤΑΣ"

11:30 – 12:30
• "Η Τρούφα - Το πολύτιμο Μανιτάρι & η καλλιέργειά της"
• ΜΥΛΩΝΑΣ ΒΑΣΙΛΗΣ - ΤΡΟΥΦΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΗΣ / ΤΡΟΥΦΟΚΥΚΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ

12:30 – 13:30
• "Η Τέχνη της βοτανοθεραπείας"
• ΦΥΛΑΚΤΑΚΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ - ΒΟΤΑΝΟΘΕΡΑΠΕΥΤΗΣ

13:30 – 14:30
• "Καλλιέργεια Μανιταριών σε φυσικά υποστρώματα"
• ΚΟΜΙΝΗΝΟΣ ΘΕΟΦΙΛΟΣ - ΜΑΝΙΤΑΡΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΗΣ

14:30
• "Μανιταροεργαστήρια"
• ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΙΔΗΣ ΦΩΤΗΣ - ΣΕΦ

Κυριακή 2 Νοεμβρίου 2025

• Εξόρμηση στο δάσος προς αναζήτηση μανιταριών
10:30 π.μ. - Σημείο συνάντησης Κέντρο Ενημέρωσης Δαδιάς

• Έκθεση & ταυτοποίηση μανιταριών

• "Επίδειξη αναζήτησης τρούφας"
Με τον Αηδόνα Παύλο / Τρούφοκυνηγός

• Μανιταροεργαστήρια
Από τον Σεφ Παρασκευαΐδη Φωτή & την παρέα του

• Παραδοσιακές Δαδιώτικες πίτες

• Ζωντανή Μουσική & Παραδοσιακοί χοροί
Από την Λαϊκοδημοτική Ορχήστρα Έβρου "Η ΠΑΡΑΔΟΣΗ" & τον Πολιτιστικό Σύλλογο Σουφλίου "Ανέμη"
Στην αυλή του ξενοδοχείου Forest Inn

Παράλληλες δράσεις

• Χώρος Δημιουργικής Αποσχόλησης - Face painting & land art
Mary Clown by Tzellas Sound

• Παραμύθι - "Στον παραμυθένιο κόσμο των μανιταριών"
Εταιρεία Προστασίας Βιοποικιλότητας Θράκης

• Κουκλοθέατρο - Παιδικό εργαστήριο χειροτεχνιών
Ο.Φ.Π.Ε.Κ.Α.-Μονάδα Διαχείρισης Εθνικών πάρκων Δέλτα Έβρου & Δαδιάς

• Υπαίθριες δραστηριότητες
Τοξοβολία / Ιμάντας Ισορροπίας / Slackline jungle / Zip line
Trekking Global

Τηλ. Επικοινωνίας
Ελαόφεν: 6975712839

Εικόνα 6. Πρόγραμμα δραστηριοτήτων γιορτής μανιταριού. Πηγή: Evros News, <https://www.evros-news.gr/2025/10/16/15i-manitarogiorti-dadias-i-perifereia-amth-meiose-xafnika-tin-chrimatodotisi-apo-5-000-sta-2-960-evro/>, ημερομηνία πρόσβασης 20/04/2026.

Συνολικά, η ανάλυση της σύνδεσης μεταξύ αγροδιατροφικής παραγωγής και τουρισμού στην Π.Ε. Έβρου αναδεικνύει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης, αλλά και ουσιαστικές προκλήσεις που περιορίζουν την πλήρη αξιοποίησή τους. Η περιοχή διαθέτει ένα ισχυρό παραγωγικό και πολιτισμικό υπόβαθρο, το οποίο μπορεί να λειτουργήσει ως βάση για τη διαμόρφωση ενός διαφοροποιημένου και ανταγωνιστικού τουριστικού προϊόντος.

Τα ευρήματα καταδεικνύουν ότι η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων μπορεί να ενισχύσει την τουριστική εμπειρία, να συμβάλει στην αυθεντικότητα του προορισμού και να υποστηρίξει την τοπική οικονομία. Παράλληλα, οι περιπτώσεις του Φεστιβάλ Λεβάντας, του Σουφλίου και της Γιορτής Μανιταριών της Δαδιάς επιβεβαιώνουν στην πράξη τη δυναμική της σύνδεσης παραγωγής και τουρισμού, τόσο σε επίπεδο τοπικών πρωτοβουλιών όσο και σε επίπεδο διαμόρφωσης ισχυρής τουριστικής ταυτότητας.

Ωστόσο, η περιορισμένη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, η έλλειψη οργανωμένων δικτύων και η απουσία συντονισμένης στρατηγικής αποτελούν βασικά εμπόδια για την περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα. Οι προκλήσεις αυτές καθιστούν αναγκαία την υιοθέτηση ολοκληρωμένων πολιτικών και συνεργατικών σχημάτων που θα ενισχύσουν τη διασύνδεση μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουρισμού.

Συνεπώς, η ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου πλαισίου που θα συνδυάζει την τοπική παραγωγή, τη γαστρονομία, τον πολιτισμό και την τουριστική εμπειρία μπορεί να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα για τη βιώσιμη και ανταγωνιστική ανάπτυξη της Π.Ε. Έβρου.

4. Μεθοδολογία της έρευνας

4.1 Σκοπός και σχεδιασμός της έρευνας

Η μελέτη της σχέσης μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά πεδία έρευνας στο σύγχρονο πλαίσιο της περιφερειακής οικονομίας και της βιώσιμης ανάπτυξης. Οι αγροτικές περιοχές της Ευρώπης και ιδιαίτερα της Μεσογείου χαρακτηρίζονται από έντονη εξάρτηση από τον πρωτογενή τομέα, ενώ παράλληλα διαθέτουν σημαντικούς φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους που μπορούν να αξιοποιηθούν τουριστικά. Στο πλαίσιο αυτό, η σύνδεση της τοπικής αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός οικονομικής διαφοροποίησης, ενίσχυσης της τοπικής ταυτότητας και βιώσιμης περιφερειακής ανάπτυξης (Hall & Gossling, 2016).

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση του βαθμού σύνδεσης της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό στην Π.Ε. Έβρου, καθώς και η ανάδειξη των δυνατοτήτων ενίσχυσης του τοπικού τουριστικού προϊόντος μέσω της αξιοποίησης της τοπικής αγροδιατροφικής παραγωγής. Επιπλέον, αποσκοπεί στην αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης, στη διερεύνηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης συνεργειών καθώς και στα βασικά εμπόδια που περιορίζουν την αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν της περιοχής μέσω των αντιλήψεων των εμπλεκόμενων φορέων.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, η παρούσα εργασία υιοθετεί μια ερευνητική προσέγγιση που συνδυάζει θεωρητική ανάλυση και πρωτογενή εμπειρική έρευνα. Η θεωρητική προσέγγιση βασίζεται στην επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας σχετικά με τη σχέση αγροτικής παραγωγής και τουρισμού, ενώ η εμπειρική έρευνα επικεντρώνεται στη συλλογή δεδομένων από δύο βασικούς φορείς, τους τοπικούς παραγωγούς και τις τουριστικές επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται στην περιοχή μελέτης.

Η παρούσα έρευνα υιοθετεί μικτή μεθοδολογική προσέγγιση (mixed methods research), συνδυάζοντας ποσοτικές και ποιοτικές μεθόδους συλλογής και ανάλυσης δεδομένων. Η ποσοτική διάσταση της έρευνας υλοποιήθηκε μέσω δομημένου ερωτηματολογίου που απευθύνθηκε σε τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου (βλ. Παράρτημα Α), με στόχο τη διερεύνηση των αντιλήψεών τους σχετικά με τον ρόλο της τοπικής αγροτικής παραγωγής στην ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος. Παράλληλα, η ποιοτική διάσταση

πραγματοποιήθηκε μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων με τοπικούς παραγωγούς, με τη χρήση οδηγού συνέντευξης (βλ. Παράρτημα Β), προκειμένου να καταγραφούν οι εμπειρίες, οι απόψεις και οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν ως προς τη συνεργασία τους με τον τουριστικό τομέα.

Ο συνδυασμός ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων κρίθηκε κατάλληλος, καθώς επιτρέπει την πληρέστερη κατανόηση του υπό μελέτη φαινομένου. Ειδικότερα, τα ποσοτικά δεδομένα παρέχουν τη δυνατότητα αποτύπωσης γενικών τάσεων και προτύπων, ενώ τα ποιοτικά δεδομένα συμβάλλουν στην εις βάθος ερμηνεία των αποτελεσμάτων και στην ανάδειξη ζητημάτων που δεν μπορούν να αποτυπωθούν επαρκώς μέσω κλειστών ερωτήσεων.

Προκειμένου να διασφαλιστεί η αντιστοίχιση μεταξύ των ερευνητικών στόχων, των ερευνητικών ερωτημάτων και των μεθόδων συλλογής δεδομένων, ο Πίνακας 4.1 παρουσιάζει τη σύνδεση των βασικών ερευνητικών ερωτημάτων της παρούσας μελέτης με τα αντίστοιχα εργαλεία συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν. Η προσέγγιση αυτή συνέβαλε στην ολοκληρωμένη διερεύνηση του φαινομένου μέσω του συνδυασμού ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων.

Ερευνητικό ερώτημα	Εργαλείο συλλογής δεδομένων
Σε ποιο βαθμό ενσωματώνονται τα τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα στο τουριστικό προϊόν της Π.Ε. Έβρου;	Δομημένο ερωτηματολόγιο προς τουριστικές επιχειρήσεις
Πώς συμβάλλουν τα τοπικά προϊόντα στη διαμόρφωση αυθεντικών τουριστικών εμπειριών;	Δομημένο ερωτηματολόγιο προς τουριστικές επιχειρήσεις
Ποια είναι η συμβολή των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού;	Δομημένο ερωτηματολόγιο προς τουριστικές επιχειρήσεις
Ποια εμπόδια δυσχεραίνουν τη σύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού;	Δομημένο ερωτηματολόγιο και ημιδομημένες συνεντεύξεις

Ερευνητικό ερώτημα	Εργαλείο συλλογής δεδομένων
Ποιες είναι οι δυνατότητες ανάπτυξης συνεργασιών μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων;	Δομημένο ερωτηματολόγιο και ημιδομημένες συνεντεύξεις
Ποιες είναι οι απόψεις και οι προτάσεις των εμπλεκόμενων φορέων για την ενίσχυση της διασύνδεσης αγροδιατροφής και τουρισμού;	Ημιδομημένες συνεντεύξεις με παραγωγούς και ανοικτές ερωτήσεις ερωτηματολογίου
Υπάρχουν διαφοροποιήσεις στις αντιλήψεις των συμμετεχόντων με βάση τα χαρακτηριστικά τους;	Δομημένο ερωτηματολόγιο και στατιστική ανάλυση δημογραφικών και επιχειρησιακών χαρακτηριστικών

Πίνακας 4.1. Σύνδεση ερευνητικών ερωτημάτων με τα εργαλεία συλλογής δεδομένων. Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

4.2 Δείγμα έρευνας

Για την επίτευξη των στόχων της έρευνας, εξετάστηκαν δύο βασικές ομάδες-στόχοι: αφενός οι αγροτικοί παραγωγοί και επαγγελματίες του πρωτογενούς τομέα και αφετέρου οι τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Η επιλογή των δύο αυτών ομάδων κρίθηκε απαραίτητη, καθώς αποτελούν βασικούς φορείς της τοπικής οικονομίας και της διασύνδεσης του τουρισμού με την αγροδιατροφική παραγωγή. Μέσα από τη συλλογή δεδομένων από τις δύο κατηγορίες συμμετεχόντων επιδιώχθηκε η αποτύπωση των απόψεων, των πρακτικών, των δυνατοτήτων συνεργασίας και των προοπτικών ανάπτυξης του τοπικού τουριστικού προϊόντος μέσω της αξιοποίησης της τοπικής παραγωγής.

Για το πρώτο μέρος της έρευνας, που αφορά τον αγροτικό τομέα, τα στοιχεία του πληθυσμού αντλήθηκαν μέσω επίσημου αιτήματος προς τη Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής (ΔΑΟΚ) Έβρου, με σκοπό τη συλλογή στατιστικών δεδομένων σχετικά με τους αγροτικούς παραγωγούς και τις αγροτικές εκμεταλλεύσεις του νομού.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία που σημειώνονται στο έγγραφο, καταγράφηκαν ενδεικτικά στον Πίνακα 4.2:

Κατηγορία	Εκτιμώμενος αριθμός
Μελισσοκόμοι	250
Αγροτικές εκμεταλλεύσεις / παραγωγοί	4.500 – 5.500

Πίνακας 4.2. Εκτιμώμενος αριθμός αγροτικών εκμεταλλεύσεων και παραγωγών στην Π.Ε. Έβρου.

Πηγή: ΔΑΟΚ Έβρου, στοιχεία κατόπιν επίσημου αιτήματος της ερευνήτριας (2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Τα στοιχεία αυτά χρησιμοποιήθηκαν για τον προσδιορισμό του πληθυσμού της έρευνας στον πρωτογενή τομέα και για τη διαμόρφωση του δείγματος των συμμετεχόντων παραγωγών. Τα στοιχεία του αγροτικού πληθυσμού της έρευνας αντλήθηκαν μέσω επίσημης επικοινωνίας με τη ΔΑΟΚ Έβρου, η οποία παρείχε συγκεντρωτικά στοιχεία σχετικά με τον αριθμό των αγροτικών εκμεταλλεύσεων και ειδικότερων κατηγοριών παραγωγών της Π.Ε. Έβρου.

Για το δεύτερο μέρος της έρευνας ο πληθυσμός αποτελούνταν από τις τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Π.Ε. Έβρου και είναι εγγεγραμμένες στο Επιμελητήριο Έβρου. Τα αριθμητικά δεδομένα αντλήθηκαν έπειτα από επίσημο αίτημα προς το Επιμελητήριο Έβρου για τη χορήγηση στατιστικών στοιχείων σχετικά με τις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου στον νομό.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παραχωρήθηκαν από το Επιμελητήριο Έβρου (βλέπε Πίνακα 4.3), ο συνολικός αριθμός των επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό ανέρχεται σε 2.053 και κατανέμεται ως εξής:

Κατηγορία επιχειρήσεων	Αριθμός επιχειρήσεων
ΚΑΔ 55 – Καταλύματα	284
ΚΑΔ 56 – Δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης	1.676

Κατηγορία επιχειρήσεων	Αριθμός επιχειρήσεων
Διάφορες τουριστικές δραστηριότητες	93
Σύνολο	2.053

Πίνακας 4.3. Αριθμός τουριστικών επιχειρήσεων της Π.Ε. Έβρου βάσει ΚΑΔ. Πηγή: Επιμελητήριο Έβρου, στοιχεία κατόπιν επίσημου αιτήματος της ερευνήτριας (2025). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Οι επιχειρήσεις των «διάφορων τουριστικών δραστηριοτήτων» προέκυψαν βάσει συγκεκριμένων Κωδικών Αριθμών Δραστηριότητας (ΚΑΔ), που αφορούν δραστηριότητες όπως τουριστικά γραφεία, υπηρεσίες μεταφορών, εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συναφείς τουριστικές υπηρεσίες. Τα στοιχεία του πληθυσμού της έρευνας αντλήθηκαν μέσω επίσημης επικοινωνίας και αιτήματος παροχής στατιστικών δεδομένων προς το Επιμελητήριο Έβρου, το οποίο παρείχε συγκεντρωτικά στοιχεία ανά κατηγορία τουριστικών επιχειρήσεων, βάσει των εγγεγραμμένων επιχειρήσεων και των αντίστοιχων Κωδικών Αριθμών Δραστηριότητας (ΚΑΔ).

Η επιλογή των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε με μη πιθανολογική δειγματοληψία ευκολίας (convenience sampling), λόγω της ευκολότερης πρόσβασης στους συμμετέχοντες και των περιορισμών χρόνου και διαθεσιμότητας.

Η μη πιθανολογική δειγματοληψία ευκολίας (convenience sampling) αποτελεί μία από τις πιο συχνά χρησιμοποιούμενες μεθόδους δειγματοληψίας στις κοινωνικές επιστήμες και ιδιαίτερα στην τουριστική έρευνα, όταν υπάρχει περιορισμένος χρόνος, κόστος ή δυσκολία πρόσβασης στον συνολικό πληθυσμό. Στη συγκεκριμένη μέθοδο, οι συμμετέχοντες επιλέγονται με βάση την ευκολία πρόσβασης και τη διαθεσιμότητά τους, χωρίς να έχουν όλα τα μέλη του πληθυσμού ίση πιθανότητα συμμετοχής.

Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται συχνά σε διερευνητικές έρευνες, καθώς επιτρέπει τη γρήγορη συλλογή δεδομένων και τη διεξαγωγή έρευνας σε πραγματικές συνθήκες. Στην παρούσα έρευνα, η επιλογή του δείγματος πραγματοποιήθηκε με βάση τη διαθεσιμότητα και την προθυμία συμμετοχής των επιχειρήσεων και των εμπλεκόμενων φορέων της Π.Ε. Έβρου.

Παρά τους περιορισμούς της, η δειγματοληψία ευκολίας θεωρείται κατάλληλη για έρευνες που στοχεύουν στην αποτύπωση τάσεων, απόψεων και εμπειριών συγκεκριμένων ομάδων πληθυσμού, ιδιαίτερα όταν η έρευνα έχει διερευνητικό χαρακτήρα.

Οι συμμετέχοντες προέρχονται από διαφορετικούς δήμους της Π.Ε. Έβρου (βλέπε Πίνακα 4.4) και εκπροσωπούν διαφορετικές κατηγορίες επιχειρηματικής δραστηριότητας, γεγονός που συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας πιο αντιπροσωπευτικής εικόνας της περιοχής.

Δήμος	Έδρα Δήμου	Βασικές Δημοτικές Ενότητες / Περιοχές
Δήμος Αλεξανδρούπολης	Αλεξανδρούπολη	Αλεξανδρούπολη, Φέρες, Τραϊανούπολη
Δήμος Σουφλίου	Σουφλί	Σουφλί, Τυχερό, Ορφέας
Δήμος Διδυμοτείχου	Διδυμότειχο	Διδυμότειχο, Μεταξάδες
Δήμος Ορεστιάδας	Ορεστιάδα	Ορεστιάδα, Βύσσα, Κυπρίνος, Τρίγωνο
Δήμος Σαμοθράκης	Σαμοθράκη (Χώρα)	Σαμοθράκη

Πίνακας 4.4. Δήμοι Π.Ε. Έβρου. Πηγή: (Καλλικράτης, 2016). Ίδια επεξεργασία στοιχείων.

Συνοψίζοντας, πληθυσμό αναφοράς της έρευνας αποτέλεσαν οι αγροτικοί παραγωγοί και οι τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Π.Ε. Έβρου. Η επιλογή των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε με μη πιθανολογική δειγματοληψία ευκολίας (convenience sampling), λόγω της διαθεσιμότητας και της δυνατότητας πρόσβασης στους συμμετέχοντες. Το τελικό δείγμα περιλάμβανε 100 τουριστικές επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην ποσοτική έρευνα μέσω ερωτηματολογίου και 14 τοπικούς παραγωγούς που συμμετείχαν στην ποιοτική έρευνα μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων. Κριτήρια συμμετοχής αποτέλεσαν η επαγγελματική δραστηριοποίηση εντός της Π.Ε. Έβρου, η ενεργή ενασχόληση με τον αγροδιατροφικό ή τον τουριστικό τομέα και η εθελοντική αποδοχή συμμετοχής στην έρευνα.

4.3 Μέθοδος συλλογής δεδομένων

Για τη συλλογή δεδομένων η πρωτογενής έρευνα ακολουθεί μικτή μεθοδολογική προσέγγιση (mixed methods), συνδυάζοντας ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα, προκειμένου να επιτευχθεί μια πιο ολοκληρωμένη κατανόηση του υπό μελέτη φαινομένου, μέσω δομημένων ερωτηματολογίων που απευθύνονται σε διαφορετικές επαγγελματικές ομάδες και με ημιδομημένες συνεντεύξεις με παραγωγούς της περιοχής.

Η επιλογή της ποσοτικής μεθοδολογίας επιτρέπει τη συλλογή δεδομένων από μεγαλύτερο αριθμό συμμετεχόντων σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα και συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας συνολικής εικόνας για τις αντιλήψεις και τις στάσεις των εμπλεκόμενων φορέων σχετικά με τη σύνδεση της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό (Creswell & Creswell, 2018). Οι συνεντεύξεις, από την άλλη, προσφέρουν βαθύτερη κατανόηση των στρατηγικών που εφαρμόζονται στην περιοχή για την προώθηση της αγροδιατροφής.

Οι ομάδες στόχου της έρευνας, όπως προαναφέρθηκε, περιλαμβάνουν δύο βασικές κατηγορίες συμμετεχόντων. Η πρώτη κατηγορία αφορά τους τοπικούς παραγωγούς και τις αγροδιατροφικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Π.Ε. Έβρου. Οι παραγωγοί αυτοί αποτελούν βασικούς φορείς της τοπικής οικονομίας και η συμμετοχή τους είναι καθοριστική για την ανάπτυξη πρωτοβουλιών που συνδέουν την παραγωγή τροφίμων με τον τουρισμό.

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα από 16 Μαρτίου 2026 έως 6 Μαΐου 2026 και διήρκεσε περίπου επτά εβδομάδες.

Στο πλαίσιο της ποιοτικής έρευνας πραγματοποιήθηκαν συνολικά 14 ημιδομημένες συνεντεύξεις με παραγωγούς της Π.Ε. Έβρου. Οι συμμετέχοντες εκπροσωπούσαν διαφορετικούς κλάδους της τοπικής αγροδιατροφικής παραγωγής, όπως η παραγωγή σιτηρών, οσπρίων και κηπευτικών, φρούτων και ελαιολάδου, γαλακτοκομικών προϊόντων, κρέατος, μελιού, αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών, καθώς και επεξεργασμένων αγροδιατροφικών προϊόντων. Η επιλογή των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε με μη πιθανολογική δειγματοληψία ευκολίας (convenience sampling), με βασικό κριτήριο την ενεργή επαγγελματική δραστηριοποίηση στον πρωτογενή τομέα της Π.Ε. Έβρου και τη διαθεσιμότητα συμμετοχής στην έρευνα.

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν δια ζώσης και είχαν διάρκεια περίπου 15 έως 20 λεπτών. Για τη διεξαγωγή τους χρησιμοποιήθηκε οδηγός ημιδομημένης συνέντευξης, ο οποίος διασφάλιζε την κάλυψη των βασικών θεματικών αξόνων της έρευνας, παρέχοντας παράλληλα τη δυνατότητα περαιτέρω διερεύνησης επιμέρους ζητημάτων. Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων καταγράφονταν μέσω σημειώσεων που τηρούνταν από την ερευνήτρια κατά τη διάρκεια της συνέντευξης και αξιοποιήθηκαν στη συνέχεια για την ποιοτική ανάλυση των δεδομένων.

Η δομή των ερωτήσεων οργανώθηκε σε 7 διακριτές θεματικές ενότητες και περιλάμβανε συνολικά 31 ερωτήσεις. Η πρώτη ενότητα αφορούσε την εμπορία και διάθεση των αγροτικών προϊόντων, καθώς και τη συνεργασία των παραγωγών με τουριστικές επιχειρήσεις. Στην ενότητα αυτή, με 4 ερωτήσεις, εξετάστηκαν ζητήματα όπως τα κύρια κανάλια πώλησης των προϊόντων, η ύπαρξη συνεργασιών με επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα και η συμμετοχή των προϊόντων σε δράσεις τουριστικού ενδιαφέροντος.

Η δεύτερη ενότητα επικεντρώθηκε στις αντιλήψεις των παραγωγών σχετικά με τη σύνδεση της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό. Οι 4 ερωτήσεις της ενότητας αυτής αποσκοπούσαν στην καταγραφή των απόψεων των συμμετεχόντων σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στη βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας, τη ζήτηση για τοπικά προϊόντα από τους επισκέπτες, τη δυνατότητα αύξησης του εισοδήματος μέσω αγροτουριστικών και γαστρονομικών δραστηριοτήτων, καθώς και τον βαθμό στήριξης από τους τοπικούς φορείς.

