



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ  
ΙΔΡΥΜΑ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**

**«Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΑΝ ΕΡΓΑΛΕΙΟ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ»**

**Σπουδαστές:**

**ΓΕΩΡΓΙΤΣΟΠΟΥΛΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ**

**ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ**

**ΧΑΝΤΖΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΝΤΕΜΠΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ -2018**

## Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ_1: ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	4
1.1 Ορισμός τουρισμού.....	4
1.2 Δείκτες μέτρησης της ανάπτυξης του τουρισμού .....	8
1.2.1 Δείκτες αειφόρου ανάπτυξης .....	8
1.2.2 Δείκτες για ανεπτυγμένες τουριστικά ζώνες.....	10
1.3 Το τουριστικό προϊόν.....	11
1.5 Ειδή του τουρισμού.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ_2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	15
2.1 Η προσφορά του τουρισμού στην οικονομία.....	15
2.2 Συμβολή στην ανάπτυξη.....	18
2.3 Συμβολή του τουρισμού στην κοινωνία .....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ_3: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	28
3.1 Το τουριστικό ελληνικό προϊόν .....	28
3.2 Μάρκετινγκ και τουρισμός στην Ελλάδα .....	33
3.3 Στοιχεία τουρισμού της Ελλάδας.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ_4: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ.....	37
4.1 Στοιχεία τουρισμού από την Δυτική Ελλάδα.....	37
4.2 Τι περιλαμβάνει ο τουρισμός στην Δυτική Ελλάδα.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ_5: ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ .....	48
5.1 Τομείς ανάπτυξης του τουρισμού .....	48
5.1.1 Τρόποι ανάπτυξης του τουρισμού.....	49
5.2 Προγράμματα τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα.....	50
5.3 Στρατηγικός σχεδιασμός του τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα .....	56
5.4 Προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα.....	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ_6: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	59
6.1 Μεθοδολογία έρευνας.....	59
6.2 Αποτελέσματα έρευνας.....	60
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	76
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	77
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ .....	79

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία απαρτίζεται από έξι (6) κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αφορά τον ορισμό του τουρισμού, του δείκτες μέτρησης της ανάπτυξης του, καθώς και τον ορισμό του τουριστικού προϊόντος. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ανάπτυξη της εκάστοτε κοινωνίας μέσα από τον τουρισμό. Το τρίτο κεφάλαιο αναλύει τον ευρύτερο τουρισμό στον ελλαδικό χώρο. Στο τέταρτο κεφάλαιο αναπτύσσεται ο τουρισμός στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Το πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζει τις δράσεις ενίσχυσης του τουρισμού στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Πιο συγκεκριμένα, στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρονται οι τομείς ανάπτυξης του τουρισμού, τα προγράμματα τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα, ο στρατηγικός σχεδιασμός του τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα, καθώς και οι προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα. Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το ερευνητικό μέρος της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Τέλος, παρατίθενται συμπεράσματα.

*Λέξεις κλειδιά: τουρισμός, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, τουριστικό προϊόν.*

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο ελλαδικός χώρος συγκαταλέγεται στους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της Μεσογείου, αλλά και παγκοσμίως. Ουσιαστικά, ο τουρισμός αποτελεί για την οικονομία της Ελλάδας έναν από τους πιο δυναμικούς παραγωγικούς τομείς, έχοντας σημαντική επίδραση στην διαμόρφωση της κοινωνικής καθώς και οικονομικής δομής των τουριστικών περιοχών της (ΣΕΤΕ, 2010).

Ως οικονομική δραστηριότητα στην Ελλάδα, ο τουρισμός συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας, αφού συμμετέχει σε αυτό σε ποσοστό μεγαλύτερο του 15%, βοηθά στην βελτίωση του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών με εισαγωγή συναλλάγματος που υπερβαίνει τα 10 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως. Επιπρόσθετα, υποβοηθά σημαντικά στην ενίσχυση της απασχόλησης καθώς και στην περιφερειακή ανάπτυξη (IOBE, 2015).

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα ασχοληθούμε με την τουριστική ανάπτυξη στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος. Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος αποτελείται από τρεις νόμους. Τον νομό Αχαΐας, τον νομό Ηλείας και τον νομό Αιτωλοακαρνανίας. Πρωτεύουσα όλης της περιφέρειας θεωρείται η Πάτρα, η οποία είναι συγχρόνως και η πρωτεύουσα του νομού Αχαΐας. Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος δεν θεωρείται κατεξοχήν τουριστική περιφέρεια, μολονότι διαθέτει όλους εκείνους τους φυσικούς πόρους που αποτελούν την αναγκαία προϋπόθεση για να αναπτυχθεί ο τουρισμός (Οικονομίδου, 2003).

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ\_1: ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

## 1.1 Ορισμός τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί μια πανάρχαια δραστηριότητα η οποία απασχολούσε και ταυτόχρονα επηρέαζε την οικονομική δραστηριότητα της ανθρωπότητας από τότε. Σήμερα, ο κλάδος του τουρισμού έχει δημιουργήσει μια τεραστία βιομηχανία με πλήθος επιστήμων να την περιβάλουν και να την υποστηρίζουν. Για πολλές χώρες αποτελεί σημαντική πηγή του εισοδήματός τους και συμβάλει σημαντικά στο ΑΕΠ τους, όπως άλλωστε συμβαίνει και για την Ελλάδα (Τσάρτας,1996)

Η ανάγκη καταγραφής ενός κοινά αποδεκτού ορισμού στηρίζεται στην τεραστία αύξηση των τουριστικών μετακινήσεων τον 20<sup>ο</sup> και τον 21<sup>ο</sup> αιώνα με στόχο την αναψυχή, καθώς και στις τεράστιες επιπτώσεις στις οικονομίες των κρατών που αποτελούν χώρες υποδοχής των τουριστών (IOBE, 2015).

Ορισμένοι αναγνωρίζουν τον τουρισμό ως ένα ταξίδι αναψυχής, για κάποιους αποτελεί απλά μια ανθρώπινη επιθυμία, ενώ για κάποιους άλλους ο τουρισμός αποτελεί μια κοινωνική ανάγκη και ένα κοινωνικό φαινόμενο (Τσάρτας,1996)

Οι διαφορετικές προσεγγίσεις σχετικά με τον ορισμό του τουρισμού είναι επηρεασμένες από επιστήμες όπως είναι η Κοινωνιολογία, η Γεωγραφία, Οικονομία, Ανθρωπολογία κλπ. (Τσάρτας, 1998).

Αρκετοί οργανισμοί όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ), Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), Σ.Ε.Τ.Ε., IOBE κλπ κατέβαλλαν προσπάθειες στο να μπορέσουν να δημιουργήσουν έναν ορισμό ευρέως αποδεκτό ορισμό του τουρισμού, αλλά οι προσπάθειες τους ήταν άκαρπες λόγω του γεγονότος ότι προσέκρουσαν στο είδος του τουρισμού αλλά και στο χρονικό διάστημα της διαμονής σε ένα άλλο τόπο των τουριστών (Κοκκώσης, & Τσάρτας, 2004).

Το 1937 σε αναφορά της Κοινωνίας των Εθνών, προσδιορίζεται ότι ο τουρίστας αποτελεί το άτομο που ταξιδεύει για πάνω από μια μέρα σε μέρος διαφορετικό από αυτό που διαμένει μόνιμα. Επίσης, προσδιορίζεται ο τουρισμός ως η

πρόσκαιρη διακίνηση κάποιου από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής του σε κάποιο άλλο, με κύριο σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση του (Λαγός, 2007).

Οι Hunziger & Krapf (1942), αναφέρονται στον τουρισμό ως το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που δημιουργούνται την χρονική περίοδο που διαρκεί ένα ταξίδι και η διαμονή των ατόμων σε έναν μέρος, που είναι διαφορετικό από αυτό που αποτελεί την μόνιμη διαμονή τους και μέσα από αυτήν την προσωρινή μεταβολή διαμονή δεν υπάρχει πρόβλεψη για απόκτηση οφέλους (οικονομικού) από αυτήν. Αυτός αποτέλεσε τον πρώτο ορισμό της λέξης τουρισμός που έγινε αποδεκτός από πολλούς και περιλάμβανε τα στοιχεία των σχέσεων που πραγματοποιούνταν μεταξύ των τουριστών και του εκεί πληθυσμού (Λαγός, 2007).

Προσοχή θα πρέπει να δοθεί και στον ορισμό του τουρισμού που προέκυψε από την εργασία των Burkart & Medlik (1981), οι οποίοι διαίρεσαν τους ορισμούς σε δύο κύριες κατηγορίες:

- Τους εννοιολογικούς, οι οποίοι αποδίδουν το θεωρητικό πλαίσιο με τα κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού αλλά και τα στοιχεία που τους προσφέρουν την διαφορετικότητα από αλλά παρεμφερή φαινόμενα.
- Τους τεχνικούς ορισμούς, οι οποίοι διαθέτουν στοιχεία ανάλυσης του τουριστικού φαινομένου μέσα από την στατιστικής επιστήμης.

Οι βιομηχανία υπηρεσιών, έχει αποτελέσει πηγή έναρξης για τον ορισμό του τουρισμού από πολλούς. Μια πηγή τελικής ζήτησης παροχής υπηρεσιών από τους διάφορους κλάδους οι οποίοι εμπλέκονται σε αυτόν είναι για παράδειγμα τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια, ο θαλάσσιος τουρισμός, οι μεταφορές κλπ.

Ένας άλλος ορισμός έρχεται από τη Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T.) η οποία θεωρεί ως τουρισμό «το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές που προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης».

Σε αναφορές του ο Καλφιώτης πιστεύει ότι ο τουρισμός αποτελείται από το στοιχείο εκείνο της μετακίνησης των ατόμων που αυξάνει την κατανάλωση τουριστικών προϊόντων. Σήμερα, ο τουρισμός αποτελεί μια από της σημαντικότερες και μεγαλύτερες βιομηχανίες του σύγχρονου κόσμου, βιομηχανία προσδιορίζεται πια

από τεράστια δυναμική λόγω των κερδών που προσφέρει. Ανάλογα, όπως και στους άλλους οικονομικούς κλάδους έτσι και εδώ ο νόμος που διέπει τον τουρισμό και χαρακτηρίζει την ανάπτυξη και την εξέλιξη είναι αυστηρά προσδιορισμένη από την προσφορά και τη ζήτηση (Καλφιώτης, 1976).

Συνεπακόλουθα, ο ορισμός που έχει αναπτύξει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ) συμπεριλαμβάνει ένα πλήθος δραστηριοτήτων. Ο τουρισμός για τον ΠΟΤ αποτελείται από δραστηριότητες ατόμων που ταξιδεύουν σε τόπους που διαφέρουν από αυτούς της μόνιμης κατοικίας τους, σε αυτό το σημείο υπάρχει ειδική αναφορά του οργανισμού που δεν περιλαμβάνει τα ταξίδια ρουτίνας τακτικά εντός των περιοχών της συνηθισμένης διαμονής του ατόμου που περιλαμβάνουν αναψυχή, επιχειρηματικούς, επαγγελματικούς, θεραπευτικούς, θρησκευτικούς, συνεδριακούς σκοπούς σε χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του ενός έτους (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, & Λύτρας, 1998).

Ο Π.Ο.Τ υποστηρίζει ακόμα ότι ο τουρισμός συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, αύξηση επενδύσεων, μεγέθυνση της οικονομίας και άνοδο του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων κυρίως που δέχονται τουριστική κίνηση (Λαγός, 2005).

Η πολυπλοκότητα και οι πολλές διαστάσεις που διέπουν τον τουρισμό και επιδρούν πάνω του μέσα από μια τεράστια σύνθεση των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων, δεν έχει καταφέρει ακόμα να δοθεί ένα ορισμός, αποδεκτός από όλους, για το την έννοια του τουρισμού (Ακριβός, & Σαλεσιώτης, 2007).

Σε μια περαιτέρω προσπάθεια αναζήτησης της έννοιας του τουρισμού πολλοί έχουν στραφεί στην ετυμολογία της λέξης «τουρισμός» η οποία προέρχεται από την Γαλλική “Tour” που αποδίδεται ως γύρος και από την Αγγλική «Touring» η οποία περιγράφει την επίσκεψη ανθρώπινων ομάδων σε περιοχές με διαθέσιμα μέρη για παρατήρηση (Λαγός, 2005).

Ο Ηγουμενακίης χαρακτηριστικά αναφέρει «αν εξεταστεί προσεκτικά ο τουρισμός θα διαπιστωθεί ότι αποτελεί ένα συνδυασμό δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων που προσφέρει μια τουριστική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν σε κάποιο τουριστικό προορισμό για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους

*ανάγκες ή επιθυμίες που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης κλπ. Ο τουρισμός δηλαδή περιλαμβάνει όλους τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων αλλά ταυτόχρονα κι εκείνους που σε καμία περίπτωση δε μπορούν να χαρακτηριστούν σαν τέτοιοι πλην όμως τα προϊόντα που προσφέρουν είναι λίγο – πολύ απαραίτητα στους τουρίστες κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης και βραχυχρόνιας διαμονής τους σ' ένα τουριστικό προορισμό ή ακόμα κατά τη μετακίνησή τους από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στον τουριστικό προορισμό της επιλογής τους και αντίστροφα» (Ηγουμενάκης, 2004).*

Τέλος, μια πρόσφατη αναφορά για τον προσδιορισμό του τουρισμού είναι αυτή του 2005 του Λαγού «το γεγονός εκείνο που συμβαίνει όταν ένα άτομο αλλάζει φυσικό περιβάλλον και ρυθμό ζωής. Μπορεί να χαρακτηριστεί ότι είναι ένα πολυσύνθετο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο και πραγματοποιείται όταν συναντιέται η ανθρώπινη θέληση με το ταξίδι. Η σύμπτωση αυτή παρέχει ικανοποίηση σε ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες μέσα από μια συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση και παραμονή των ατόμων σε ξένο γεωγραφικό χώρο όπου αναπτύσσονται πλήθος δραστηριοτήτων αναψυχής και ψυχαγωγίας στο πλαίσιο πάντα του ελεύθερου χρόνου τους» (Λαγός, 2005).



## 1.2 Δείκτες μέτρησης της ανάπτυξης του τουρισμού

Ως έννοια η αειφόρος ανάπτυξη συμπεριλαμβάνει κάθε μορφής οικονομικής δράση αυτό παρέχει την δυνατότητα να εντάξουμε και τον τουρισμό σε αυτή την έννοια. Ο σκοπός της αειφόρου ανάπτυξης είναι να προσδιοριστεί ο τουρισμός ως μια διαφορετική αντίληψη της ανάπτυξης του που θα στηρίζεται στην ποσοτική αλλά και στην ποιοτική ανάπτυξη. Η αειφόρος ανάπτυξη δεν υπολογίζει μόνο οικονομικούς δείκτες αλλά και οι περιβαλλοντικούς και οι κοινωνικοπολιτικούς. Η αναλογία του ποσοστού συμμετοχής που δίνεται σε κάθε μία από τις προαναφερθέντες παραμέτρους ανακλύπτουν και διαφορετικές ερμηνείες του όρου. Οι ερμηνείες αυτές περιλαμβάνουν την «οικονομική αειφορικότητα του τουρισμού», την «οικολογική αειφορικότητα του τουρισμού», την «αειφόρο τουριστική ανάπτυξη» όπου παρά την ανάγκη για διασφάλιση της ποιότητας του περιβάλλοντος που περικλείει, το μεγαλύτερο βάρος δίνεται στην βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και τον «τουρισμό σαν κομμάτι της στρατηγικής για αειφόρο ανάπτυξη» (Xiang, Magnini, & Fesenmaier, 2015).

Οι παραπάνω ερμηνείες αναφέρονται ουσιαστικά σε μέρη της έννοιας της αειφόρου ανάπτυξης η οποία στηρίζεται σε μία ολιστική θεώρηση της ανάπτυξης όπου όλες οι παράμετροι διακρίνονται για την σημαντικότητά τους. Παρ' όλο που οι ορισμοί και τα μέτρα εφαρμογής της αειφόρου ανάπτυξης έχουν χαρακτηριστεί και ως ασαφή λόγω της ευρύτητας του όρου, είναι αναγκαίο να εξασφαλίζεται η συμβατότητα με την έννοια και της αρχές της σε κάθε προσπάθεια εφαρμογής. Σε αυτή τη κατεύθυνση, της καλύτερης ανάλυσης και παρουσίασης του όρου κινείται η διερεύνηση και εφαρμογή δεικτών αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης (Xiang, Magnini, & Fesenmaier, 2015).

### 1.2.1 Δείκτες αειφόρου ανάπτυξης

Οι δείκτες της αειφόρου ανάπτυξης είναι ένα εργαλείο στο οποίο γίνεται χρήση αρκετές δεκαετίες πριν σε διάφορες επιστήμες με αφετηρία τα οικονομικά, για να προσδιορίζει με συντομία και ακρίβεια στοιχεία τα οποία θα πρέπει να είναι

γνωστά και ενδιαφέρον. Τα πλεονεκτήματα των δεικτών της αειφόρου ανάπτυξης είναι η αμεσότητα στην παρουσίαση και στον προσδιορισμό διαφορών παραμέτρων, την χάραξη πορείας σε πρωτεύοντα ζητήματα που θα έπρεπε να ληφθούν υπόψη στο σχεδιασμό και της διαδικασία ανάπτυξης και η συγκρισιμότητα των αποτελεσμάτων. Οι λειτουργίες τους είναι διάφορες και περιλαμβάνουν την περιγραφή μιας κατάστασης, τον προσδιορισμό προβλημάτων, την παροχή βοήθειας στην λήψης αποφάσεων, την αξιολόγηση μέτρων και επιλογών κ.α. (IOBE, 2013).

Τόσο η επιλογή όσο και η χρήση των δεικτών δεν είναι πάντα χωρίς προβλήματα. Τα προβλήματα κατά κύριο λόγο προκύπτουν από την έλλειψη ορθών στοιχείων για τον υπολογισμό των δεικτών, τη γενίκευση δεικτών για να συμπεριλάβουν διάφορες περιπτώσεις ή για να αντιπαρέλθουν την έλλειψη στοιχείων, την υποκειμενικότητα που λίγο έως πολύ πιθανόν να τους διακρίνει τόσο κατά τη διαδικασία επιλογής τους και κατά την αξιολόγηση τους (IOBE, 2013).

Πιο ειδικά, για τον τουρισμό οι δείκτες αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης (sustainable tourism indicators) αποτελούν ένα εργαλείο που παρέχει την δυνατότητα χρήσης για την αειφόρο τουριστική διαχείριση ή πιο ορθά για την αειφόρο ανάπτυξη τουριστικών περιοχών - ζωνών. Απόρροια της εξάπλωσης της παραπάνω έννοιας και της ανάγκης για πρακτική εφαρμογή των αρχών που τους χαρακτηρίζουν, είναι ότι οι δείκτες αυτοί έχουν αρχίσει να αποτελούν σημαντικό στοιχείο για την αξιολόγηση αναπτυξιακών επιλογών, επεμβάσεων στο περιβάλλον και επιδράσεων που ασκούνται στους οικονομικούς, περιβαλλοντικούς και κοινωνικοπολιτιστικούς τομείς (Λαγός, 2007).

Οι δείκτες της αειφόρου ανάπτυξης αποτελούν ένα εργαλείο το οποίο στοχεύει στην αξιολόγηση τόσο της παρούσας κατάστασης όσο και μελλοντικών αναπτυξιακών και όχι μόνο επιλογών και παρεμβάσεων στον χώρο που δραστηριοποιείται και διαμορφώνεται το τουριστικό προϊόν. Σε αντιδιαστολή με παραδοσιακούς δείκτες που γίνεται χρήση τους στον τουρισμό όπως η πληρότητα, οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις, οι δείκτες υπολογίζουν περιβαλλοντικές και κοινωνικοπολιτικές μεταβλητές καθώς και το πλέγμα των αλληλεπιδράσεων τους μέσα στο πλαίσιο που προσδιορίζεται από τις αρχές και οι επιταγές της αειφόρου ανάπτυξης (Λαγός, 2007).