Η τρίτη ενότητα, μέσω των 8 ερωτήσεων, διερευνούσε τα εμπόδια και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι παραγωγοί στην ανάπτυξη συνεργασιών με τον τουριστικό τομέα. Εξετάστηκαν παράγοντες όπως η πρόσβαση σε κανάλια διάθεσης, η έλλειψη χρηματοδοτικών εργαλείων, οι περιορισμένες γνώσεις μάρκετινγκ, οι δυσκολίες συμμόρφωσης με κανονισμούς, η έλλειψη δικτύων συνεργασίας, η εποχικότητα και το κόστος πιστοποίησης και τυποποίησης.

Η τέταρτη ενότητα, με 4 ερωτήσεις, αφορούσε την πρόθεση συνεργασίας και τις ανάγκες υποστήριξης των παραγωγών. Οι ερωτήσεις σχετίζονταν με τη διάθεση συμμετοχής σε τοπικά δίκτυα συνεργασίας με τουριστικές επιχειρήσεις, τη διαθεσιμότητα πόρων για ανάπτυξη συνεργασιών, καθώς και τις μορφές υποστήριξης που θεωρούνται απαραίτητες, όπως η χρηματοδότηση, η εκπαίδευση, η δικτύωση και η προώθηση των προϊόντων.

Η πέμπτη ενότητα, μέσω 3 ερωτήσεων, εξέταζε ζητήματα βιωσιμότητας και τη σύνδεση της τοπικής παραγωγής με την τουριστική εμπειρία. Ειδικότερα, διερευνήθηκαν οι αντιλήψεις των συμμετεχόντων σχετικά με τη σημασία των βιώσιμων πρακτικών για την προβολή της περιοχής, η σύνδεση της τουριστικής εμπειρίας με τη γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα, καθώς και η εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών στην παραγωγική διαδικασία.

Επιπλέον, το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε 2 ανοιχτές ερωτήσεις σχετικά με τις δυνατότητες ανάπτυξης αγροτουρισμού και γαστρονομικού τουρισμού στον Έβρο, προτάσεις στρατηγικής για τη μακροπρόθεσμη σύνδεση πρωτογενούς τομέα και τουρισμού, καθώς και ενότητα δημογραφικών και επαγγελματικών χαρακτηριστικών των παραγωγών.

Τέλος, η έβδομη ενότητα επικεντρωνόταν στα δημογραφικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Οι 6 ερωτήσεις της ενότητας είχαν στόχο την καταγραφή του προφίλ του δείγματος, καθώς και την εξέταση πιθανών διαφορών στις απόψεις και τις πρακτικές των παραγωγών, ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

Η δεύτερη κατηγορία συμμετεχόντων περιλαμβάνει επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου, όπως ιδιοκτήτες ξενοδοχείων, εστιατορίων και τουριστικών γραφείων. Οι επιχειρήσεις αυτές διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας των επισκεπτών και μπορούν να λειτουργήσουν ως γέφυρα μεταξύ των τοπικών προϊόντων και των τουριστών. Συνολικά, στην έρευνα συμμετείχαν 100 τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου, οι οποίες αποτέλεσαν το τελικό δείγμα της ποσοτικής έρευνας.

Για τις τουριστικές επιχειρήσεις, η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου, το οποίο δημιουργήθηκε στην πλατφόρμα Google Forms. Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε κυρίως κλειστού τύπου ερωτήσεις, καθώς και περιορισμένο αριθμό ανοιχτών ερωτήσεων για τη συλλογή συμπληρωματικών ποιοτικών δεδομένων.

Οι περισσότερες ερωτήσεις αξιολόγησης βασίστηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert, όπου το 1 αντιστοιχούσε στο «Καθόλου», το 2 στο «Λίγο», το 3 στο «Μέτρια», το 4 στο «Πολύ» ή «Σε μεγάλο βαθμό» και το 5 στο «Πάρα πολύ» ή «Σε πολύ μεγάλο βαθμό». Η χρήση της συγκεκριμένης κλίμακας επέτρεψε τη μέτρηση των στάσεων, των αντιλήψεων και των αξιολογήσεων των συμμετεχόντων με τυποποιημένο τρόπο.

Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) προς τους συμμετέχοντες. Η χρήση του Google Forms επέτρεψε την εύκολη διανομή του ερωτηματολογίου, την άμεση συλλογή των απαντήσεων και την αυτόματη καταγραφή των δεδομένων σε μορφή κατάλληλη για στατιστική ανάλυση. Επιπλέον, η διαδικτυακή μορφή του εργαλείου διευκόλυνε τη συμμετοχή των ερωτώμενων και συνέβαλε στην ταχύτερη ολοκλήρωση της έρευνας, καθώς τα δεδομένα συλλέγονται και αποθηκεύονται αυτόματα σε υπολογιστικό φύλλο για περαιτέρω επεξεργασία.

Το ερωτηματολόγιο των τουριστικών επιχειρήσεων οργανώθηκε σε επτά βασικές ενότητες και περιλάμβανε συνολικά 33 ερωτήσεις. Η πρώτη ενότητα περιλάμβανε 4 ερωτήσεις σχετικά με τον βαθμό ενσωμάτωσης των τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες και στις εμπειρίες που προσφέρουν οι τουριστικές επιχειρήσεις στους επισκέπτες. Οι ερωτήσεις της ενότητας αυτής αποσκοπούσαν στη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο οι επιχειρήσεις αξιοποιούν τα τοπικά προϊόντα στο τουριστικό τους προϊόν, μέσα από τη χρήση τους στις παρεχόμενες υπηρεσίες, την προβολή τους και τη σύνδεσή τους με εμπειρίες τοπικής παραγωγής.

Η δεύτερη ενότητα διερευνούσε τις αντιλήψεις των επιχειρήσεων σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας στην τουριστική εμπειρία και την αυθεντικότητα του προορισμού. Οι 5 ερωτήσεις της ενότητας αυτής αποσκοπούσαν στην καταγραφή των απόψεων των συμμετεχόντων σχετικά με τη σημασία της τοπικής γαστρονομίας για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών, τη δημιουργία αυθεντικών εμπειριών και την ενίσχυση της εικόνας του προορισμού.

Η τρίτη ενότητα επικεντρωνόταν στη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος. Οι 5 ερωτήσεις της ενότητας αυτής αποσκοπούσαν στη διερεύνηση του βαθμού στον οποίο η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων μπορεί να διαφοροποιήσει τον προορισμό, να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, να αυξήσει την επισκεψιμότητα και να συμβάλει στη διαμόρφωση ισχυρής τουριστικής ταυτότητας για την περιοχή.

Η τέταρτη ενότητα αφορούσε τα εμπόδια και τις προκλήσεις αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι 5 ερωτήσεις της ενότητας αυτής αποσκοπούσαν στον εντοπισμό παραγόντων που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ τουρισμού και τοπικής παραγωγής, όπως το υψηλό κόστος των προϊόντων, οι

δυσκολίες προμήθειας, η περιορισμένη συνεργασία με παραγωγούς και η έλλειψη οργανωμένων γαστρονομικών δράσεων.

Η πέμπτη ενότητα εξέταζε ζητήματα βιωσιμότητας και τουριστικής ανάπτυξης μέσω της αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων και της αγροδιατροφής. Οι 5 ερωτήσεις της ενότητας αυτής αποσκοπούσαν στη διερεύνηση της συμβολής των τοπικών προϊόντων στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ανάπτυξη μορφών αγροτουρισμού και γαστρονομικού τουρισμού.

Η έκτη ενότητα περιλάμβανε ανοιχτές ερωτήσεις σχετικά με τα τοπικά προϊόντα με μεγαλύτερη δυναμική τουριστικής αξιοποίησης, τους τρόπους ενίσχυσης της σύνδεσης μεταξύ τουρισμού και τοπικής παραγωγής και τις μορφές γαστρονομικού ή αγροτουριστικού τουρισμού με μεγαλύτερες προοπτικές ανάπτυξης στον Έβρο. Οι 3 ερωτήσεις αυτές αποσκοπούσαν στη συλλογή ποιοτικών δεδομένων και προτάσεων από τους συμμετέχοντες σχετικά με τις αναπτυξιακές δυνατότητες της περιοχής.

Τέλος, η έβδομη ενότητα αφορούσε τα δημογραφικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων και των τουριστικών επιχειρήσεων. Οι 6 ερωτήσεις της ενότητας αυτής αποσκοπούσαν στην αποτύπωση της σύνθεσης του δείγματος και στη διερεύνηση πιθανών διαφοροποιήσεων στις αντιλήψεις και πρακτικές των επιχειρήσεων ανάλογα με τα χαρακτηριστικά τους.

4.4 Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων

Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας συλλογής των δεδομένων, οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων εξήχθησαν σε μορφή υπολογιστικού φύλλου και οργανώθηκαν κατάλληλα για στατιστική επεξεργασία. Η ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση του λογισμικού SPSS και περιλάμβανε τεχνικές περιγραφικής και επαγωγικής στατιστικής. Αρχικά υπολογίστηκαν συχνότητες, ποσοστά, μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις, με σκοπό την αποτύπωση των βασικών χαρακτηριστικών του δείγματος και των απόψεων των συμμετεχόντων. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε έλεγχος αξιοπιστίας των κλιμάκων με τον συντελεστή Cronbach's Alpha

και δημιουργήθηκαν σύνθετοι δείκτες για τις βασικές διαστάσεις της έρευνας. Οι σύνθετοι δείκτες υπολογίστηκαν ως ο μέσος όρος των επιμέρους ερωτήσεων κάθε θεματικής ενότητας του ερωτηματολογίου. Η δημιουργία τους πραγματοποιήθηκε μόνο στις περιπτώσεις όπου οι αντίστοιχες κλίμακες παρουσίαζαν αποδεκτή εσωτερική συνοχή, όπως αυτή αξιολογήθηκε μέσω του συντελεστή Cronbach's Alpha. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίστηκε ότι οι ερωτήσεις κάθε ενότητας μετρούσαν την ίδια θεωρητική διάσταση και μπορούσαν να συνδυαστούν σε έναν ενιαίο σύνθετο δείκτη για τις ανάγκες της στατιστικής ανάλυσης.

Επιπλέον, εφαρμόστηκαν αναλύσεις συσχέτισης Pearson (συντελεστής συσχέτισης Pearson) για τη διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ των βασικών σύνθετων δεικτών, αναλύσεις διακύμανσης (ANOVA) για τη μελέτη διαφορών μεταξύ ομάδων και έλεγχοι ανεξαρτησίας Chi-Square για τη διερεύνηση σχέσεων μεταξύ κατηγορικών μεταβλητών.

Ο συντελεστής συσχέτισης Pearson (Pearson Correlation) χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση της κατεύθυνσης και της έντασης της σχέσης μεταξύ των βασικών σύνθετων δεικτών της έρευνας. Η μέθοδος αυτή επιτρέπει τον εντοπισμό θετικών ή αρνητικών συσχετίσεων μεταξύ των μεταβλητών και συμβάλλει στην κατανόηση του βαθμού σύνδεσης των επιμέρους διαστάσεων που εξετάζονται.

Η Ανάλυση Διακύμανσης (ANOVA) χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση διαφορών στους μέσους όρους των σύνθετων δεικτών μεταξύ περισσότερων από δύο ανεξάρτητων ομάδων. Ειδικότερα, εφαρμόστηκε για τη σύγκριση των δεικτών ως προς χαρακτηριστικά των τουριστικών επιχειρήσεων, όπως ο τύπος της επιχείρησης, τα έτη λειτουργίας, η κύρια αγορά επισκεπτών και ο δήμος δραστηριοποίησης. Όταν η ανάλυση διακύμανσης ανέδειξε στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ομάδων, πραγματοποιήθηκαν μεταγενέστερες συγκρίσεις (post hoc tests), προκειμένου να εντοπιστούν οι ομάδες που διέφεραν μεταξύ τους. Για τον σκοπό αυτό χρησιμοποιήθηκε το τεστ Tukey HSD όταν πληρούνταν η προϋπόθεση της ομοιογένειας των διακυμάνσεων, ενώ στις περιπτώσεις που η προϋπόθεση αυτή δεν ικανοποιούνταν εφαρμόστηκε το τεστ Games–Howell, το οποίο δεν προϋποθέτει ίσες διακυμάνσεις μεταξύ των ομάδων. Επιπλέον, για τις στατιστικά σημαντικές διαφορές υπολογίστηκε το μέγεθος της επίδρασης μέσω του δείκτη Eta Squared (η^2).

Ο έλεγχος ανεξαρτησίας Chi-Square χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση πιθανών σχέσεων μεταξύ κατηγορικών μεταβλητών, όπως τα δημογραφικά και επιχειρησιακά

χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Ο έλεγχος αυτός επιτρέπει να διαπιστωθεί εάν δύο κατηγορικές μεταβλητές σχετίζονται στατιστικά σημαντικά μεταξύ τους ή εάν είναι ανεξάρτητες.

Πριν από την εφαρμογή των παραμετρικών ελέγχων εξετάστηκαν οι βασικές προϋποθέσεις κανονικότητας και ομοιογένειας διακυμάνσεων. Σε περιπτώσεις που οι παραμετρικές προϋποθέσεις δεν πληρούνται, μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι αντίστοιχοι μη παραμετρικοί έλεγχοι. Ειδικότερα, για τη σύγκριση δύο ανεξάρτητων ομάδων χρησιμοποιείται ο έλεγχος Mann–Whitney U, ενώ για τη σύγκριση περισσότερων από δύο ανεξάρτητων ομάδων χρησιμοποιείται ο έλεγχος Kruskal–Wallis. Οι έλεγχοι αυτοί αποτελούν κατάλληλες εναλλακτικές των παραμετρικών δοκιμασιών, όταν τα δεδομένα δεν ακολουθούν κανονική κατανομή ή όταν το μέγεθος του δείγματος είναι περιορισμένο.

Τα δεδομένα που προέκυψαν από τις ανοιχτές ερωτήσεις των ερωτηματολογίων και από τις ημιδομημένες συνεντεύξεις των παραγωγών αναλύθηκαν με τη μέθοδο της θεματικής ανάλυσης περιεχομένου (thematic content analysis). Η διαδικασία περιλάμβανε αρχικά την επανειλημμένη ανάγνωση των απαντήσεων, προκειμένου να επιτευχθεί πλήρης εξοικείωση με το περιεχόμενό τους. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε κωδικοποίηση των δεδομένων και ομαδοποίηση τους σε ευρύτερες θεματικές κατηγορίες που σχετίζονταν με τους στόχους της έρευνας. Ακολούθησε η καταγραφή της συχνότητας εμφάνισης των βασικών θεμάτων, καθώς και η επιλογή ενδεικτικών αποσπασμάτων που αποτύπωναν χαρακτηριστικές απόψεις και εμπειρίες των συμμετεχόντων. Η διαδικασία αυτή συνέβαλε στην ανάδειξη επαναλαμβανόμενων μοτίβων, προκλήσεων, ευκαιριών και προτάσεων που αφορούν τη σύνδεση της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό στην Π.Ε. Έβρου.

Για τη σύνδεση των ερευνητικών στόχων με τις μεθόδους ανάλυσης των δεδομένων καταρτίστηκε ο Πίνακας 4.5, στον οποίο παρουσιάζονται οι επιμέρους ενότητες του ερωτηματολογίου, οι σύνθετοι δείκτες που δημιουργήθηκαν και οι στατιστικές τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυσή τους.

Ερευνητικός στόχος	Ενότητα ερωτηματολογίου	Σύνθετος δείκτης	Μέθοδος ανάλυσης	Στατιστικός έλεγχος
Ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν	Ενότητα 1	Δείκτης Ενσωμάτωσης Τοπικών Προϊόντων	Έλεγχος αξιοπιστίας και περιγραφική στατιστική	Cronbach's Alpha
			Έλεγχος διαφορών μεταξύ ομάδων	ANOVA (και όπου απαιτήθηκε, Tukey HSD ή Games– Howell)
Συμβολή τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και αυθεντικότητα	Ενότητα 2	Δείκτης Αυθεντικότητας	Έλεγχος αξιοπιστίας και περιγραφική στατιστική	Cronbach's Alpha
			Έλεγχος διαφορών μεταξύ ομάδων	ANOVA
Συμβολή τοπικής γαστρονομίας στην ανταγωνιστικότητα	Ενότητα 3	Δείκτης Ανταγωνιστικότητας	Έλεγχος αξιοπιστίας και περιγραφική στατιστική	Cronbach's Alpha

Ερευνητικός στόχος	Ενότητα ερωτηματολογίου	Σύνθετος δείκτης	Μέθοδος ανάλυσης	Στατιστικός έλεγχος
			Έλεγχος διαφορών μεταξύ ομάδων	ANOVA
Εμπόδια και προκλήσεις συνεργασίας	Ενότητα 4	Δείκτης Εμποδίων και Προκλήσεων	Έλεγχος αξιοπιστίας και περιγραφική στατιστική	Cronbach's Alpha
			Έλεγχος διαφορών μεταξύ ομάδων	ANOVA
Προοπτικές ανάπτυξης της σύνδεσης παραγωγής–τουρισμού	Ενότητα 5	Δείκτης Προοπτικών Ανάπτυξης	Έλεγχος αξιοπιστίας και περιγραφική στατιστική	Cronbach's Alpha
			Έλεγχος διαφορών μεταξύ ομάδων	ANOVA
Σχέσεις μεταξύ των βασικών δεικτών της έρευνας	Ενότητες 1–5	Όλοι οι σύνθετοι δείκτες	Συσχετιστική ανάλυση	Συντελεστής συσχέτισης Pearson

Ερευνητικός στόχος	Ενότητα ερωτηματολογίου	Σύνθετος δείκτης	Μέθοδος ανάλυσης	Στατιστικός έλεγχος
Σχέσεις μεταξύ χαρακτηριστικών επιχειρήσεων	Δημογραφικά στοιχεία	–	Έλεγχος ανεξαρτησίας μεταβλητών	Chi-Square
Απόψεις τουριστικών επιχειρήσεων (ανοικτές ερωτήσεις)	Ενότητα 6	–	Ποιοτική ανάλυση περιεχομένου	Θεματική ανάλυση
Απόψεις παραγωγών (συνεντεύξεις)	Οδηγός συνέντευξης	–	Ποιοτική ανάλυση περιεχομένου	Θεματική ανάλυση

Πίνακας 4.5. Σύνδεση ερευνητικών στόχων με τις μεθόδους ανάλυσης δεδομένων. Ίδια επεξεργασία.

4.5 Αξιοπιστία και εγκυρότητα της έρευνας

Για τη διασφάλιση της εγκυρότητας του ερευνητικού εργαλείου, οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και του οδηγού συνέντευξης σχεδιάστηκαν βάσει των ερευνητικών στόχων της παρούσας μελέτης και της σχετικής διεθνούς βιβλιογραφίας αναφορικά με τη σύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού, καθώς και αντίστοιχων εμπειρικών ερευνών. Με τον τρόπο αυτό διασφαλίστηκε ότι οι επιμέρους ερωτήσεις ανταποκρίνονταν στα ερευνητικά ερωτήματα και κάλυπταν επαρκώς τις βασικές διαστάσεις του υπό μελέτη φαινομένου. Παράλληλα, δόθηκε έμφαση στη σαφήνεια και την κατανόηση των ερωτήσεων, ώστε να περιοριστούν πιθανές παρερμηνείες από τους συμμετέχοντες.

Για τον έλεγχο της αξιοπιστίας των κλιμάκων που χρησιμοποιήθηκαν στο ερωτηματολόγιο υπολογίστηκε ο συντελεστής εσωτερικής συνέπειας Cronbach's Alpha. Ο έλεγχος

πραγματοποιήθηκε για τις Ενότητες 1 έως 5 του ερωτηματολογίου, οι οποίες περιλάμβαναν ομάδες ερωτήσεων που μετρούσαν κοινές θεωρητικές διαστάσεις και χρησιμοποιήθηκαν για τη δημιουργία σύνθετων δεικτών. Ο συντελεστής Cronbach's Alpha αξιολογεί τον βαθμό εσωτερικής συνοχής των επιμέρους μεταβλητών που συγκροτούν κάθε κλίμακα, με τιμές άνω του 0,70 να θεωρούνται γενικά αποδεκτές για ερευνητικούς σκοπούς.

4.6 Δεοντολογία της έρευνας

Κατά τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας τηρήθηκαν οι βασικές αρχές της ερευνητικής δεοντολογίας. Η συμμετοχή των ερωτώμενων ήταν εθελοντική και όλοι οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για τον σκοπό της έρευνας, το περιεχόμενο της συμμετοχής τους και τον τρόπο αξιοποίησης των δεδομένων που θα παρείχαν.

Πριν από τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ή τη συμμετοχή στη συνέντευξη, οι συμμετέχοντες παρείχαν την ενημερωμένη συναίνεσή τους (informed consent) και είχαν τη δυνατότητα να αποχωρήσουν από την έρευνα οποιαδήποτε στιγμή χωρίς καμία συνέπεια.

Για την προστασία των προσωπικών δεδομένων διασφαλίστηκε η ανωνυμία και η εμπιστευτικότητα των απαντήσεων. Δεν συλλέχθηκαν στοιχεία που να επιτρέπουν την άμεση ταυτοποίηση των συμμετεχόντων και τα δεδομένα χρησιμοποιήθηκαν αποκλειστικά για τους σκοπούς της παρούσας ακαδημαϊκής έρευνας. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται σε συγκεντρωτική μορφή, χωρίς αναφορά σε πρόσωπα ή επιχειρήσεις που θα μπορούσαν να αναγνωριστούν.

4.7 Περιορισμοί της έρευνας

Παρά τα πλεονεκτήματα της μεθοδολογικής προσέγγισης που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα μελέτη, υπάρχουν ορισμένοι περιορισμοί που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

Ένας από τους βασικούς περιορισμούς της έρευνας αφορά το μέγεθος και τη γεωγραφική συγκέντρωση του δείγματος. Επιπλέον, η επιλογή των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε με μη πιθανολογική δειγματοληψία ευκολίας (convenience sampling), γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων στο σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων και των παραγωγών της Π.Ε. Έβρου. Δεδομένου ότι η έρευνα επικεντρώνεται αποκλειστικά στην Π.Ε. Έβρου, τα αποτελέσματα δεν μπορούν να γενικευθούν άμεσα σε άλλες περιοχές της Ελλάδας ή σε διαφορετικά γεωγραφικά πλαίσια.

Ένας δεύτερος περιορισμός σχετίζεται με τη χρήση αυτοαναφερόμενων δεδομένων μέσω ερωτηματολογίων. Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων βασίζονται στις προσωπικές τους αντιλήψεις και εμπειρίες, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει την ακρίβεια των δεδομένων. Επιπλέον, η ηλεκτρονική διανομή του ερωτηματολογίου ενδέχεται να έχει περιορίσει τη συμμετοχή ατόμων που δεν διαθέτουν εύκολη πρόσβαση σε ψηφιακά μέσα ή δεν είναι εξοικειωμένα με τη χρήση ηλεκτρονικών πλατφορμών.

Παρά τους περιορισμούς αυτούς, η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε παρέχει μια αξιόπιστη βάση για την κατανόηση της σχέσης μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουριστικής ανάπτυξης στην Π.Ε. Έβρου και συμβάλλει στην ανάδειξη σημαντικών παραγόντων που επηρεάζουν τη συνεργασία μεταξύ των δύο τομέων.

5. Παρουσίαση και ανάλυση αποτελεσμάτων

5.1 Ποσοτική έρευνα

5.1.1 Δημογραφικά και επιχειρησιακά χαρακτηριστικά των τουριστικών επιχειρήσεων του δείγματος

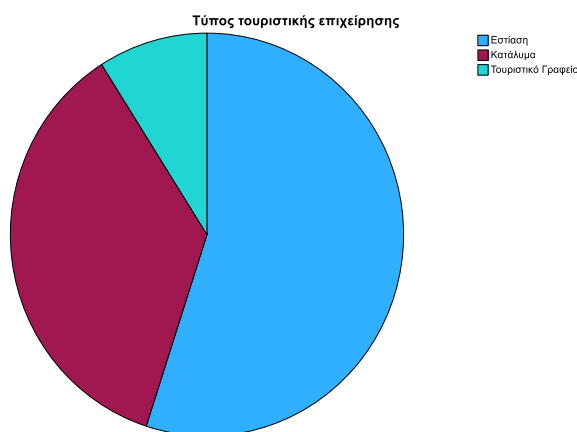
Η ανάλυση των δημογραφικών και επιχειρησιακών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων, όπως αναλύονται στον Πίνακα 5.1, δείχνει ότι η πλειονότητα του δείγματος ήταν γυναίκες (67%), ενώ οι περισσότεροι συμμετέχοντες ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα 35–44 ετών (47%).

Αναφορικά με τα έτη λειτουργίας, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων λειτουργούσε λιγότερο από 5 έτη (35%) ή από 5 έως 10 έτη (32%), γεγονός που δείχνει σημαντική παρουσία σχετικά νέων επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα της περιοχής.

Μεταβλητή	Κατηγορία	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Φύλο συμμετέχοντα	Γυναίκα	67	67.0
	Άνδρας	32	32.0
	Άλλο/Δεν επιθυμώ να απαντήσω	1	1.0
Ηλικία συμμετέχοντα	25–34	14	14.0
	35–44	47	47.0
	45–54	31	31.0
	55+	8	8.0
Έτη λειτουργίας επιχείρησης	<5 έτη	35	35.0
	5–10 έτη	32	32.0

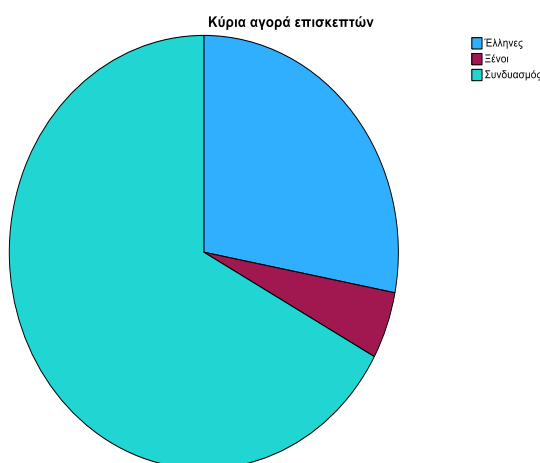
Πίνακας 5.1. Δημογραφικά και επιχειρησιακά χαρακτηριστικά των τουριστικών επιχειρήσεων του δείγματος. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.

Ως προς τον τύπο της τουριστικής επιχείρησης, οι περισσότερες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνταν στον κλάδο της εστίασης (55%), ενώ ακολουθούσαν τα καταλύματα (36%) και τα τουριστικά γραφεία (9%) (βλέπε Διάγραμμα 5.1).



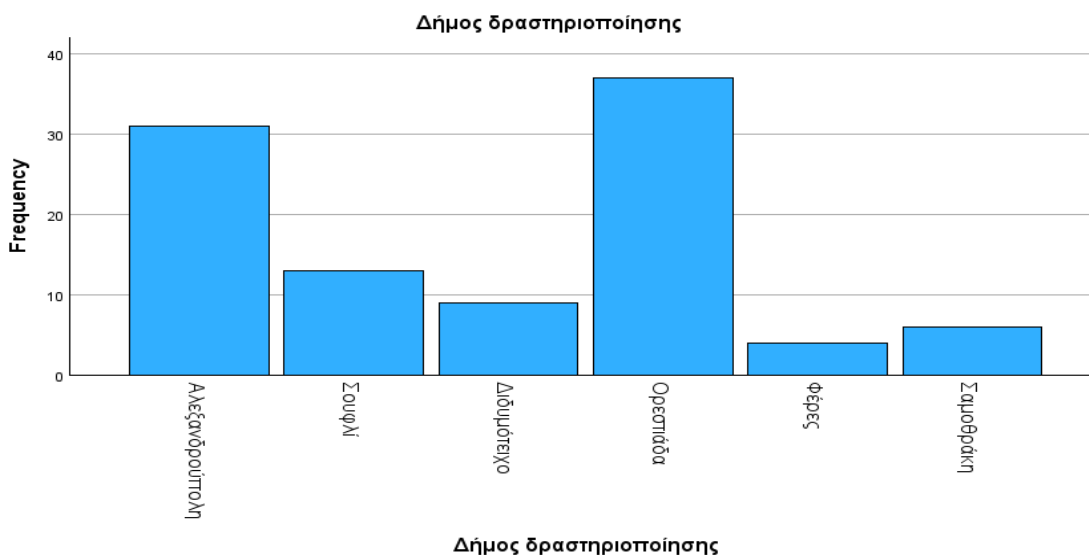
Διάγραμμα 5.1. Τύπος Τουριστικών επιχειρήσεων. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.

Όσον αφορά την κύρια αγορά επισκεπτών, το 67% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι απευθύνεται τόσο σε Έλληνες όσο και σε ξένους επισκέπτες, ενώ το 28% απευθυνόταν κυρίως σε Έλληνες. Μόλις το 5% δήλωσε ότι εξυπηρετεί κυρίως ξένους επισκέπτες (βλέπε Διάγραμμα 5.2).



Διάγραμμα 5.2. Κύρια αγορά επισκεπτών. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.

Τέλος, ως προς τον δήμο δραστηριοποίησης, η μεγαλύτερη συμμετοχή προήλθε από την Ορεστιάδα (37%) και την Αλεξανδρούπολη (31%), ενώ ακολουθούσαν το Σουφλί (13%), το Διδυμότειχο (9%), η Σαμοθράκη (6%) και οι Φέρες (4%). Τα αποτελέσματα δείχνουν γεωγραφική διασπορά των επιχειρήσεων σε διαφορετικές περιοχές της Π.Ε. Έβρου (βλέπε Διάγραμμα 5.3)



Διάγραμμα 5.3. Δήμος δραστηριοποίησης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.

Συνολικά, τα χαρακτηριστικά του δείγματος δείχνουν ότι στην έρευνα συμμετείχαν επιχειρήσεις διαφορετικών τύπων, περιοχών και επιπέδων εμπειρίας, γεγονός που συμβάλλει στη συνολικότερη αποτύπωση των αντιλήψεων των τουριστικών επιχειρήσεων της Π.Ε. Έβρου.

5.1.2 Έλεγχος σχέσεων μεταξύ των χαρακτηριστικών των τουριστικών επιχειρήσεων

Πραγματοποιήθηκε έλεγχος ανεξαρτησίας Chi-Square με στόχο τη διερεύνηση πιθανών σχέσεων μεταξύ βασικών χαρακτηριστικών των τουριστικών επιχειρήσεων του δείγματος και στον Πίνακα 5.2 αποτυπώνονται τα αποτελέσματα του.

Μεταβλητές	Pearson Chi-Square (χ^2)	Df	Sig. (p)	Συμπέρασμα
Τύπος τουριστικής επιχείρησης – Κύρια αγορά επισκεπτών	8.931	4	0.063	Μη στατιστικά σημαντική σχέση
Τύπος τουριστικής επιχείρησης – Δήμος δραστηριοποίησης	5.448	10	0.859	Μη στατιστικά σημαντική σχέση
Έτη λειτουργίας επιχείρησης – Κύρια αγορά επισκεπτών	7.662	6	0.264	Μη στατιστικά σημαντική σχέση

Πίνακας 5.2. Έλεγχος σχέσεων μεταξύ των χαρακτηριστικών των τουριστικών επιχειρήσεων. Ίδια επεξεργασία δεδομένων ερωτηματολογίου.

Αρχικά, εξετάστηκε η σχέση μεταξύ του τύπου της τουριστικής επιχείρησης και της κύριας αγοράς επισκεπτών. Τα αποτελέσματα δεν έδειξαν στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών ($\chi^2=8.931$, $df=4$, $p=0.063$), αν και παρατηρήθηκαν ορισμένες διαφοροποιήσεις στις κατανομές των επιχειρήσεων.

Στη συνέχεια, εξετάστηκε η σχέση μεταξύ του τύπου της τουριστικής επιχείρησης και του δήμου δραστηριοποίησης. Και σε αυτή την περίπτωση δεν προέκυψε στατιστικά σημαντική σχέση ($\chi^2=5.448$, $df=10$, $p=0.859$), γεγονός που δείχνει ότι οι τύποι επιχειρήσεων εμφανίζονται σχετικά ομοιόμορφα κατανεμημένοι στους δήμους του δείγματος.

Τέλος, εξετάστηκε η σχέση μεταξύ των ετών λειτουργίας της επιχείρησης και της κύριας αγοράς επισκεπτών. Τα αποτελέσματα έδειξαν επίσης μη στατιστικά σημαντική σχέση ($\chi^2=7.662$, $df=6$, $p=0.264$).

Συνολικά, τα αποτελέσματα των ελέγχων Chi-Square δείχνουν ότι δεν εντοπίζονται ισχυρές στατιστικά σημαντικές σχέσεις μεταξύ των βασικών χαρακτηριστικών των τουριστικών επιχειρήσεων που εξετάστηκαν στο δείγμα της έρευνας.

5.1.3 Στόχος 1: Ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν

Η περιγραφική στατιστική της Ενότητας 1 εξετάζει τον βαθμό ενσωμάτωσης των τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων. Τα αποτελέσματα (βλέπε Πίνακα 5.3) δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος αξιοποιούν σε σχετικά υψηλό βαθμό τα τοπικά προϊόντα στις υπηρεσίες και στις εμπειρίες που προσφέρουν στους επισκέπτες.

Μεταβλητή	1%	2%	3%	4%	5%	M.O.	T.A.
Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες της επιχείρησης	6.0	11.0	28.0	41.0	14.0	3.46	1.058
Ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν	6.0	12.0	32.0	33.0	17.0	3.43	1.094
Προβολή τοπικών προϊόντων στους επισκέπτες	5.0	14.0	19.0	41.0	21.0	3.59	1.120
Πρόταση εμπειριών σχετικών με την τοπική παραγωγή	4.0	15.0	27.0	34.0	20.0	3.51	1.096

Πίνακας 5.3. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για το βαθμό ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφηκε στην προβολή των τοπικών προϊόντων στους επισκέπτες (M.O.=3.59), ενώ η χαμηλότερη στην ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στο συνολικό τουριστικό προϊόν της επιχείρησης (M.O.=3.43). Παράλληλα, σημαντικό ποσοστό των συμμετεχόντων δήλωσε ότι χρησιμοποιεί και προβάλλει τοπικά προϊόντα σε μεγάλο ή πολύ μεγάλο βαθμό.

Συνολικά, τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου αναγνωρίζουν τη σημασία των τοπικών προϊόντων και επιχειρούν να τα ενσωματώσουν στην τουριστική εμπειρία.

Για τη συνολική αποτύπωση του βαθμού ενσωμάτωσης των τοπικών προϊόντων στις τουριστικές επιχειρήσεις δημιουργήθηκε ο σύνθετος δείκτης ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων. Ο δείκτης υπολογίστηκε ως ο μέσος όρος των επιμέρους ερωτήσεων της πρώτης θεματικής ενότητας του ερωτηματολογίου, οι οποίες παρουσίασαν αποδεκτή εσωτερική

συνοχή σύμφωνα με τον συντελεστή Cronbach's Alpha ($\alpha=0.911$). Η τιμή αυτή υποδηλώνει υψηλή αξιοπιστία της κλίμακας και δικαιολογεί τη δημιουργία του σύνθετου δείκτη.

Ο συνολικός δείκτης ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων παρουσίασε μέση τιμή 3.50 και τυπική απόκλιση 0.97, όπως φαίνεται στον Πίνακα 5.4, γεγονός που δείχνει ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος αξιοποιούν τα τοπικά προϊόντα σε μέτριο προς υψηλό βαθμό στο τουριστικό τους προϊόν.

Μεταβλητή	N	Ελάχιστη Τιμή	Μέγιστη Τιμή	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Συνολικός Δείκτης Ενσωμάτωσης Τοπικών Προϊόντων	100	1.25	5.00	3.50	0.97

Πίνακας 5.4. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων στις τουριστικές επιχειρήσεις. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Παράλληλα, η διακύμανση των τιμών υποδηλώνει ότι ο βαθμός αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων διαφοροποιείται μεταξύ των επιχειρήσεων, πιθανόν λόγω χαρακτηριστικών, όπως ο τύπος επιχείρησης, τα έτη λειτουργίας ή η αγορά επισκεπτών.

Συνολικά, τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι τα τοπικά προϊόντα αποτελούν σημαντικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας στην Π.Ε. Έβρου.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν ο συνολικός δείκτης ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων διαφοροποιείται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των τουριστικών επιχειρήσεων, πραγματοποιήθηκε Ανάλυση Διακύμανσης (ANOVA). Ειδικότερα, εξετάστηκε αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στον δείκτη ενσωμάτωσης ως προς τον τύπο της τουριστικής επιχείρησης, τα έτη λειτουργίας, την κύρια αγορά επισκεπτών και τον δήμο δραστηριοποίησης.

Μεταβλητή Ομαδοποίησης	F	Sig. (p)	Eta Squared (η^2)	Στατιστικά Σημαντική Διαφορά
Τύπος τουριστικής επιχείρησης	2.390	0.097	0.047	Όχι

Μεταβλητή Ομαδοποίησης	F	Sig. (p)	Eta Squared (η^2)	Στατιστικά Σημαντική Διαφορά
Έτη λειτουργίας επιχείρησης	3.333	0.023	0.094	Ναι
Κύρια αγορά επισκεπτών	6.165	0.003	0.113	Ναι
Δήμος δραστηριοποίησης	0.879	0.498	0.045	Όχι

Πίνακας 5.5. Αποτελέσματα ANOVA για τον δείκτη ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων ανά χαρακτηριστικά επιχειρήσεων. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα, που παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.5, έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ως προς

- τα έτη λειτουργίας της επιχείρησης ($p=0.023$) για αυτό πραγματοποιήθηκε μεταγενέστερος έλεγχος πολλαπλών συγκρίσεων Tukey HSD. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι επιχειρήσεις με περισσότερα από 20 έτη λειτουργίας παρουσίασαν στατιστικά σημαντικά υψηλότερες τιμές στον δείκτη ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που λειτουργούν λιγότερο από 5 έτη ($p = 0,007$) και με εκείνες που λειτουργούν από 5 έως 10 έτη ($p = 0,010$). Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των υπόλοιπων ομάδων
- την κύρια αγορά επισκεπτών ($p=0.003$) για αυτό πραγματοποιήθηκε μεταγενέστερος έλεγχος πολλαπλών συγκρίσεων Games–Howell, καθώς δεν πληρούνταν η παραδοχή της ομοιογένειας των διακυμάνσεων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι επιχειρήσεις που απευθύνονται κυρίως σε ξένους επισκέπτες παρουσίασαν στατιστικά σημαντικά υψηλότερες τιμές στον δείκτη ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που απευθύνονται κυρίως σε Έλληνες επισκέπτες ($p = 0,032$). Αντίστοιχα, στατιστικά σημαντική διαφορά παρατηρήθηκε και μεταξύ των επιχειρήσεων με μικτή αγορά επισκεπτών (Έλληνες και ξένοι) και εκείνων που απευθύνονται κυρίως σε Έλληνες επισκέπτες ($p = 0,008$). Αντίθετα, δεν διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ επιχειρήσεων που απευθύνονται κυρίως σε ξένους επισκέπτες και επιχειρήσεων με μικτή αγορά επισκεπτών ($p = 0,594$).

Αντίθετα, δεν διαπιστώθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ως προς:

- τον τύπο επιχείρησης
- και τον δήμο δραστηριοποίησης.

Το μεγαλύτερο μέγεθος επίδρασης καταγράφηκε για την κύρια αγορά επισκεπτών ($\eta^2=0.113$), γεγονός που υποδηλώνει ισχυρότερη επίδραση της συγκεκριμένης μεταβλητής στον βαθμό ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων.

5.1.4 Στόχος 2: Συμβολή τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και αυθεντικότητα

Η περιγραφική στατιστική της Ενότητας 2, όπως παρουσιάζεται στον Πίνακα 5.6, εξετάζει τις αντιλήψεις των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων και της τοπικής γαστρονομίας στην τουριστική εμπειρία και την αυθεντικότητα του προορισμού.

Μεταβλητή	1%	2%	3%	4%	5%	M.O.	T.A.
Η τοπική γαστρονομία ενισχύει την αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας	3.0	4.0	10.0	40.0	43.0	4.16	0.972
Οι επισκέπτες ενδιαφέρονται να γνωρίσουν την τοπική γαστρονομία	0.0	6.0	14.0	49.0	31.0	4.05	0.833
Τα τοπικά προϊόντα συμβάλλουν στη δημιουργία αυθεντικών τουριστικών εμπειριών	2.0	4.0	20.0	36.0	38.0	4.04	0.963
Η προβολή της τοπικής γαστρονομίας ενισχύει την εικόνα του προορισμού	2.0	3.0	15.0	43.0	37.0	4.10	0.905
Τα τοπικά προϊόντα βελτιώνουν την εμπειρία των επισκεπτών στον προορισμό	1.0	5.0	12.0	53.0	29.0	4.04	0.840

Πίνακας 5.6. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για τη συμβολή τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και αυθεντικότητα. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ιδιαίτερα θετικές αντιλήψεις των συμμετεχόντων, καθώς όλες οι μεταβλητές παρουσίασαν υψηλούς μέσους όρους. Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφηκε

στη μεταβλητή «Η τοπική γαστρονομία ενισχύει την αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας» (Μ.Ο.=4.16), ενώ υψηλές αξιολογήσεις καταγράφηκαν και για το ενδιαφέρον των επισκεπτών προς την τοπική γαστρονομία και τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών.

Συνολικά, τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου θεωρούν την τοπική γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα βασικά στοιχεία αυθεντικότητας και ενίσχυσης της τουριστικής εμπειρίας.

Πραγματοποιήθηκε έλεγχος εσωτερικής αξιοπιστίας για τις μεταβλητές της Ενότητας 2. Η κλίμακα παρουσίασε πολύ υψηλή αξιοπιστία (Cronbach's alpha = 0.910), γεγονός που δείχνει υψηλή εσωτερική συνοχή των μεταβλητών και επιτρέπει τη δημιουργία συνολικού δείκτη αντίληψης.

Ο συνολικός δείκτης αντίληψης (βλέπε Πίνακα 5.7) σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και την αυθεντικότητα παρουσίασε υψηλή μέση τιμή (Μ.Ο.=4.08) και σχετικά χαμηλή τυπική απόκλιση (Τ.Α.=0.776), γεγονός που δείχνει θετικές και σχετικά ομοιογενείς αντιλήψεις μεταξύ των επιχειρήσεων.

Μεταβλητή	N	Ελάχιστη Τιμή	Μέγιστη Τιμή	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Συνολικός Δείκτης Αντίληψης για τη Συμβολή των Τοπικών Προϊόντων στην Τουριστική Εμπειρία και Αυθεντικότητα	100	1.60	5.00	4.08	0.776

Πίνακας 5.7. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη αντίληψης σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία κι αυθεντικότητα. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος αναγνωρίζουν σημαντική συμβολή των τοπικών προϊόντων και της τοπικής γαστρονομίας στη δημιουργία αυθεντικών εμπειριών και στη βελτίωση της εικόνας του προορισμού.

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) για τη διερεύνηση διαφορών στον συνολικό δείκτη αντίληψης σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων

στην τουριστική εμπειρία και την αυθεντικότητα ως προς τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων.

Μεταβλητή Ομαδοποίησης	F	Sig. (p)	Eta Squared (η^2)	Στατιστικά Σημαντική Διαφορά
Τύπος τουριστικής επιχείρησης	1.220	0.300	0.025	Όχι
Έτη λειτουργίας επιχείρησης	2.203	0.093	0.064	Όχι
Κύρια αγορά επισκεπτών	2.498	0.088	0.049	Όχι
Δήμος δραστηριοποίησης	0.992	0.427	0.050	Όχι

Πίνακας 5.8. Αποτελέσματα ANOVA για το συνολικό δείκτη αντίληψης σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και την αυθεντικότητα, ανά χαρακτηριστικό επιχείρησης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα, σύμφωνα με τον Πίνακα 5.8, έδειξαν ότι δεν προέκυψαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, καθώς $p > 0.05$, ως προς:

- τον τύπο της επιχείρησης,
- τα έτη λειτουργίας,
- την κύρια αγορά επισκεπτών,
- και τον δήμο δραστηριοποίησης.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι οι αντιλήψεις των επιχειρήσεων σχετικά με τη σημασία των τοπικών προϊόντων και της τοπικής γαστρονομίας εμφανίζονται σχετικά ομοιογενείς, ανεξάρτητα από τα βασικά χαρακτηριστικά τους.

5.1.5 Στόχος 3: Συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού

Η περιγραφική στατιστική της Ενότητας 3, όπως αποτυπώνεται στον Πίνακα 5.9, εξετάζει τις αντιλήψεις των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προορισμού.

Μεταβλητή	1%	2%	3%	4%	5%	M.O.	T.A.
Η ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων ενισχύει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης	1.0	5.0	27.0	41.0	26.0	3.86	0.899
Η τοπική γαστρονομία μπορεί να διαφοροποιήσει τον τουριστικό προορισμό	2.0	5.0	19.0	32.0	42.0	4.07	0.998
Η ανάπτυξη γαστρονομικού τουρισμού μπορεί να αυξήσει την επισκεψιμότητα	1.0	4.0	16.0	50.0	29.0	4.02	0.841
Η τοπική γαστρονομία μπορεί να αποτελέσει βασικό στοιχείο branding του προορισμού	2.0	7.0	16.0	44.0	31.0	3.95	0.968
Η σύνδεση τουρισμού και αγροδιατροφής ενισχύει την τοπική οικονομία	1.0	4.0	7.0	50.0	38.0	4.20	0.816

Πίνακας 5.9. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για τη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ιδιαίτερα θετικές αντιλήψεις των συμμετεχόντων, καθώς όλες οι μεταβλητές παρουσίασαν υψηλούς μέσους όρους. Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφηκε στη μεταβλητή «Η σύνδεση τουρισμού και αγροδιατροφής ενισχύει την τοπική οικονομία» (M.O.=4.20), ενώ υψηλές αξιολογήσεις καταγράφηκαν και για τη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας στη διαφοροποίηση του προορισμού και στην αύξηση της επισκεψιμότητας.

Συνολικά, τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου θεωρούν τη γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα σημαντικούς παράγοντες ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας και της αναπτυξιακής δυναμικής του προορισμού.

Πραγματοποιήθηκε έλεγχος εσωτερικής αξιοπιστίας για τις μεταβλητές της Ενότητας 3. Η κλίμακα παρουσίασε υψηλή αξιοπιστία (Cronbach's alpha = 0.889), γεγονός που δείχνει υψηλή εσωτερική συνοχή των μεταβλητών και επιτρέπει τη δημιουργία συνολικού δείκτη ανταγωνιστικότητας του προορισμού.

Ο συνολικός δείκτης ανταγωνιστικότητας του προορισμού (βλέπε Πίνακα 5.10) μέσω της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων παρουσίασε υψηλή μέση τιμή (Μ.Ο.=4.02) και σχετικά χαμηλή τυπική απόκλιση (Τ.Α.=0.755), γεγονός που δείχνει θετικές και σχετικά ομοιογενείς αντιλήψεις μεταξύ των επιχειρήσεων.

Μεταβλητή	N	Ελάχιστη Τιμή	Μέγιστη Τιμή	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Συνολικός Δείκτης Ανταγωνιστικότητας του Προορισμού	100	1.40	5.00	4.02	0.755

Πίνακας 5.10. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη αντίληψης σχετικά με τη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος θεωρούν πως η τοπική γαστρονομία και η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων συμβάλλουν ουσιαστικά στη διαφοροποίηση, την προβολή και την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προορισμού.