## 1.2.2 Δείκτες για ανεπτυγμένες τουριστικά ζώνες

Οι δείκτες οι οποίοι αφορούν για ανεπτυγμένες τουριστικά ζώνες χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή καθώς πρόκειται για περιοχές που ίδια υπάρχει μια υφιστάμενη κατάσταση στην τουριστική τους ανάπτυξη η οποία, στις περισσότερες των περιπτώσεων αφορά μαζικό τουρισμό. Οι περιοχές αυτές διακρίνονται για την ανεπτυγμένη υποδομή και δίκτυα, και παρουσιάζουν ιδικά προβλήματα τα οποία είναι αποτέλεσμα της ανάπτυξης που έχει προηγηθεί. Για τις τουριστικές περιοχές της Μεσογείου, η εικόνα είναι ίδια σε πολλές περιπτώσεις. Οι ιδιαιτερότητες σε κάθε μια περιοχή είναι δεδομένη καθ' όσον πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στον προσδιορισμό των δεικτών. Η σημασία της εφαρμογής των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης και στο χώρο του μαζικού τουρισμού έχει αρχίσει να έχει μεγάλη βαρύτητα τα τελευταία χρόνια (Ακριβός, & Σαλεσιώτης, 2007).

Συνεπώς, ενώ μέχρι πριν λίγα χρόνια η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη ταυτιζόταν με το οικοτουρισμό και άλλες ήπιες μορφές τουρισμού, έχει αρχίσει πια να μην αποτελεί μία ακόμη μορφή τουρισμού στην ολοένα και διογκούμενη λίστα των «νέων» μορφών τουρισμού (Ακριβός, & Σαλεσιώτης, 2007).

Τέλος, η εφαρμογή της αειφόρου ανάπτυξης πρέπει να μελετάται σε όλες τις μορφές τουρισμού, καθοδηγώντας τις πρακτικές εκείνες που θα αποτελέσουν σημείο έναρξης στη γενικότερη ισόρροπη ανάπτυξη για μια περιοχή (Λαγός, 2007).

### 1.3 Το τουριστικό προϊόν

Την σημερινή εποχή, η εξέλιξη του τουρισμού είναι διαρκείς. Είναι μία κατάσταση που εμφανίζεται παγκοσμίως και έχει αντίκτυπο σε όλους τους τομείς που απασχολεί και δρά, τους ανθρώπους, την οικονομία κάθε κράτους και τον τουρίστα που χρησιμοποιεί τα υλικά είτε αϋλα αγαθά που δημιουργούνται από αυτή. Όλο και περισσότεροι κλάδοι ερευνούν και μελετούν τον τουρισμό. Καθώς ο τουρισμός αποτελείται βασικό παράγοντα ανάπτυξης και αλλαγών έφερε σαν αποτέλεσμα πολύ ερευνητές να έχουν σαν αντικείμενο μελέτης τους αυτό. Ο τουρισμός είναι σχεδόν αδύνατον να χαρακτηριστεί σαν αυτόνομος παραγωγικός κλάδος διότι η τουριστική δραστηριότητα είναι πολύπλοκη όσον αφορά την ζήτηση και την προσφορά που έχει ο τουρισμός (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, & Λύτρας, 1998).

Το γεγονός να μετρήσεις και να περιγράψεις τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζει ο τουρισμός τις οικονομικές δυνατότητες μιας χώρας και αυτο μπορούμε να το κατανοήσουμε αν δούμε την επιρροή του τουρισμού αν όχι σε όλους στους περισσότερους εθνικούς δείκτες στους οποίους αποροφάται μέσω των υπηρεσιών που προσφέρει όχι μόνο στις μεγάλες επιχειρήσεις αλλά ακόμα και στις μικρομεσαίες. Για αυτό τον λόγο κατά την διάρκεια της δεκαετίας 1960 η επιστήμη του τουρισμού προμηνεύει τον υπολογισμό κ την συνεισφορά του τουρισμού στον οικονομικό κλάδο μιας χώρας καθώς και την επιρροή της σε άλλους κλάδους της οικονομίας που την έχουν ως αντίκτυπο μέσω της συλλογής πληροφοριών για να δοθούν οι ανάλογες απαντήσεις και συσχετισμοί μεταξύ τους. (Ακριβός, & Σαλεσιώτης, 2007).

Μέσω του δορυφορικού λογαριασμού μπορούμε να υπολογίσουμε τις επιπτώσεις του τουρισμού όσο έχει να κάνει με άλλους οικονομικούς τομείς καθώς και την σύγκριση με άλλους παράγοντες μέσω της χρήσης εκροών εισροών καθώς και οικονομικών πινάκων των οικονομικών κλάδων. Έτσι δίνεται η δυνατότητα να απορροφηθεί ο τουρισμός σε ένα τεράστιο σύστημα λογαριασμών. Από την άλλη μεριά ένας αρνητικός παράγοντας είναι το γεγονός ότι λόγω υψηλού κόστους δεν υπάρχει η δυνατότητα επεξεργασίας πληροφοριών από διάφορους τομείς. Η βάση του λογαριασμού αυτού είναι να δημιουργήσει μια αλληλεπίδραση μεταξύ ζήτησης και προσφοράς για προϊόντα και υπηρεσίες που θα οδηγήσουν μέσω αναλύσεων στην ανάπτυξη του τουρισμού. (Λαγός 2005)

#### 1.4 Ειδή του τουρισμού.

Στην συνέχεια έγινε μια προσπάθεια προσδιορισμού των ειδών στα οποία διακρίνεται ο τουρισμός.

- Τουρισμός ανάπαυσης και αναψυχής: Σε αυτόν περιλαμβάνονται ο τουρισμός διακοπών, εκδρομικός τουρισμός και παραδοσιακός όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου, που σχετίζεται στενά με την ανάγκη για χαλάρωση και αναψυχή. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι χωρίς αμφιβολία σημαντικότερη η σημαντικότερη από αποχή αγοραστικού μεριδίου, αλλά και από άποψη αναγκών σε πόρους και υπηρεσίες, που είναι απαραίτητη για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών σε σύγκριση με τον εναλλακτικό τουρισμό που περιλαμβάνει τα αλλά είδη τουρισμού που θα προσδιοριστούν στην συνέχεια..
- *Αγροτουρισμός*: Χαρακτηρίζεται ως ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, κατά την οποία δίνεται στο επισκέπτη η ευκαιρία να ανακαλύψει και να ζήσει σε αγροτικές περιοχές, να μάθει για τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, και όλα αυτά σε ένα πλαίσιο αρχών σεβασμού του περιβάλλον και την παράδοση. Μια τουριστική δραστηριότητα που τον φέρνει κοντά με τη φύση, καθώς και με δράσεις που λαμβάνουν χώρα στην ύπαιθρο.

Ταυτόχρονα μπορεί να κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις μια τοποθεσίας, προσφέροντας μέσα από αυτήν την διαδικασία στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου. Αρκετές επιχειρηματικές προσπάθειες έχουν γίνει στην Ελλάδα, η όποιες παρέχουν την δυνατότητα εκμεταλλεύσεις των πλεονεκτήματα της ελληνικής υπαίθρου, μέσα από τα προγραμμάτων αγροτουρισμού που ανά καιρούς ανακοινώνονται και μπαίνουν σε εφαρμογή.

- *Αθλητικός τουρισμός*: Στον οποίο περιλαμβάνονται οι αθλητές και θεατές αθλητικών δραστηριοτήτων. Η άθληση κατά τη διάρκεια των διακοπών

αποτελεί αυτή τη μορφή τουρισμού ως το βασικότερο παράγοντας συνδυαστικά με παροχές για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων.

- *Επιλεκτικός τουρισμός:* Ο οποίος πραγματοποιείται κατά κανόνα από οικονομικά εύρωστα άτομα που όχι μόνο θέλουν, αλλά έχουν και την δυνατότητα να δαπανήσουν σημαντικά μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Μπορεί οι δαπάνες αυτών των ατόμων να είναι αρκετά μεγάλες για την τουριστικής του δραστηριότητα αλλά παράλληλα έχουν και σημαντικά μεγάλες απαιτήσεις για αυτές. Παραδείγματα αυτού του είδους του τουρισμού είναι ο τουρισμού που αποτελεί ο πολιτικός τουρισμός, όπως ο τουρισμός διπλωματών και ο τουρισμός πολιτικών εκδηλώσεων.
- *Θρησκευτικός τουρισμός:* Αποτελεί μια μορφή τουρισμού, που αφορά μια ομάδα ατόμων που αρέσκονται στην επίσκεψη θρησκευτικών τόπων είτε για λόγους λατρείας αλλά και για να λάβουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές.
- *Οικολογικός τουρισμός:* χαρακτηρίζεται αυτή η εναλλακτική μορφή τουρισμού που προσδιορίζεται από το κίνητρο της πράσινης εμπειρίας. Σε μια ποιο αυστηρή οριοθέτηση του, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι είναι ο οικολογικός τουρισμός προς την αναζήτηση της πράσινης εμπειρίας που συνοδεύεται από την οικονομική στήριξη της περιβαλλοντικής διαχείρισης και την περιβαλλοντική εκπαίδευση.

*Fennell, D. (1999). Ecotourism: An introduction. London: Routledge.*

- *Οικονομικός τουρισμός:* Σε αυτόν περιλαμβάνονται ο επαγγελματικός τουρισμός συνεδριακός τουρισμός, ο εκθεσιακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων ή επιβραβευτικός. Σε αυτόν συγκαταλέγονται η οργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που μπορούν να παρέχουν και διαφορετικές δραστηριότητες. Η συλλογή στοιχείων από ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που επένδυσαν σε μεγάλα και σύγχρονα συνεδριακά κέντρα παρουσιάζουν ότι τζίρος των συνεδριακών πελατών τους είναι διπλάσιος από αυτόν των άλλων πελατών τους και ότι παρά τη διεθνή ύφεση η ζήτηση για

συνεδριακό τουρισμό διαρκώς παρουσιάζει αυξητικές τάσεις. Ένα από τα σημαντικά θετικά στοιχεία είναι ότι αυτό το είδος του τουρισμού μπορεί να συνδυαστεί και με αθλητικά γεγονότα, προπονήσεις ή και ατομικό αθλητισμό.

- *Πολιτιστικός τουρισμός:* Αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν ως βασικό τους σκοπό την συμμετοχής τους πολιτιστικές γενικά, εκδηλώσεις. Ειδικότερα, αυτό το είδος τουρισμού που διακρίνεται για της αυξητικές του τάσεις σε παγκόσμιο επίπεδο διεθνώς, μπορεί να εμπεριέχει επισκέψεις ιστορικών μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών, παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας, καθώς επίσης συμμετοχές σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια.
- *Τουρισμός υγείας:* Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού εξελίσσεται σε μια από τις σημαντικότερες μορφές τουρισμού, οι μετέχοντες σε αυτόν έχουν σαν κύριο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της ψυχικής και σωματικής τους υγείας. Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι υπάρχουν σε αρκετές χώρες, ενώ τα νερά των συγκεκριμένων πηγών διαφέρουν από τα συνηθισμένα είτε λόγω της υψηλής τους θερμοκρασίας, είτε διότι έχουν στην σύσταση τους σπάνια δραστικά συστατικά. Τα νερά αυτά χαρακτηρίζονται ως μεταλλικά εξαιτίας της θερμοκρασίας ή της γενικής τους χημικής σύστασης.

*Σταθόπουλος, Δ. (2016). Travel Daily News. Ανάκτηση 25/10/2016, από [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)*

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ\_2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

### 2.1 Η προσφορά του τουρισμού στην οικονομία

Η λέξη οικονομία προέρχεται από την αγγλική ορολογία *economy*, που εξηγεί την έννοια και τον τρόπο διαχείρισης ενός νοικοκυριού. Μέσω της σύνδεσης αυτής μια κοινωνία πρέπει να παίρνει αποφάσεις με σκοπό να μοιράζει τους πόρους στα μέλη της θέτοντας ως γνώμονα το τι θέλει κάθε μέλος καθώς και τις ικανότητες που έχει κάθε άνθρωπος στον κύκλο αυτό. (Ηγουμενάκης, 2004).

Οπότε συμπεραίνουμε στο γεγονός ότι μια κοινωνία «μοιράζει» τα μέλη της σε ανάλογες εργασίες και είναι υποχρεωμένη να διαχωρίζει και να καταναίμει όχι μόνο τις υπηρεσίες αλλά και τα αγαθά τα οποία παράγονται. Οι περιορισμένοι διαθέσιμοι πόροι σε σχέση με το τι θέλει το κάθε μέλος της κοινωνίας έχει ως επιβολή την διαχείριση των διαθέσιμων πόρων. Άρα μέσω της οικονομικής μελετάται ο τρόπος με τον οποίο η κοινωνία επεξεργάζεται τις διαθέσιμες υπηρεσίες και τους σπάνιους πλουτοπαραγωγικούς της πόρους. (Ηγουμενάκης, 2004).

Σε σχέση με όλα τα παραπάνω η τουριστική οικονομική συγκαταλέγεται σε μια μορφή της οικονομικής επιστήμης που ασχολείται με την ζήτηση του τουρισμού τους διάφορους συντελεστές που την δημιουργούν οι οποίες είναι οι ανάγκες του τουρισμού, τα καταναλωτικά μοντέλα οι τρόποι που λαμβάνονται οι τουριστικές αποφάσεις κλπ. Επίσης συγκεντρώνεται στην τουριστική παραγωγή με σκοπό να εκχωρήσει μέσα σε αυτή, την προσφορά του τουρισμού τα κόστη του τουρισμού καθώς και τους συντελεστές που τα προσδιορίζουν για παράδειγμα το κοστολόγιο των τιμών, την τιμή με την οποία πουλάνε τα αγαθά καθώς και την σύνδεση που υπάρχει την συγκεκριμένη χρονική περίοδο με απώτερο σκοπό την κάλυψη των τουριστικών αναγκών. (Λαγός, 2005: 32).

Η οικονομική διασπάται σε δύο τομείς: τη μικροοικονομική, που μελετά τον τρόπο με τον οποία όχι μόνο οι επιχειρήσεις αλλά και τα σπίτια παίρνουν τις αποφάσεις που αλληλοεπηρεάζονται στον καταναλωτικό τομέα που είναι η αγορά και την μακροοικονομική, που μελετά τα φαινόμενα στα οποία συμπεριλαμβάνονται



διάφοροι τομείς της οικονομίας όπως είναι τα ποσοστά ανεργίας η αύξηση των οικονομικών μεγεθών καθώς και ο πληθωρισμός. Η οικονομία του τουρισμού εμφανίζει αρχές και νομικούς παράγοντες που έχουν ως στόχο να εξηγήσουν ορισμένα θέματα και έχει ως κύριο σκοπό την σωστή λειτουργία της παραγωγής του τουρισμού και την ανάλυση των στόχων της δικιάς της τουριστικής στρατηγικής που θα καθορίζουν την πιο σωστή αξιολόγηση του συγκεκριμένου προϊόντος ως έχει να κάνει με τον τουρισμό.(Λαγός, 2005).

Ο τουρισμός συμπεριλαμβάνεται στους σημαντικότερους παράγοντες που έχουν ως αντίκτυπο την ελληνική οικονομία, εξαιτίας των μεγάλων οικονομικών δυνατοτήτων που έχει σαν κλάδος. Σε σχέση με την ναυτιλία έχει την δυνατότητα να παρέχει υπηρεσίες στο εμπόριο καθώς η χώρα αποτελεί καθαρό εξαγωγέα, αφού τα έσοδά της από την πώληση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε μη ντόπιους κατοίκους που είναι περισσότερες από τις πληρωμές ντόπιων κατοίκων για εξαγορά παρόμοιων υπηρεσιών από κατοίκους του εξωτερικού(Κοκκώσης, & Τσάρτας, 2004).

Σε μέρη που αναπτύσσεται ο τουρισμός είναι συχνό φαινόμενο επιχειρήσεις και διάφορα επαγγέλματα που έχουν να κάνουν με τον τουρισμό όπως για παράδειγμα ξενοδοχειακά ή μη τουριστικά καταλύματα, τουριστικά πρακτορεία τουριστικές τέχνες κλπ, να δυναμώνουν οικονομικά. Η σωστή λειτουργία κάποιων περιοχών οφείλεται στον τουρισμό και στις επαγγελματικές και όχι μόνο δυνατότητες που ο ίδιος παρέχει και σχετίζονται άμεσα όχι μόνο μέσω τουριστικών δραστηριοτήτων αλλά και αγροτικών. Έτσι αποτελεί μια αυτόνομη οικονομική δύναμη που δεν έχει σχέση με άλλους οικονομικούς κλάδους(Κοκκώσης, & Τσάρτας, 2004).

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) μέσα από την χρήση δύο εννοιών παρουσιάζει την συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ. Η πρώτη αποτελείται από την «τουριστική βιομηχανία», που συμπεριλαμβάνει τις άμεσα συνδεδεμένες τουριστικές δραστηριότητες όπως οι επιχειρήσεις ξενοδοχειακών και μη ξενοδοχειακών τουριστικών καταλυμάτων, οι επιχειρήσεις εστίασεως, οι αεροπορικές και ακτοπλοϊκές μεταφορές επιβατών και ΙΧ αυτοκινήτων, οι εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων, τα τουριστικά πρακτορεία και γραφεία, κ.ά. (ALPHA BANK, 2009).

Η έννοια της «τουριστικής οικονομίας» αποτελείται από την τουριστική βιομηχανία και επιπρόσθετα (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, & Λύτρας, 1998):

- Από τις κεφαλαιουχικές δαπάνες που πραγματοποιούνται είτε από εταιρίες που δραστηριοποιούνται άμεσα στον τουριστικό κλάδο είτε από την κυβέρνηση όταν αυτές επιδιώκουν κατά κύριο λόγο στην παροχή της αναγκαία τουριστικής υποδομής.
- Από κυβερνητικές δαπάνες που συμβάλουν είτε στην βελτίωση είτε στην δημιουργία πολιτιστικών κέντρων και κέντρων αναψυχής και άλλων υπηρεσιών που σχετίζονται άμεσα με τον ατομικό επισκέπτη καθώς και υπηρεσίες πιο γενικού τύπου όπως διαφημιστικές εκστρατείες για τον τουρισμό, κ.ά.

**Πίνακας 2.1:** Τουριστική οικονομία: Συμβολή στο ΑΕΠ.

Τουρισμός Κρουαζιέρας				
	Αφίξεις		Έσοδα (€)	
	2013	2014	2013	2014
Α' Τρίμηνο	68.600	76.300	12.600.000	13.300.000
Β' Τρίμηνο	658.000	744.900	126.200.000	136.000.000
Γ' Τρίμηνο	1.138.200	1.035.300	214.700.000	222.700.000
Δ' Τρίμηνο	509.400		91.700.000	
Σύνολο	2.374.200	1.856.500	445.200.000	372.000.000
Μεταβολή Ιαν - Σεπ		0%		5%

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος.

Μέσα από τον πίνακα 2.1 προσδιορίζονται τα έσοδα της «τουριστικής οικονομίας» για τα έτη 2013 και 2014 σε συνδυασμός με τις αφίξεις από τις οποίες προήλθαν ανά τρίμηνο. Συνολικά θα μπόρεσε να ειπωθεί ότι τόσο στα έσοδα όσο και τις αφίξεις διακρίνεται να υπάρχει για αύξηση ανά τρίμηνο παρόλα αυτά δεν μπορούν να βγουν ασφαλή συμπεράσματα διότι δεν υπάρχουν στοιχεία για το τελευταίο τρίμηνο του 2014.

ΣΕΤΕ.(2016), Στατιστικό Δελτίο Νο. 21 – Σεπτέμβριος 2016, Ινστιτούτο ΣΕΤΕ.

**Πίνακας 2.2:** Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος: στοιχεία αφίξεων, διανυκτερεύσεων και πληρότητας τα έτη 2010-2015.

Περιφερειακές Ενότητες		2010	2011	2012	2013	2014
Αιτωλοακαρνανία	Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	10.765	10.660	9.200	12.048	13.894
	Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	124.829	114.180	93.884	102.742	101.558
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	43.242	39.162	35.136	43.466	58.550
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	256.142	251.649	213.602	220.046	219.224
	Πληρότητα	30,9%	29,9%	25,6%	27,1%	28,3%
Αχαΐα	Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	51.937	45.230	34.248	40.312	45.937
	Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	218.431	200.270	171.511	177.092	179.744
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	199.341	185.363	105.601	168.567	187.210
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	483.236	442.971	389.306	377.573	401.572
	Πληρότητα	36,8%	32,9%	25,8%	28,1%	30,5%
Ηλεία	Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	190.588	199.044	148.023	162.869	128.360
	Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	126.918	106.441	111.016	95.511	85.386
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	401.031	459.991	367.384	419.926	504.800
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	280.988	237.412	265.378	227.803	209.003
	Πληρότητα	36,6%	34,8%	30,3%	30,8%	34,3%
Σύνολο	<b>Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα</b>	<b>253290</b>	<b>254934</b>	<b>191471</b>	<b>215229</b>	<b>188191</b>
	<b>Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα</b>	<b>470178</b>	<b>420891</b>	<b>376411</b>	<b>375345</b>	<b>366688</b>
	<b>Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών</b>	<b>643614</b>	<b>684516</b>	<b>508121</b>	<b>631959</b>	<b>750560</b>
	<b>Διανυκτερεύσεις ημεδαπών</b>	<b>1020366</b>	<b>932032</b>	<b>868286</b>	<b>825422</b>	<b>829799</b>
	<b>Πληρότητα</b>	<b>0,355</b>	<b>0,331</b>	<b>0,277</b>	<b>0,291</b>	<b>0,317</b>

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Στο παραπάνω πίνακα (πίνακα 2.2) περιγράφονται οι αφίξεις και η πληρότητα στα ξενοδοχεία της δυτικής Ελλάδας για τα έτη από το 2010 έως και το 2014. Τόσο στη αφίξεις αλλοδαπών όσων και το ημεδαπών συνολικά καταγράφεται μια πτωτική τάση. Αυξητική τάση καταγράφεται στις διανυκτέρευσης των αλλοδαπών ενώ σε αυτές των ημεδαπών έχουν μειούμενη τάση. Τέλος διαρκή πτωτική τάση δείχνει να έχει η πληρότητα από το 2011 έως και το 2013 με αυξητικές τάσεις για το 2014.