Έπειτα, πραγματοποιήθηκε ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) για τη διερεύνηση διαφορών στον συνολικό δείκτη ανταγωνιστικότητας του προορισμού ως προς τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων.

Μεταβλητή Ομαδοποίησης	F	Sig. (p)	Eta Squared (η^2)	Στατιστικά Σημαντική Διαφορά
Τύπος τουριστικής επιχείρησης	0.595	0.554	0.012	Όχι
Έτη λειτουργίας επιχείρησης	0.734	0.534	0.022	Όχι
Κύρια αγορά επισκεπτών	1.499	0.228	0.030	Όχι
Δήμος δραστηριοποίησης	1.527	0.189	0.075	Όχι

Πίνακας 5.11. Αποτελέσματα ANOVA για τον συνολικό δείκτη ανταγωνιστικότητας του προορισμού ανά χαρακτηριστικό επιχείρησης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα, όπως αποτυπώνονται στον Πίνακα 5.11, έδειξαν ότι δεν προέκυψαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, καθώς $p > 0.05$, ως προς:

- τον τύπο της επιχείρησης,
- τα έτη λειτουργίας,
- την κύρια αγορά επισκεπτών,
- και τον δήμο δραστηριοποίησης.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι οι αντιλήψεις των επιχειρήσεων σχετικά με τη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού εμφανίζονται σχετικά ομοιογενείς, ανεξάρτητα από τα βασικά χαρακτηριστικά τους.

5.1.6 Στόχος 4: Εμπόδια και προκλήσεις στη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα

Η περιγραφική στατιστική της Ενότητας 4 (βλέπε Πίνακα 5.12) εξετάζει τα βασικά εμπόδια και τις προκλήσεις που επηρεάζουν τη σύνδεση του πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό στην Π.Ε. Έβρου.

Μεταβλητή	1%	2%	3%	4%	5%	M.O.	T.A.
Έλλειψη οργανωμένων γαστρονομικών δράσεων	2,0	6,0	20,0	43,0	29,0	3,91	0,954
Περιορισμένη προβολή της τοπικής γαστρονομίας	4,0	8,0	30,0	39,0	19,0	3,61	1,014
Δυσκολία σταθερής προμήθειας τοπικών προϊόντων	2,0	11,0	33,0	35,0	19,0	3,58	0,987
Περιορισμένη συνεργασία μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων	3,0	13,0	37,0	27,0	20,0	3,48	1,049
Υψηλό κόστος τοπικών προϊόντων	4,0	7,0	41,0	34,0	14,0	3,47	0,958

Πίνακας 5.12. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία των αντιλήψεων των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τα εμπόδια και τις προκλήσεις στη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα (κατά φθίνουσα σειρά μέσου όρου). Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Όπως προκύπτει από την κατάταξη των μέσων όρων, σημαντικότερο εμπόδιο για τη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα θεωρείται η έλλειψη οργανωμένων γαστρονομικών δράσεων (M.O. = 3,91). Ακολουθούν η περιορισμένη προβολή της τοπικής γαστρονομίας (M.O. = 3,61) και η δυσκολία σταθερής προμήθειας τοπικών προϊόντων (M.O. = 3,58). Αντίθετα, ως λιγότερο σημαντικά εμπόδια αξιολογήθηκαν η περιορισμένη συνεργασία μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων (M.O. = 3,48) και το υψηλό κόστος των τοπικών προϊόντων (M.O. = 3,47). Συνολικά, τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου αναγνωρίζουν κυρίως οργανωτικές, προωθητικές και συνεργατικές δυσκολίες που επηρεάζουν την αποτελεσματική σύνδεση του τουρισμού με τον πρωτογενή τομέα.

Παράλληλα, σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων θεωρεί ότι η περιορισμένη συνεργασία μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και το υψηλό κόστος των τοπικών προϊόντων, αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες.

Πραγματοποιήθηκε έλεγχος εσωτερικής αξιοπιστίας για τις 5 μεταβλητές της Ενότητας 4. Η κλίμακα παρουσίασε υψηλή αξιοπιστία (Cronbach's alpha = 0.842), γεγονός που δείχνει υψηλή εσωτερική συνοχή των μεταβλητών και επιτρέπει τη δημιουργία συνολικού δείκτη εμποδίων και προκλήσεων.

Ο συνολικός δείκτης εμποδίων και προκλήσεων, όπως αποτυπώνεται στον Πίνακα 5.13, παρουσίασε μέση τιμή 3.61 και τυπική απόκλιση 0.778, γεγονός που δείχνει ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος αντιλαμβάνονται σε σχετικά υψηλό βαθμό την ύπαρξη δυσκολιών στη σύνδεση του τουρισμού με τον πρωτογενή τομέα.

Μεταβλητή	N	Ελάχιστη Τιμή	Μέγιστη Τιμή	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Συνολικός Δείκτης Εμποδίων και Προκλήσεων	100	1.40	5.00	3.61	0.778

Πίνακας 5.13. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη εμποδίων και προκλήσεων σχετικά με τη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Παράλληλα, η σχετικά περιορισμένη διασπορά των απαντήσεων δείχνει ότι οι επιχειρήσεις εμφανίζουν παρόμοιες αντιλήψεις σχετικά με τα βασικά εμπόδια που επηρεάζουν τη συνεργασία μεταξύ τουρισμού και τοπικής παραγωγής.

Συνολικά, τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν σημαντικές οργανωτικές και λειτουργικές προκλήσεις που δυσχεραίνουν την αποτελεσματική αξιοποίηση της τοπικής αγροδιατροφής στον τουρισμό.

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) για τη διερεύνηση διαφορών στον συνολικό δείκτη εμποδίων και προκλήσεων ως προς τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων.

Μεταβλητή Ομαδοποίησης	F	Sig. (p)	Eta Squared (η^2)	Στατιστικά Σημαντική Διαφορά
Τύπος τουριστικής επιχείρησης	0.992	0.375	0.020	Όχι
Έτη λειτουργίας επιχείρησης	3.680	0.055	0.103	Όχι
Κύρια αγορά επισκεπτών	0.170	0.844	0.003	Όχι
Δήμος δραστηριοποίησης	1.068	0.383	0.054	Όχι

Πίνακας 5.14. Αποτελέσματα ANOVA για το συνολικό δείκτη εμποδίων και προκλήσεων στη σύνδεση τουρισμού και πρωτογενούς τομέα. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα, σύμφωνα με τον Πίνακα 5.14, δεν έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, καθώς $p > 0.05$, ως προς:

- τον τύπο της επιχείρησης,
- τα έτη λειτουργίας,
- την κύρια αγορά επισκεπτών,
- και τον δήμο δραστηριοποίησης.

Τα ευρήματα υποδηλώνουν ότι οι αντιλήψεις των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με το συγκεκριμένο αντικείμενο εμφανίζονται σχετικά ομοιογενείς, ανεξάρτητα από τα βασικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων. Ωστόσο, για τα έτη λειτουργίας παρατηρήθηκε οριακή τάση διαφοροποίησης ($p = 0,055$), χωρίς όμως να επιβεβαιώνεται στατιστικά σημαντική διαφορά στο επίπεδο σημαντικότητας 5%.

5.1.7 Στόχος 5: Τοπικά προϊόντα, βιωσιμότητα και τουριστική ανάπτυξη

Η περιγραφική στατιστική της Ενότητας 5 (βλέπε Πίνακα 5.15) εξετάζει τις αντιλήψεις των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τη βιωσιμότητα και τις προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης μέσω της αξιοποίησης της τοπικής παραγωγής και της γαστρονομίας στη Π.Ε. Έβρου.

Μεταβλητή	1%	2%	3%	4%	5%	M.O.	T.A.
Η χρήση τοπικών προϊόντων συμβάλλει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη	1.0	4.0	14.0	49.0	32.0	4.07	0.844
Η σύνδεση τουρισμού και τοπικής παραγωγής ενισχύει την τοπική οικονομία	1.0	3.0	8.0	39.0	49.0	4.32	0.827
Η ανάπτυξη αγροτουρισμού μπορεί να ενισχύσει την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής	0.0	3.0	13.0	45.0	39.0	4.20	0.778
Οι επισκέπτες ενδιαφέρονται για βιώσιμες και αυθεντικές εμπειρίες	0.0	5.0	19.0	53.0	23.0	3.94	0.789
Η αξιοποίηση τοπικών προϊόντων συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς	1.0	3.0	15.0	37.0	44.0	4.20	0.876

Πίνακας 5.15. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία των αντιλήψεων των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τη βιωσιμότητα και τις προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης μέσω της τοπικής παραγωγής και της γαστρονομίας. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ιδιαίτερα θετικές αντιλήψεις των συμμετεχόντων σχετικά με τις δυνατότητες ανάπτυξης της σύνδεσης αυτής. Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφηκε στη μεταβλητή «Η σύνδεση τουρισμού και τοπικής παραγωγής ενισχύει την τοπική οικονομία» (M.O.=4.32), ενώ υψηλές αξιολογήσεις καταγράφηκαν και για τη συμβολή του αγροτουρισμού και των τοπικών προϊόντων στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Παράλληλα, η πλειονότητα των επιχειρήσεων θεωρεί ότι οι επισκέπτες ενδιαφέρονται για βιώσιμες και αυθεντικές εμπειρίες που συνδέονται με την τοπική παραγωγή και τη γαστρονομία.

Συνολικά, τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου αναγνωρίζουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης στη σύνδεση τοπικής παραγωγής, γαστρονομίας και τουρισμού.

Πραγματοποιήθηκε έλεγχος εσωτερικής αξιοπιστίας για τις 5 μεταβλητές της Ενότητας 5. Η κλίμακα παρουσίασε υψηλή αξιοπιστία (Cronbach's alpha = 0.894), γεγονός που δείχνει υψηλή εσωτερική συνοχή των μεταβλητών και επιτρέπει τη δημιουργία συνολικού δείκτη προοπτικών ανάπτυξης.

Ο δείκτης βιωσιμότητας και προοπτικών ανάπτυξης, που αποτυπώνεται στον Πίνακα 5.16, παρουσίασε υψηλή μέση τιμή (Μ.Ο.=4.146) και χαμηλή τυπική απόκλιση (Τ.Α.=0.690), γεγονός που δείχνει ιδιαίτερα θετικές και σχετικά ομοιογενείς αντιλήψεις μεταξύ των επιχειρήσεων.

Μεταβλητή	N	Ελάχιστη Τιμή	Μέγιστη Τιμή	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Συνολικός δείκτης βιωσιμότητας και προοπτικών ανάπτυξης	100	1.80	5.00	4.146	0.690

Πίνακας 5.16. Περιγραφική στατιστική του συνολικού δείκτη βιωσιμότητας και προοπτικών ανάπτυξης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος θεωρούν πως η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων, η ανάπτυξη αγροτουρισμού και η δημιουργία βιώσιμων και αυθεντικών εμπειριών μπορούν να συμβάλουν ουσιαστικά στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της Π.Ε. Έβρου.

Έπειτα, πραγματοποιήθηκε ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) για τη διερεύνηση διαφορών στον συνολικό δείκτη προοπτικών ανάπτυξης ως προς τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων.

Μεταβλητή Ομαδοποίησης	F	Sig. (p)	Eta Squared (η^2)	Στατιστικά Σημαντική Διαφορά
Τύπος τουριστικής επιχείρησης	0.424	0.656	0.009	Όχι
Έτη λειτουργίας επιχείρησης	0.454	0.715	0.014	Όχι
Κύρια αγορά επισκεπτών	2.528	0.085	0.050	Όχι
Δήμος δραστηριοποίησης	1.521	0.191	0.075	Όχι

Πίνακας 5.17. Αποτελέσματα ANOVA για τον συνολικό δείκτη βιωσιμότητας και προοπτικών ανάπτυξης. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα, σύμφωνα με τον Πίνακα 5.17, έδειξαν ότι δεν προέκυψαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, καθώς $p > 0.05$, ως προς:

- τον τύπο της επιχείρησης,
- τα έτη λειτουργίας,
- την κύρια αγορά επισκεπτών,
- και τον δήμο δραστηριοποίησης.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι οι αντιλήψεις των επιχειρήσεων σχετικά με τις προοπτικές ανάπτυξης της σύνδεσης τοπικής παραγωγής, γαστρονομίας και τουρισμού εμφανίζονται σχετικά ομοιογενείς, ανεξάρτητα από τα βασικά χαρακτηριστικά τους.

5.1.8 Συσχετίσεις μεταξύ των βασικών δεικτών της έρευνας για όλους τους στόχους

Για τη διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ των βασικών σύνθετων δεικτών της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Pearson (Pearson Correlation Coefficient), καθώς οι μεταβλητές ήταν ποσοτικές, προέκυψαν από σύνθετους δείκτες που υπολογίστηκαν ως μέσοι όροι κλιμάκων Likert και πληρούσαν τις βασικές παραδοχές εφαρμογής παραμετρικών ελέγχων. Ο συντελεστής Pearson επιτρέπει την εκτίμηση τόσο

της κατεύθυνσης (θετική ή αρνητική) όσο και της έντασης της σχέσης μεταξύ δύο μεταβλητών. Για την ερμηνεία των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκαν οι εξής κατηγορίες: τιμές έως 0,29 θεωρήθηκαν ασθενείς συσχετίσεις, από 0,30 έως 0,49 μέτριες, από 0,50 έως 0,69 ισχυρές και άνω του 0,70 πολύ ισχυρές συσχετίσεις.

Μεταβλητές	Pearson r	Sig. (p)	Ερμηνεία
Ενσωμάτωση Τοπικών Προϊόντων – Αυθεντικότητα	0.580	<0.001	Ισχυρή θετική συσχέτιση
Ενσωμάτωση Τοπικών Προϊόντων – Ανταγωνιστικότητα	0.467	<0.001	Μέτρια θετική συσχέτιση
Ενσωμάτωση Τοπικών Προϊόντων – Προοπτικές Βιωσιμότητας	0.459	<0.001	Μέτρια θετική συσχέτιση
Αυθεντικότητα – Ανταγωνιστικότητα	0.630	<0.001	Ισχυρή θετική συσχέτιση
Αυθεντικότητα – Προοπτικές Βιωσιμότητας	0.660	<0.001	Ισχυρή θετική συσχέτιση
Ανταγωνιστικότητα – Προοπτικές Βιωσιμότητας	0.757	<0.001	Πολύ ισχυρή θετική συσχέτιση
Εμπόδια – Ενσωμάτωση Τοπικών Προϊόντων	0.090	0.375	Μη στατιστικά σημαντική
Εμπόδια – Αυθεντικότητα	0.193	0.054	Μη στατιστικά σημαντική
Εμπόδια – Ανταγωνιστικότητα	0.247	0.013	Ασθενής θετική συσχέτιση
Εμπόδια – Προοπτικές Βιωσιμότητας	0.273	0.006	Ασθενής θετική συσχέτιση

Πίνακας 5.18. Συσχετίσεις μεταξύ των βασικών δεικτών της έρευνας για όλους τους στόχους. Ίδια επεξεργασία δεδομένων μέσω SPSS.

Τα αποτελέσματα, όπως διαφαίνονται στον Πίνακα 5.18, έδειξαν στατιστικά σημαντικές θετικές συσχετίσεις μεταξύ των περισσότερων βασικών δεικτών της έρευνας. Ειδικότερα, η ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων παρουσίασε ισχυρή θετική συσχέτιση με την αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας ($r=0.580$, $p<0.001$), καθώς και μέτριες θετικές συσχετίσεις με την ανταγωνιστικότητα του προορισμού ($r=0.467$, $p<0.001$) και τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης ($r=0.459$, $p<0.001$).

Παράλληλα, καταγράφηκαν ισχυρές θετικές συσχετίσεις μεταξύ αυθεντικότητας και ανταγωνιστικότητας ($r=0.630$, $p<0.001$), καθώς και μεταξύ αυθεντικότητας και προοπτικών βιωσιμότητας ($r=0.660$, $p<0.001$). Η ισχυρότερη συσχέτιση εντοπίστηκε μεταξύ ανταγωνιστικότητας και προοπτικών βιωσιμότητας ($r=0.757$, $p<0.001$), γεγονός που δείχνει ότι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας συνδέεται άμεσα με τις δυνατότητες βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης του προορισμού. Επιπλέον, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι ο δείκτης ανταγωνιστικότητας συνδέεται θετικά τόσο με την ενσωμάτωση των τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες των τουριστικών επιχειρήσεων ($r = 0,467$, $p < 0,001$), όσο και με την αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας ($r = 0,630$, $p < 0,001$), γεγονός που υποδηλώνει ότι η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και η ενίσχυση της αυθεντικότητας αποτελούν σημαντικούς παράγοντες ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος.

Αντίθετα, οι δείκτες εμποδίων παρουσίασαν ασθενείς ή μη στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις με ορισμένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, δεν προέκυψε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ εμποδίων και ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων, ούτε μεταξύ εμποδίων και αυθεντικότητας. Ωστόσο, καταγράφηκαν ασθενείς θετικές συσχετίσεις μεταξύ εμποδίων και ανταγωνιστικότητας ($r=0.247$, $p=0.013$), καθώς και μεταξύ εμποδίων και προοπτικών βιωσιμότητας ($r=0.273$, $p=0.006$).

Συνολικά, τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν την ύπαρξη θετικών και στατιστικά σημαντικών σχέσεων μεταξύ των περισσότερων βασικών διαστάσεων της έρευνας. Όσο αυξάνεται ο βαθμός ενσωμάτωσης των τοπικών προϊόντων στις τουριστικές υπηρεσίες, τόσο ενισχύεται η αντίληψη για την αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας, την ανταγωνιστικότητα του προορισμού και τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης. Παράλληλα, η αυθεντικότητα συνδέεται θετικά με την ανταγωνιστικότητα και τη βιωσιμότητα του προορισμού, ενώ η ισχυρότερη θετική σχέση εντοπίστηκε μεταξύ ανταγωνιστικότητας και προοπτικών βιώσιμης ανάπτυξης. Αντίθετα, ο δείκτης εμποδίων παρουσίασε ασθενείς ή μη στατιστικά σημαντικές σχέσεις με τις υπόλοιπες μεταβλητές, γεγονός που υποδηλώνει ότι

τα αντιλαμβανόμενα εμπόδια δεν επηρεάζουν στον ίδιο βαθμό όλες τις διαστάσεις της σύνδεσης τοπικής παραγωγής και τουρισμού.

5.1.9 Στόχος 6: Καταγραφή προτάσεων και απόψεων των επιχειρήσεων για την ενίσχυση της σύνδεσης τουρισμού και τοπικής παραγωγής

Θεματική Ανάλυση Ανοικτών Απαντήσεων

Για την διερεύνηση του Στόχου 6 πραγματοποιήθηκε ποιοτική ανάλυση περιεχομένου των ανοικτών απαντήσεων των συμμετεχόντων. Οι απαντήσεις ομαδοποιήθηκαν (βλέπε Πίνακα 5.19) σε βασικές θεματικές κατηγορίες ανάλογα με το περιεχόμενό τους, με στόχο την καταγραφή των σημαντικότερων προτάσεων και απόψεων σχετικά με την ενίσχυση της σύνδεσης τουρισμού, τοπικής παραγωγής και γαστρονομίας στην Π.Ε. Έβρου.

Θεματική Κατηγορία	Κύρια Θέματα
Τοπικά προϊόντα με δυναμική	Μεταξωτά, κρασιά, μέλι, αλλαντικά, γαλακτοκομικά
Ενίσχυση σύνδεσης τουρισμού και παραγωγής	Συνεργασίες, τοπικά πρωινά, γαστρονομικές δράσεις
Μορφές τουρισμού με προοπτική ανάπτυξης	Βιωματικός Αγροτουρισμός, θεματικός γαστρονομικός τουρισμός, οινοτουρισμός, γαστρονομικές διαδρομές
Προβολή και branding προορισμού	Φεστιβάλ, γευσιγνωσίες, προώθηση τοπικής ταυτότητας
Βιωματικές εμπειρίες	Επισκέψεις σε παραγωγικές μονάδες, συμμετοχή σε δραστηριότητες, σε φεστιβάλ και σε εργαστήρια

Πίνακας 5.19. Θεματικές Κατηγορίες Ανοικτών Απαντήσεων. Ίδια επεξεργασία ανοικτών απαντήσεων συμμετεχόντων.

1. Τοπικά προϊόντα με υψηλή δυναμική τουριστικής αξιοποίησης

Οι συμμετέχοντες ανέφεραν ως σημαντικότερα προϊόντα της Π.Ε. Έβρου:

- τα μεταξωτά προϊόντα Σουφλίου,
- τα κρασιά και αποστάγματα,
- το μέλι και τα προϊόντα μέλισσας,
- τα αλλαντικά και τα τοπικά κρέατα,
- τα γαλακτοκομικά προϊόντα,
- το ελαιόλαδο,
- τα αρωματικά φυτά και βότανα,
- τον τραχανά και τα παραδοσιακά προϊόντα.

Ιδιαίτερα συχνές ήταν οι αναφορές στα μεταξωτά του Σουφλίου και στα τοπικά προϊόντα γαστρονομίας, τα οποία θεωρούνται προϊόντα με ισχυρή τοπική ταυτότητα και σημαντικές δυνατότητες προβολής.

Ενδεικτικές απαντήσεις

«Μεγάλη δυναμική για τουριστική αξιοποίηση έχουν τα μεταξωτά από το Σουφλί καθώς θεωρείται το κορυφαίο προϊόν του Έβρου με παγκόσμια αναγνωρισιμότητα.»

«Μέλι και προϊόντα μέλισσας, αρωματικά φυτά και βότανα, κρασιά και αποστάγματα παρουσιάζουν σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης.»

2. Ενίσχυση της σύνδεσης τουρισμού και τοπικής παραγωγής

Οι περισσότερες προτάσεις επικεντρώθηκαν:

- στην ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στις τουριστικές επιχειρήσεις,
- στη δημιουργία τοπικών γαστρονομικών εμπειριών,
- στην ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ παραγωγών και επιχειρήσεων,
- στην προώθηση τοπικών προϊόντων μέσω εκδηλώσεων και φεστιβάλ,

- και στην ενίσχυση της προβολής του τόπου.

Πολλοί συμμετέχοντες τόνισαν τη σημασία της δημιουργίας ενός ολοκληρωμένου μοντέλου σύνδεσης τουρισμού και αγροδιατροφής.

Ενδεικτικές απαντήσεις

«Η ενίσχυση της σύνδεσης μεταξύ τουρισμού και τοπικής παραγωγής μπορεί να επιτευχθεί μέσα από ένα ολοκληρωμένο μοντέλο που συνδυάζει γαστρονομία, εμπειρίες και τοπικές αλυσίδες αξίας.»

«Μέσα από την ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στη φιλοξενία και τη δημιουργία συνεργασιών μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων.»

3. Προοπτικές ανάπτυξης γαστρονομικού τουρισμού και αγροτουρισμού

Οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης παρουσιάζουν εξειδικευμένες μορφές γαστρονομικού και αγροτουριστικού τουρισμού που συνδέονται με βιωματικές εμπειρίες, την τοπική παραγωγή, την τοπική κουζίνα και την αυθεντικότητα του προορισμού.

Ειδικότερα, συχνές ήταν οι αναφορές σε:

- αγροτουρισμό εμπειρίας,
- θεματικό και βιωματικό γαστρονομικό τουρισμό,
- οινοτουρισμό,
- οικοτουρισμό,
- τουρισμό τοπικών προϊόντων

Οι επιχειρήσεις ανέφεραν ότι ιδιαίτερα σημαντικές δυνατότητες παρουσιάζουν δραστηριότητες που επιτρέπουν στους επισκέπτες να συμμετέχουν ενεργά στην τοπική ζωή και παραγωγή, όπως:

- επισκέψεις σε αγροκτήματα και μονάδες παραγωγής,
- συμμετοχή σε συγκομιδές και αγροτικές δραστηριότητες,

- γευσιγνωσίες τοπικών προϊόντων και κρασιών,
- εργαστήρια παραδοσιακής μαγειρικής,
- περιηγήσεις σε οινοποιεία,
- και συμμετοχή σε τοπικά γαστρονομικά φεστιβάλ.

Παράλληλα, τονίστηκε η σημασία της σύνδεσης του φυσικού περιβάλλοντος του Έβρου με αυθεντικές εμπειρίες υπαίθρου, πολιτισμού και τοπικής γαστρονομίας.

Ενδεικτικές απαντήσεις

«Ο βιωματικός αγροτουρισμός με συμμετοχή των επισκεπτών σε αγροτικές δραστηριότητες μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πλεονέκτημα για την περιοχή.»

«Ο οινοτουρισμός και οι γαστρονομικές διαδρομές μπορούν να ενισχύσουν σημαντικά την τουριστική ανάπτυξη του Έβρου.»

«Οι επισκέπτες αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες που συνδέονται με την τοπική παραγωγή, τη φύση και τη γαστρονομία.»

Τα αποτελέσματα της προγενέστερης ποιοτικής ανάλυσης δείχνουν ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της Π.Ε. Έβρου αναγνωρίζουν σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης μέσα από τη σύνδεση τουρισμού, τοπικής παραγωγής και γαστρονομίας. Οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι η αξιοποίηση τοπικών προϊόντων με ισχυρή ταυτότητα, όπως τα μεταξωτά προϊόντα, τα κρασιά, το μέλι και τα τοπικά γαστρονομικά προϊόντα, μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη διαφοροποίηση και ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

Παράλληλα, ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανάγκη ανάπτυξης συνεργασιών μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και στη δημιουργία βιωματικών γαστρονομικών και αγροτουριστικών εμπειριών. Οι επιχειρήσεις θεωρούν ότι ο γαστρονομικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός και ο οινοτουρισμός αποτελούν μορφές τουρισμού με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης για την Π.Ε. Έβρου.

Συνολικά, οι ανοικτές απαντήσεις υποδηλώνουν ότι η σύνδεση τοπικής παραγωγής, πολιτισμού και τουρισμού μπορεί να αποτελέσει βασικό άξονα βιώσιμης και ανταγωνιστικής τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.

5.2 Ποιοτική έρευνα

5.2.1 Προφίλ συμμετεχόντων

Στην έρευνα συμμετείχαν παραγωγοί από διάφορες περιοχές την Π.Ε. Έβρου, με διαφορετικά χαρακτηριστικά ως προς το φύλο, την ηλικία, τα έτη δραστηριοποίησης και το είδος παραγωγής, όπως φαίνεται από τους Πίνακες 5.20 και 5.21. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες δραστηριοποιούνται για περισσότερα από 10 έτη στον πρωτογενή τομέα και ασχολούνται με την παραγωγή ελαιόλαδου, κηπευτικών, φρούτων, σιτηρών, μελιού και αρωματικών βοτάνων. Παράλληλα, κάποιοι παραγωγοί δήλωσαν ότι διαθέτουν στοιχεία τοπικής ταυτότητας ή πιστοποιήσεις ποιότητας στα προϊόντα τους.

Χαρακτηριστικό	Κατηγορία	Ποσοστό (%)
Φύλο	Άνδρες	92,9
	Γυναίκες	7,1
Ηλικία	25–34	7,1
	35–44	7,1
	45–54	50,0
	55+	35,7
Έτη δραστηριότητας	5–10 έτη	28,6
	11–20 έτη	28,6
	>20 έτη	42,9

Πίνακας 5.20. Δημογραφικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων παραγωγών της έρευνας. Ίδια επεξεργασία στοιχείων από συνεντεύξεις.

Είδος προϊόντων	Ποσοστό (%)
Σιτηρά / Όσπρια / Ζωοτροφές	21,4

Είδος προϊόντων	Ποσοστό (%)
Κηπευτικά / Φρούτα	28,6
Ελαιόλαδο	14,3
Κτηνοτροφία / Γαλακτοκομικά / Κρέας	7,1
Μελισσοκομία / Μέλι	14,3
Αρωματικά βότανα	7,1%
Επεξεργασμένα προϊόντα	7,1%

Πίνακας 5.21. Κατανομή των συμμετεχόντων παραγωγών ανά κατηγορία παραγόμενων προϊόντων.

Ίδια επεξεργασία στοιχείων από τις συνεντεύξεις.

5.2.2 Συνεργασία παραγωγών με τον τουριστικό τομέα

Τα αποτελέσματα, που αποτυπώνονται στον Πίνακα 5.22, δείχνουν ότι η συνεργασία των παραγωγών με τουριστικές επιχειρήσεις βρίσκεται ακόμη σε περιορισμένο επίπεδο. Ως βασικά κανάλια διάθεσης των προϊόντων αναφέρθηκαν, κυρίως, οι άμεσες πωλήσεις από το αγρόκτημα, οι τοπικές αγορές, καθώς και οι συνεργασίες με επιχειρήσεις εστίασης και φιλοξενίας. Οι υπάρχουσες συνεργασίες αφορούν, κυρίως, την προμήθεια τοπικών προϊόντων σε εστιατόρια, ξενοδοχεία και τουριστικές εκδηλώσεις μικρής κλίμακας.

Συνεργασία με τουριστικές επιχειρήσεις (παρελθόν ή παρόν)	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	3	21,4%
Όχι	11	78,6%

Πίνακας 5.22. Συνεργασία παραγωγών με τουριστικές επιχειρήσεις. Ίδια επεξεργασία στοιχείων από τις συνεντεύξεις.

Τα ευρήματα αυτά συμπληρώνουν τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας στις τουριστικές επιχειρήσεις, όπου επίσης καταγράφηκε περιορισμένος βαθμός συνεργασίας με τοπικούς παραγωγούς. Η ποιοτική έρευνα αναδεικνύει ότι η περιορισμένη συνεργασία δεν

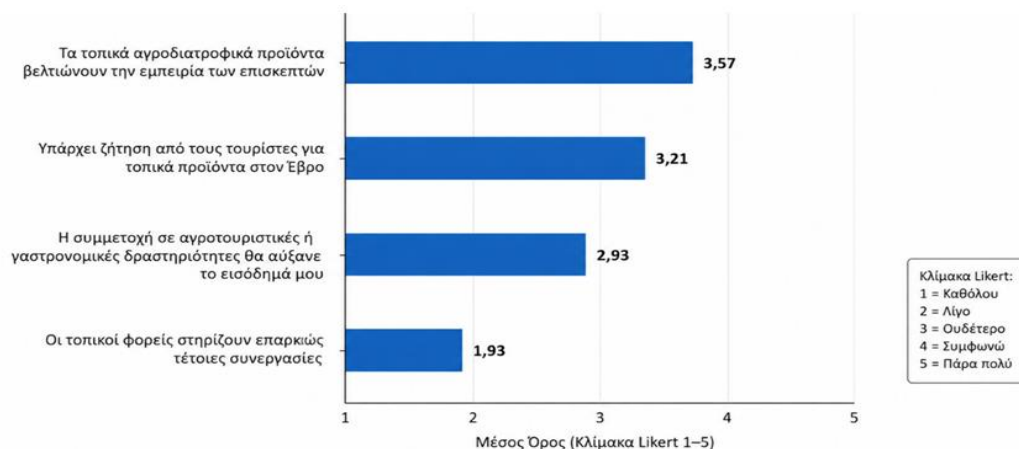
οφείλεται μόνο στην έλλειψη πρωτοβουλιών από τις επιχειρήσεις, αλλά και στις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ίδιοι οι παραγωγοί ως προς τον χρόνο, τους πόρους και την οργάνωση συνεργασιών.

5.2.3 Αντιλήψεις για τη σύνδεση παραγωγής και τουρισμού

Οι συμμετέχοντες εμφανίζονται γενικά θετικοί απέναντι στη σύνδεση της τοπικής αγροτικής παραγωγής με τη γαστρονομία και τον τουρισμό (βλέπε Διάγραμμα 5.4). Οι περισσότεροι εκτίμησαν ότι τα τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα συμβάλλουν στη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών, ενώ αρκετοί θεωρούν ότι υπάρχει ζήτηση από τους τουρίστες για τοπικά προϊόντα και γαστρονομικές εμπειρίες στον Έβρο.

Παράλληλα, μέρος των συμμετεχόντων θεωρεί ότι η συμμετοχή σε αγροτουριστικές και γαστρονομικές δραστηριότητες θα μπορούσε να συμβάλει στην ενίσχυση του εισοδήματος των παραγωγών και στην ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας της περιοχής. Ωστόσο, οι απαντήσεις στο συγκεκριμένο ζήτημα εμφανίζονται περισσότερο διαφοροποιημένες, γεγονός που δείχνει ότι δεν συμμερίζονται όλοι οι παραγωγοί την ίδια αισιοδοξία σχετικά με τα οικονομικά οφέλη τέτοιων δραστηριοτήτων.

Επιπλέον, αρκετοί συμμετέχοντες υπογράμμισαν ότι ο Έβρος διαθέτει ισχυρή τοπική και γαστρονομική ταυτότητα, η οποία μπορεί να αξιοποιηθεί περαιτέρω μέσω του αγροτουρισμού και του γαστρονομικού τουρισμού. Ως σημαντικά μέσα προώθησης αναφέρθηκαν οι τοπικές αγορές, οι γευσιγνωσίες, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι συνεργασίες με επαγγελματίες του τουρισμού. Παράλληλα, σημαντικό μέρος των παραγωγών εξέφρασε επιφυλάξεις σχετικά με τον βαθμό στήριξης από τους τοπικούς φορείς για την ανάπτυξη τέτοιων συνεργασιών.

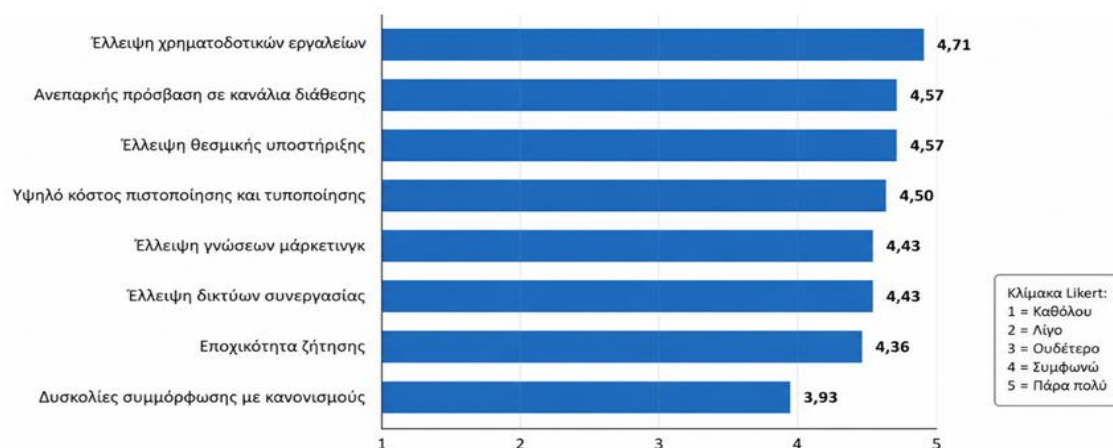


Διάγραμμα 5.4. Αντιλήψεις συμμετεχόντων για τη σύνδεση της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό (βάσει Μ.Ο.). Ίδια επεξεργασία δεδομένων.

Τα αποτελέσματα αυτά επιβεβαιώνουν τα ευρήματα της ποσοτικής έρευνας, σύμφωνα με τα οποία οι τουριστικές επιχειρήσεις αξιολόγησαν θετικά τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στην αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας και στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος της Π.Ε. Έβρου. Οι συνεντεύξεις προσφέρουν επιπλέον πληροφορίες σχετικά με τους τρόπους αξιοποίησης της τοπικής γαστρονομίας και της τοπικής ταυτότητας.

5.2.4 Εμπόδια και προκλήσεις

Παρά τις θετικές αντιλήψεις σχετικά με τη σύνδεση της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό, οι παραγωγοί ανέδειξαν σημαντικά εμπόδια που δυσκολεύουν την ανάπτυξη συνεργασιών με τον τουριστικό τομέα. Οι απαντήσεις καταγράφηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert, όπου 1 αντιστοιχεί στο «Καθόλου» και 5 στο «Πάρα πολύ».



Διάγραμμα 5.5. Σημαντικά εμπόδια συνεργασίας με τον τουριστικό τομέα (βάσει Μ.Ο.). Ίδια επεξεργασία δεδομένων.

Τα αποτελέσματα, που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 5.5, δείχνουν ότι οι παραγωγοί θεωρούν ως σημαντικότερο εμπόδιο την έλλειψη χρηματοδοτικών εργαλείων (Μ.Ο.=4,71), γεγονός που αναδεικνύει τη δυσκολία πρόσβασης σε οικονομικούς πόρους για την ανάπτυξη συνεργασιών και επενδύσεων σχετικών με τον αγροτουρισμό και τη γαστρονομία. Υψηλές αξιολογήσεις συγκέντρωσαν επίσης η ανεπαρκής πρόσβαση σε κανάλια διάθεσης και η έλλειψη θεσμικής υποστήριξης (Μ.Ο.=4,57), γεγονός που υποδηλώνει την ανάγκη ενίσχυσης της προώθησης, της δικτύωσης και της υποστήριξης από τους τοπικούς φορείς.

Παράλληλα, το υψηλό κόστος πιστοποίησης και τυποποίησης (Μ.Ο.=4,50), η έλλειψη γνώσεων μάρκετινγκ και η περιορισμένη ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας (Μ.Ο.=4,43) αξιολογήθηκαν επίσης ως ιδιαίτερα σημαντικά εμπόδια. Αντίθετα, οι δυσκολίες συμμόρφωσης με κανονισμούς εμφάνισαν χαμηλότερο μέσο όρο (Μ.Ο.=3,93), χωρίς ωστόσο να παύουν να αποτελούν παράγοντα προβληματισμού για αρκετούς παραγωγούς.

Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν σε μεγάλο βαθμό τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας, όπου οι τουριστικές επιχειρήσεις ανέδειξαν ως σημαντικά προβλήματα την περιορισμένη συνεργασία με τους παραγωγούς, την ανεπαρκή προβολή της τοπικής γαστρονομίας και την έλλειψη οργανωμένων δράσεων. Η ποιοτική έρευνα αναδεικνύει επιπλέον τον ρόλο της χρηματοδότησης, της εκπαίδευσης, της θεσμικής υποστήριξης της

συνεργασίας μεταξύ πρωτογενούς τομέα και τουρισμού, προκειμένου να αξιοποιηθούν αποτελεσματικά οι δυνατότητες ανάπτυξης του αγροτουρισμού και του γαστρονομικού τουρισμού στον Έβρο.

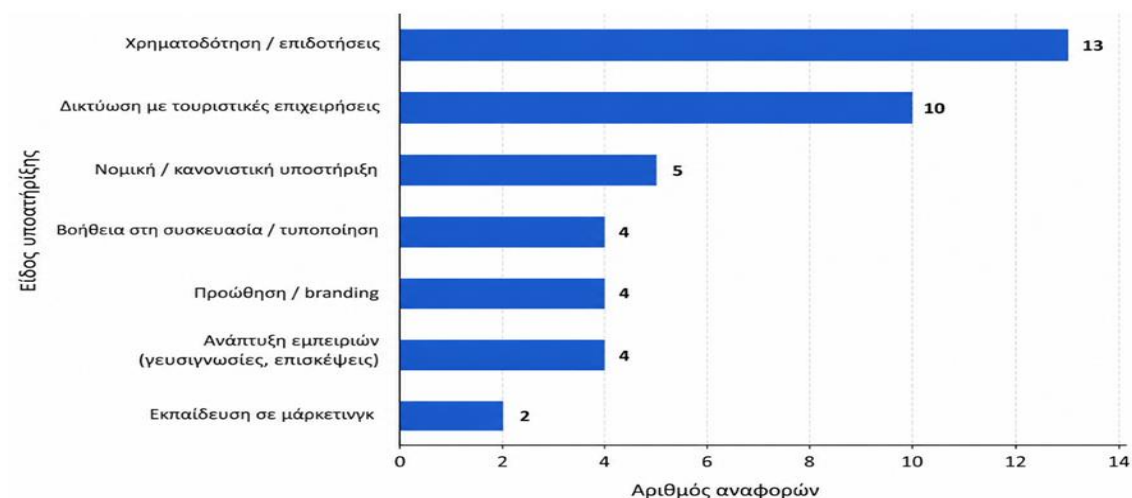
5.2.5 Ανάγκες υποστήριξης και προώθησης

Η ενότητα αυτή εξετάζει την πρόθεση των παραγωγών να συμμετάσχουν σε συνεργασίες με τον τουριστικό τομέα, καθώς και τις βασικές ανάγκες υποστήριξης που θεωρούν απαραίτητες για την ανάπτυξη τέτοιων συνεργασιών. Παράλληλα, διερευνώνται τα σημαντικότερα μέσα προώθησης των τοπικών προϊόντων και εμπειριών, τα οποία μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση της σύνδεσης της τοπικής παραγωγής με τον γαστρονομικό και αγροτουριστικό τουρισμό στην Π.Ε. Έβρου.

Δήλωση	Ναι	Όχι	Ίσως
Θα συμμετείχα σε τοπικό δίκτυο παραγωγών με τουριστικές επιχειρήσεις	4	5	5
Έχω χρόνο/πόρους για ανάπτυξη συνεργασιών με τον τουρισμό	2	10	2

Πίνακας 5.23. Πρόθεση των παραγωγών για συμμετοχή σε συνεργασίες με τον τουριστικό τομέα και ανάγκες υποστήριξης για την ανάπτυξή τους. Ίδια επεξεργασία στοιχείων από τις συνεντεύξεις.

Τα αποτελέσματα, σύμφωνα με τον Πίνακα 5.23, δείχνουν ότι οι παραγωγοί εμφανίζονται επιφυλακτικοί ως προς τη συμμετοχή τους σε οργανωμένα δίκτυα συνεργασίας με τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς σημαντικό ποσοστό απάντησε αρνητικά ή αβέβαια σχετικά με τη συμμετοχή του σε τέτοιες πρωτοβουλίες. Παράλληλα, η πλειονότητα δήλωσε ότι δεν διαθέτει επαρκή χρόνο ή πόρους για την ανάπτυξη συνεργασιών με τον τουριστικό τομέα, γεγονός που αναδεικνύει τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι μικρές παραγωγικές μονάδες στην προσπάθεια σύνδεσης με τον τουρισμό.



Διάγραμμα 5.6. Ανάγκες υποστήριξης για σύνδεση με τον τουρισμό. Ίδια επεξεργασία δεδομένων.

Ως σημαντικότερες ανάγκες υποστήριξης, σύμφωνα με το Διάγραμμα 5.6, αναδείχθηκαν η χρηματοδότηση και οι επιδοτήσεις, καθώς και η δικτύωση με τουριστικές επιχειρήσεις, γεγονός που επιβεβαιώνει τη σημασία της οικονομικής και θεσμικής ενίσχυσης για την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ πρωτογενούς τομέα και τουρισμού. Επιπλέον, αρκετοί παραγωγοί ανέφεραν την ανάγκη για υποστήριξη σε ζητήματα τυποποίησης, branding και ανάπτυξης εμπειριών, όπως γευσιγνωσίες και επισκέψιμα αγροκτήματα.



Κλίμακα Likert: 1 = Καθόλου | 2 = Λίγο | 3 = Ουδέτερο | 4 = Συμφωνώ | 5 = Πάρα πολύ

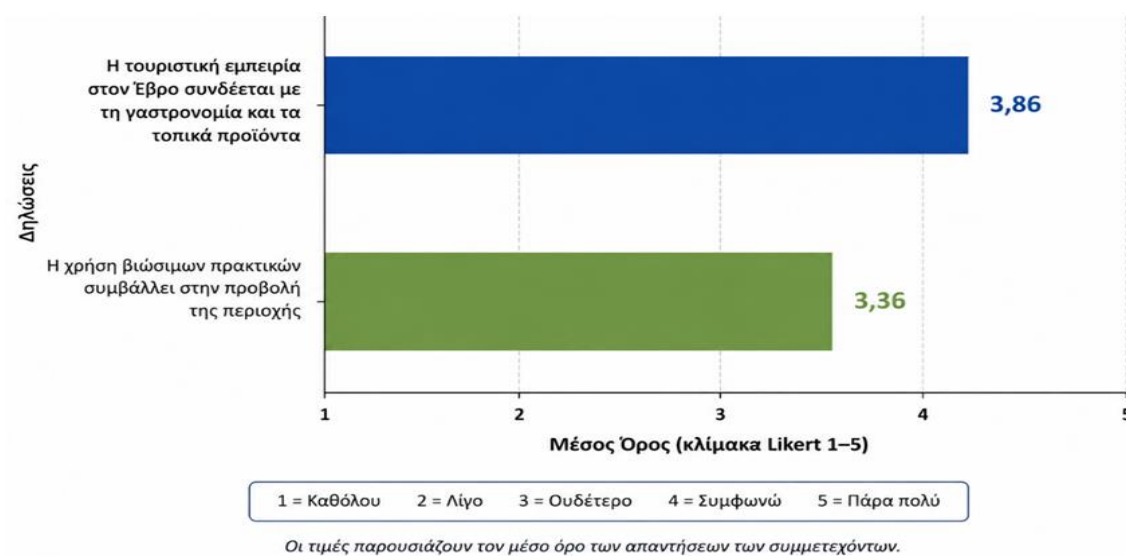
Διάγραμμα 5.7. Σημαντικότερα μέσα προώθησης τοπικών προϊόντων και εμπειριών (βάσει Μ.Ο.). Ίδια επεξεργασία δεδομένων.

Το Διάγραμμα 5.7 δείχνει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συγκεντρώνουν την υψηλότερη αξιολόγηση ως μέσο προώθησης τοπικών προϊόντων και εμπειριών, ακολουθούμενα από τις τοπικές αγορές και τα επισκέψιμα αγροκτήματα. Τα αποτελέσματα αναδεικνύουν τη σημασία τόσο της ψηφιακής προβολής όσο και των βιωματικών εμπειριών για την ενίσχυση της σύνδεσης της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό στην Π.Ε. Έβρου. Παράλληλα, σημαντική αξιολόγηση συγκέντρωσαν οι συνεργασίες με ξενώνες και οι γευσιγνωσίες, γεγονός που υποδηλώνει τη δυναμική ανάπτυξης γαστρονομικών και αγροτουριστικών δραστηριοτήτων στην περιοχή.

Τα αποτελέσματα αυτά συμπληρώνουν τα ευρήματα της ποσοτικής έρευνας, σύμφωνα με τα οποία οι τουριστικές επιχειρήσεις θεωρούν απαραίτητη την ενίσχυση της συνεργασίας με τους παραγωγούς και την ανάπτυξη κοινών δράσεων προβολής. Η ποιοτική έρευνα δείχνει ότι οι παραγωγοί αναγνωρίζουν τη σημασία αυτών των συνεργασιών, αλλά παράλληλα δηλώνουν ότι χρειάζονται χρηματοδότηση, δικτύωση και τεχνική υποστήριξη για να συμμετάσχουν ενεργά.