## 2.2 Συμβολή στην ανάπτυξη

Κατά μέσο όρο η προστιθέμενη αξία στον κλάδο των Ξενοδοχείων-Εστιατορίων στην Ελλάδα, μεταξύ 2000-2007 αυξήθηκε ετησίως κατά 8%, λίγο περισσότερο από την αύξηση του ΑΕΠ και από τις εισπράξεις προερχόμενες από τον εξωτερικό τουρισμό (IOBE, 2013).

Σύμφωνα με τα παραπάνω η προστιθέμενη αξία που δημιουργήθηκε μέσω του τουρισμού το 2007 ήταν 7,7%, σε σχέση με το 2000 που ήταν 7,5%. Τα έσοδα της χώρας που προήλθαν από τον εξωτερικό τουρισμό στο σύνολο τους το 2008 ήταν 11,64δισ., δηλαδή το 4,8% του ΑΕΠ. Τα έσοδα αυτά αυξήθηκαν κατά μέσο όρο κατά 4,2% από το 2003-2008 συμπεριλαμβανομένου και του εισαγωγικού κόστους, εφόσον ένα μέρος των προϊόντων που καταναλώθηκαν από τους τουρίστες ήταν από εισαγωγές (IOBE, 2013).

Παρακάτω στον πίνακα 2.2 παρουσιάζεται το σύνολο των εσόδων από τον εξωτερικό τουρισμό στο ΑΕΠ στην Ελλάδα, μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ είναι από τις υψηλότερες και ανέρχεται σε 15,8% του ΑΕΠ στην Κροατία, 11,0% του ΑΕΠ στην Κύπρο, 7,4% του ΑΕΠ στη Βουλγαρία, 5,6% του ΑΕΠ στη Σλοβενία, 5,3% του ΑΕΠ στην Αυστρία, 3,9% του ΑΕΠ στην Ουγγαρία και 3,8% του ΑΕΠ στην Ισπανία. Επίσης, βλέπουμε πως οι Έλληνες μικρό μόνο μέρος των διακοπών τους σπαταλούν στο εξωτερικό, καθώς στην πλειοψηφία τους προτιμούν την Ελλάδα.

Σε αντίθεση με την Ιρλανδία, την Γερμανία, το Βέλγιο, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ολλανδία, και τις σκανδιναβικές χώρες που έχουν σημαντικό έλλειμμα στο τουριστικό τους ισοζύγιο, παρόλο που τα έσοδα τους προερχόμενα από τον εξωτερικό τουρισμό σημειώνονται σε υψηλά επίπεδα. Αξία αναφοράς είναι και το γεγονός ότι, τα έσοδα της Τουρκίας από τον εξωτερικό τουρισμό υπερβαίνουν πλέον σημαντικά τα ελληνικά (IOBE, 2013).

**Πίνακας 2.2:** Εισπράξεις και πληρωμές τουριστικού ισοζυγίου (εκατ. Ευρώ)

	Εισπράξεις			Πληρωμές			Τουριστικό ισοζύγιο		
	2006	2008	% ΑΕΠ 2008	2006	2008	% ΑΕΠ 2008	2006	2008	% ΑΕΠ 2008
Κροατία	6.293	7.460	15,8%	585	766	1,6%	5.708	6.694	14,1%
Κύπρος	1.881	1.864	11,0%	768	1.062	6,3%	1.113	802	4,7%
<b>Ελλάδα</b>	<b>11.356</b>	<b>11.636</b>	<b>4,8%</b>	<b>2.382</b>	<b>2.680</b>	<b>1,1%</b>	<b>8.974</b>	<b>8.956</b>	<b>3,7%</b>
Σλοβενία	1.556	2.080	5,6%	773	866	2,3%	783	1.214	3,3%
Πορτογαλία	6.672	7.440	4,5%	2.658	2.939	1,8%	4.014	4.501	2,7%
Βουλγαρία	2.064	2.532	7,4%	1.174	1.617	4,7%	890	915	2,7%
Ισπανία	40.715	41.901	3,8%	13.266	13.834	1,3%	27.449	28.067	2,6%
Αυστρία	13.255	14.816	5,3%	7.642	7.712	2,7%	5.613	7.104	2,5%
Τουρκία	13.329	14.905	3,0%	2.182	2.394	0,5%	11.147	12.511	2,5%
Εσθονία	812	822	5,2%	465	538	3,4%	347	284	1,8%
Τσεχία	4.404	5.245	3,5%	2.195	3.114	2,1%	2.209	2.131	1,4%
Ουγγαρία	3.373	4.097	3,9%	1.687	2.738	2,6%	1.686	1.359	1,3%
Ιταλία	30.335	31.062	2,0%	18.366	20.789	1,3%	11.969	10.273	0,7%
Σλοβακία	1.210	1.770	2,7%	842	1.474	2,3%	368	296	0,5%
Γαλλία	36.911	37.006	1,9%	24.842	28.461	1,5%	12.069	8.545	0,4%
Πολωνία	5.744	8.017	2,2%	5.733	6.475	1,8%	11	1.542	0,4%
ΗΠΑ	85.107	91.312	0,9%	61.198	57.700	0,6%	23.909	33.612	0,3%
Ρουμανία	1.033	1.357	1,0%	1.035	1.476	1,1%	-2	-119	-0,1%
Ιαπωνία	6.742	7.381	0,2%	21.401	19.087	0,6%	-14.659	-11.706	-0,4%
Σουηδία	7.257	8.575	2,6%	9.171	10.461	3,2%	-1.914	-1.886	-0,6%
Δανία	4.435	4.571	2,0%	5.957	6.619	2,8%	-1.522	-2.048	-0,9%
Ολλανδία	9.038	9.094	1,5%	13.558	14.777	2,5%	-4.520	-5.683	-1,0%
Λετονία	384	546	2,4%	563	775	3,4%	-179	-229	-1,0%
Ην. Βασίλειο	27.602	24.614	1,4%	50.305	46.923	2,6%	-22.703	-22.309	-1,2%
Βέλγιο	8.200	8.426	2,4%	12.372	12.893	3,7%	-4.172	-4.467	-1,3%
Γερμανία	26.124	27.209	1,1%	58.894	61.994	2,5%	-32.770	-34.785	-1,4%
Ισλανδία	4.258	4.279	2,3%	5.446	7.055	3,8%	-1.188	-2.776	-1,5%

Πηγή: Eurostat

Ο τουρισμός με την δυναμική αναπτυξιακή του πορεία καθ όλη την μεταπολεμική περίοδο, ενισχύει την ελληνική οικονομία και επηρεάζει την κλαδική διάρθρωση της οικονομίας και την δυναμική ανάπτυξης των παραγωγικών κλάδων της (IOBE, 2015).

Ο ανταγωνισμός και δυναμική ανάπτυξης που δημιουργεί ο τουρισμός διαρθρώνουν το ισοζύγιο των εξωτερικών συναλλαγών, το οποίο σημειώνετε σε κάθε χώρα, η Ελλάδα είναι από τις χώρες με σχετικά μεγάλο πλεόνασμα στο ισοζύγιο των



εισοδηματικών και κεφαλαιακών μεταβιβάσεων και το πλεόνασμα των κεφαλαίων, δίνει την δυνατότητα να χρηματοδοτούνται πολύ περισσότερα αγαθά εισαγωγών σε σύγκριση με τα αγαθά εξαγωγών της χώρας, δημιουργώντας μεγάλο έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο. Ο Ελληνικός τουρισμός σαν τομέας έχει καλές επιδόσεις και αυτό αποδίδεται στο ότι η Ελλάδα έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα σε αυτόν, με δυνατότητα ανάπτυξης ακόμα περισσότερο από τα σημερινά επίπεδα (IOBE, 2015).

Τα πλεονεκτήματα της Ελλάδας στον τομέα του τουρισμού καλύπτουν κατά μία έννοια τα μειονεκτήματα της. Συγκριμένα (IOBE, 2015):

- Η κύρια προέλευση των τουριστών είναι από την Βόρεια Ευρώπη, λόγω της μεγάλης απόστασης από τις χώρες αυτές ο αριθμός των τουριστών δεν είναι ικανοποιητικός, εκτός της θερινής περιόδου. Καθώς όμως η Νοτιοανατολική Ευρώπη και η Ρωσία αναπτύσσονται με ικανοποιητικούς ρυθμούς τον τελευταίο καιρό, περιορίζεται αυτό το πρόβλημα, καθώς μπορεί να υπάρξει προσέλκυση τουριστών από αυτές τις χώρες. Αν θελήσουμε να βελτιωθούμε ακόμα περισσότερο και να αντιμετωπίσουμε αυτό το πρόβλημα η αναβάθμιση των αεροδρομίων της περιφέρειας και η συνεργασία αυτών με περισσότερες φθηνές αεροπορικές εταιρίες θα έφερνε θετικά αποτελέσματα.
- Το χαμηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας, αποτέλεσμα της υψηλής ισοτιμίας του Ευρώ και του αυξανόμενου κόστους εργασίας ανά μονάδα προϊόντος στην οικονομία μας, αποτέλεσε μεγάλο πρόβλημα για την ελληνική οικονομία. Ο τουρισμός επηρεάστηκε και αυτός αρνητικά λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και από την υποτίμηση των νομισμάτων των γειτονικών χωρών με αποτέλεσμα την μείωση των τουριστών.
- Ο τρόπος με τον οποίο παρεμβαίνει το κράτος στον τομέα του τουρισμού με πολιτική αναπόξεως στην βάση της «οικογενειακής τουριστικής επιχειρήσεως» και η διαίρεση των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται στην χώρα, την ίδια στιγμή λίγες επιχειρήσεις παγκοσμίου εμβέλειας με μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη συγκεντρώνουν την ζήτηση υπηρεσιών τουρισμού. Έτσι υπάρχει μια σταδιακή ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα, και γενικότερα η οικονομία της χώρας, η ανάπτυξη αυτή όμως γίνεται με πολύ χαμηλότερο ρυθμό σε σχέση με την δυναμική που έχει. Μέσω της διάσπασης της εγχώριας προσφοράς εμφανιστήκαν βασικά προβλήματα τα οποία βελτιώνονται διαρκώς από την δεκαετία του 1990 και έπειτα, παρ' όλα αυτά εμποδίζουν την πλήρη εκμετάλλευση της δυναμικής που έχει για ανάπτυξη ο τουρισμός. Η δυναμική αυτή όμως παραμένει να είναι μεγαλύτερη

από υπόλοιπες χώρες, όχι μόνο λόγω των πλεονεκτημάτων, αλλά και των δυνατοτήτων για ανάπτυξη στη χώρα μας, δυστυχώς όμως ο βαθμός εκμετάλλευσης παραμένει χαμηλός σε σχέση με τον ανταγωνισμό (π.χ. Ισπανία, Ιταλία, Κύπρο, κ.ά.).

- Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι επενδύσεις για τον τουρισμό με σκοπό την αύξηση της δυναμικής των τουριστικών επιχειρήσεων, είναι περισσότερο βασισμένα στο να φέρουν μελλοντικά αποτελέσματα και όχι τόσο σήμερα.

Η Ελλάδα σαν χώρα έχει πλεονεκτήματα που δεν χρειάστηκαν επενδύσεις για αποκτηθούν, αυτά είναι το τοπίο της, το κλίμα η ιστορική της και πολιτιστική της κληρονομιά, όλα αυτά προσελκύουν πολλούς τουρίστες παγκοσμίως. Πλεονεκτήματα όπως αυτά προσφέρουν την δυνατότητα ύπαρξης ανταγωνιστικών τουριστικών πακέτων σε σχέση με άλλες χώρες. Η Ελλάδα σαν μια χώρα που βρέχεται σχεδόν από όλες της πλευρές της από θάλασσα με τα νησιά της και τις πανέμορφες ακτές της είναι από τα ομορφότερα μέρη για διακοπές, την θερινή περίοδο αλλά και ενδιάμεσα. Αυτές τις περιόδους παίρνει μέρος 80% των τουριστικών επισκεπτών με 42% και 38% αντίστοιχα (πίνακας 2.3). Η εποχικότητα του τουρισμού συνεχίζει να τείνει προς την θερινή περίοδο παρόλα αυτά (IOBE, 2015).

**Πίνακα 2.4:** Εποχική διάρθρωση του ελληνικού τουρισμού (ετήσια % αύξηση)

Έτος/περίοδος	Χειμερινή	Ενδιάμεση	Θερινή	Σύνολο
1990	20,1%	38,3%	41,6%	100,0%
1995	18,9%	39,9%	41,2%	100,0%
2000	19,9%	38,4%	41,7%	100,0%
2002	21,0%	37,5%	41,6%	100,0%
2004	20,2%	38,6%	41,2%	100,0%
2006	20,1%	37,4%	42,5%	100,0%
2008	19,6%	37,8%	42,7%	100,0%
<b>% Αύξηση 1990-2008</b>	<b>34,3%</b>	<b>36,2%</b>	<b>41,4%</b>	<b>38,0%</b>
<b>% Αύξηση 2000-2008</b>	<b>8,1%</b>	<b>8,1%</b>	<b>12,3%</b>	<b>9,9%</b>
<b>% Αύξηση 2004-2008</b>	<b>21,9%</b>	<b>23,1%</b>	<b>30,3%</b>	<b>25,8%</b>

Σημ.: Χειμερινή περίοδος: Ιανουάριος-Μάρτιος, Νοέμβριος-Δεκέμβριος. Ενδιάμεση Περίοδος: Απρίλιος-Ιούνιος, Οκτώβριος. Θερινή περίοδος: Ιούλιος-Σεπτέμβριος.

Πηγή: Eurostat

Παρόλο που έχουμε ελλείψεις όσον αφορά τις μεταφορές, τις επικοινωνίες, την υγεία κ.α. εξακολουθούμε να έχουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες αναπτυσσόμενες τουριστικές χώρες (IOBE, 2015).

Σύμφωνα με την Έκθεση του Κούτουλα, «The 2009 Greek Hotel Branding Report», 113 επιχειρήσεις με ισχυρές επωνυμίες το 2009 είχαν υπό τον έλεγχό τους 431 επώνυμα ξενοδοχεία, άνω των 77.000 δωματίων, έναντι 71 επιχειρήσεων με 296 επώνυμα ξενοδοχεία το 2005. Αυτό μας δείχνει ότι οι όμιλοι ξενοδοχείων αναπτύσσονται όλο και περισσότερο. Δεν ξεπερνούν όμως το 4% σε αύξηση ξενοδοχειακών μονάδων και του 19% σε δωμάτια. Σε αντίθεση με την υπόλοιπη Ευρώπη που όμιλοι αυτοί απαρτίζουν το 25%-40% του συνόλου των ξενοδοχείων.



**Πίνακας 2.5:** Τουριστικές επενδύσεις που έχουν υπαχθεί στον ν. 3299/04 από Μάιο 2005 έως Ιούλιο 2009 και στον ν. 2601/98 από Μάιο 1998 έως τον Μάιο 2005.

	Αριθμός επενδυτικών σχεδίων		Προϋπολογισμός (εκατ. Ευρώ)		Επιχορήγηση (εκατ. Ευρώ)		Κλίνες (χιλ.)	
	ν.3299/04	ν.2601/98	ν.3299/04	ν.2601/98	ν.3299/04	ν.2601/98	ν.3299/04	ν.2601/98
Εγκατάσταση ειδικών τουριστικών υποδομών	21	28	158	212	73	76	...	...
Εκσυγχρονισμός κάμπινγκ	11	12	8	3	4	1	...	...
Εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων	738	630	1.696	569	703	140	133.092	79.389
Ίδρυση ξενοδοχείων	535	70	2.605	143	1.158	30	49.319	5.886
Μετατροπή διατηρητέων-παραδοσιακών κτηρίων σε ξενοδ.	227	232	165	143	78	58	3.826	4.862
Προσθήκη συμπλ. εγκαταστάσεων ξενοδοχείου	39	17	68	17	27	4	...	...
<b>Σύνολο</b>	<b>1.571</b>	<b>989</b>	<b>4.701</b>	<b>1.087</b>	<b>2.042</b>	<b>309</b>	<b>186.237</b>	<b>92.828</b>

*Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού*

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι επενδύσεις σε νέα ξενοδοχεία και σε ανακαίνιση παλαιών ξενοδοχειακών μονάδων συνεχίζουν να αυξάνονται σε ικανοποιητικό βαθμό. Όπως θα δούμε στον Πίνακα 2.4, από τον Ιούλιο του 2007 έως τον Ιούλιο του 2009 εντάχθηκαν στον αναπτυξιακό νόμο 1.571 τουριστικές επενδύσεις προϋπολογισμού € 4,7 δισ., με κρατική επιδότηση € 2,04 δισ. Μεταξύ αυτών 535 νέα ξενοδοχεία (ALPHA BANK, 2009).

Παρ' όλο που οι παραπάνω νέες επενδυτικές πρωτοβουλίες στον τουρισμό χαρακτηρίζονται ως αναγκαίες, καθώς ο εκμοντερνισμός και αναδιαμόρφωση των ήδη υπάρχων και η εμφάνιση νέων επιχειρήσεων στον κλάδο είναι απαραίτητα για την αποτελεσματική και αποδοτική λειτουργία του, παραμένουν άλυτα τα ζητήματα. Οι επενδύσεις θα πρέπει να συνδέονται με την πρόοδο για την κατάργηση της εποχικότητας στον τουρισμό. Σημαντικό είναι να αναφέρουμε ότι υπάρχει αναγκαιότητα για ένα σωστό χωροταξικό σχέδιο, έτσι ώστε να μην καθυστερούν να δημιουργηθούν τα νέα ξενοδοχεία και να μην υπάρχουν αυθαίρετα (ALPHA BANK, 2009).

Για την αντιμετώπιση αυτής της κρίσεως η κυβέρνηση από τον Δεκέμβριο του 2008 και έως τον Απρίλιο του 2009 ανακοίνωσε πρωτοβουλία που περιλάμβανε «δεκατέσσερις δράσεις» για την στήριξη του τουρισμού που περιλάμβανε (ALPHA BANK, 2009):

Έκτακτα μέτρα για την ενίσχυση του κλάδου κατά τη δύσκολη περίοδο της μεγάλης κρίσεως, όπως τα ακόλουθα:

- (1) Η μείωση του ενιαίου τέλους ακινήτων σε 0,33‰ (από 1,0‰) για τα έτη 2009 και 2010. Για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις η συνεπαγόμενη φορολογική έκπτωση από την εφαρμογή του μέτρου αυτού θα είναι σημαντική αφού η αντικειμενική αξία και υπεραξία των ακινήτων τους είναι σχετικά μεγάλη.
- (2) Η αναστολή για ένα έτος της καταβολής της εισφοράς του ν. 128/75 για το σύνολο των δανείων των τουριστικών επιχειρήσεων προς τις τράπεζες. Η τραπεζική χρηματοδότηση προς τον τουρισμό χαρακτηριζόταν από αύξηση της τάξης του 8,3% σε ετήσια βάση τον Ιούλιο του 2009, μετά από αύξησή της κατά 26,7% τον Ιούλιο του 2008. Τα υπόλοιπα των δανείων προς τον τουρισμό ήταν αυξημένα στα €7,4 δισ. τον Ιούλιο του 2008 από €4,8 δισ. στο τέλος του 2004. Υπολογίζεται ότι το συγκεκριμένο μέτρο ισοδυναμεί με επιχορήγηση των τουριστικών επιχειρήσεων κατά €44,4 εκατ. το 2009.
- (3) Η Εργατική Εστία αύξησε κατά 44,3% τον αριθμό των προγραμμάτων που αφορούσε τον κοινωνικό τουρισμό σε σχέση με το 2008. Έτσι, το 2009 στα προγράμματα αυτά συμμετείχαν 750.000 άτομα με κρατική δαπάνη ύψους € 78 εκατ., έναντι 520.000 δικαιούχων το 2008 με κρατική δαπάνη €54 εκατ.
- (4) Η υλοποίηση του ΕΣΠΑ 2007 - 1013 που προβλέπει επιπλέον χρηματοδοτήσεις και επιχορηγήσεις δράσεων που αφορούσε τον τουριστικό κλάδο. Το πρόγραμμα προβλέπει επενδύσεις στο σύνολο των εγκαταστάσεων και την ανανέωσή τους. Επίσης, ακόμα ένα σημαντικό είναι η χρηματοδότηση για ψηφιακή προβολή και κρατήσεις μέσω Internet (digi-lodge).
- (5) Ξεκαθάρισμα σχετικά με την επιστροφή του ΦΠΑ από τις αρμόδιες υπηρεσίες για τις τουριστικές επιχειρήσεις.
- (6) Η κατά 1,5% μείωση του τέλους διαμονής των επισκεπτών, έφερε σαν αποτέλεσμα να επιβαρυνθεί ο κρατικός προϋπολογισμός καθώς τα έσοδα από αυτό πήγαιναν στους δήμους, κάτι που τώρα καλείται να καλύψει το κράτος. Αυτό όμως φέρνει σαν αποτέλεσμα την μείωση της τιμής των ξενοδοχείων.

Μέσω του Οργανισμού Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) εφαρμόστηκε το πρόγραμμα επιχορηγήσεως για δύο μήνες (Απρίλιο και Μάιο 2009) των εποχιακών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για την επαναπρόσληψη και διατήρηση του αριθμού εποχικού προσωπικού που απασχολούσαν κατά το 2008 (ALPHA BANK, 2009).

### **2.3 Συμβολή του τουρισμού στην κοινωνία**

Ο τουρισμός δίνει την δυνατότητα σύνδεσης των αναπτυγμένων χωρών με τις υποανάπτυκτες μέσω διαφόρων στοιχείων με πολιτιστικό και κοινωνικό υπόβαθρο. Ο τουρισμός μετά τον πόλεμο αναπτύχθηκε με ταχείς ρυθμούς γιατί δημιουργήθηκε το συμπέρασμα ότι μπορεί να καλύψει όχι μόνο μακροπρόθεσμα αλλά και βραχυπρόθεσμα τις ανάγκες του κάθε κράτους. Μακροχρόνια ο τουρισμός δεν αναπτυσσόταν ορθά και σταθερά και δεν υπήρχε σύνδεση με τους άλλους τομείς της οικονομίας. Οι αλλαγές αυτές αφορούσαν όχι τις αστικοποιημένες περιοχές αλλά τις υπαίθριες. Αυτό έγινε εξαιτίας του γεγονότος ότι τα αστικά κέντρα λόγω οικονομικών πολιτικών και πολιτισμικών λόγων επιλέγονται ως βιομηχανικά αναπτυξιακά σημεία και η ανάπτυξη στον τουρισμό θα υπάρξει μετά την ύφεση της βιομηχανικής εποχής(Τσάρτας, 1998).

Με την έννοια «κοινωνικές επιπτώσεις» αναφερόμαστε όχι μόνο στις άμεσες αλλά και στις έμμεσες κοινωνικές διαφοροποιήσεις που προέρχονται από την επίδραση του τουρισμού στην κοινωνία σε οικονομικούς περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς κλάδους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα στην δημιουργία σε υπαίθριες περιοχές επί το πλείστον ενός κοινωνικού πλαισίου που έχει σαν κύριο γνώρισμά της κοινωνικά καταναλωτικά και οικονομικά πρότυπα. Οι κυριότερες διαφοροποιήσεις που επιφέρουν οι κοινωνικές είναι (Τσάρτας, 1998):

- Αλλαγές στο περιβάλλον, οι οποίες σε μεγάλο βαθμό είναι πολύ σημαντικές αφού αλλάζουν την πολεοδομική εικόνα της περιοχής, καθώς αυξάνονται πολύ γρήγορα τα εμπορικά μαγαζιά και οι οικοδομικές εγκαταστάσεις. Υπάρχουν όμως και οι αρνητικοί παράγοντες που επηρεάζουν το περιβάλλον που μπορεί να οδηγήσουν ολική καταστροφή του, ενώ κάποιοι παράγοντες της περιοχής όπως η ηλεκτροδότηση, το συγκοινωνιακό δίκτυο κλπ, που αποτελούν την υποδομή της συμβάλουν στην μη άμεση ανταπόκριση των αναγκών των ανθρώπων κατά την διάρκεια της αυξημένης τουριστικής κίνησης.
- Αλλαγές στα έθιμα και στα ήθη, για τον λόγο κατά τον οποίο μεταβάλλουν τις κοινωνικές συνθήκες ενός τόπου, επηρεάζουν με ποικίλους τρόπους την οικογένεια, την κοινωνία καθώς και άλλους κοινωνικούς τομείς.
- Αλλαγές στον εργασιακό τομέα στον οποίο φαίνονται μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, με την αρνητική επιρροή του στον αγροτικό τομέα ο οποίος εξαλείφεται και μειώνονται οι πόροι του, η εύρεση συμπληρωματικής εργασίας που θα οδηγήσουν στην αύξηση των οικονομικών συνθηκών των ανθρώπων καθώς και η ανάπτυξη της κοινωνικότητας στον επαγγελματικό τομέα που θα έχουν ως αποτέλεσμα την πραγματοποίηση της άνθησης του τουρισμού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ\_3: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### 3.1 Το τουριστικό ελληνικό προϊόν

Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο, ευαίσθητο και εύθραυστο προϊόν του οποίου η ζήτηση επηρεάζεται από απρόβλεπτους και ανεξέλεγκτους παράγοντες (όπως κοινωνικές αναταραχές, περιβαλλοντικά επεισόδια) (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, & Λύτρας, 1998).

Τα ελκυστικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος που μπορεί να προσφέρει μία χώρα είναι: τα τοπία, οι φυσικές ομορφιές, οι χαμηλές τιμές αγαθών και υπηρεσιών, η αλλαγή του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, η διασκέδαση, η ξενοδοχειακή άνεση, τα σπορ. Τα σημεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι οι φυσικές ιδιομορφίες της χώρας, οι χαμηλές τιμές και η διασκέδαση, ενώ η χώρα μειονεκτεί στη ξενοδοχειακή άνεση και στο βαθμό αλλαγής (εναλλακτικός τουρισμός) (Λαγός, 2005).

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα μια γιγάντια οικονομική δραστηριότητα. Η Ευρώπη είχε πάντοτε τη μερίδα του λέοντος στην παγκόσμια τουριστική κίνηση με ποσοστό γύρω στο 64%, το οποίο προβλέπεται να διατηρήσει, έστω και ελαφρά μειωμένο, τα επόμενα χρόνια. Μέσα στο έντονα αυτό ανταγωνιστικό περιβάλλον, η Ελλάδα κατέχει μια εξαιρετικά προνομιούχα θέση με μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Τα κυριότερα από αυτά είναι (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, & Λύτρας, 1998):

- Ø Μια πολύ υψηλή και θετική αναγνωρισιμότητα. Η Ελλάδα ως χώρα είναι γνωστή και ευμενώς αποδεκτή σε μεγάλο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη.
- Ø Οι μοναδικές ιστορικές και πολιτισμικές καταβολές της, που ασκούν παγκόσμια γοητεία.
- Ø Οι εξαιρετικές φυσικές ομορφιές και το ήπιο, φιλικό στον άνθρωπο, μεσογειακό κλίμα.
- Ø Τέλος, η παρουσία της μέσα στην Ευρώπη, τον κύριο προορισμό του παγκόσμιου τουρισμού, και η άμεση γειτνίασή της με άλλες χώρες ιδιαίτερου τουριστικού ενδιαφέροντος.

Κατά τις περασμένες δεκαετίες στην Ελλάδα παρουσιάστηκε μια ιδιαίτερα θετική αλλά και σημαντική μεταβολή του τουρισμού. Αυτό οδήγησε τους επιστήμονες στην ανάγκη να διερευνήσουν τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες του φαινομένου αυτού. Υπάρχει λοιπόν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσεται ο τουρισμός που έγκειται στο γεγονός ότι αποτελεί έναν πολύ σημαντικό κλάδο της οικονομίας που σαφώς συνεισφέρει και ενισχύει σημαντικά την οικονομική ανάπτυξη αλλά και την απασχόληση. Ο τουρισμός λοιπόν είναι από τους κλάδους εκείνους που δικαίως θεωρείται ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας, γεγονός που κάνει και την σημασία του ιδιαίτερη για τα δεδομένα του τόπου (Λαγός, 2005).

Οι τάσεις που ακολουθεί ο τουρισμός παρουσιάζουν διαφορές τόσο από χώρα σε χώρα όσο και με την πάροδο του χρόνου καλούμενες να καλύψουν τις ανάγκες των εκάστοτε επισκεπτών όπως αυτές δημιουργούνται. Η συνεχής λοιπόν ανάπτυξη του τουρισμού σε αναπτυγμένες αλλά και αναπτυσσόμενες χώρες, ήταν αυτό που τον κατέστησε αναπόσπαστο κομμάτι της διεθνούς εξειδίκευσης (Λαγός, 2005).

Όπως είναι φυσικό, κάθε χώρα οργανώνει την δική της στρατηγική προκειμένου να αναδείξει και να προβάλλει τον τόπο με σκοπό να προσελκύει μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών. Πάραυτα, ορισμένα προβλήματα που προκύπτουν, περιορίζουν την τουριστική ανάπτυξη όπως για παράδειγμα η εποχικότητα, η έλλειψη ποιότητας στις τουριστικές υπηρεσίες και η περιορισμένη ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού η οποία οδηγεί και στην έλλειψη κατάλληλων υποδομών (Τσάρτας, 1998).

Η άνθηση του Ελληνικού τουρισμού ξεκίνησε ουσιαστικά τη δεκαετία του 1960. Οι κυριότεροι λόγοι που οδήγησαν τους πρώτους τουρίστες στην χώρα μας ήταν οι αρχαιολογικοί χώροι σε συνδυασμό με την δυνατότητα ολιγοήμερης ανάπαυσης στις ελληνικές ακτές. Παράλληλα την εποχή εκείνη, οι tour operators της Ευρώπης είχαν ξεκινήσει να αναζητούν έναν νέο προορισμό ως εναλλακτικό της Ισπανίας, εξαιτίας των δυσκολιών σε τιμές και ποιότητα που εμφανίστηκαν και έτσι έστρεψαν τους πελάτες τους προς την Ελλάδα (Ηγουμενάκης, & Κραβαρίτης, 2004).

Η Ελλάδα μπορεί ομολογουμένως να αποτελεί για χρόνια έναν πολύ ελκυστικό τουριστικό προορισμό ιδιαιτέρως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες λόγω των πλούσιων φυσικών πόρων που διαθέτει αλλά και του συνδυασμού ήλιος και

θάλασσα, πάραυτα όμως υπάρχουν σημαντικά θέματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν εάν είναι επιθυμητή η μεγαλύτερη ανάπτυξη του τουρισμού (IOBE, 2015).

Όπως προκύπτει από έρευνες, τα ελκυστικότερα στοιχεία που μπορεί να διαθέτει μια χώρα προκειμένου να αναπτύξει αλλά και να προωθήσει τον τουρισμό της είναι οι φυσικές ομορφιές της, τα τοπία, οι χαμηλές τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει, τα μουσεία, τα μνημεία, η αλλαγή του φυσικού και του πολιτιστικού περιβάλλοντος, η ξενοδοχειακή άνεση, η διασκέδαση και τα σπορ. Σύμφωνα με έρευνα που διενεργήθηκε από το ΙΤΕΠ και δημοσιεύτηκε το 2012, τα πιο ισχυρά σημεία του Ελληνικού τουρισμού είναι οι φυσικές ιδιομορφίες της χώρας μας, οι χαμηλές τιμές, τα μουσεία και τα μνημεία και η διασκέδαση, ενώ τα αδύνατα σημεία είναι τα σπορ, η ξενοδοχειακή άνεση και ο βαθμός αλλαγής (IOBE, 2015).

Σημαντικά σημεία που προκύπτουν από την ανάλυση των στοιχείων και που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στον σχεδιασμό του τουριστικού μας προϊόντος είναι τα εξής (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, & Λύτρας, 1998):

- § Χώρες όπως η Τουρκία, η Τυνησία και η Αίγυπτος προσφέρουν πλέον το ίδιο τουριστικό προϊόν σε ελκυστικότερες τιμές, κάτι που έχει ιδιαίτερη σημασία στην παρούσα οικονομική συγκυρία.
- § Η δυνατότητα «ξεκάθαρης» χρέωσης εκ των προτέρων, γεγονός που βοηθά στον καλύτερο προγραμματισμό του οικογενειακού προϋπολογισμού, έχει επίσης μεγάλη αξία την περίοδο αυτή. Είναι χαρακτηριστική η άνοδος της Τουρκίας λόγω προσφορών στα πακέτα *all inclusive*, ενώ η Ελλάδα είχε σημαντικές απώλειες στις αφίξεις οικογενειών.
- § Το σταθερό πολιτικό κλίμα και το αίσθημα ασφάλειας στη χώρα προορισμού είναι σημαντικοί παράγοντες επιλογής χώρας διακοπών.
- § Ο καταναλωτής αλλάζει και αναζητεί πλέον πιο μεγάλη αξία για τα χρήματά του, άρα το marketing του τουριστικού προϊόντος και η χάραξη εθνικής στρατηγικής βάσει στοιχείων καθίσταται πλέον «εκ των ων ουκ άνευ». Για παράδειγμα, μια σημαντική παράμετρος για τον ορθότερο προγραμματισμό της προβολής και προώθησης της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού, είναι η περίοδος κατά την οποία κορυφώνονται στις χώρες του εξωτερικού οι κρατήσεις των τουριστικών πακέτων. Για την Αγγλία, τη Γερμανία και την



Ολλανδία η μεγαλύτερη κινητικότητα στις κρατήσεις παρατηρείται το τρίμηνο Δεκεμβρίου - Φεβρουαρίου ενώ για τη γαλλική αγορά η κορύφωση μετατοπίζεται στο τρίμηνο Φεβρουαρίου - Απριλίου. Σημαντική σημασία αποκτούν πλέον και οι κρατήσεις «της τελευταίας στιγμής», παράγοντας που βοήθησε την Ελλάδα ιδιαίτερα το καλοκαίρι που πέρασε.

Τα είδη του τουρισμού στην Ελλάδα είναι τα εξής (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, & Λύτρας, 1998):

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

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

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

Κοινωνικός Τουρισμός: Ο κοινωνικός τουρισμός επιδιώκει την ενίσχυση από το κράτος, από τους εργοδότες, από τα συνδικάτα και από τα ασφαλιστικά ταμεία, των εργαζομένων και των οικογενειών τους που δεν έχουν τα οικονομικά μέσα εκείνα τα οποία θα τους βοηθήσουν να πραγματοποιήσουν. Η ενίσχυση αυτή πραγματοποιείται με διάφορους τρόπους όπως δημιουργία και λειτουργία



κατάλληλων τουριστικών εγκαταστάσεων με χαμηλό κόστος, οικονομικές παροχές, εξασφάλιση καλύτερων τιμών μέσω ομαδικών κρατήσεων κ.λπ..

Εναλλακτικός Τουρισμός: Ο τουρισμός αυτός σηματοδοτεί μία νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης και τουριστικής πολιτικής για τον ελληνικό χώρο. Οι πρώτες προσπάθειες ξεκίνησαν από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Τα κοινωνικά στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό το τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης αλλά και εισοδήματος.

Τα σημαντικότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού που υπάρχουν και τα οποία έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν στην χώρα μας για να επιτευχθεί βιώσιμος τουρισμός είναι: οικοτουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός, χιονοδρομικός τουρισμός, χειμερινός τουρισμός, αγροτουρισμός, ορειβατικός τουρισμός και περιπατητικός τουρισμός (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, & Λύτρας, 1998).

### 3.2 Μάρκετινγκ και τουρισμός στην Ελλάδα

Με την πάροδο των χρόνων ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει σημειώσει σημαντική αύξηση με αποτέλεσμα να διερευνάτε η προσέγγιση αυτή. Εδώ έχει ενδιαφέρον να αναφερθεί η ανάπτυξη του τουρισμού (Ηγουμενάκης, 2004).

Ένα από το ποιο πρωταρχικά θέματα της οικονομίας μιας χώρας είναι και ο τουρισμός τις ο οποίος αποφέρει μεγάλο κέρδος της οικονομίας τις και τον θέσεων εργασίας τις. Στην Ελλάδα είναι ένα βασικό και πρωταρχικό θέμα της οικονομίας της χώρας με αποτέλεσμα κάθε χρόνο να αυξάνεται όλο και περισσότερο (IOBE, 2015).

Ο τουρισμός σε κάθε χώρα είναι διαφορετικός και αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι μεταβολές του τουρισμού να αλλάζουν κάθε χρόνο. Αυτό οφείλεται διότι υπάρχουν χώρες οι οποίες έχουν αναπτύξει τον τουρισμό τους και υπάρχουν και άλλες διαφορετικές χώρες που δεν έχουν ανάπτυξη στον τουρισμό τους η δεν έχουν αναπτύξει ακόμα κάποιο είδος του τουρισμού τους. Η αύξηση του τουρισμού στις αναπτυγμένες χώρες είναι ένα σημαντικό κομμάτι που το καταστεί αναπόσπαστο τμήμα όπως το παγκόσμιο εμπόριο η κίνηση των κεφαλαίων. Οι παράγοντες αυτοί είναι σημαντικοί και καθοριστικοί για την θέση της Ελλάδας στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη (IOBE, 2015).

Στα πλαίσια της προβολής και της ανάδειξης μιας τουριστικής χώρας υπάρχουν διάφοροι τρόποι και πολιτικές, υπάρχουν όμως και κάποια σημαντικά προβλήματα τα οποία είναι η εποχικότητα, η κακή ποιότητα καταλυμάτων και η έλλειψη τουριστικών υπηρεσιών (IOBE, 2015).

Η Ελλάδα έχει σαν στόχο να αντιμετωπίσει την αυξημένη ανταγωνιστικότητα τόσο στις εγχώριες όσο και στις ξένες αγορές. Ένα από τα πιο σημαντικά επιτεύγματα αυτά είναι να μπορέσει να φέρει σε συνεργασία και να συντονίσει τον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα. Οι στόχοι αυτή αναφέρονται στο προϊόν, το μάρκετινγκ, την οργανωτική δομή και την επικοινωνιακή πολιτική (Ηγουμενάκης, 2004).

Την σήμερα ημέρα υπάρχουν αρκετές νέες ευκαιρίες στον ελληνικό τουρισμό τις οποίες μπορούμε να αξιοποιήσουμε με τα κατάλληλα εφορεία. Μια από αυτές είναι οι ξένοι επενδυτές, ο εκσυγχρονισμός των τουριστικών καταλυμάτων και η ανάπτυξη μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών που θα βοηθήσουν

και θα αμβλύνουν την εποχικότητα και την ζήτηση τις χώρας. Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες είναι ο θαλάσσιος τουρισμός, γεγονός που δεν οφείλεται αποκλειστικά στην ύπαρξη χιλιάδων νησιών στην Ελλάδα (Ηγουμενάκης, 2004).

### **3.3 Στοιχεία τουρισμού της Ελλάδας**

Ο τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους βασικούς πυλώνες συνεισφοράς στα έσοδα και στηρίζει ουσιαστικά την οικονομία της χώρας. Οι εντυπωσιακοί ρυθμοί ανάπτυξης του τουρισμού κατά τις δεκαετίες 1950 έως 1970 ακολουθήθηκαν από μια σταθερά ανοδική πορεία το 1980, ενώ κατά την δεκαετία 1990 – 2000 παρουσιάστηκε μία σημαντική μείωση του αριθμού αύξησης των εισπράξεων. Κατά το 2001 υπάρχει μια θετική μεταβολή ενώ κατά το 2002 – 2003 έχουμε πάλι μείωση των εισπράξεων που όμως αυξάνεται το 2004 λόγω των

ολυμπιακών αγώνων. Η εν λόγω αύξηση καταφέρει να διατηρηθεί με χαμηλότερο ποσοστό μέχρι και το 2006 ενώ το 2007 παρουσιάζεται και πάλι μείωση του ποσοστού των εισπράξεων που συνεχίζεται με αποκορύφωμα την μεγαλύτερη αρνητική μεταβολή του 2009 (IOBE, 2015).