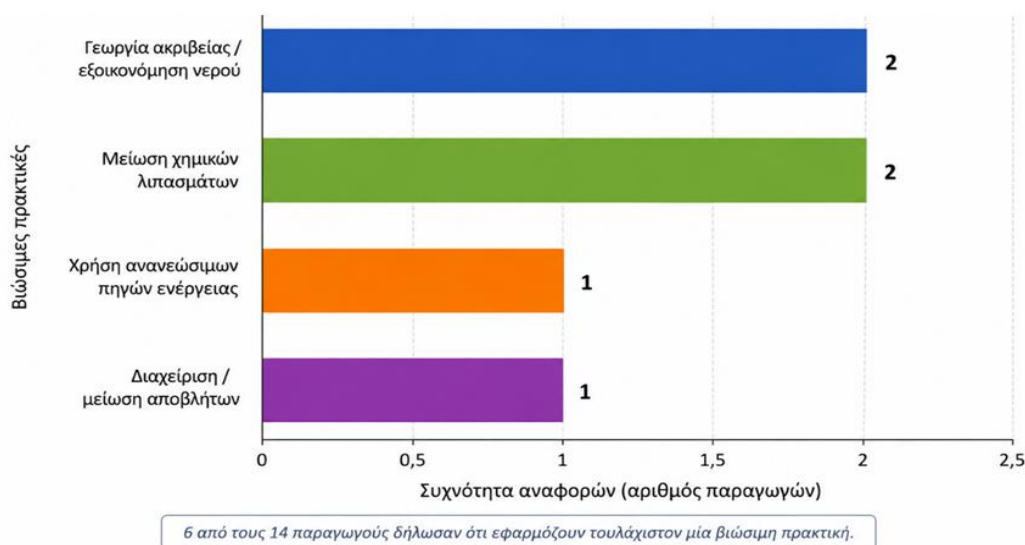
5.2.6 Βιωσιμότητα και τοπική ανάπτυξη

Η ενότητα αυτή εξετάζει τις αντιλήψεις των παραγωγών σχετικά με τη συμβολή της βιωσιμότητας και της τοπικής γαστρονομίας στην τουριστική ανάπτυξη της Π.Ε. Έβρου, καθώς και τον βαθμό εφαρμογής βιώσιμων πρακτικών στην παραγωγική διαδικασία (βλέπε Διάγραμμα 5.8). Παράλληλα, διερευνώνται συγκεκριμένες πρακτικές βιωσιμότητας που εφαρμόζονται από τους συμμετέχοντες, με στόχο την ανάδειξη της σχέσης μεταξύ πρωτογενούς τομέα, βιώσιμης ανάπτυξης και τουρισμού.



Διάγραμμα 5.8. Αντιλήψεις σχετικά με βιωσιμότητα και σύνδεση γαστρονομίας-τουρισμού (βάσει Μ.Ο.). Ίδια επεξεργασία δεδομένων.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι παραγωγοί εμφανίζονται σχετικά θετικοί ως προς τη σύνδεση της τουριστικής εμπειρίας στον Έβρο με τη γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα (Μ.Ο.=3,86), γεγονός που αναδεικνύει τη σημασία της τοπικής παραγωγής στη διαμόρφωση αυθεντικών τουριστικών εμπειριών. Αντίθετα, η συμβολή των βιώσιμων πρακτικών στην προβολή της περιοχής αξιολογήθηκε πιο ουδέτερα (Μ.Ο.=3,36), στοιχείο που πιθανόν υποδηλώνει περιορισμένη ενημέρωση ή αξιοποίηση της βιωσιμότητας ως εργαλείου τουριστικής διαφοροποίησης.



Διάγραμμα 5.9. Εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών από τους παραγωγούς. Ίδια επεξεργασία δεδομένων.

Παράλληλα, περιορισμένος αριθμός παραγωγών (6 από τους 14) δήλωσε ότι εφαρμόζει συγκεκριμένες βιώσιμες πρακτικές στην παραγωγή του (βλέπε Διάγραμμα 5.9). Οι πιο συχνές πρακτικές αφορούν τη γεωργία ακριβείας και την εξοικονόμηση νερού, καθώς και τη μείωση χρήσης χημικών λιπασμάτων. Αντίθετα, λιγότερο συχνή εμφανίζεται η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και η διαχείριση αποβλήτων.

Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας, όπου οι τουριστικές επιχειρήσεις αξιολόγησαν ιδιαίτερα θετικά τη συμβολή των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Ωστόσο, οι συνεντεύξεις αναδεικνύουν ότι η εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών από τους ίδιους τους παραγωγούς παραμένει περιορισμένη, γεγονός που υποδηλώνει την ανάγκη περαιτέρω υποστήριξης και εκπαίδευσης.

5.2.7 Ανάλυση ανοικτών ερωτήσεων

Από τις ανοικτές απαντήσεις των παραγωγών προέκυψε ότι ο Έβρος διαθέτει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης αγροτουρισμού και γαστρονομικού τουρισμού, κυρίως λόγω της πλούσιας φυσικής κληρονομιάς, της τοπικής γαστρονομίας, των παραδοσιακών προϊόντων και της αυθεντικότητας της περιοχής. Παράλληλα, οι συμμετέχοντες υπογράμμισαν την

ανάγκη για καλύτερη προβολή, ενίσχυση συνεργασιών, δημιουργία οργανωμένων εμπειριών και ανάπτυξη συντονισμένων δράσεων μεταξύ παραγωγών, επιχειρήσεων και τοπικών φορέων.

5.2.7.1 Ανάπτυξη γαστρονομικών και αγροτουριστικών εμπειριών

Οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι η περιοχή διαθέτει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης μέσω:

- γαστρονομικών διαδρομών,
- επισκέψιμων αγροκτημάτων,
- τοπικών φεστιβάλ,
- εμπειριών κοντά στη φύση.

Ενδεικτικές αναφορές:

«Γαστρονομικές διαδρομές και επισκέψιμες μονάδες μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες.»

«Αξιοποίηση των τοπικών διαδρομών και σύνδεση με γευσιγνωσίες.»

5.2.7.2 Ανάγκη συνεργασίας και δικτύωσης

Πολλοί παραγωγοί επισήμαναν ότι απαιτείται μεγαλύτερη συνεργασία μεταξύ πρωτογενούς τομέα και τουρισμού.

Ενδεικτικές αναφορές:

«Συνεργασία παραγωγών, τουριστικών επιχειρήσεων και τοπικών φορέων.»

«Χρειάζονται κοινές δράσεις και καλύτερη δικτύωση.»

5.2.7.3 Προβολή και branding τοπικών προϊόντων

Αρκετές απαντήσεις επικεντρώθηκαν στην ανάγκη ενίσχυσης της προβολής του Έβρου και των τοπικών προϊόντων.

Ενδεικτικές αναφορές:

«Χρειάζεται καλύτερη προώθηση των τοπικών προϊόντων.»

«Το branding μπορεί να βοηθήσει σημαντικά την περιοχή.»

5.2.7.4 Τοπική ταυτότητα και αυθεντικότητα

Οι συμμετέχοντες ανέδειξαν τη σημασία της τοπικής γαστρονομίας και της αυθεντικότητας ως βασικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος.

Ενδεικτικές αναφορές:

«Η τοπική κουζίνα και τα παραδοσιακά προϊόντα αποτελούν πλεονέκτημα για τον Έβρο.»

«Η αυθεντικότητα της περιοχής μπορεί να διαφοροποιήσει τον προορισμό.»

5.2.8 Συνοπτικά συμπεράσματα

Συνολικά, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι παραγωγοί της Π.Ε. Έβρου αναγνωρίζουν τη δυναμική της σύνδεσης της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό, ιδιαίτερα μέσω της γαστρονομίας και του αγροτουρισμού. Παράλληλα, αναδεικνύεται η ανάγκη ενίσχυσης της συνεργασίας, της προβολής, της εκπαίδευσης και της θεσμικής υποστήριξης, ώστε να αξιοποιηθεί αποτελεσματικά το τοπικό παραγωγικό κεφάλαιο στο πλαίσιο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

5.3 Σύνθεση ποσοτικών και ποιοτικών ευρημάτων.

Η ανάλυση της έρευνας ανέδειξε σημαντικές συγκλίσεις μεταξύ των απόψεων των τοπικών παραγωγών και των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τη σύνδεση τοπικής παραγωγής, γαστρονομίας και τουρισμού στην Π.Ε. Έβρου.

Τόσο οι τουριστικές επιχειρήσεις όσο και οι παραγωγοί αναγνώρισαν ότι τα τοπικά προϊόντα και η τοπική γαστρονομία μπορούν να αποτελέσουν βασικό στοιχείο διαφοροποίησης και ενίσχυσης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανάγκη ανάπτυξης συνεργασιών μεταξύ των δύο τομέων, καθώς και στη δημιουργία οργανωμένων γαστρονομικών και αγροτουριστικών δράσεων.

Παράλληλα, οι δύο πλευρές συμφώνησαν ότι μορφές τουρισμού, όπως ο γαστρονομικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός και ο βιωματικός τουρισμός παρουσιάζουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης για τον Έβρο, ιδιαίτερα μέσα από δραστηριότητες που συνδέονται με την τοπική παραγωγή, τις γευσιγνωσίες, τις επισκέψεις σε παραγωγικές μονάδες και τις αυθεντικές εμπειρίες υπαίθρου.

Επιπλέον, τόσο οι παραγωγοί όσο και οι επιχειρήσεις ανέφεραν ως βασικά εμπόδια:

- την περιορισμένη προβολή της τοπικής γαστρονομίας,
- την έλλειψη οργανωμένων συνεργασιών,
- και την απουσία συντονισμένων δράσεων προώθησης του προορισμού.

Τα ευρήματα αυτά δείχνουν ότι υπάρχει κοινή αντίληψη μεταξύ των δύο πλευρών σχετικά με τη σημασία της σύνδεσης τουρισμού και τοπικής παραγωγής, αλλά και σχετικά με τις βασικές προκλήσεις που περιορίζουν την αξιοποίηση των δυνατοτήτων της περιοχής.

Συνολικά, τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων μπορεί να αποτελέσει βασικό άξονα βιώσιμης και ανταγωνιστικής τουριστικής ανάπτυξης στην Π.Ε. Έβρου.

6. Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής

6.1 Κύρια συμπεράσματα ως απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα

Η παρούσα έρευνα είχε ως βασικό στόχο τη διερεύνηση του ρόλου της τοπικής αγροτικής παραγωγής στην ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος της Π.Ε. Έβρου, μέσα από την εξέταση των αντιλήψεων των τουριστικών επιχειρήσεων και των τοπικών παραγωγών σχετικά με τη σύνδεση αγροδιατροφής και τουρισμού. Τα αποτελέσματα, όπως αυτά προέκυψαν από τη στατιστική ανάλυση και την ποιοτική επεξεργασία των δεδομένων από το ερωτηματολόγιο και τις συνεντεύξεις (βλ. Παράρτημα Α και Β), οργανώνονται ως απαντήσεις στα κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα:

- 1ο Ερευνητικό Ερώτημα-Βαθμός ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων: Διαπιστώθηκε ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις ενσωματώνουν τα τοπικά προϊόντα σε μέτριο προς υψηλό βαθμό στις παρεχόμενες υπηρεσίες τους. Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι αναγνωρίζεται η σημασία της αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, αν και εξακολουθούν να υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω αξιοποίησής τους.
- 2ο Ερευνητικό Ερώτημα-Αυθεντικότητα τουριστικής εμπειρίας: Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι επιχειρήσεις θεωρούν πως τα τοπικά προϊόντα και η τοπική γαστρονομία συμβάλλουν ουσιαστικά στη δημιουργία αυθεντικών και ποιοτικών τουριστικών εμπειριών. Παράλληλα, η ισχυρή θετική συσχέτιση μεταξύ του δείκτη ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων και του δείκτη αυθεντικότητας επιβεβαιώνει ότι όσο μεγαλύτερη είναι η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων, τόσο ενισχύεται η αντίληψη για την αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας.
- 3ο Ερευνητικό Ερώτημα-Ανταγωνιστικότητα προορισμού: Η έρευνα κατέδειξε ότι η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και της τοπικής γαστρονομίας συνδέεται θετικά με την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προορισμού. Η ανταγωνιστικότητα παρουσίασε θετικές και στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις τόσο με την ενσωμάτωση των τοπικών προϊόντων όσο και με την αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας, γεγονός που αναδεικνύει τον καθοριστικό ρόλο των στοιχείων αυτών στη διαφοροποίηση και την ελκυστικότητα της Π.Ε. Έβρου ως τουριστικού προορισμού.

- 4ο Ερευνητικό Ερώτημα-Εμπόδια και προκλήσεις: Αναδείχθηκε ότι τα σημαντικότερα εμπόδια για τη σύνδεση της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό είναι πολυδιάστατα και δεν περιορίζονται αποκλειστικά σε οικονομικούς παράγοντες, αλλά περιλαμβάνουν επίσης σημαντικές οργανωτικές και θεσμικές αδυναμίες. Ειδικότερα, η έλλειψη οργανωμένων γαστρονομικών δράσεων, η περιορισμένη προβολή της τοπικής γαστρονομίας και η δυσκολία σταθερής προμήθειας τοπικών προϊόντων αποτελούν τους σημαντικότερους ανασταλτικούς παράγοντες.

Η εικόνα αυτή επιβεβαιώνεται και από τη συνολική αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης στην Π.Ε. Έβρου, καθώς και από τα ευρήματα της ποιοτικής έρευνας. Παρά τον σημαντικό αγροδιατροφικό πλούτο της περιοχής και τις δυνατότητες αξιοποίησής του στο πλαίσιο της τουριστικής δραστηριότητας, η πρακτική διασύνδεση του πρωτογενούς τομέα με το τουριστικό προϊόν παραμένει περιορισμένη και αποσπασματική. Ενδεικτικό είναι ότι μόνο 3 από τους 14 παραγωγούς που συμμετείχαν στην ποιοτική έρευνα δήλωσαν ότι έχουν ή είχαν συνεργασία με τουριστικές επιχειρήσεις, ενώ οι υφιστάμενες συνεργασίες αφορούν κυρίως την προμήθεια τοπικών προϊόντων σε επιχειρήσεις εστίασης και φιλοξενίας και τη συμμετοχή σε μικρής κλίμακας τουριστικές εκδηλώσεις. Παράλληλα, αν και στην περιοχή καταγράφονται ορισμένες αξιόλογες πρωτοβουλίες, όπως τοπικά φεστιβάλ και γαστρονομικές εκδηλώσεις, δεν έχει ακόμη διαμορφωθεί σε επαρκή βαθμό ένα οργανωμένο και σταθερό πλαίσιο που να συνδέει συστηματικά την πρωτογενή παραγωγή με την τουριστική εμπειρία. Το στοιχείο αυτό αναδεικνύει την απόσταση μεταξύ των δυνατοτήτων που διαθέτει η περιοχή και του σημερινού βαθμού αξιοποίησής τους και ενισχύει την ανάγκη ανάπτυξης σταθερότερων συνεργασιών, οργανωμένων αγροτουριστικών και γαστρονομικών εμπειριών και συντονισμένων δράσεων μεταξύ παραγωγών, τουριστικών επιχειρήσεων και τοπικών φορέων.

- 5ο Ερευνητικό Ερώτημα-Βιώσιμη ανάπτυξη και προοπτικές: Τα αποτελέσματα ανέδειξαν σημαντικές προοπτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης μέσω της αξιοποίησης της τοπικής παραγωγής και της γαστρονομίας. Η πολύ ισχυρή θετική συσχέτιση μεταξύ του δείκτη ανταγωνιστικότητας και του δείκτη βιωσιμότητας και

προοπτικών ανάπτυξης επιβεβαιώνει ότι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του προορισμού συνδέεται άμεσα με τις δυνατότητες βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας επιβεβαίωσαν και συμπλήρωσαν τα ευρήματα της ποσοτικής ανάλυσης. Οι τοπικοί παραγωγοί εξέφρασαν θετική στάση απέναντι στη συνεργασία με τις τουριστικές επιχειρήσεις και ανέδειξαν τη σημασία του γαστρονομικού τουρισμού, του αγροτουρισμού και των βιωματικών εμπειριών ως βασικών αξόνων ανάπτυξης της περιοχής. Ταυτόχρονα, υπογράμμισαν ότι απαιτείται μεγαλύτερος συντονισμός μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, καλύτερη προβολή των τοπικών προϊόντων και ουσιαστική υποστήριξη για την ανάπτυξη σταθερών συνεργασιών.

Τα ευρήματα της παρούσας έρευνας βρίσκονται σε σημαντικό βαθμό σε συμφωνία με τα αποτελέσματα προηγούμενων μελετών σχετικά με τη σύνδεση της τοπικής παραγωγής, της γαστρονομίας και του τουρισμού. Ειδικότερα, η θετική συμβολή των τοπικών προϊόντων στη διαμόρφωση αυθεντικών τουριστικών εμπειριών συμφωνεί με τη διεθνή βιβλιογραφία, σύμφωνα με την οποία η κατανάλωση τοπικών προϊόντων και η επαφή με την τοπική γαστρονομία ενισχύουν τη σύνδεση του επισκέπτη με την ταυτότητα και τον πολιτισμό του προορισμού (Sims, 2009; Hall & Mitchell, 2005). Αντίστοιχα, το εύρημα ότι η αξιοποίηση της τοπικής γαστρονομίας μπορεί να συμβάλει στη διαφοροποίηση και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος βρίσκεται στην ίδια κατεύθυνση με τους Hall et al. (2003), οι οποίοι αναδεικνύουν τη σημασία γαστρονομικών διαδρομών, τοπικών εκδηλώσεων και επισκέψιμων μονάδων παραγωγής για τη δημιουργία διαφοροποιημένων τουριστικών εμπειριών.

Παράλληλα, η ανάγκη ενίσχυσης της συνεργασίας μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων που αναδείχθηκε στην παρούσα έρευνα συμφωνεί με τους Everett και Slocum (2013), οι οποίοι επισημαίνουν τη σημασία των συνεργασιών και των τοπικών δικτύων για την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Ταυτόχρονα, η περιορισμένη και αποσπασματική διασύνδεση που καταγράφηκε στην Π.Ε. Έβρου, καθώς και η έλλειψη οργανωμένων συνεργασιών και συντονισμένων δράσεων, βρίσκονται σε συμφωνία με αντίστοιχες επισημάνσεις της βιβλιογραφίας σχετικά με τις δυσκολίες συνεργασίας και συντονισμού μεταξύ αγροτικού και τουριστικού τομέα (Hall & Gossling, 2016). Ειδικότερα για την περιοχή του Έβρου, τα ευρήματα είναι επίσης συμβατά με τις επισημάνσεις των Kizos και Iosifides (2007) σχετικά με την έλλειψη οργανωμένων δικτύων και συντονισμένης στρατηγικής ανάπτυξης.

Συνεπώς, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας βρίσκονται σε γενική συμφωνία με τις βασικές κατευθύνσεις της υφιστάμενης βιβλιογραφίας και τις επιβεβαιώνουν στο ειδικότερο πλαίσιο της Π.Ε. Έβρου. Παράλληλα, αναδεικνύουν ότι, ενώ υπάρχει θετική αντίληψη για τις δυνατότητες σύνδεσης της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό, η μετάβαση από την αναγνώριση αυτών των δυνατοτήτων σε οργανωμένες, σταθερές και συστηματικές συνεργασίες εξακολουθεί να αποτελεί βασική πρόκληση για την περιοχή.

Συνολικά, η έρευνα καταδεικνύει ότι η σύνδεση της τοπικής αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό μπορεί να αποτελέσει βασικό μοχλό ενίσχυσης της αυθεντικότητας, της ανταγωνιστικότητας και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Π.Ε. Έβρου. Ωστόσο, τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι υπάρχει απόσταση μεταξύ των δυνατοτήτων που προσφέρει ο αγροδιατροφικός πλούτος της περιοχής και της υφιστάμενης αξιοποίησής του στο πλαίσιο ενός οργανωμένου τουριστικού προϊόντος. Η περαιτέρω αξιοποίηση των δυνατοτήτων αυτών προϋποθέτει συστηματική συνεργασία μεταξύ παραγωγών, τουριστικών επιχειρήσεων και δημόσιων φορέων, καθώς και την υιοθέτηση ολοκληρωμένων στρατηγικών που θα ενισχύσουν την προβολή, τη δικτύωση και την αποτελεσματική αξιοποίηση των τοπικών πόρων.

6.2 Προτάσεις πολιτικής και στρατηγικής

Τα ευρήματα της παρούσας έρευνας ανέδειξαν τόσο τις δυνατότητες όσο και τις αδυναμίες που χαρακτηρίζουν τη σύνδεση της τοπικής αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό στην Π.Ε. Έβρου. Με βάση τα αποτελέσματα της ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας, διατυπώνονται οι ακόλουθες προτάσεις πολιτικής και στρατηγικής.

6.2.1 Ενίσχυση συνεργασιών μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων

Η πρόταση αυτή βασίζεται στο εύρημα ότι η περιορισμένη συνεργασία μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων αποτελεί έναν από τους βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες για την αποτελεσματική σύνδεση του πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό. Παράλληλα, οι παραγωγοί που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις εξέφρασαν θετική στάση απέναντι στην ανάπτυξη συνεργασιών, επισημαίνοντας όμως την ανάγκη καλύτερου

συντονισμού και υποστήριξης. Για τον λόγο αυτό προτείνεται η δημιουργία τοπικών δικτύων συνεργασίας (clusters), τα οποία θα διευκολύνουν τη σύναψη σταθερών συνεργασιών μεταξύ παραγωγών, ξενοδοχειακών μονάδων, επιχειρήσεων εστίασης και τουριστικών γραφείων, θα συμβάλουν ουσιαστικά στην ανάπτυξη κοινών δράσεων προβολής και στη δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών για την περιοχή.

6.2.2 Βελτίωση της διασύνδεσης της τοπικής παραγωγής με τις τουριστικές επιχειρήσεις

Η πρόταση αυτή βασίζεται στο εύρημα ότι η δυσκολία σταθερής προμήθειας τοπικών προϊόντων αποτελεί σημαντικό εμπόδιο για την ευρύτερη αξιοποίησή τους από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Για τον λόγο αυτό προτείνεται η ανάπτυξη μηχανισμών διασύνδεσης μεταξύ παραγωγών και επιχειρήσεων, όπως ηλεκτρονικές πλατφόρμες συνεργασίας, τοπικά δίκτυα προμηθειών και συλλογικά σχήματα διανομής, τα οποία θα διευκολύνουν τη σταθερή και αξιόπιστη διάθεση των τοπικών προϊόντων.

6.2.3 Ανάπτυξη γαστρονομικού και αγροτουριστικού προϊόντος

Η πρόταση αυτή στηρίζεται στο εύρημα ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν τη σημαντική συμβολή των τοπικών προϊόντων στην αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας, ενώ παράλληλα η έλλειψη οργανωμένων γαστρονομικών δράσεων αναδείχθηκε ως το σημαντικότερο εμπόδιο για την περαιτέρω αξιοποίησή τους. Για τον λόγο αυτό προτείνεται η ανάπτυξη οργανωμένων γαστρονομικών εκδηλώσεων, θεματικών διαδρομών, επισκέψιμων αγροκτημάτων, γευσιγνωσιών τοπικών προϊόντων και κρασιών και άλλων βιωματικών εμπειριών, που θα συνδυάζουν τη φύση, τη γαστρονομία, τον πολιτισμό και την τοπική παραγωγή, για να αναδειχθούν η τοπική παραγωγή και η γαστρονομική ταυτότητα της περιοχής.

6.2.4 Ενίσχυση της προβολής και της ταυτότητας του προορισμού

Η πρόταση αυτή προκύπτει από το εύρημα ότι η περιορισμένη προβολή της τοπικής γαστρονομίας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους περιοριστικούς παράγοντες για τη σύνδεση της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό. Προτείνεται, επομένως, η διαμόρφωση

μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής προβολής (branding) της Π.Ε. Έβρου, με έμφαση στα τοπικά προϊόντα, στη γαστρονομία και στις αυθεντικές εμπειρίες που μπορεί να προσφέρει ο προορισμός. Προϊόντα, όπως τα μεταξωτά του Σουφλίου, τα κρασιά, το μέλι και τα παραδοσιακά προϊόντα γαστρονομίας, μπορούν να αποτελέσουν βασικά στοιχεία της τουριστικής ταυτότητας του προορισμού.

Επιπλέον, ιδιαίτερη σημασία έχει η ενίσχυση της ψηφιακής προβολής της περιοχής μέσω ιστοσελίδων, κοινωνικών δικτύων και ψηφιακών καμπανιών που θα αναδεικνύουν τις αυθεντικές εμπειρίες, τη γαστρονομική ταυτότητα και τον πολιτιστικό χαρακτήρα της Π.Ε. Έβρου.