Ουσιαστικά, η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία και κοινωνία είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2007 στο ΑΕΠ της χώρας φτάνει το 18%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (940.000 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 20% των απασχολουμένων. Μέχρι το 2018 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία μπορεί να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, καλύπτοντας το 100% των ανέργων κατά το 2008. Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2007 ήταν 16<sup>η</sup> σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 12η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2008, η χώρα μας καταλαμβάνει την 22<sup>η</sup> θέση μεταξύ 130 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 65<sup>η</sup> (IOBE, 2015).

Τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η Ελλάδα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες επανατοποθετήθηκε στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη, με τον τουρισμό να αποτελεί πλέον σε επίπεδο εσόδων το 19% του ΑΕΠ, ενώ σε αυτόν οφείλεται και το 10% της συνολικής αύξησης στον τομέα της εργασίας. Η Ελλάδα, συγκριτικά με τις άμεσα ανταγωνίστριες χώρες και σύμφωνα με σχετική μελέτη του ΙΤΕΠ, βελτίωσε οριακά τη θέση της το εννεάμηνο του 2005, αναφορικά με το ρυθμό μεταβολής των αφίξεων. Η Γαλλία, η Πορτογαλία και η Ιταλία γνωρίζουν χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης έναντι των υπολοίπων ανταγωνιστών, ενώ μεγαλύτερη είναι η αύξηση σε Κροατία, Ισπανία και Ελλάδα. Ωστόσο οι μεγαλύτερες ανταγωνιστικές πιέσεις προέρχονται από την Τουρκία (ΣΕΤΕ, 2012).

Σύμφωνα με μελέτη προέκυψε ότι η Ελλάδα συγκρινόμενη με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, είναι η πρώτη όσον αφορά την διασκέδαση και

δεύτερη από πλευράς τιμών. Πιο αναλυτικά, το 36% των επισκεπτών στην Ελλάδα έμειναν ικανοποιημένο από τις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών έναντι του 12% και 35% για την Ισπανία και την Πορτογαλία, αντίστοιχα. Επίσης με βάση στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η χώρα μας συγκαταλέγεται μεταξύ των φθηνότερων χωρών ενώ τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε χαμηλές τιμές είναι: φρούτα, λαχανικά, θέρμανση, μεταφορές (σιδηροδρομικές) και τα πιο ακριβά προϊόντα είναι τα έλαια, οι λιπαρές ουσίες και οι τηλεπικοινωνίες (ΣΕΤΕ, 2012).

Τέλος, όσον αφορά στις υποδομές, η χώρα μας υστερεί έναντι όλων των ανταγωνιστριών χωρών της Μεσογείου, εβρισκόμενη στη χειρότερη θέση όσον αφορά τους σιδηρόδρομους, τους δρόμους και στις αεροπορικές μεταφορές. Αντίθετα, καταλαμβάνει την δεύτερη καλύτερη θέση, μετά τη Γαλλία, στο θέμα των λιμανιών (IOBE, 2015).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ\_4: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

### 4.1 Στοιχεία τουρισμού από την Δυτική Ελλάδα

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος καταλαμβάνει το ΒΔ τμήμα της Πελοποννήσου και το Δυτικό άκρο της Στερεάς Ελλάδος. Περιλαμβάνει τους Νομούς Αιτωλοακαρνανίας, Αχαΐας και Ηλείας. Η συνολική της έκταση είναι 11.350 km<sup>2</sup> και καλύπτει το 8,6% της συνολικής έκτασης της χώρας (Οικονομίδου, 2003).

Στο μεγαλύτερο ποσοστό τα εδάφη της είναι ορεινά (45,3%) και ημιορεινά (25,6%) ενώ μόλις το 29,1% είναι πεδινές εκτάσεις. Έχει εκτεταμένα παράλια και στους τρεις Νομούς, που βρέχονται από τη θάλασσα του Ιονίου Πελάγους και των κόλπων: Αμβρακικού, Πατραϊκού και Κορινθιακού.

Ο πληθυσμός της Περιφέρειας, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της απογραφής του έτους 2011, ανέρχεται σε 741.282 άτομα. Είναι η τέταρτη σε πληθυσμό περιφέρεια της Ελλάδος, συγκεντρώνοντας το 7% του συνολικού πληθυσμού της χώρας.

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα από πλευράς πρωτογενούς προσφοράς, τα οποία μέχρι και σήμερα παραμένουν σχεδόν αναξιοποίητα. Συνεπώς, ο εισερχόμενος τουρισμός στην Περιφέρεια είναι κυρίως εσωτερικός (με εξαίρεση τον Νομό Ηλείας όπου επικρατούν αλλοδαποί επισκέπτες κυρίως στην Αρχαία Ολυμπία), τα υπάρχοντα καταλύματα ανήκουν σε ποσοστό 70% σε χαμηλές κατηγορίες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής είναι ιδιαίτερα περιορισμένη σε πέντε ημέρες έναντι οκτώ που είναι ο μέσος όρος του συνόλου της χώρας. Παρ' όλα αυτά η τουριστική κίνηση είναι ανοδική για την Περιφέρεια και τους επιμέρους νομούς. Αντίστοιχα, αύξηση σημειώνει διαχρονικά και το ξενοδοχειακό δυναμικό.

Στον Νομό Αχαΐας, η πελατεία είναι μικτή, επικρατούν οι ημεδαποί και ο τουρισμός είναι περιηγητικός ή παραθεριστικός για τους ημεδαπούς, μαζικός παραθεριστικός ή διερχόμενος ή περιηγητικός για τους αλλοδαπούς. Στον Νομό Αιτωλοακαρνανίας, η πελατεία είναι αποκλειστικά ημεδαποί παραθεριστές και

εκδρομείς οι οποίοι ταξιδεύουν μεμονωμένα. Στον Νομό Ηλείας επικρατούν οι αλλοδαποί με μαζικό παραθεριστικό και περιηγητικό τουρισμό. Αντίστοιχα, κινούνται μαζικά ή μεμονωμένα οι ημεδαποί περιηγητές της περιοχής και μεμονωμένα οι παραθεριστές.

Ο τουρισμός στην περιοχή μελέτης, παρ' όλο τον πλούτο των τουριστικών πόρων, παρουσιάζει ανισοκατανομή και τοπικές διαφοροποιήσεις ως προς τη μορφή, τις δραστηριότητες και τις τουριστικές ροές.

Οι ακτές του Κορινθιακού (Νομός Αχαΐας και Αιτωλοακαρνανίας) και του Πατραϊκού χαρακτηρίζονται από γραμμική ανάπτυξη παραθεριστικής κατοικίας και εσωτερικού τουρισμού – αναψυχής των αστικών πληθυσμών του Λεκανοπεδίου Αττικής και του πολεοδομικού συγκροτήματος των Πατρών και δευτερευόντως των μικρότερων τοπικών οικισμών. Σημειακά παρεμβάλλονται εγκαταστάσεις μαζικού τουρισμού, κυρίως στην ευρύτερη περιοχή των Πατρών (όπως για παράδειγμα στο Λαμπίρι).

Στις δυτικές ακτές των Νομών Αχαΐας και Ηλείας (Καλογρηά – Κουνουπέλι, Κυλλήνη, Λουτρά Κυλλήνης, Γλύφα – Κατάκολο) έχει αναπτυχθεί περισσότερο μαζικός τουρισμός αλλοδαπών σε αυτόνομα μεγάλα τουριστικά συγκροτήματα αλλά και μικρότερα ξενοδοχειακά καταλύματα και ενοικιαζόμενα δωμάτια για την εξυπηρέτηση μεμονωμένων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών.

Οι ΝΔ ακτές του Νομού Ηλείας είναι λιγότερο αναπτυγμένες τουριστικά, με σημειακές ή γραμμικές συγκεντρώσεις εκτόνωσης των τοπικών πληθυσμών (Πύργος, Ζαχάρω). Ακόμη λιγότερο αναπτυγμένες τουριστικά είναι οι ακτές της Αιτωλοακαρνανίας, επίσης με σημειακές συγκεντρώσεις εξυπηρέτησης τοπικών πληθυσμών και μεγαλύτερων αστικών κέντρων (ακτές Μεσολογγίου στα νότια, Αστακός, Μύτικας, Πάλαιρος στα δυτικά παράλια, Βόνιτσα και ακτές Αμφιλοχίας στον Αμβρακικό με γραμμική ανάπτυξη προς το Ανοιξιάτικο). Οι ακτές της Ναυπακτίας χαρακτηρίζονται από έντονη ανάπτυξη τουρισμού – παραθερισμού και λόγω του οδικού άξονα Αντιρρίου – Δελφών και τις τάσεις εκτόνωσης του πληθυσμού των Πατρών και δημιουργίας Β κατοικίας στη ζώνη Αντιρρίου – Ναυπάκτου που διαθέτει και τις σχετικά καλύτερες παραλίες.

Η ενδοχώρα της περιοχής μελέτης δεν παρουσιάζει ιδιαίτερη τουριστική ανάπτυξη παρά μόνο σε ορισμένα σημεία ορεινών συμπλεγμάτων ή διαδρομών (Καλάβρυτα, Παναχαϊκό – Χιονοδρομικά Κέντρα, περιοχή Χελμού, Τσίβλου, Ζήρειας, ορεινή Ναυπακτία, Ολυμπία). Υπάρχουν παρ' όλα αυτά δυνατότητες ανάπτυξης ήπιων μορφών τουρισμού στην ενδοχώρα της περιφέρειας, λόγω των πλούσιων και αναξιοποίητων τουριστικών πόρων που διαθέτει.

Τα οδικά τουριστικά κυκλώματα στην περιοχή εντοπίζονται σε δέκα ενότητες διαδρομών και είναι: Κυκλώματα της Αρχαίας Ολυμπίας, θαλάσσια και οδικά, Ναυπάκτου – Δελφών, Δυτικής Αχαΐας – Ηλείας, Βουραϊκού – Καλαβρύτων, ευρύτερης περιοχής Μεσολογγίου, ορεινής Ναυπακτίας, δυτικών ακτών Αιτωλοακαρνανίας, ορεινής Αχαΐας – Ηλείας, Λίμνης Τριχωνίδας και Τεχνητών Λιμνών.

Ως προς τις λοιπές χρήσεις γης στην περιφέρεια ενδιαφέρον παρουσιάζει από τη σκοπιά της τουριστικής ανάπτυξης η χωρική εξειδίκευση της Β κατοικίας στην ανάπτυξη της οποίας συνέβαλε ο πλούτος και η ποιότητα των ακτών και λοιπών φυσικών και πολιτιστικών πόρων, η καλή προσπέλαση και η μικρή σχετικά χρονοαπόσταση από τα πολεοδομικά συγκροτήματα της Αθήνας και της Πάτρας, ως κύριων πηγών παραθεριστών. Η χωρική εξειδίκευση της παραθεριστικής κατοικίας διαπιστώνεται ότι παρουσιάζει έντονους δεσμούς με τη χωρική εξειδίκευση των τουριστικών μονάδων. Η ανάπτυξη της παραθεριστικής κατοικίας είναι κυρίως γραμμική (π.χ. ΒΑ ακτές Αχαΐας) ή σημειακή (π.χ. Καλάβρυτα, Τουρλίδα Μεσολογγίου) και παρουσιάζει όπως και ο τουρισμός, ανισοκατανομές και διαφοροποιήσεις από περιοχή σε περιοχή.

Οι ακτές της Αχαΐας εμφανίζουν τη μεγαλύτερη και σχεδόν γραμμική ανάπτυξη Β κατοικίας – εσωτερικού τουρισμού – αναψυχής και η δόμηση είναι περισσότερο οργανωμένη. Οι ακτές του Κορινθιακού εξυπηρετούν περισσότερο τις ανάγκες παραθερισμού – αναψυχής των αστικών πληθυσμών της ευρύτερης περιοχής Αττικής και λιγότερο του πολεοδομικού συγκροτήματος των Πατρών που περιορίζονται στις ακτές του Πατραϊκού και κατευθύνονται προς τις απέναντι ακτές της Αιτωλοακαρνανίας, Αντιρρίου – Ναυπάκτου και Γαλατά – Κ. Βασιλικής. Η ανάπτυξη της ενδοχώρας είναι σημειακή και περιορισμένη.



Στην Αιτωλοακαρνανία η Β κατοικία δεν είναι τόσο αναπτυγμένη. Περιορίζεται στις νότιες ακτές σε μικρές γραμμικές αναπτύξεις, καθώς και σε σημειακές στην Τουρλίδα και τις εκβολές του Αχελώου, όπου εξυπηρετούνται αστικοί πληθυσμοί του Μεσολογγίου και του Αγρινίου. Στις βόρειες ακτές, στον Αμβρακικό παρουσιάζονται αντίστοιχες μικρές γραμμικές αναπτύξεις στην περιοχή Αμφιλοχίας – Ανοιξιάτικου – Μενιδίου και ακόμη μικρότερες στη Βόνιτσα. Στις δυτικές έντονα αναπτυσσόμενες περιοχές ανήκουν η Πάλαιρος, ο Μύτικας και ο Αστακός, την ανάπτυξη των οποίων θα επιτείνει ο Παραϊόνιος Οδικός Άξονας. Στην ενδοχώρα η Β κατοικία περιορίζεται στην ορεινή Ναυπακτία σημειακά, καθώς και στις όχθες των λιμνών Τριχωνίδας, Στράτου και Καστρακίου, επίσης σημειακά.

Στην Ηλεία οι παραλιακές περιοχές της Κυλλήνης – Λεχαινών, Σαβαλίων – Σκαφιδιάς και Ζαχάρως παρουσιάζουν έντονη γραμμική ανάπτυξη Β κατοικίας σε άναρχη δόμηση και μεγάλες πιέσεις επέκτασης ορίων παραθεριστικών οικισμών. Στην ορεινή ενδοχώρα η ανάπτυξη είναι ελάχιστη και σημειακή, παρουσιάζονται όμως τάσεις κατά μήκος διαπεριφερειακών ορεινών δρόμων.

Παρακάτω παρατίθενται μια αναλυτικότερη αναφορά σε κάθε νομό και τους τουριστικούς πόρους του (Οικονομίδου, 2003):

#### Νομός Αχαΐας:

Ο νομός αποτελεί το γεωγραφικό κέντρο βάρους της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος (ΠΔΕ). Κατέχει το 29% της συνολικής έκτασης και το 43% του συνολικού πληθυσμού της. Η Αχαΐα χαρακτηρίζεται από τη σημαντική αύξηση του πληθυσμού της και τη μεγαλύτερη συγκέντρωση αστικού πληθυσμού σε σχέση με τους δύο άλλους νομούς της ΠΔΕ. Ο Νομός Αχαΐας δεν θεωρείται τουριστικός νομός. Οι κυριότερες τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές του νομού είναι:

- Η Πάτρα που η θέση της σαν συγκοινωνιακός κόμβος ευνόησε τη χρησιμοποίησή της σαν κέντρο διακίνησης αλλοδαπών τουριστών. Πέρα από το ότι αποτελεί την πύλη της χώρας προς τη Δύση και δέχεται το μισό περίπου των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας δια θαλάσσης. Βρίσκεται στο κέντρο σχεδόν του άξονα Ολυμπίας - Δελφών, δύο τόπων παγκοσμίως γνωστών, αποτελεί την τέταρτη κορυφή του τετραγώνου Δελφοί - Ολυμπία -

Επίδαυρος - Μυκήνες. Παρόλα αυτά δεν συγκρατεί έστω και ολιγόωρα τον «διερχόμενο» τουρισμό.

- Το Αίγιο, οι παραλίες της ευρύτερης περιοχής του οποίου είναι γεμάτες φυσικές καλλονές και προσελκύουν περισσότερο τους παραθεριστές και λιγότερο τους περαστικούς τουρίστες.
- Οι παραλιακές περιοχές σε όλο σχεδόν το μήκος των ακτών προς τον Πατραϊκό κόλπο και το Ιόνιο Πέλαγος.
- Η περιοχή των Καλαβρύτων στην οποία έχει αναπτυχθεί περιηγητικός και αθλητικός τουρισμός για τους αξιόλογους φυσικούς πόρους και τα ιστορικά μοναστήρια.

Ειδικότερα ο νομός Αχαΐας διαθέτει:

1. αρχαιολογικούς - ιστορικούς χώρους όπως:
  - § Το κάστρο των Πατρών
  - § Το Αρχαίο Ωδείο της Πάτρας
  - § Το Ενετικό φρούριο του Ρίου
  - § Η περιοχή της αρχαίας Κλειτορίας
  - § Οι ιερές μονές Αγίας Λαύρας, Μεγάλου Σπηλαίου κλπ
2. χώρους φυσικού κάλλους όπως:
  - § τα δάση της Στροφυλιάς, Φτέρης, Ζαρούχλας κλπ
  - § το φαράγγι του Βουραϊκού όπου και η διαδρομή του οδοντωτού
  - § οι πηγές Αροανείου
  - § το σπήλαιο λιμνών Καστριών
  - § η περιοχή Ζαρούχλας - Περιστέρα - Ποταμιά όπου υπάρχει το φαράγγι του Χάραδρου και η λίμνη Τσιβλού σε συνδυασμό με το ελατόδασος κλπ
  - § παραδοσιακούς οικισμούς.

### Νομός Ηλείας.

Ο νομός Ηλείας, με πρωτεύουσα τον Πύργο, θεωρείται τουριστικός νομός κυρίως λόγω της ύπαρξης της περιοχής της Αρχαίας Ολυμπίας η οποία είναι άρρητα συνδεδεμένη με τους Ολυμπιακούς Αγώνες και αποτελεί πόλο έλξης τόσο για αλλοδαπούς όσο και για ημεδαπούς τουρίστες. Μάλιστα η Αρχαία Ολυμπία θεωρείται μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς, και σύμφωνα με τον κατάλογο της

ΠINE800, είναι παγκόσμια κηρυγμένος αρχαιολογικός χώρος. Εκτός όμως από την περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας, ο νομός Ηλείας διαθέτει και άλλες περιοχές τουριστικά ανεπτυγμένες. Τέτοιες περιοχές είναι:

- Η περιοχή Καϊάφα, με το πανέμορφο πευκοδάσος, τις εκπληκτικές παραλίες αλλά και τα ιαματικά λουτρά, τα οποία από μόνα τους προσελκύουν αρκετό τουρισμό.
- Η Κυλλήνη, η οποία, με το πορθμείο που διαθέτει, αποτελεί κόμβο ανάμεσα στην Πελοπόννησο και τα νησιά του Ιονίου Πελάγους. Και η ίδια όμως με τις πανέμορφες παραλίες που διαθέτει, αποτελεί πόλο έλξης τουριστών. Επιπρόσθετα, οι ιαματικές πηγές που και αυτή διαθέτει είναι ικανές να προσελκύσουν αρκετό κομμάτι από τον αριθμό των ατόμων που πραγματοποιούν ιαματικό τουρισμό.
- Η ευρύτερη περιοχή του Πύργου, με τα γύρω χωριά και τις γραφικές παραλίες του Κατάκολου και των γύρω περιοχών αποτελεί, πόλο έλξης για πολλούς παραθεριστές.
- Σημαντικό στοιχείο για τον οικοτουρισμό στον νομό Ηλείας είναι το γεγονός πως θεωρείται ένας από τους πιο πλούσιους σε χλωρίδα και πανίδα με πανέμορφα δάση και καταπράσινες περιοχές.
- Τα δάση Σμέρνας, Φολόης και Λάμπειας καθώς και τα σπήλαια στην Κοινότητα Σμέρνας.
- Ο αρχαιολογικός χώρος της Ήλιδας, του Αρχαίου Σαμικού, τις Φιγαλείας και του ναού του Επικούρειου Απόλλωνα.
- Τα κάστρα μεσαιωνικής περιόδου στην Κυλλήνη, το Γουμερό, το Κατάκολο και τη Μίνθη.

#### Νομός Αιτωλοακαρνανίας.

Πρωτεύουσα του νομού Αιτωλοακαρνανίας είναι το Μεσολόγγι, το οποίο βρίσκεται στο κέντρο μιας εκτεταμένης ζώνης προσχώσεων που δημιούργησαν οι μεγάλοι ποταμοί Εύηνος και Αχελώος με τις φερτές τους ύλες. Στη σχετικά σύντομη ιστορική του πορεία (πρωτοαναφέρεται πριν πέντε περίπου αιώνες ως συνοικισμός ναυτικών και αλιέων) το Μεσολόγγι αναδείχθηκε σε σύμβολο αντίστασης και ηρωισμού των Ελλήνων, κυρίως λόγω της ηρωικής Εξόδου των Μεσολογγιτών κατά την επανάσταση εναντίον της Τουρκοκρατίας. Επιπλέον, ο νομός Αιτωλοακαρνανίας,

θεωρείται, και αυτός, ένας από τους πλουσιότερους σε χλωρίδα και πανίδα, ενώ συγχρόνως είναι και ο μεγαλύτερος νομός της Ελλάδας ως προς την έκταση. Παρ' όλα αυτά, σημειώνει μικρότερη τουριστική ανάπτυξη από τους δύο άλλους νομούς της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος. Οι κυριότεροι τουριστικοί πόροι του νομού Αιτωλοακαρνανίας είναι οι παρακάτω:

- Η πόλη του Μεσολογγίου, με το μουσείο - πινακοθήκη που διαθέτει, στο οποίο φυλάσσονται ιστορικά ντοκουμέντα και έργα ζωγραφικής εμπνευσμένα από την Έξοδο, τον κήπο των Ηρώων της Εξόδου, το μνημείο των πεσόντων καθώς και το μνημείο των φιλελλήνων, στημένο από οβίδες και κανόνια του Αγώνα, αποτελεί σημαντικό ιστορικό μνημείο.
- Ο ορεινός όγκος Βαράσοβας, με τις πολλές σπηλιές - ασκητάρια (εντυπωσιακότερο όλων αυτό της Εγκλείστρας), ο οποίος θεωρείται το Άγιον Όρος της Δυτικής Ελλάδος.
- Ο υγροβιότοπος Μεσολογγίου - Αιτωλικού, με το μεγάλο σύμπλεγμα των λιμνοθαλασσών και βάλτων που εκτείνεται ανάμεσα στις εκβολές του Εύηνου και του Αχελώου, αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους υγροβιότοπους της Μεσογείου και έναν από τους σημαντικότερους της χώρας μας. Στη ζώνη αυτή που εκτείνεται σε 260.000 στρέμματα φιλοξενούνται περισσότερα από 220 είδη πουλιών. Για το λόγο αυτό μεγάλο τμήμα της περιοχής έχει ενταχθεί στους υγρότοπους διεθνούς σημασίας της Σύμβασης Ράμσαρ.
- Ο αρχαιολογικός χώρος της Πλευρώνας όπου διατηρείται ένα από τα καλύτερα δείγματα οχυρώσεων στον ελλαδικό χώρο. Τα αρχαία τείχος μήκους τριών περίπου χιλιομέτρων είναι εξαιρετικής τεχνικής, ενώ σώζονται και αρκετοί από τους 36 πύργους του. Σώζεται επίσης το αρχαίο θέατρο με τη σκηνή πάνω σε έναν πύργο του τείχους, και οι μεγάλες δεξαμενές νερού.
- Ο ποταμός Εύηνος, που τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιείται κατά κόρον για ραφτινγκ και καγιάκ.
- Η πόλη της Ναυπάκτου, με το γραφικότατο λιμανάκι, το επιβλητικό κάστρο και τις όμορφες παραλίες προσελκύει μεγάλο αριθμό παραθεριστών.
- Η περιοχή της ορεινής Ναυπακτίας με τους γραφικούς οικισμούς και τις πανέμορφες διαδρομές μέσα στη φύση, αποτελεί πρόκληση για τους φυσιολάτρες τουρίστες.

- 
- Το δάσος Λεσινίου, το οποίο είναι το μοναδικό δάσος Φράξου στην Ελλάδα, έχει έκταση 500 περίπου στρεμμάτων και περιλαμβάνει και τα τρία είδη φράξου που φύονται στην Ελλάδα.

## 4.2 Τι περιλαμβάνει ο τουρισμός στην Δυτική Ελλάδα

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος διαθέτει ποικιλία φυσικών πόρων και δίνει την δυνατότητα εκμετάλλευσης πολλών μορφών εναλλακτικών τουρισμού, όπως για παράδειγμα ιαματικές πηγές, παραδοσιακούς οικισμούς, μνημεία νεότερης ιστορίας, μουσεία, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι, αρχαιολογικοί χώροι και ακτές, μεταξύ των οποίων αντιπροσωπευτικές περιοχές είναι η κοιλάδα του Αλφειού, η Αγία Λαύρα, η Αρχαία Ολύμπια, καθώς και η λίμνη του Καϊάφα με τις ιαματικές της πηγές. (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Ουσιαστικά, η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας κατατάσσεται στις προνομιούχες περιοχές του ελλαδικού χώρου από την άποψη των υφιστάμενων φυσικών, πολιτιστικών και τουριστικών της πλεονεκτημάτων (Οικονομίδου, 2003).

Στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος υπάρχει σημαντικός αριθμός περιβαλλοντικά ευαίσθητων και προστατευόμενων περιοχών με υψηλή οικολογική και αισθητική αξία, γεγονός που την καθιστά προνομιούχο από την άποψη του φυσικού περιβάλλοντος. Φιλοξενεί πολλά, σημαντικά και ποικίλα ευαίσθητα οικοσυστήματα τα οποία αφορούν σε δύο βασικά κατηγορίες: υγροτόπους και ορεινούς σχηματισμούς. Αξιόλογα επίσης οικοσυστήματα αποτελούν οι παραλιακές ζώνες που περιλαμβάνουν αμμοθινικά οικοσυστήματα. Χαρακτηριστικό είναι ότι από τους έντεκα υγροβιότοπους διεθνούς σημασίας της χώρας που έχουν ενταχθεί στη συνθήκη Ramsar, οι τρεις ανήκουν στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος. Επιπλέον στην περιφέρεια ανήκουν προστατευόμενα αισθητικά δάση και μνημεία της φύσης, καθώς και σημαντικά τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (Οικονομίδου, 2003).

Οι κυριότεροι υγρότοποι είναι το σύμπλεγμα των λιμνοθαλασσών Μεσολογγίου – εκβολών Αχελώου και το σύμπλεγμα λιμνοθάλασσας Καλογριάς, έλους Λάμιας και λιμνοθάλασσας Κοτυχίου (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Οι κυριότεροι φυσικοί ορεινοί σχηματισμοί με πυκνή και ποικίλη βλάστηση με σπάνια είδη (μαύρη πεύκη, κουκουναριά) και σπάνια είδη πανίδας βρίσκονται στο βόρειο τμήμα της Αχαΐας (όρος Χελμός, όρη Μάρμπας και Κλώκος, φαράγγι Σελινούντας, φαράγγι Βουραϊκού), το όρος Παναχαϊκό και το όρος Ερύμανθος (Οικονομίδου, 2003).

Τα παράκτια αμμοθινικά οικοσυστήματα και οι αξιόλογες δυτικές παραλιακές ζώνες των νομών Αχαΐας και Ηλείας αποτελούν περιοχές ωτοκίας της θαλάσσιας χελώνας *Caretta caretta* (Οικονομίδου, 2003).

Τα τελευταία χρόνια η συνολική έκταση των υγροβιότοπων οι οποίοι βρίθουν στην περιοχή λόγω των ορογραφικών και κλιματικών χαρακτηριστικών και βρίσκονται στον άξονα μετανάστευσης της ορνιθοπανίδας, έχει μειωθεί για λόγους υπερβολικής χρήσης νερού, επέκτασης των γεωργικών καλλιεργειών, οικιστικής ανάπτυξης, αντιμετώπισης των πλημμυρικών φαινομένων, κ.ά., με αποτέλεσμα την άσκηση πιέσεων κυρίως στην πανίδα (Οικονομίδου, 2003).

Αντίστοιχα, τα ορεινά οικοσυστήματα δέχονται περιβαλλοντικές πιέσεις που οφείλονται στη βόσκηση, στο κυνήγι, στην ξύλευση και στην τουριστική δραστηριότητα. Τέλος, τα παράκτια αμμοθινικά οικοσυστήματα έχουν επίσης μειωθεί λόγω του τουρισμού και της αυθαίρετης δόμησης (Οικονομίδου, 2003).

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος ενώ διακρίνεται από την άποψη των φυσικών και πολιτιστικών της πόρων, δεν έχει κατακτήσει μέχρι σήμερα μια αξιόλογη εξειδίκευση στις τουριστικές και πολιτιστικές δραστηριότητες. Αναφορικά με τον τουρισμό, η ελλιπής μέχρι σήμερα αξιοποίηση και ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος έχει κατά βάση οδηγήσει στην αντιπροσώπευση του τουρισμού κατά το μεγαλύτερο μέρος του σε ξενοδοχεία και εστιατόρια στα οποία δεν θεωρείται ότι η περιφέρεια παρουσιάζει εξειδίκευση (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Οι υποδομές της περιφέρειάς αναβαθμίστηκαν πρόσφατα μόνο σε μεγάλο βαθμό με τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Τα μεγάλα έργα που ολοκληρώνονται καθώς επίσης και αυτά που βρίσκονται σε φάση υλοποίησης, βοηθούν στην ανάπτυξη των περισσότερων μορφών τουρισμού (Οικονομίδου, 2003).

Η συνεχής διατήρηση και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών και κατ' επέκταση του τουριστικού προϊόντος, επιβάλλει νέους κανόνες και νέες μορφές στρατηγικής, διαχείρισης και διοίκησης, αλλά και νέα σύγχρονα εργαλεία πληροφόρησης της διεθνούς οικονομικής και τουριστικής αγοράς. Σε μια τουριστική αγορά, κορεσμένη από ομοειδή προϊόντα και τυποποιημένα τουριστικά πακέτα (άμμο - θάλασσα - ήλιο), η Περιφέρεια Δυτικής

Ελλάδας διαθέτει τη μοναδική δυνατότητα να προσφέρει σύγχρονες εναλλακτικές μορφές τουρισμού υψηλής ποιότητας, αναπτύσσοντας καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες (Οικονομίδου, 2003).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ\_5: ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ

### 5.1 Τομείς ανάπτυξης του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί σε περιφερειακό επίπεδο μια σταθερή πηγή εργασίας και συμβάλει στην ενίσχυση και την τόνωση της απασχόλησης, συμμετέχοντας σημαντικά στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί με τη Στρατηγική της Λισσαβώνας, σχετικά με την ενίσχυση της απασχόλησης (Κοκκώσης, & Τσάρτας, 2004).

Σημειώνουμε ότι ο ρόλος και ο τομέας του τουρισμού είναι πολλαπλός, διότι έχει σημαντική συμβολή στην Ευρωπαϊκή Οικονομία αλλά και στην ανάπτυξη τις εθνικής οικονομίας πολλών κρατών-μελών αλλά και στην αύξηση του ΑΕΠ. Σε ότι αφορά εκτός από τα εκπαιδευτικά, αναψυχής και υγείας ταξίδια έχουν σημαντική επίπτωση και στην απασχόληση τις τουριστικής ανάπτυξης, με αρκετά τουριστικά επαγγέλματα να εξαρτώνται καθαρά από τον τουρισμό και να αναζητούν τουριστικές εργασίες εντός και εκτός τουριστικών μονάδων(Λαγός, 2007).

Η πλευρά του τουρισμού μπορεί να βοηθήσει στην αναπτυξιακή και επιχειρηματική διέξοδο μιας περιφέρειας η οποία δεν έχεις κάποιες πηγές πλούτου, διαχέοντας ένα ποσοστό οικονομικού προϊόντος στην περιφερειακή κοινωνία. Η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας μπορεί να αποτελέσει τον κινητήριο μοχλό σε διάφορες περιοχές με τουριστικές, βιομηχανικές και οικονομικές δυσχέρειες ανατρέποντας και προωθώντας μια αναγκαία διορθωτική αλλαγή(Λαγός, 2007).

Το περιβάλλον και ο πολιτισμός παίζουν άμεσο ρολό στην τουριστική ανάπτυξη. Σχετικά με το περιβάλλον σημαντική ανάγκη και σημασία έχει η προώθηση πολιτικών αειφόρου και βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, με αποτέλεσμα το περιβάλλον να αξιοποιηθεί και να προστατευτεί μέσα από την αξιοποίηση του. Ο πολιτισμός μέσα από τον τουρισμό δίνει την δυνατότητα της πολιτιστικής παραγωγής όσο και την αξιοποίηση της πλούσιας ευρωπαϊκής πολιτιστικής κληρονομιάς (Κοκκώσης, & Τσάρτας, 2004).

### 5.1.1 Τρόποι ανάπτυξης του τουρισμού

Ο τουρισμός της Δυτικής Ελλάδας σαν προορισμός βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα για την εποχή. Σαν δυνατότητες ανάπτυξης τις περιφέρειας όμως έχει σημαντικές και μείζονα σημασία δημιουργικές υποδομές όπως είναι οι αρχαιολογικές και οι θρησκευτικές συγκεντρώσεις μνημείων αλλά και η υποδομές των αστικών κέντρων που βρίσκονται εκεί έτοιμες να στηρίξουν τόσο σε οργάνωση όσο και σε υπηρεσίες την τουριστική βιομηχανία. Θα πρέπει σε αυτό το σημείο να πούμε ότι η συγκυριακή μεταστροφή σε σύνθεση, ποιότητα και διεθνές επίπεδο. Το μοντέλο των εναλλακτικών μορφών που δομείται αυτά τα τελευταία χρόνια σε συνδυασμό με την περιφέρεια αυτή αποτελεί προνομιακό τόπο εφαρμογής (Οικονομίδου, 2003).

Οι μελέτες που έχουν γίνει κατά καιρούς στην Περιφέρεια καταγράφουν την υφιστάμενη κατάσταση και οι προτάσεις για Ανάπτυξης του Τομέα αυτού δεν έχουν υλοποιηθεί ούτε αξιοποιηθεί ακόμα. Όπως προκύπτουν τα δεδομένα από τις διεθνείς συνθήκες έχουν οδηγήσει την Τουριστική Αγορά σε κάμψη την Ελλάδα αλλά και τις άλλες χώρες τις Ε.Ε, με βάση την διαμόρφωση των τάσεων καθώς επίσης και την αύξηση του ανταγωνισμού, με σκοπό να επέλθει η ανάκαμψη τις Δυτικής Ελλάδας, στο κομμάτι του Τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να υλοποιηθούν τα εκάστοτε τέσσερα μετρά (Οικονομίδου, 2003):

- ü Να γίνει συνολική αξιολόγηση του υπάρχοντος υλικού, καθώς επίσης προγραμματισμός και προσδιορισμός συγκεκριμένων ενεργειών, ώστε να μπορέσουν να συντονιστούν και να υλοποιηθούν, ως ένα ενιαίο κέντρο αποφάσεων. Ωστόσο η χρησιμότητα των επιμέρους πρωτοβουλιών μεμονωμένα, δεν κρίνεται απαραίτητη, διότι ως σύνολο αδυνατούν να κεφαλαιοποιήσουν το κάθε αποτέλεσμα και να επέλθει το επόμενο προγραμματιστικό στάδιο. Για την καλύτερη, δυνατή υλοποίηση του συντονισμού αυτού, προβλέπεται σύσταση ενιαίου-εταιρικού ή μη φορέα σε περιφερειακό επίπεδο, καλύπτοντας έτσι τη συμμετοχή όλων των αρχών και φορέων του Τουριστικού προϊόντος.
- ü Πέραν της φιλοσοφίας της στοχευόμενης προβολής και διαφήμισης, στο κομμάτι των εκθέσεων και μόνο, το καθιστά πλέον αναποτελεσματικό, διότι το πρόγραμμα επιβάλλεται να διανθιστεί όσο το δυνατόν περισσότερο, με

σύγχρονες μεθόδους, με βάση τις διάφορες ανάγκες κάθε περιοχής, διεθνώς επιτυχημένες, εφαρμόζοντας τες. Επίσης, κρίνεται η ανάγκη της σίγουρης αναζήτησης τρόπων προσέλκυσης στο ξενοδοχειακό κεφάλαιο στην Δυτική Ελλάδα.

- Ύ Επίσης κρίνεται αναγκαία, η προβολή και η διαφήμιση των τοπικών προϊόντων.
- Ύ Εν κατακλείδι, ως κύριο αναγνωριστικό γνώρισμα της Δυτικής Ελλάδας, ως τουριστική περιοχή στο εσωτερικό και εξωτερικό, θα πρέπει να δημιουργηθεί, σταθερό λογότυπο, όπου η χρησιμότητα αυτού θα δώσει ταυτότητα και χαρακτηριστικό γνώρισμα, ως περιφέρεια, καθιστάμενη, ως πόλο έλξης δημοφιλέστερου και αναγνωρίσιμου προορισμού.

## **5.2 Προγράμματα τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα**

Στην Περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδος διαπιστώνεται ανεπαρκής και στρεβλή τουριστική αξιοποίηση σημαντικών φυσικών και πολιτιστικών πόρων με ανισοκατανομή και τοπικές διαφοροποιήσεις ως προς τη μορφή, τις δραστηριότητες και τις τουριστικές ροές με αποτέλεσμα την ανομοιομορφη περιφερειακή ανάπτυξη. Οι μελετητές εκτιμούν ότι δεν έχουν αξιοποιηθεί σημαντικοί τουριστικοί πόροι, μεταξύ των οποίων ακτές, ιαματικές πηγές, αρχαιολογικοί τόποι και περιοχές οικονομολογικού ενδιαφέροντος. Υπάρχει επίσης ελλιπής στήριξη και προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού σε συνδυασμό με την έλλειψη ειδικών τουριστικών

υποδομών. Επίσης καταγράφονται πολλές ανεπάρκειες στις μεταφορές, στη διατήρηση του περιβάλλοντος, στις δημόσιες υπηρεσίες και στην υλοποίηση των επενδυτικών σχεδίων. Αποτέλεσμα είναι η ανάπτυξη της συγκεκριμένης περιφέρειας να παραμένει σε περιορισμένα επίπεδα, ενώ με την κατάλληλη αξιοποίηση των τουριστικών πόρων θα μπορούσε να έχει αναπτυχθεί πολύ περισσότερο (Οικονομίδου, 2003).

Μάλιστα, με βάση το δυναμικό της περιφέρειας προτείνονται πέντε τουριστικές ενότητες για άμεση αξιοποίηση. Αυτές είναι η ορεινή περιοχή Ακράτας - Αιγίου - Καλαβρύτων, η αντίστοιχη πεδινή περιοχή του ίδιου γεωγραφικού διαμερίσματος, η παράκτια περιοχή των βορειοδυτικών ακτών Ηλείας - Κυλλήνης, η παράκτια περιοχή της Νοτιοδυτικής Ηλείας - Καϊάφα και τέλος, οι ακτές του Αμβρακικού (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Αντιστοίχως, για την ανάπτυξη προγραμμάτων εναλλακτικού τουρισμού προτείνονται οι περιοχές των ακτών του Αμβρακικού Κόλπου στο Νομό Αιτωλοακαρνανίας, η παράκτια περιοχή Ακράτας - Αιγίου στο Νομό Αχαΐας, η ορεινή περιοχή Καλαβρύτων, η ευρύτερη περιοχή Κυλλήνης στο Νομό Ηλείας και η περιοχή Καϊάφα (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Σε ότι αφορά την περιοχή της Δυτικής Ελλάδας, ολοκληρώθηκε ένα «πακέτο δέκα δράσεων» που - μεταξύ άλλων - αφορά την προστασία και ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών τουριστικών πόρων, τη στήριξη μεγάλων εκδηλώσεων της περιφέρειας, μεταξύ των οποίων Αρχαία Ολυμπία - Ολυμπιακοί Αγώνες και Πάτρα - Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006. Επίσης τη συμπλήρωση τουριστικής προσφοράς, την ενίσχυση των ορεινών περιοχών και την τουριστική προβολή της περιφέρειας. Προτείνεται επίσης μια σειρά έργων ειδικής τουριστικής υποδομής, μεταξύ των οποίων είναι και η βελτίωση σε τουριστικούς λιμένες και τουριστικά αγκυροβόλια, αυτά των Πατρών, της Ναυπάκτου και του Μεσολογγίου. Δημιουργία νέου συνεδριακού κέντρου στο Αίγιο. Δημιουργία ολοκληρωμένων οικοτουριστικών πάρκων στους υγροβιότοπους Αμβρακικού, Μεσολογγίου, Αιτωλικού και Κοτυχίου. Δημιουργία κέντρων ολοκληρωμένης ανάπτυξης ιαματικού τουρισμού στην Κυλλήνη και στον Καϊάφα (Οικονομίδου, 2003).