6.2.5 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και τοπική οικονομία

Η πρόταση αυτή τεκμηριώνεται από τα αποτελέσματα της έρευνας, σύμφωνα με τα οποία η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος συνδέεται άμεσα με τη βιωσιμότητα και τις προοπτικές ανάπτυξης της περιοχής. Η ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των δύο δεικτών υποδηλώνει ότι η αξιοποίηση της τοπικής αγροτικής παραγωγής μπορεί να αποτελέσει βασικό εργαλείο βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Ως εκ τούτου, προτείνεται η ενσωμάτωση της τοπικής παραγωγής στον στρατηγικό σχεδιασμό του τουρισμού της Π.Ε. Έβρου, με δράσεις που θα ενισχύουν τόσο την τοπική οικονομία όσο και την προστασία της πολιτιστικής και γαστρονομικής κληρονομιάς.

6.2.6 Ρόλος τοπικών φορέων και πολιτικών στήριξης

Τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας ανέδειξαν την ανάγκη για ισχυρότερο συντονισμό και θεσμική υποστήριξη μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων. Για τον λόγο αυτό προτείνεται η ανάπτυξη στοχευμένων πολιτικών που θα ενισχύουν τη χρηματοδότηση συνεργατικών δράσεων, την εκπαίδευση και κατάρτιση παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και την προώθηση των τοπικών προϊόντων και καινοτόμων μορφών βιώσιμου τουρισμού.

Παράλληλα, κρίνεται σημαντική η δημιουργία τοπικών μηχανισμών συντονισμού και στρατηγικού σχεδιασμού, οι οποίοι θα διευκολύνουν τη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων και θα συμβάλουν στη μακροπρόθεσμη βιώσιμη ανάπτυξη της Π.Ε. Έβρου. Επιπλέον, η ανάπτυξη υποδομών, όπως επισκέψιμα αγροκτήματα, αγροτουριστικές

μονάδες και χώροι γευσιγνωσίας, μπορεί να ενισχύσει τη σύνδεση της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό, προσφέροντας στους επισκέπτες αυθεντικές και βιωματικές εμπειρίες.

6.3 Περιορισμοί της έρευνας

Παρά τη συμβολή της παρούσας μελέτης στην κατανόηση της σχέσης μεταξύ τοπικής αγροτικής παραγωγής και τουρισμού στην Π.Ε. Έβρου, ορισμένοι περιορισμοί θα πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

Αρχικά, η χρήση μη πιθανολογικής δειγματοληψίας και το σχετικά περιορισμένο μέγεθος του δείγματος περιορίζουν τη δυνατότητα γενίκευσης των ευρημάτων. Επιπλέον, η έρευνα βασίστηκε σε αυτοαναφερόμενες απαντήσεις των συμμετεχόντων, οι οποίες ενδέχεται να επηρεάζονται από υποκειμενικές αντιλήψεις ή κοινωνικά επιθυμητές απαντήσεις.

Τέλος, η μελέτη επικεντρώθηκε αποκλειστικά στην Περιφερειακή Ενότητα Έβρου, γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα άμεσης μεταφοράς των αποτελεσμάτων σε άλλες γεωγραφικές περιοχές με διαφορετικά κοινωνικοοικονομικά και τουριστικά χαρακτηριστικά.

6.4 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Η παρούσα έρευνα δημιουργεί ένα χρήσιμο πλαίσιο για περαιτέρω διερεύνηση της σχέσης μεταξύ τοπικής αγροτικής παραγωγής και τουρισμού. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να βασιστούν σε μεγαλύτερο και περισσότερο αντιπροσωπευτικό δείγμα τουριστικών επιχειρήσεων και παραγωγών, ώστε να ενισχυθεί η δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων. Άλλωστε, η ερευνητική διαδικασία δεν ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των αποτελεσμάτων, αλλά συνεχίζεται μέσω της διατύπωσης νέων ερευνητικών ερωτημάτων και της ανάπτυξης νέων ερευνητικών προσεγγίσεων, συμβάλλοντας στη συνεχή εμβάθυνση της επιστημονικής γνώσης (Creswell & Creswell, 2018).

Παράλληλα, ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα παρουσίαζε η συγκριτική διερεύνηση αντίστοιχων ζητημάτων σε άλλες Περιφέρειες της Ελλάδας, προκειμένου να εντοπιστούν ομοιότητες, διαφοροποιήσεις και βέλτιστες πρακτικές ως προς τη σύνδεση τοπικής παραγωγής, γαστρονομίας και τουρισμού.

Επιπλέον, κρίνεται σημαντική η ένταξη των επισκεπτών/τουριστών ως πρόσθετης ομάδας συμμετεχόντων ώστε να διερευνηθούν οι αντιλήψεις τους σχετικά με τη σημασία των τοπικών προϊόντων, της γαστρονομίας και των βιωματικών εμπειριών στην επιλογή και αξιολόγηση του τουριστικού προορισμού. Η διερεύνηση των προτιμήσεων και των προσδοκιών των επισκεπτών θα μπορούσε να προσφέρει σημαντικές πληροφορίες για τον σχεδιασμό αποτελεσματικών στρατηγικών τουριστικής ανάπτυξης. Η διεθνής βιβλιογραφία δείχνει ότι οι τουρίστες εμφανίζουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για αυθεντικές εμπειρίες που συνδέονται με την τοπική κουλτούρα και τη γαστρονομία, γεγονός που δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες για την ανάπτυξη μορφών τουρισμού που βασίζονται στην τοπική παραγωγή (Sims, 2009).

Ιδιαίτερη αξία θα είχε η πραγματοποίηση διαχρονικών (longitudinal) ερευνών, οι οποίες θα επέτρεπαν την παρακολούθηση της εξέλιξης των συνεργασιών μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των πολιτικών και των δράσεων που θα εφαρμοστούν για την ενίσχυση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην Π.Ε. Έβρου.

Εξίσου σημαντική κατεύθυνση θα παρουσίαζε η διερεύνηση των οικονομικών επιπτώσεων που μπορεί να έχει η ενσωμάτωση των τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν της περιοχής. Παρότι η παρούσα έρευνα ανέδειξε τη θετική στάση των συμμετεχόντων απέναντι σε αυτή τη σύνδεση, απαιτείται περαιτέρω εμπειρική διερεύνηση για να εκτιμηθεί ο βαθμός στον οποίο τέτοιες πρωτοβουλίες μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση του εισοδήματος των τοπικών παραγωγών και στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Η ανάλυση οικονομικών δεδομένων, η μελέτη των τοπικών αλυσίδων αξίας και η διερεύνηση των επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας στην τοπική αγροτική παραγωγή θα μπορούσαν να αποτελέσουν σημαντικές κατευθύνσεις για μελλοντικές έρευνες.

Ακόμη, ενδιαφέρον θα παρουσίαζε η διερεύνηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης συγκεκριμένων μορφών εναλλακτικού τουρισμού που συνδέονται άμεσα με την τοπική παραγωγή. Ο αγροτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός και ο οικοτουρισμός αποτελούν

μορφές τουρισμού που έχουν γνωρίσει σημαντική ανάπτυξη σε πολλές ευρωπαϊκές περιοχές και μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση της βιώσιμης ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών (Lane & Kastenholtz, 2015). Η μελέτη των παραγόντων που επηρεάζουν την ανάπτυξη αυτών των μορφών τουρισμού στην Π.Ε. Έβρου θα μπορούσε να συμβάλει στη διαμόρφωση πιο αποτελεσματικών στρατηγικών βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Τέλος, ένα ακόμη σημαντικό πεδίο για περαιτέρω έρευνα αφορά τη διερεύνηση του ρόλου των τοπικών δικτύων συνεργασίας στην ανάπτυξη του τουρισμού και της τοπικής αγροτικής παραγωγής. Η παρούσα έρευνα ανέδειξε τη σημασία της συνεργασίας μεταξύ των τοπικών παραγωγών και των τουριστικών επιχειρήσεων, ωστόσο απαιτείται περαιτέρω διερεύνηση για να κατανοηθεί ο τρόπος με τον οποίο τέτοια δίκτυα μπορούν να δημιουργηθούν και να λειτουργήσουν αποτελεσματικά. Η ανάλυση καλών πρακτικών από άλλες περιοχές της Ελλάδας και της Ευρώπης θα μπορούσε να συμβάλει στην κατανόηση των παραγόντων που οδηγούν στην επιτυχή ανάπτυξη συνεργατικών σχημάτων και στη διαμόρφωση αποτελεσματικών στρατηγικών για την Π.Ε. Έβρου (Hall & Gossling, 2016).

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Baby, J., Barbieri, C., & Knollenberg, W. (2024). Creative Tourism: An Umbrella for Agrifood Travel Experiences? *Tourism and Hospitality*, 5(4), 1363–1380.
<https://doi.org/10.3390/tourhosp5040076>
- Belliggiano, A., Garcia, E. C., Labianca, M., Valverde, F. N., & De Rubertis, S. (2020). The “eco-effectiveness” of agritourism dynamics in Italy and Spain: A tool for evaluating regional sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 12(17).
<https://doi.org/10.3390/su12177080>
- Bessière, J. (2013). ‘Heritagisation’, a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 275–291. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>
- Cafiero, C., Palladino, M., Marcianò, C., & Romeo, G. (2020). Traditional agri-food products as a leverage to motivate tourists: A meta-analysis of tourism-information websites. *Journal of Place Management and Development*, 13(2), 195–214. <https://doi.org/10.1108/JPMD-05-2019-0032>
- Chatzopoulou, I. C. (2022). AGRICULTURAL PRODUCTION AND TOURISM. LEGAL FRAMEWORK AND PRACTICAL APPLICATIONS. THE CASE OF GREECE. In *Agriculture & Food* ISSN (Vol. 10). <https://www.scientific-publications.net/en/article/1002485/>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Duglio, S., Bonadonna, A., & Letey, M. (2022). The Contribution of Local Food Products in Fostering Tourism for Marginal Mountain Areas: An Exploratory Study on Northwestern Italian Alps. *Mountain Research and Development*, 42(1), R1–R10. <https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-20-00075.1>
- Euronews. (2021, December 2). *Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού: Το Σουφλί στα «καλύτερα χωριά»*. Euronews Greek. <https://gr.euronews.com/2021/12/02/wto-spoudaia-diakrisi-gia-to-soufli>

- European Commission. (2020). A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system. In *European Commission*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0381>
- Everett, S., & Slocum, S. L. (2013). Food and tourism: an effective partnership? A UK-based review. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 789–809. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.741601>
- Folgado-Fernández, J. A., Campón-Cerro, A. M., & Hernández-Mogollón, J. M. (2019). Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. *Heliyon*, 5(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02653>
- Franklin, A., Newton, J., & McEntee, J. C. (2011). Moving beyond the alternative: sustainable communities, rural resilience and the mainstreaming of local food. *Local Environment*, 16(8), 771–788. <https://doi.org/10.1080/13549839.2011.574685>
- Garibaldi, R. (2025). *REPORT ON GASTRONOMY TOURISM IN ITALY*. https://www.robertagaribaldi.it/wp-content/uploads/2025/09/Report_Gastronomy_Tourism_Italy.pdf
- Gwinner, K. P., & Eaton, J. (1999). Building Brand Image Through Event Sponsorship: The Role of Image Transfer. *Journal of Advertising*, 28(4), 47–57. <https://doi.org/10.1080/00913367.1999.10673595>
- Hall, C. M., & Gossling, S. (2016). *Food Tourism and regional development*. Routledge.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2005). Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences. In M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (73–88). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (Eds.). (2008). *Food and wine festivals and events around the world: Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann. <https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/31088/1/174.C.%20Michael%20Hall.pdf>

- Hall, C. M., Sharples L., Mitchell R., Macionis N., & Cambourne B. (2003). *Food Tourism around the world : development, management and markets*. Routledge.
<https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/31088/1/174.C.%20Michael%20Hall.pdf>
- Hüller, S., Heiny, J., & Leonhäuser, I.-U. (2017). Linking agricultural food production and rural tourism in the Kazbegi district – A qualitative study. *Annals of Agrarian Science*, 15(1), 40–48.
<https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.02.004>
- Ilbery, B., & Maye, D. (2005). Food supply chains and sustainability: evidence from specialist food producers in the Scottish/English borders. *Land Use Policy*, 22(4), 331–344. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2004.06.002>
- INSETE INTELLIGENCE. (2025). *Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης: Ετήσια έκθεση 2024*. https://insete.gr/wp-content/uploads/2024/12/24-12_Eastern_Macedonia_Thrace-2.pdf?utm
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The Contradictions of Agrotourism Development in Greece: Evidence from Three Case Studies. *South European Society and Politics*, 12(1), 59–77. <https://doi.org/10.1080/13608740601155443>
- Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 31(5), 652–664. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.010>
- Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Marsden, T., & Sonnino, R. (2008). Rural development and the regional state: Denying multifunctional agriculture in the UK. *Journal of Rural Studies*, 24(4), 422–431. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2008.04.001>

- Morgan, S. L., Marsden, T., Miele, M., & Morley, A. (2010). Agricultural multifunctionality and farmers' entrepreneurial skills: A study of Tuscan and Welsh farmers. *Journal of Rural Studies*, 26(2), 116–129.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2009.09.002>
- OECD. (2014). *Tourism and the Creative Economy*. OECD.
<https://doi.org/10.1787/9789264207875-en>
- Okumus, F., Altinay, L., Chathoth, P., & Koseoglu, M. (2024). *Στρατηγική Διοίκηση στον Τουρισμό και τη Φιλοξενία* (Σακελλαρίου Α., Tran.). Προπομπός.
- Parisi, E. D. (2023). Culture-Journal of Culture in Tourism, Art and Education The interconnection of tourism with the agri-food sector and manufacturing, development tools in the era of COVID-19 and beyond. In *Culture-Journal of Culture in Tourism* (Vol. 3).
<https://pasithee.library.upatras.gr/culture/article/view/4596/4457>
- Partalidou, M., & De Matteis, L. (2024). *Promoting Sustainable Agrifood Systems through Gastronomy Tourism*. <https://openknowledge.fao.org/items/cc416874-fe47-47c7-83c9-783d1a4e7190>
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Richards, G. W. (2012). Food and the tourism experience: Major findings and policy orientations. In D. Dodd (Ed.), *Food and the Tourism Experience* (pp. 13–46). OECD.
https://www.researchgate.net/publication/254906286_Food_and_the_tourism_experience_Major_findings_and_policy_orientations
- Rickly, J., & Canavan, B. (2024). The emergence of authenticity: Phases of tourist experience. *Annals of Tourism Research*, 109, 103844.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103844>
- Sgroi, F. (2022). Evaluating of the sustainability of complex rural ecosystems during the transition from agricultural villages to tourist destinations and modern agri-

- food systems. *Journal of Agriculture and Food Research*, 9.
<https://doi.org/10.1016/j.jafr.2022.100330>
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336.
<https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Sims, R. (2010). Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption. *Journal of Rural Studies*, 26(2), 105–115. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2009.09.003>
- Torres, R. (2003). Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 546–566. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00103-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00103-2)
- Torres, R., & Momsen, J. H. (2011). *Torres & Momsen, 2011*. Routledge.
- Uslu, A., Recuero-Virto, N., Eren, R., & Blasco-López, M. F. (2024). The role of authenticity, involvement and experience quality in heritage destinations. *Tourism & Management Studies*, 20(3), 79–91.
<https://doi.org/10.18089/tms.20240306>
- Wilson, G. A. (2008). From “weak” to “strong” multifunctionality: Conceptualising farm-level multifunctional transitional pathways. *Journal of Rural Studies*, 24(3), 367–383. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2007.12.010>
- Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας–Θράκης. (n.d.). *Η Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας–Θράκης*. Ανακτήθηκε από https://agro-pamth.gr/?utm_source
- ΕΛΣΤΑΤ. (2020a). *Απογραφή Γεωργίας–Κτηνοτροφίας 2020: Εκμεταλλεύσεις και εκτάσεις καλλιεργειών κατά Περιφερειακή Ενότητα [Αρχείο Excel]*.
<https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SPG31/->
- ΕΛΣΤΑΤ. (2020b). *Αριθμός απασχολουμένων στις γεωργικές-κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις κατά κατηγορία, ημέρες εργασίας, περιφέρεια, περιφερειακή ενότητα, δήμο και δημοτική ενότητα*. <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SPG11/->

ΕΛΣΤΑΤ. (2023). *Αποτελέσματα Απογραφής Πληθυσμού–Κατοικιών 2021*.

https://elstat-outsourcers.statistics.gr/Booklet_%CE%91%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%A0%CE%BB%CE%B7%CE%B8%CF%85%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%852023_II%20GR_FINAL2_WEB.pdf

ΕΛΣΤΑΤ. (2024). *Ετήσια Γεωργική Στατιστική Έρευνα: Εκτάσεις και παραγωγή κατά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα [Πίνακες Excel]*.

https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SPG06/-?utm_source

Επιμελητήριο Έβρου. (n.d.). *Στηρίζουμε τα προϊόντα του Έβρου*. Ανακτήθηκε από

<https://www.evros-brands.gr/>

ΙΝΣΕΤΕ. (2021). *Προορισμός «Θράκη»*. [https://insete.gr/wp-](https://insete.gr/wp-content/uploads/pdf/proorismoι/proorismos-thraki.pdf)

[content/uploads/pdf/proorismoι/proorismos-thraki.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/pdf/proorismoι/proorismos-thraki.pdf)

Καλλικράτης. (2016, July 27). *Δήμοι – Σύσταση δήμων – Νομός Έβρου*.

Καλλικράτης. <https://www.kallikratis.org/dimoi-systasi-dimon-nomos-ebroy/>

Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2019). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον* (2nd ed.). Κριτική ΑΕ.

Λαγός, Δ. (2018). *Τουριστική Οικονομική* (2nd ed.). Κριτική ΑΕ.

Μεθόριος. (2025, October 17). *15η Γιορτή Μανιταριών στο Δάσος Δαδιάς: Μια μαγευτική εμπειρία για μικρούς και μεγάλους*. Μεθόριος. <https://methorios.gr/15i-giorti-manitarion-sto-dasos-dadias-mia-mageftiki-ebeiria-gia-mikrous-kai-megalous/>

Μυλωνόπουλος, Δ. (2021). *Τουριστικό Δίκαιο* (3rd ed.). Νομική Βιβλιοθήκη ΑΕΕΤΕ.

Οινικές Εξερευνήσεις. (n.d.). *Κρασιά Έβρου – Οινοτουρισμός στον Έβρο*. Wine

Surveyor – Οινικές Εξερευνήσεις. Ανακτήθηκε από

<https://winesurveyor.weebly.com/tour1101.html>

ΠΑΜΘ. (n.d.-a). *Εκδηλώσεις Π.Ε. Έβρου*. ΠΑΜΘ. Ανακτήθηκε από

<https://www.pamth.gov.gr/category/ekdiloseis-pe-evroy/page/3/>

ΠΑΜΘ. (n.d.-b). *Θεματικός Τουρισμός -Πολιτιστικός τουρισμός*. ΠΑΜΘ.

Ανακτήθηκε από <https://www.emtgreece.com/el/thematikos-politistikos-toyrismos>

ΠΑΜΘ. (n.d.-c). *Θεματικός Τουρισμός -Τουρισμός υπαίθρου*. ΠΑΜΘ. Ανακτήθηκε

από <https://www.emtgreece.com/el/thematikos-toyrismos-ypaithroy>

ΠΑΜΘ. (n.d.-d). *Προορισμοί -ΠΕ Έβρου*. ΠΑΜΘ. Ανακτήθηκε από

https://www.emtgreece.com/el/proorismoι_pe_evrou

Παρατηρητής της Θράκης. (2025, October 18). *15η Γιορτή Μανιταριών στο Δάσος*

Δαδιάς – Μια γιορτή για μικρούς και μεγάλους! Παρατηρητής Της Θράκης.

https://www.paratiritis-news.gr/politismos/15i-giorti-manitarion-sto-dasos-dadias-mia-giorti-gia-mikrous-kai-megalous/?utm_source

Τάγκα, Δ. (2026, January 2). *Σουφλί: Ο τουριστικός «θησαυρός» του Έβρου που χτίζει*

διεθνές brand – Η παγκόσμια αναγνώριση και οι επενδυτικές ευκαιρίες.

Μακεδονικά Νέα. <https://www.makedonikanea.gr/oikonomia/soyfli-o-toyristikos-thisayros-toy-ebroy-poy-htizei-diethnes-brand-i-pagkosmia-anagnorisi>

Τσάρτας, Π., Ζαγκότση, Σ., & Κυριακάκη, Α. (2020). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι:*

Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό (2nd ed.). Κριτική ΑΕ.

ΥΠΑΑΤ. (n.d.). *Καταχωρισμένες ελληνικές ονομασίες ΠΟΠ-ΠΓΕ-ΕΠΙΠ για τα*

αντίστοιχα προϊόντα. Ανακτήθηκε από [https://www.minagric.gr/for-farmer-](https://www.minagric.gr/for-farmer-2/2012-02-02-07-52-07/110-katalogosproionton?utm_source)

[2/2012-02-02-07-52-07/110-katalogosproionton?utm_source](https://www.minagric.gr/for-farmer-2/2012-02-02-07-52-07/110-katalogosproionton?utm_source)

Χαραλαμπίδου, Μ. (2025). *Επιστημονικό άρθρο, «Η Προώθηση του αγροτουρισμού*

στον Βόρειο Έβρο μέσα από το φεστιβάλ Λεβάντας της επιχείρησης ΑΡΩΜΑ

ΕΒΡΟΥ» (Πρακτικά 6ου Πανελλήνιου Συνεδρίου Ιστορίας και Πολιτισμού

Ορεστιάδας, Ed.; pp. 456–474). Πρακτικά 6ου Πανελλήνιου Συνεδρίου Ιστορίας

και Πολιτισμού Ορεστιάδας.

Παράρτημα Α: «Ερωτηματολόγιο τουριστικών επιχειρήσεων»

ΕΝΟΤΗΤΑ 1: Ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία των επισκεπτών

Παρακαλώ δηλώστε σε ποιο βαθμό εφαρμόζονται τα παρακάτω στην επιχείρησή σας (1 = Καθόλου, 2= Λίγο, 3= Μέτρια, 4= Σε μεγάλο βαθμό 5 = Σε πολύ μεγάλο βαθμό).

	1	2	3	4	5
Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες που προσφέρει στους επισκέπτες					
Ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν της επιχείρησης (π.χ. πρωινό, μενού, πώληση τοπικών προϊόντων)					
Προβολή των τοπικών προϊόντων στους επισκέπτες					
Πρόταση στους επισκέπτες για εμπειρίες που σχετίζονται με την τοπική παραγωγή					

ΕΝΟΤΗΤΑ 2: Συμβολή των τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και αυθεντικότητα του προορισμού

Παρακαλώ δηλώστε το βαθμός συμφωνίας σας στα παρακάτω: (1 = Καθόλου 2= Λίγο, 3= Μέτρια, 4= Πολύ 5 = Πάρα πολύ).

	1	2	3	4	5
Τα τοπικά προϊόντα βελτιώνουν την εμπειρία των επισκεπτών στον προορισμό					
Η τοπική γαστρονομία ενισχύει την αυθεντικότητα της τουριστικής εμπειρίας					
Οι επισκέπτες ενδιαφέρονται να γνωρίσουν την τοπική γαστρονομία					
Τα τοπικά προϊόντα συμβάλλουν στη δημιουργία αυθεντικών τουριστικών εμπειριών					

Η προβολή της τοπικής γαστρονομίας ενισχύει την εικόνα του προορισμού					
---	--	--	--	--	--

ΕΝΟΤΗΤΑ 3: Συμβολή της τοπικής γαστρονομίας στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προορισμού

Παρακαλώ δηλώστε το βαθμός συμφωνίας σας στα παρακάτω: ((1 = Καθόλου 2= Λίγο, 3= Μέτρια, 4= Πολύ 5 = Πάρα πολύ).