Η προσπάθεια αναβάθμισης της οικονομίας της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας συμπίπτει με την προσπάθεια εισαγωγής εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε

συγκεκριμένους θύλακες της αγοράς. Επιπλέον η βελτίωση της σύνθεσης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών όλων των κλάδων των τουριστικών επιχειρήσεων θα συμβάλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου προβάλλοντας και αναδεικνύοντας νέους προορισμούς που θα ικανοποιούν όλες τις σύγχρονες και απαιτητικές ανάγκες (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Όσον αφορά στο Γ' Κ.Π.Σ., οι δράσεις και οι πόροι του τουρισμού, ενσωματώθηκαν στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ» (συντόμευση ΕΠΑΝ), οι άξονες του οποίου ενθαρρύνουν, προωθούν και στηρίζουν την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία, την ποιότητα, στοιχεία δηλαδή απαραίτητα για την επίτευξη αυξημένης ανταγωνιστικότητας για τον ελληνικό Τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, οι βασικοί στόχοι πολιτικής που υλοποιούνται μέσα από το ΕΠΑΝ ορίζονται ως εξής (ΑΧΑΪΑ, 2015):

- Αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν και διατήρηση του επιπέδου της ποιότητας αυτής.
- Εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος με την δημιουργία των υποδομών και την οργάνωση των ειδικών προϊόντων τα οποία μπορούν να προσελκύσουν ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας.
- Ενίσχυση της Προβολής της χώρας ως τουριστικού προορισμού.
- Αναδιάρθρωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Αναλυτικότερα τα Μέτρα που αφορούν άμεσα στον τομέα του Τουρισμού είναι τα μέτρα 1.4, 3.2, 5.1, 5.2, 5.3 και 8.1, αλλά οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε πόρους, που διατίθενται και μέσω σειράς άλλων μέτρων (αρμοδιότητας άλλων τομέων - γραμματειών του ΥΠΑΝ, όπως η ΓΓΒ, η ΓΓΕΤ η Γενική Γραμματεία Εμπορίου) που απευθύνονται γενικότερα σε επιχειρήσεις. Παραθέτουμε τους τομείς που επηρεάζουν τα παραπάνω μέτρα (ΑΧΑΪΑ, 2015):

Μέτρο 1.4: Δομές υποστήριξης ΜΜΕ. Στο πλαίσιο δράσης αυτού του μέτρου προγραμματίζεται να ενταχθεί η δημιουργία δικτύου εξειδικευμένων δομών παροχής συμβουλευτικών και μελετητικών υπηρεσιών προς τις ΜΜΕ του τομέα. Εντάσσεται στο τομεακό επιχειρησιακό πρόγραμμα λόγω της εθνικής σημασίας του και του πρότυπου, για τα ελληνικά δεδομένα, χαρακτήρα του, των υψηλών απαιτήσεων μιας

τέτοιας πρωτοβουλίας σε προδιαγραφές και οργάνωση καθώς και την ανάγκη σύνδεσης του δικτύου με τις ίδιες τις ΜΜΕ. Με την εφαρμογή της δράσης αναμένεται η βελτίωση της προσπέλασης των ΜΜΕ όλων των κλάδων του Τουρισμού σε εξειδικευμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες και, κατά συνέπεια, η βελτίωση της πληροφόρησης τους για τις εξελίξεις του Τομέα, τα δεδομένα και τις προοπτικές των αγορών τους, τη βελτίωση της οργάνωσής τους και την επίτευξη οικονομιών κλίμακας. Η πρώτη δράση θα υλοποιηθεί από την ΓΓΒ και τον ΕΟΜΜΕΧ σε συνεργασία με την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, ενώ η δεύτερη δράση θα λάβει τη μορφή μικτής επένδυσης του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, και θα καλύψει και τις 13 περιφέρειες της χώρας.

Μέτρο 2.2: Αναβάθμιση καταλυμάτων και ενίσχυση μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων. Το μέτρο αυτό αφορά στον ποιοτικό εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων, κάμπινγκς, ενοικιαζόμενων δωματίων με την ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων εκσυγχρονισμού όλων των τύπων καταλυμάτων και εμπλουτισμού της σύνθεσης των προσφερόμενων από αυτά υπηρεσιών, με πάγιες εγκαταστάσεις, εξοπλισμούς και μέσα. Αναμενόμενο αποτέλεσμα θα είναι η αναβάθμιση της συνολικής προσφοράς των καταλυμάτων αυτών, ώστε να ανταποκρίνονται στις αυξανόμενες απαιτήσεις του εισερχόμενου και του εσωτερικού τουρισμού.

Μέτρο 3.2: Προώθηση επιχειρηματικής αριστείας στις μεταποιητικές και τουριστικές επιχειρήσεις. Στόχος αυτού του μέτρου είναι η ανάδειξη της επιχειρηματικής αριστείας μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων. Προβλέπεται να καλύψει δράσεις «ανταμοιβής» της επιχειρηματικής αριστείας στις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα.

Μέτρο 5.1: Ενίσχυση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής - ΠΟΤΑ. Στόχος του μέτρου αυτού είναι η διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και έμμεσα η άμβλυνση της εποχικότητας της ζήτησης. Στο μέτρο αυτό προβλέπεται να ενταχθούν όλες οι ιδιωτικές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη των θεματικών μορφών τουρισμού (μαρίνες συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κέντρα τουρισμού υγείας, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά κέντρα, κέντρα αθλητικού- προπονητικού τουρισμού κ.α.), που υλοποιούνται ως ιδιωτικές επενδύσεις μέσω του αναπτυξιακού νόμου 2601.

Μέτρο 5.2: Ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού - Τουριστικά αγκυροβόλια. Στόχος και αυτού του μέτρου είναι η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και έμμεσα η άμβλυνση της εποχικότητας της ζήτησης. Στο μέτρο προβλέπεται να ενταχθούν δραστηριότητες/ έργα ανάδειξης και ένταξης στο τουριστικό προϊόν της χώρας αξιόλογων στοιχείων της πολιτιστικής μας κληρονομιάς μέσω της κατάρτισης σχετικών δικτύων εθνικής εμβέλειας ή της χάραξης πολιτιστικών διαδρομών εθνικής σημασίας ως δημόσιων επενδύσεων. Το μέτρο θα υλοποιηθεί με δημόσιες επενδύσεις σε ότι αφορά στη δημιουργία δικτύων και διαδρομών και με προγράμματα ιδιωτικών επενδύσεων, που θα επιλεγούν με πρόσκληση για εκδήλωση ενδιαφέροντος φορέων και επιχειρήσεων.

Μέτρο 5.3: Τουριστική προβολή - Μείωση της εποχικότητας. Στόχος του μέτρου 5.3 είναι η διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και έμμεσα η άμβλυνση της εποχικότητας της ζήτησης, μέσω της εκμετάλλευσης του νησιωτικού χαρακτήρα της χώρας. Προβλέπονται δράσεις όπως η δημιουργία η επέκταση ήδη υπάρχοντων τουριστικών αγκυροβολιών, ως δημοσίων επενδύσεων, για εξυπηρέτηση σκαφών αναψυχής.

Μέτρο 8.1: Εκπαίδευση και κατάρτιση στον τομέα του τουρισμού. Στόχος του μέτρου είναι η αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων μέσω της αναδιάρθρωσης και ριζικής αναμόρφωσης της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Το μέτρο θα υλοποιηθεί επί τη βάση ενός συνολικού σχεδίου δράσης που θα εξασφαλίζει την αναδιάρθρωση και ριζική αναθεώρηση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Οι στόχοι της αναδιάρθρωσης θα είναι:

- i. η προσαρμογή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στις ανάγκες της τουριστικής αγοράς και η αύξηση της απορρόφησης των εκπαιδευόμενων και καταρτιζόμενων,
- ii. η χρησιμοποίηση νέων μορφών συνεργασίας των φορέων εκπαίδευσης και κατάρτισης με τους εκπροσώπους των επιμέρους κλάδων του τουριστικού τομέα για τον καθορισμό του περιεχομένου των σπουδών και της πρακτικής εξάσκησης
- iii. η βελτίωση της γεωγραφικής κατανομής των δομών κατάρτισης και εκπαίδευσης

iv. η ενθάρρυνση διεθνικών συνεργασιών μεταξύ κρατικών και ιδιωτικών φορέων εκπαίδευσης και αξιόλογων κέντρων άλλων χωρών.



### 5.3 Στρατηγικός σχεδιασμός του τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα

Ως προς το φυσικό περιβάλλον και τις περιβαλλοντικές συνθήκες που επικρατούν διαπιστώθηκε ότι διαθέτει πλούσια και σπάνια οικοσυστήματα και ευαίσθητες προστατευόμενες περιοχές οι οποίες όμως υφίστανται δυσμενείς περιβαλλοντικές επιδράσεις από τις ανθρωπογενείς κυρίως δραστηριότητες ή από ελλείψεις σε υποδομές, δίκτυα και συστήματα πρόληψης παραγωγής ρύπων. Η ανάγκη απόδοσης ιδιαίτερου βάρους στη λήψη μέτρων για μια οικολογικότερη διαχείριση και προστασία των φυσικών πόρων είναι προφανής από τη σκοπιά του τουρισμού, επειδή ο τομέας μπορεί να αποτελέσει πεδίο εξειδίκευσης της περιφέρειας (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Η υλοποίηση του στόχου αυτού συνεπάγεται ανάδειξη και αξιοποίηση των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος ως φυσικών πόρων, η διατήρηση και ανανέωση των οποίων είναι πολύτιμη για τις επόμενες γενιές, αλλά και ως συγκριτικό πλεονέκτημα της περιφέρειας που μπορεί να αποτελέσει σημαντική παράμετρο για την αναπτυξιακή της προοπτική (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Ως προς το πολιτιστικό περιβάλλον η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας από άποψη πολιτιστικού εξοπλισμού, εκδηλώσεων και κηρυγμένων αρχαιολογικών τόπων, μεσαιωνικών – βυζαντινών κάστρων και μνημείων, καθώς και παραδοσιακών οικισμών διαθέτει αξιόλογα ίχνη του αρχαίου και του νεότερου ελληνικού πολιτισμού, καθώς και ενδιαφέροντες οικισμούς που συνεχίζουν την παράδοση της ελληνικής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής. Εν τούτοις δεν εξειδικεύεται στο σύνολό της στις δραστηριότητες πολιτισμού ως παράγοντα προσέλκυσης τουριστών και εν γένει επισκεπτών, παρουσιάζει δε διαφοροποιήσεις και ανισομέρειες που δεν αναλογούν επαρκώς στα εκτεταμένα χωρικά της πλεονεκτήματα στον τομέα του πολιτισμού (Οικονομίδου, 2003).

Γενικότερα οι εστίες πολιτιστικής και ιστορικής αξίας δεν έχουν ενταχθεί σε συντονισμένα δίκτυα και σχεδιασμένες πολιτιστικές διαδρομές σε συνέργια με τα αξιόλογα στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος τα οποία έχουν ήδη καταγραφεί και αξιολογηθεί. Η προοπτική ενοποίησης – διασύνδεσης είναι ορατή και εφικτή, μπορεί δε να προδιαγράψει δυναμική πορεία και εξελίξεις, εάν ληφθούν τα αναγκαία μέτρα και υλοποιηθούν οι κατάλληλες παρεμβάσεις, αξιοποιώντας την ιστορία και το φυσικό περιβάλλον της περιοχής σε μια νέα σύνθεση που να τονίζει το σύγχρονο

ελληνικό πολιτισμό με ισχυροποιημένη τη διεθνή διάσταση στον ευρωπαϊκό, μεσογειακό και βαλκανικό χώρο (ΑΧΑΪΑ, 2015).

Η ελλιπής ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων σε συνδυασμό, επιβάλλουν τη διαφοροποίηση της τουριστικής πολιτικής και των στρατηγικών παρεμβάσεων ως προς τον τουρισμό, προκειμένου να αναβαθμιστεί ο ρόλος της περιφέρειας στο εθνικό τουριστικό προϊόν. Η βελτίωση και η αύξηση της υπάρχουσας υποδομής και η ορθολογική οργάνωση των παρεχόμενων υπηρεσιών συνιστούν απαραίτητες προϋποθέσεις για την ουσιαστική αύξηση των διανυκτερεύσεων ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών, με παράλληλη ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, δηλαδή ενός τουρισμού πιο αποδοτικού και συναλλαγματοφόρου με προσέλκυση τουριστών υψηλών εισοδηματικών τάξεων και με διαφοροποιημένο καταναλωτικό πρότυπο σε σχέση με το παρελθόν (Οικονομίδου, 2003).

Οι τουριστικού ενδιαφέροντος περιοχές της περιφέρειας πρέπει να αποτελέσουν πόλους προσέλκυσης τουριστών και σημεία εφαρμογής προγραμμάτων εναλλακτικού τουρισμού, όπως είναι ο ορεινός, ο χειμερινός, ο κυνηγετικός, ο επιστημονικός, ο συνεδριακός, ο θεραπευτικός, κ.ά. Ο εναλλακτικός τουρισμός με διαφοροποίηση και εξειδίκευση, σε συνδυασμό με τη δημιουργία εταιρικών σχέσεων πόλης – υπαίθρου, την ανάδειξη των πολιτιστικών τοπίων και υποδομών, καθώς και με εκσυγχρονισμό του πρωτογενή τομέα και σύνδεσή του με την τουριστική δραστηριότητα, θα μπορούσαν να αποτελέσουν μια ισχυρή διέξοδο πολιτικών για βελτίωση της θέσης της περιφέρειας στον εθνικό και ευρωπαϊκό χώρο (ΑΧΑΪΑ, 2015).

## 5.4 Προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα

Η τουριστική ανάπτυξη έχει αποδειχθεί ότι είναι από τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία για τις περιφέρειες και τις χώρες που προσπαθούν να θέσουν προτεραιότητες για τη μελλοντική τους ανάπτυξη. Αυτές οι προτεραιότητες περιλαμβάνουν οικονομικά οφέλη όπως η δημιουργία και διανομή εισοδήματος με κοινωνικά αποτελέσματα όπως η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η βελτίωση της ποιότητας ζωής (IOBE, 2015).

Η Περιφέρεια προοπτικά τείνει να μετατραπεί σε σταυροδρόμι συνδυασμένων μεταφορών και περιοχή σύγκλισης των δύο εθνικών – διεθνών αξόνων ανάπτυξης: του υπάρχοντος και υπό αναβάθμιση κεντρικού αναπτυξιακού άξονα που επεκτείνεται μέχρι την Καλαμάτα (τμήμα Τρίπολης – Καλαμάτας) και του υπό υλοποίηση δυτικού άξονα (Σιδηροδρομική γραμμή υψηλών ταχυτήτων Αθηνών – Πατρών, Ιόνια Οδός, Ζεύξη Ρίου – Αντίρριου, εκσυγχρονισμός και επέκταση του λιμένα Πατρών, προοπτική υποθαλάσσιας καλωδιακής σύνδεσης Δυτικής Ελλάδας με Ιταλία) (ΣΕΤΕ, 2010).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ\_6: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

### 6.1 Μεθοδολογία έρευνας

Για την πραγματοποίηση της παρούσας έρευνας, προσδιορίστηκε αρχικά το αντικείμενο της, καθορίστηκε το πεδίο της και συντάχθηκε το πλάνο του ερωτηματολογίου βάση των αναγκών της έρευνας και μερικές παρόμοιες δημοσιευμένες συζητήσεις. Έπειτα, συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας απευθύνεται σε τουριστικούς φορείς της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος.

Ο πληθυσμός του ερωτηματολογίου αποτελείται από 102 ερωτώμενους.

Η παρούσα έρευνα διεξήχθη εντός χρονικού διαστήματος ενός (1) μήνα, συλλέγοντας στοιχεία και χρησιμοποιώντας ως βασικό εργαλείο της το ερωτηματολόγιο. παρόν ερωτηματολόγιο αποτελείται από ερωτήσεις κλειστού τύπου.

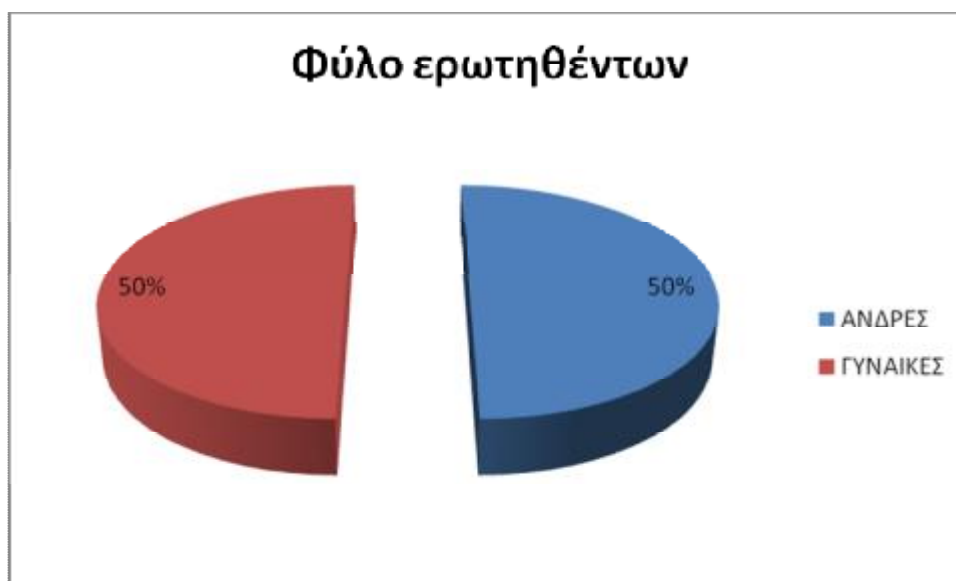
Αφού ολοκληρώθηκε η συλλογή των ερωτηματολογίων, ακολούθησε η κωδικοποίηση των μεταβλητών που ερευνήθηκαν. Ύστερα τα στοιχεία επεξεργάστηκαν μέσω στατιστικού προγράμματος (excel 2010). Με τη βοήθεια του προγράμματος αυτού πραγματοποιήθηκε η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία διασφαλίζει την ηθική της ερευνητικής διαδικασίας. Αυτό τεκμηριώνεται με το γεγονός ότι τα δεδομένα που καταγράφηκαν παρουσιάζονται ανώνυμα και με τέτοιο τρόπο που δεν μπορούν να αναγνωριστούν οι συμμετέχοντες. Ειδικότερα, δεν αναφέρεται πουθενά το πραγματικό τους όνομα, ούτε ο συγκεκριμένος τόπος διαμονής τους. Τα μόνα προσωπικά στοιχεία που αναφέρονται είναι το φύλο και η ηλικία, τα οποία είναι σημαντικά στοιχεία για την μέτρηση και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων. Συνεπώς, μπορεί να ισχυριστεί ότι δεν παραβιάζονται τα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα ούτε υπάρχει περίπτωση επιβλαβών συνεπειών.

## 6.2 Αποτελέσματα έρευνας

Ερώτηση 1<sup>η</sup>: Φύλο ερωτηθέντων:

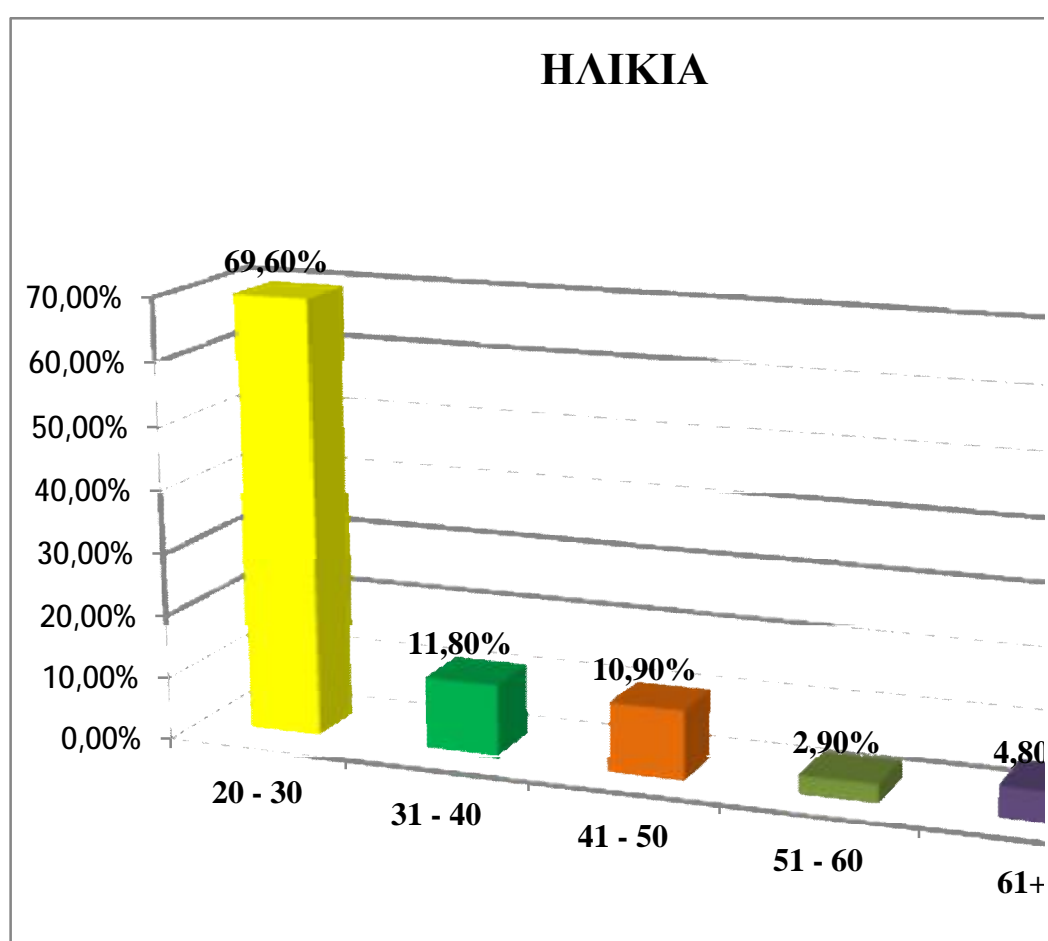
ΑΝΔΡΕΣ	51	50%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	51	50%



Η πρώτη ερώτηση αφορούσε τον πληθυσμό του δείγματος της παρούσας έρευνας και σύμφωνα με τα αποτελέσματα το 50% από τα άτομα που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο είναι άντρες, ενώ το υπόλοιπο 50% γυναίκες.