	1	2	3	4	5
Η ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων ενισχύει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης					
Η τοπική γαστρονομία μπορεί να διαφοροποιήσει τον τουριστικό προορισμό					
Η ανάπτυξη γαστρονομικού τουρισμού μπορεί να αυξήσει την επισκεψιμότητα					
Η τοπική γαστρονομία μπορεί να αποτελέσει βασικό στοιχείο branding του προορισμού					
Η σύνδεση τουρισμού και αγροδιατροφής ενισχύει την τοπική οικονομία					

ΕΝΟΤΗΤΑ 4: Εμπόδια και προκλήσεις στην αξιοποίηση τοπικών προϊόντων στον τουρισμό

Παρακαλώ δηλώστε σε ποιο βαθμό, κατά τη γνώμη σας, αποτελούν εμπόδιο οι παρακάτω παράγοντες (1 = Καθόλου, 2=Λίγο, 3= Μέτρια, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5 = Σε πολύ μεγάλο βαθμό).

	1	2	3	4	5
Υψηλό κόστος τοπικών προϊόντων					
Δυσκολία σταθερής προμήθειας τοπικών προϊόντων					

Περιορισμένη συνεργασία μεταξύ παραγωγών και τουριστικών επιχειρήσεων					
Περιορισμένη προβολή της τοπικής γαστρονομίας					
Έλλειψη οργανωμένων γαστρονομικών δράσεων					

ΕΝΟΤΗΤΑ 5: Τοπικά προϊόντα, βιωσιμότητα και τουριστική ανάπτυξη στον Έβρο

Παρακαλώ δηλώστε το βαθμός συμφωνίας σας στα παρακάτω: (1= Καθόλου, 2= Λίγο, 3= Μέτρια, 4= Πολύ 5= Πάρα πολύ).

	1	2	3	4	5
Η χρήση τοπικών προϊόντων συμβάλλει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη					
Η σύνδεση τουρισμού και τοπικής παραγωγής ενισχύει την τοπική οικονομία					
Η ανάπτυξη αγροτουρισμού μπορεί να ενισχύσει την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής					
Οι επισκέπτες ενδιαφέρονται για βιώσιμες και αυθεντικές εμπειρίες					
Η αξιοποίηση τοπικών προϊόντων συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς					

ΕΝΟΤΗΤΑ 6: Ανοιχτές ερωτήσεις

Ποια τοπικά προϊόντα θεωρείτε ότι έχουν τη μεγαλύτερη δυναμική για τουριστική αξιοποίηση στον Έβρο;

.....

Πώς θα μπορούσε να ενισχυθεί η σύνδεση μεταξύ τουρισμού και τοπικής παραγωγής στην περιοχή;

.....

Ποιες μορφές γαστρονομικού ή αγροτουριστικού τουρισμού θεωρείτε ότι έχουν μεγαλύτερες προοπτικές ανάπτυξης στον Έβρο;

.....

ΕΝΟΤΗΤΑ 7: Δημογραφικά στοιχεία (στο τέλος του ερωτηματολογίου)

Φύλο: ☐ Άνδρας ☐ Γυναίκα ☐ Άλλο / Δεν επιθυμώ να απαντήσω

Ηλικία: ☐ <25 ☐ 25–34 ☐ 35–44 ☐ 45–54 ☐ 55+

Τύπος τουριστικής επιχείρησης: ☐ Κατάλυμα ☐ Εστίαση ☐ Τουριστικό γραφείο ☐

Άλλο: _____

Έτη λειτουργίας επιχείρησης: ☐ <5 ☐ 5–10 ☐ 11–20 ☐ >20

Κύρια αγορά επισκεπτών: ☐ Έλληνες ☐ Ξένοι ☐ Συνδυασμός

Δήμος δραστηριοποίησης: _____

**Πίνακας: Συσχέτιση Ερευνητικών Στόχων και Ερωτήσεων Ερωτηματολογίου
Τουριστικών Επιχειρήσεων**

Ερευνητικός Στόχος	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου που τον εξυπηρετούν
Στόχος 1: Αποτύπωση του βαθμού ενσωμάτωσης των τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν των επιχειρήσεων.	Χρήση τοπικών προϊόντων στις υπηρεσίες, ενσωμάτωση στο τουριστικό προϊόν (π.χ. πρωινό, μενού, πώληση), προβολή τοπικών προϊόντων στους επισκέπτες, πρόταση εμπειριών σχετικών με την τοπική παραγωγή (Ενότητα 1).
Στόχος 2: Διερεύνηση της αντίληψης των τουριστικών επιχειρήσεων για τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία και την αυθεντικότητα.	Αντιλήψεις σχετικά με τη βελτίωση της εμπειρίας επισκεπτών, την ενίσχυση της αυθεντικότητας, το ενδιαφέρον των επισκεπτών για τοπική γαστρονομία, τη δημιουργία αυθεντικών εμπειριών και την ενίσχυση της εικόνας του προορισμού (Ενότητα 2).
Στόχος 3: Ανάλυση της συμβολής της τοπικής γαστρονομίας στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος.	Αντιλήψεις για ενίσχυση ανταγωνιστικότητας επιχείρησης, διαφοροποίηση προορισμού, αύξηση επισκεψιμότητας, συμβολή στο branding και ενίσχυση της τοπικής οικονομίας (Ενότητα 3).
Στόχος 4: Εντοπισμός των βασικών εμποδίων και προκλήσεων στην αξιοποίηση τοπικών προϊόντων από τις τουριστικές επιχειρήσεις.	Αντιλήψεις για εμπόδια όπως υψηλό κόστος τοπικών προϊόντων, δυσκολία προμήθειας, περιορισμένη συνεργασία με παραγωγούς, περιορισμένη προβολή και έλλειψη οργανωμένων δράσεων (Ενότητα 4).
Στόχος 5: Διερεύνηση της σχέσης τοπικών προϊόντων με τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.	Αντιλήψεις σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στη βιωσιμότητα, την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, την ανάπτυξη αγροτουρισμού, το ενδιαφέρον για βιώσιμες

Ερευνητικός Στόχος	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου που τον εξυπηρετούν
	εμπειρίες και τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Ενότητα 5).
Στόχος 6: Καταγραφή προτάσεων και απόψεων των επιχειρήσεων για την ενίσχυση της σύνδεσης τουρισμού και τοπικής παραγωγής.	Ανοιχτές ερωτήσεις σχετικά με προϊόντα με δυναμική, τρόπους ενίσχυσης της σύνδεσης και μορφές τουρισμού με προοπτική ανάπτυξης (Ενότητα 6).
Στόχος 7: Ανάλυση των χαρακτηριστικών των τουριστικών επιχειρήσεων.	Δημογραφικά στοιχεία: φύλο, ηλικία, τύπος επιχείρησης, έτη λειτουργίας, κύρια αγορά επισκεπτών και δήμος δραστηριοποίησης (Ενότητα 7).

Πίνακας: Επιχειρησιακή Οριστικοποίηση Μεταβλητών Τουριστικών Επιχειρήσεων

Μεταβλητή Έρευνας	Δείκτες Μέτρησης	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου	Κλίμακα Μέτρησης
Βαθμός ενσωμάτωσης τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν	Χρήση τοπικών προϊόντων, ενσωμάτωση σε υπηρεσίες (πρωινό, μενού), προβολή προϊόντων, πρόταση εμπειριών	Ενότητα 1 (όλες οι ερωτήσεις)	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Αντιλήψεις για τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στην τουριστική εμπειρία	Βελτίωση εμπειρίας, αυθεντικότητα, ενδιαφέρον επισκεπτών, δημιουργία εμπειριών, εικόνα προορισμού	Ενότητα 2	Κλίμακα Likert 5 σημείων

Μεταβλητή Έρευνας	Δείκτες Μέτρησης	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου	Κλίμακα Μέτρησης
Αντιλήψεις για την ανταγωνιστικότητα μέσω τοπικής γαστρονομίας	Ανταγωνιστικότητα επιχείρησης, διαφοροποίηση, αύξηση επισκεψιμότητας, branding προορισμού, ενίσχυση τοπικής οικονομίας	Ενότητα 3	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Εμπόδια αξιοποίησης τοπικών προϊόντων	Κόστος προϊόντων, δυσκολία προμήθειας, συνεργασία με παραγωγούς, προβολή, οργανωμένες δράσεις	Ενότητα 4	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Τοπικά προϊόντα και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη	Συμβολή στη βιωσιμότητα, ενίσχυση τοπικής οικονομίας, αγροτουρισμός, ζήτηση βιώσιμων εμπειριών, πολιτιστική διατήρηση	Ενότητα 5	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Αντιλήψεις για δυνατότητες και προτάσεις ανάπτυξης	Προϊόντα με δυναμική, τρόποι ενίσχυσης σύνδεσης, μορφές τουρισμού με προοπτική	Ενότητα 6	Ανοικτού τύπου
Χαρακτηριστικά τουριστικών επιχειρήσεων	Φύλο, ηλικία, τύπος επιχείρησης, έτη λειτουργίας, αγορά επισκεπτών, δήμος	Ενότητα 7	Ονομαστική / Κατηγορική

Παράρτημα Β: «Ερωτηματολόγιο για τις ημιδομημένες συνεντεύξεις των παραγωγών»

“Ο Ρόλος της Τοπικής Αγροτικής Παραγωγής στην Ενίσχυση του Τουριστικού Προϊόντος του Νομού Έβρου”

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας με τίτλο “Ο Ρόλος της Τοπικής Αγροτικής Παραγωγής στην Ενίσχυση του Τουριστικού Προϊόντος του Νομού Έβρου” του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου.

Ο σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση του βαθμού σύνδεσης της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό στον Έβρο και η αναζήτηση τρόπων ενίσχυσης του τοπικού τουριστικού προϊόντος μέσα από την αξιοποίηση της τοπικής παραγωγής.

Οι απαντήσεις που θα δοθούν είναι ανώνυμες και θα χρησιμοποιηθούν αυστηρά για τους ερευνητικούς σκοπούς της παρούσας εργασίας.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τον χρόνο σας.

Με εκτίμηση,

Φυσέα Δέσποινα Ειρήνη

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Έχω διαβάσει και κατανοήσι το σκοπό της έρευνας. Συμφωνώ να συμμετάσχω σε αυτή.

☐ Ναι ☐ Όχι

ΜΕΡΟΣ Α: Εμπορία και Αγορά

1. Ποιο είναι το κύριο κανάλι πώλησης των προϊόντων σας;

☐ Άμεση πώληση από το αγρόκτημα

☐ Τοπικές αγορές / λαϊκές αγορές

- ☐ Χονδρική πώληση σε επιχειρήσεις
- ☐ Συνεργασία με εστιατόρια / ξενοδοχεία
- ☐ Online πωλήσεις
- ☐ Άλλο: _____

2. Έχετε συνεργαστεί στο παρελθόν με τουριστικές επιχειρήσεις;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Αν ναι, περιγράψτε σύντομα: _____

3. Συνεργάζεστε σήμερα με τουριστικές επιχειρήσεις;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Αν ναι, περιγράψτε σύντομα: _____

4. Πόσο συχνά προωθούνται τα τοπικά προϊόντα σε εκδηλώσεις τουριστικού ενδιαφέροντος;

- ☐ Ποτέ
- ☐ Σπάνια
- ☐ Μερικές φορές
- ☐ Συχνά
- ☐ Πολύ συχνά

ΜΕΡΟΣ Β: Αντιλήψεις σύνδεσης πρωτογενούς τομέα με τουρισμό

Παρακαλώ δηλώστε το βαθμό συμφωνίας σας με τις παρακάτω δηλώσεις (1 Καθόλου, 2 Λίγο, 3 Ουδέτερο, 4 Συμφωνώ, 5 Πάρα πολύ)

	1	2	3	4	5
Τα τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα βελτιώνουν την εμπειρία των επισκεπτών					
Υπάρχει ζήτηση από τους τουρίστες για τοπικά προϊόντα στον Έβρο					
Η συμμετοχή σε αγροτουριστικές ή γαστρονομικές δραστηριότητες θα αύξανε το εισόδημά μου					
Οι τοπικοί φορείς στηρίζουν επαρκώς τέτοιες συνεργασίες					

ΜΕΡΟΣ Γ: Εμπόδια και Προκλήσεις

Πόσο σημαντικές θεωρείτε τις παρακάτω προκλήσεις για τη συνεργασία με τον τουρισμό; (1 Καθόλου, 2 Λίγο, 3 Ουδέτερο, 4 Συμφωνώ, 5 Πάρα πολύ)

	1	2	3	4	5
Ανεπαρκής πρόσβαση σε κανάλια διάθεσης					
Έλλειψη χρηματοδοτικών εργαλείων					
Έλλειψη γνώσεων μάρκετινγκ					
Δυσκολίες συμμόρφωσης με κανονισμούς					
Έλλειψη δικτύων συνεργασίας					
Εποχικότητα ζήτησης					
Έλλειψη θεσμικής υποστήριξης					
Υψηλό κόστος πιστοποίησης και τυποποίησης					

ΜΕΡΟΣ Δ: Πρόθεση και Ανάγκες

Παρακαλώ όπως απαντήσετε στις κάτωθι ερωτήσεις:

	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΙΣΩΣ
Θα συμμετείχα σε τοπικό δίκτυο παραγωγών με τουριστικές επιχειρήσεις			
Έχω χρόνο/πόρους για ανάπτυξη συνεργασιών με τον τουρισμό			

Τι είδους υποστήριξη θα ήταν πιο χρήσιμη για να συνδεθείτε με τον τουρισμό; Επιλέξτε έως 3 απαντήσεις.

- ☐ Χρηματοδότηση / επιδοτήσεις
- ☐ Εκπαίδευση σε μάρκετινγκ
- ☐ Βοήθεια στη συσκευασία / τυποποίηση
- ☐ Δικτύωση με τουριστικές επιχειρήσεις
- ☐ Προώθηση / branding
- ☐ Νομική / κανονιστική υποστήριξη
- ☐ Ανάπτυξη εμπειριών (γευσιγνωσίες, επισκέψεις)

Παρακαλώ δηλώστε σε ποιο βαθμό τα παρακάτω μέσα προώθησης θεωρείτε σημαντικά (1 Καθόλου, 2 Λίγο, 3 Ουδέτερο, 4 Συμφωνώ, 5 Πάρα πολύ)

	1	2	3	4	5
Τοπικές αγορές					
Ξεναγήσεις / γευσιγνωσίες					
Συνεργασία με ξενώνες					
Social media					

Επισκέψιμα αγροκτήματα					
------------------------	--	--	--	--	--

ΜΕΡΟΣ Ε: Επιπτώσεις και Βιωσιμότητα

Παρακαλώ δηλώστε κατά πόσο συμφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις (1 Καθόλου, 2 Λίγο, 3 Ουδέτερο, 4 Συμφωνώ, 5 Πάρα πολύ)

	1	2	3	4	5
Η χρήση βιώσιμων πρακτικών συμβάλλει στην προβολή της περιοχής					
Η τουριστική εμπειρία στον Έβρο συνδέεται με τη γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα					

Χρησιμοποιείτε βιώσιμες πρακτικές στην παραγωγή σας; Αν ναι, είναι κάποια από κάτωθι (πολλαπλής επιλογής)

- ☐ Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
- ☐ Διαχείριση / μείωση αποβλήτων
- ☐ Γεωργία ακριβείας / εξοικονόμηση νερού
- ☐ Μείωση χημικών λιπασμάτων

Μέρος ΣΤ: Ανοιχτές ερωτήσεις

Ποιες είναι οι βασικές δυνατότητες της περιοχής για ανάπτυξη αγροτουρισμού ή γαστρονομικού τουρισμού;

.....

Ποιες στρατηγικές προτείνετε για τη μακροπρόθεσμη σύνδεση πρωτογενούς τομέα και τουρισμού;

.....

ΜΕΡΟΣ Ζ: Προφίλ παραγωγού

1. Φύλο: (Άνδρας=1, Γυναίκα=2, Άλλο/Δεν θέλω να απαντήσω=3)
2. Ηλικία: ☐ <25 ☐ 25–34 ☐ 35–44 ☐ 45–54 ☐ 55+
3. Τύπος Παραγωγής: Ποιο από τα παρακάτω προϊόντα παράγετε; (Πολλαπλή επιλογή)
 - Σιτηρά / Όσπρια / Ζωοτροφές
 - Κηπευτικά / Φρούτα
 - Ελαιόλαδο
 - Κτηνοτροφία / Γαλακτοκομικά / Κρέας
 - Μελισσοκομία / Μέλι
 - Αρωματικά βότανα
 - Επεξεργασμένα προϊόντα
 - Άλλο (προσδιορίστε): _____
4. Ενσωμάτωση στοιχείων ποιότητας και ταυτότητας: Σημειώστε ποια στοιχεία χαρακτηρίζουν τα προϊόντα σας:
 - Προϊόν Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) ή Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ)
 - Βιολογικά ή Πιστοποιημένη Ολοκληρωμένη Διαχείριση
 - Τοπικό σήμα (εφόσον υπάρχει)
 - Ισχυρή τοπική/οικογενειακή ταυτότητα χωρίς επίσημη πιστοποίηση
5. Έτη Δραστηριότητας της αγροτικής σας παραγωγής:
 - <5 έτη / 5-10 έτη / 11-20 έτη / >20 έτη
6. Δήμος δραστηριότητας:.....

Πίνακας: Συσχέτιση Ερευνητικών Στόχων και Ερωτήσεων Ερωτηματολογίου

Ερευνητικός Στόχος	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου που τον εξυπηρετούν
Στόχος 1: Αποτύπωση των χαρακτηριστικών και της δυναμικής της τοπικής αγροτικής παραγωγής στον Έβρο.	Τύπος παραγωγής, στοιχεία ποιότητας και πιστοποίησης προϊόντων (ΠΟΠ/ΠΓΕ, βιολογικά κ.λπ.), έτη δραστηριότητας, δήμος δραστηριότητας, κύριο κανάλι πώλησης προϊόντων, χρήση βιώσιμων πρακτικών παραγωγής.
Στόχος 2: Ανάλυση των χαρακτηριστικών και των τάσεων του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.	Συχνότητα προώθησης τοπικών προϊόντων σε τουριστικές εκδηλώσεις (εκθέσεις, φεστιβάλ, γευσιγνωσίες), αντιλήψεις για τη ζήτηση τοπικών προϊόντων από τουρίστες, δυνατότητες ανάπτυξης αγροτουρισμού ή γαστρονομικού τουρισμού στην περιοχή.
Στόχος 3: Καταγραφή του βαθμού ενσωμάτωσης της αγροδιατροφής στον τουριστικό σχεδιασμό.	Συνεργασία με τουριστικές επιχειρήσεις (παρελθόν και παρόν), περιγραφή συνεργασιών, προώθηση προϊόντων σε δράσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, μέσα προώθησης προϊόντων προς τους τουρίστες, βαθμός σύνδεσης της τουριστικής εμπειρίας με τα τοπικά προϊόντα και τη γαστρονομία.
Στόχος 4: Διερεύνηση αντιλήψεων και στάσεων των εμπλεκόμενων φορέων σχετικά με τη σύνδεση αγροτικής παραγωγής και τουρισμού.	Αντιλήψεις σχετικά με τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στη βελτίωση της εμπειρίας επισκεπτών, εκτίμηση της ζήτησης από τουρίστες, εκτίμηση για την οικονομική ωφέλεια από αγροτουριστικές δραστηριότητες, αντιλήψεις για τη στήριξη από τοπικούς φορείς, σημασία βιώσιμων και παραδοσιακών πρακτικών παραγωγής.
Στόχος 5: Εντοπισμός προκλήσεων και ευκαιριών για	Ερωτήσεις σχετικά με εμπόδια συνεργασίας (πρόσβαση σε κανάλια διάθεσης, χρηματοδότηση, έλλειψη

Ερευνητικός Στόχος	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου που τον εξυπηρετούν
την ανάπτυξη συνεργειών μεταξύ αγροτικής παραγωγής και τουρισμού.	γνώσεων μάρκετινγκ, κανονισμοί και υγειονομικές προδιαγραφές, έλλειψη δικτύων συνεργασίας, εποχικότητα, θεσμικό πλαίσιο, κόστος πιστοποίησης), πρόθεση συμμετοχής σε δίκτυο συνεργασίας και διαθεσιμότητα πόρων για συνεργασία.
Στόχος 6: Διατύπωση προτάσεων στρατηγικής για την ενίσχυση της σύνδεσης αγροδιατροφικού και τουριστικού τομέα.	Ερωτήσεις για τις ανάγκες υποστήριξης (χρηματοδότηση, εκπαίδευση, δικτύωση, branding κ.λπ.), μέσα προώθησης προϊόντων προς τους τουρίστες, ανοιχτές ερωτήσεις για δυνατότητες ανάπτυξης αγροτουρισμού και προτάσεις στρατηγικής για τη μακροπρόθεσμη ανθεκτικότητα της τοπικής οικονομίας.

Πίνακας: Επιχειρησιακή Οριστικοποίηση Μεταβλητών της Έρευνας

Μεταβλητή Έρευνας	Δείκτες Μέτρησης	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου	Κλίμακα Μέτρησης
Χαρακτηριστικά αγροτικής παραγωγής	Τύπος παραγωγής, έτη δραστηριότητας, στοιχεία ποιότητας προϊόντων	E28, E29, E30, E31	Ονομαστική / Κατηγορική
Κανάλια διάθεσης προϊόντων	Τρόποι πώλησης αγροτικών προϊόντων	E1	Ονομαστική
Υφιστάμενη συνεργασία με τουριστικό τομέα	Συνεργασία με τουριστικές επιχειρήσεις στο παρελθόν και στο παρόν	E2, E3, E4, E5	Διχοτομική / Ανοικτή

Μεταβλητή Έρευνας	Δείκτες Μέτρησης	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου	Κλίμακα Μέτρησης
Προώθηση τοπικών προϊόντων στον τουρισμό	Συχνότητα συμμετοχής σε δράσεις τουριστικού ενδιαφέροντος	E6	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Αντιλήψεις για τη συμβολή των τοπικών προϊόντων στον τουρισμό	Βελτίωση εμπειρίας επισκεπτών, ζήτηση τοπικών προϊόντων, οικονομική ωφέλεια	E7, E8, E9	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Αντιλήψεις για θεσμική υποστήριξη	Στήριξη από τοπικούς φορείς	E10	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Εμπόδια συνεργασίας αγροτικού και τουριστικού τομέα	Πρόσβαση σε αγορές, χρηματοδότηση, δεξιότητες μάρκετινγκ, κανονισμοί, δίκτυα συνεργασίας, εποχικότητα, θεσμικό πλαίσιο, κόστος πιστοποίησης	E11–E18	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Πρόθεση συνεργασίας με τον τουριστικό τομέα	Διάθεση συμμετοχής σε δίκτυο παραγωγών και συνεργασιών	E19, E20	Διχοτομική
Ανάγκες υποστήριξης για σύνδεση με τον τουρισμό	Εκπαίδευση, χρηματοδότηση, branding, δικτύωση, κανονιστική υποστήριξη	E21	Πολλαπλής επιλογής

Μεταβλητή Έρευνας	Δείκτες Μέτρησης	Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου	Κλίμακα Μέτρησης
Μέσα προώθησης προς τουρίστες	Τοπικές αγορές, ξεναγήσεις, συνεργασία με καταλύματα, social media, επισκέψιμα αγροκτήματα	E22	Πολλαπλής επιλογής
Βιωσιμότητα αγροτικής παραγωγής	Σημασία βιώσιμων πρακτικών, εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών παραγωγής	E23, E25	Likert / Πολλαπλής επιλογής
Σύνδεση τουριστικής εμπειρίας με τοπική γαστρονομία	Αντίληψη για τη σχέση τουρισμού και τοπικών προϊόντων	E24	Κλίμακα Likert 5 σημείων
Δυνατότητες ανάπτυξης αγροτουρισμού	Αντιλήψεις για δυνατότητες ανάπτυξης αγροτουρισμού και γαστρονομικού τουρισμού	E26	Ανοικτή
Προτάσεις στρατηγικής ανάπτυξης	Προτάσεις για ενίσχυση της σύνδεσης πρωτογενούς και τουριστικού τομέα	E27	Ανοικτή

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.