**Ερώτηση 2<sup>η</sup>: Ηλικία ερωτηθέντων:**

<b>20-30</b>	<b>71</b>	<b>69.6%</b>
<b>31-40</b>	<b>12</b>	<b>11.8%</b>
<b>41-50</b>	<b>11</b>	<b>10.9%</b>
<b>51-60</b>	<b>3</b>	<b>2.9%</b>
<b>61+</b>	<b>5</b>	<b>4.8%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση το 69.6% του δείγματος απάντησε 20 – 30 ετών, το 11.8% απάντησε 31- 40 ετών, το 10.9% απάντησε 41 – 50 ετών, επίσης το 2.9% απάντησε 51- 60 ετών, και τέλος το υπόλοιπο 4.8% απάντησε πάνω από 61ετών.

**Ερώτηση 3<sup>η</sup>:** Εκπαίδευση ερωτηθέντων:

<b>Πρωτοβάθμια</b>	<b>8</b>	<b>7.8%</b>
<b>Δευτεροβάθμια</b>	<b>23</b>	<b>22.6%</b>
<b>Τριτοβάθμια</b>	<b>71</b>	<b>69.6%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Το επόμενο ερώτημα αφορούσε την εκπαίδευση που έχουν λάβει οι ερωτώμενοι. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, το 7.8% του δείγματος έχει ολοκληρώσει την πρωτοβάθμια εκπαίδευση, το 69.6% έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση και τέλος η πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 22.6% έχει τελειώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

**Ερώτηση 4<sup>η</sup>: Μηνιαίο εισόδημα ερωτηθέντων:**

<b>0-400 €</b>	<b>39</b>	<b>38.2%</b>
<b>400-700 €</b>	<b>27</b>	<b>26.5%</b>
<b>700-1200€</b>	<b>23</b>	<b>22.6%</b>
<b>Άλλο</b>	<b>13</b>	<b>12.7%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

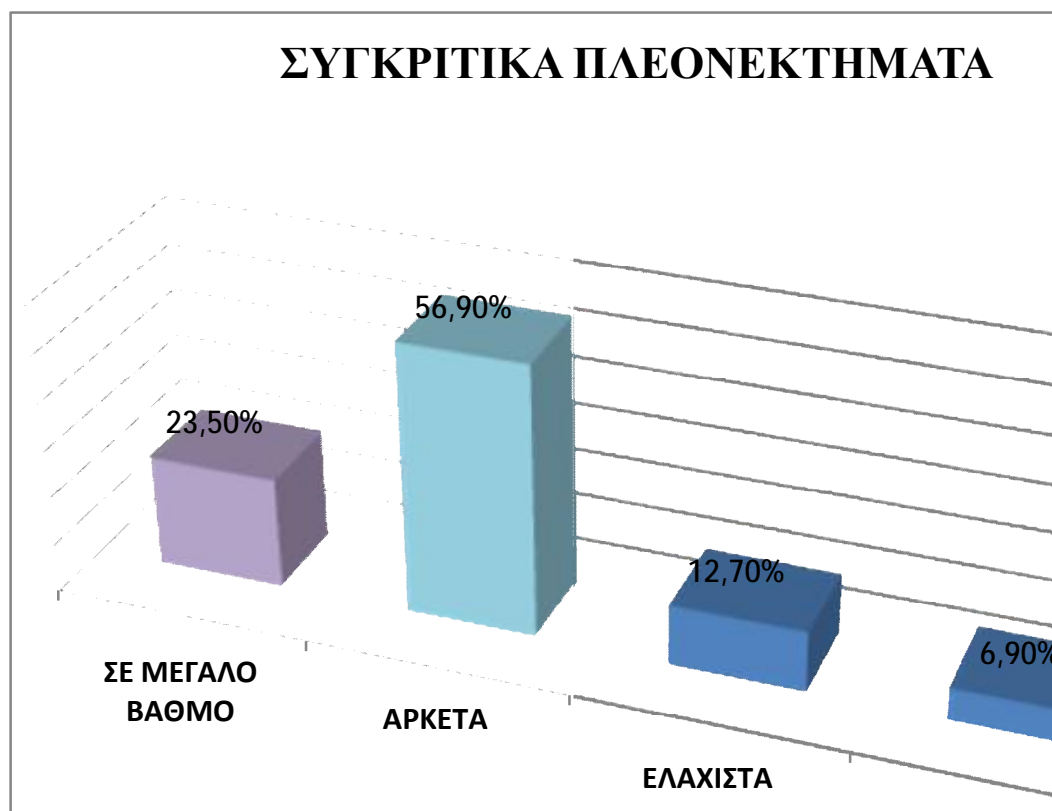


Από τα άτομα που ερωτήθηκαν ανέφεραν ότι το 22.6% εξ αυτών έχει εισόδημα από 700 έως 1200 ευρώ, το 26.5% έχει εισόδημα από 400 - 700 ευρώ, το 38.2% από 0 - 400 ευρώ και τέλος το υπόλοιπο 12.7% ανέφερε ένα διαφορετικό πόσο.



**Ερώτηση 5<sup>η</sup>:** Θεωρείται πως υπάρχουν εντός των ορίων της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος πόροι ή δραστηριότητες που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα και δεν έχουν αξιοποιηθεί ακόμη τουριστικά;

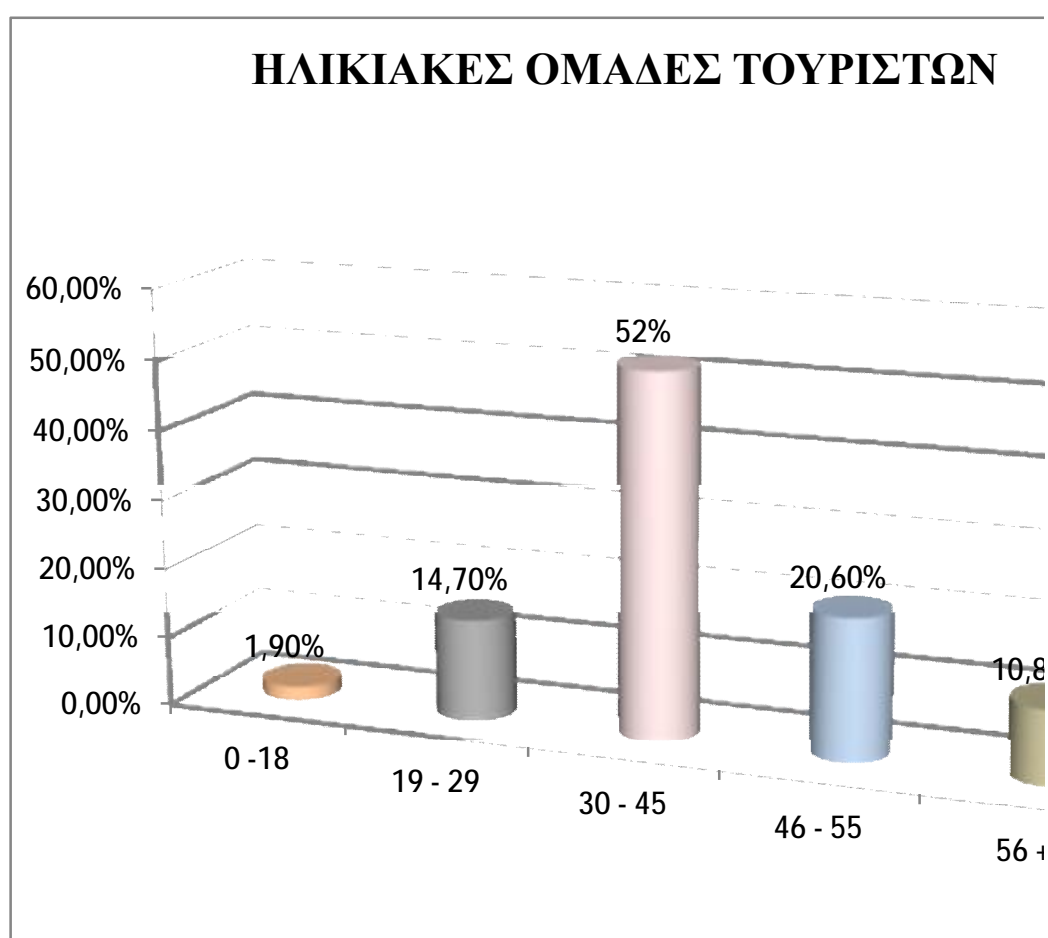
<b>ΣΕ ΜΕΓΑΛΟ ΒΑΘΜΟ</b>	<b>24</b>	<b>23.5%</b>
<b>ΑΡΚΕΤΑ</b>	<b>58</b>	<b>56.9%</b>
<b>ΕΛΑΧΙΣΤΑ</b>	<b>13</b>	<b>12.7%</b>
<b>ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ</b>	<b>7</b>	<b>6.9%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση το 12.7% του δείγματος απάντησε ελάχιστα, το 23.5% απάντησε σε μεγάλο βαθμό, επίσης το 6.9% απάντησε δεν γνωρίζω και το υπόλοιπο 56.9% απάντησε αρκετά.

**Ερώτηση 6<sup>η</sup>:** Με βάση την εικόνα που έχετε για την τουριστική κίνηση, πώς εκτιμάτε ότι κατανέμονται στις ακόλουθες ηλικιακές ομάδες οι τουρίστες που επισκέπτονται την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος;

<b>0-18</b>	<b>2</b>	<b>1.9%</b>
<b>19-29</b>	<b>15</b>	<b>14.7%</b>
<b>30-45</b>	<b>53</b>	<b>52%</b>
<b>46-55</b>	<b>21</b>	<b>20.6%</b>
<b>56+</b>	<b>11</b>	<b>10.8%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

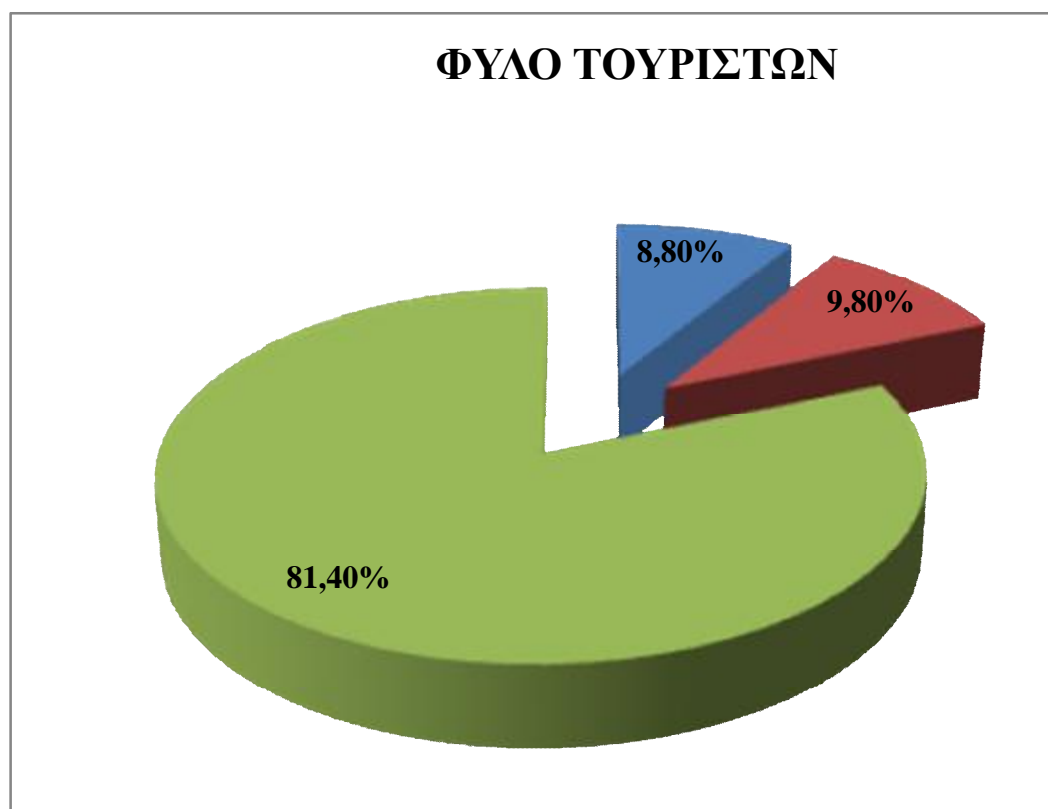


Στην παραπάνω ερώτηση, το 1.9% του δείγματος της παρούσας έρευνας απάντησε 0 - 18 ετών, το 14.7% απάντησε 19 - 29 ετών, το 52% απάντησε 30 - 45 ετών, το 20.6%

απάντησε 46 – 55 ετών, και τέλος το υπόλοιπο 10.8% δείγματος απάντησε πάνω από 56 ετών.

**Ερώτηση 7<sup>η</sup>:** Κατά τη γνώμη σας, πως κατανέμονται οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος σύμφωνα με το φύλο;

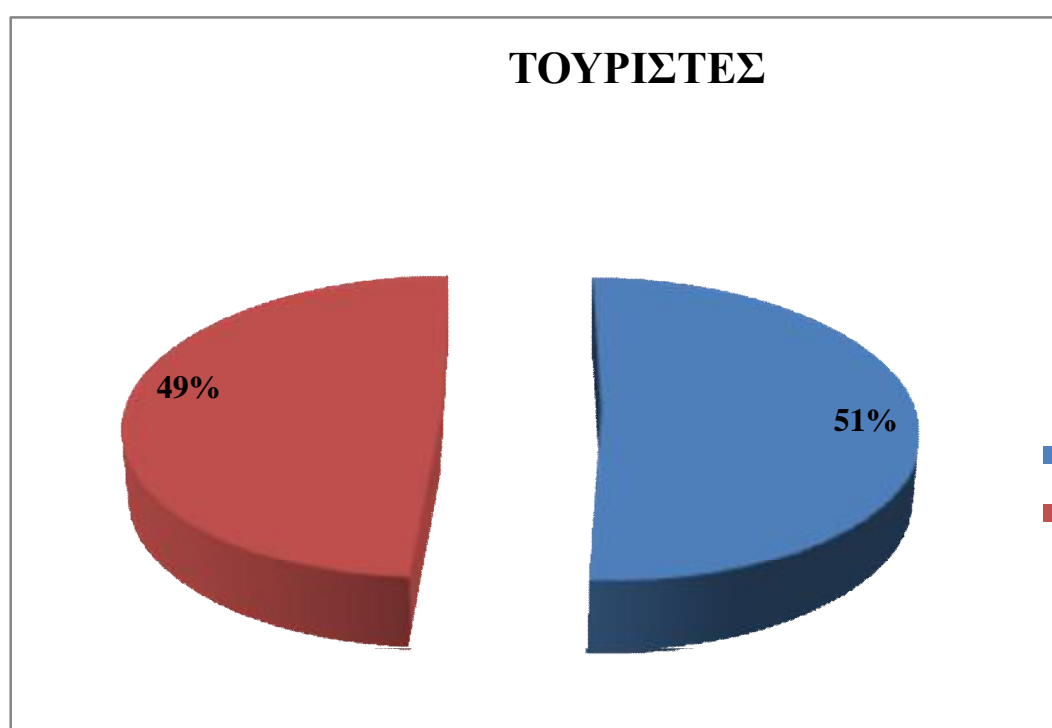
<b>ΑΝΔΡΕΣ</b>	<b>9</b>	<b>8.8%</b>
<b>ΓΥΝΑΙΚΕΣ</b>	<b>10</b>	<b>9.8%</b>
<b>ΤΟ ΙΔΙΟ</b>	<b>83</b>	<b>81.4%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση, το 8.8% του δείγματος της παρούσας έρευνας απάντησε περισσότεροι άνδρες, επίσης το 9.8% απάντησε περισσότερες γυναίκες και τέλος το υπόλοιπο 81.4% απάντησε το ίδιο (δηλαδή τόσοι άνδρες όσες και γυναίκες).

**Ερώτηση 8<sup>η</sup>:** Κατά τη γνώμη σας, πως κατανέμονται οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος σύμφωνα με την χώρα προέλευσης τους;

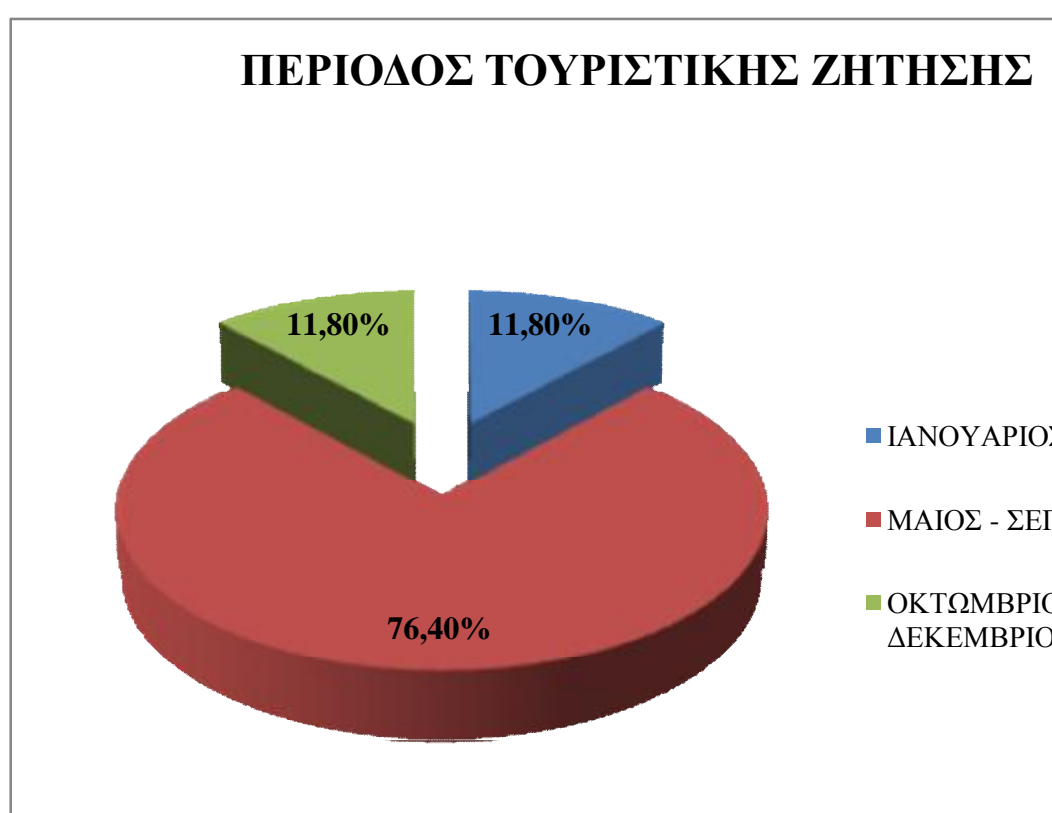
<b>ΕΛΛΗΝΕΣ</b>	<b>52</b>	<b>51%</b>
<b>ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ</b>	<b>50</b>	<b>49%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση, το 49% του δείγματος απάντησε αλλοδαποί και το υπόλοιπο 51% απάντησε έλληνες.

**Ερώτηση 9<sup>η</sup>:** Ποια είναι η περίοδος (μήνες) με τη μεγαλύτερη τουριστική ζήτηση στην περιοχή;

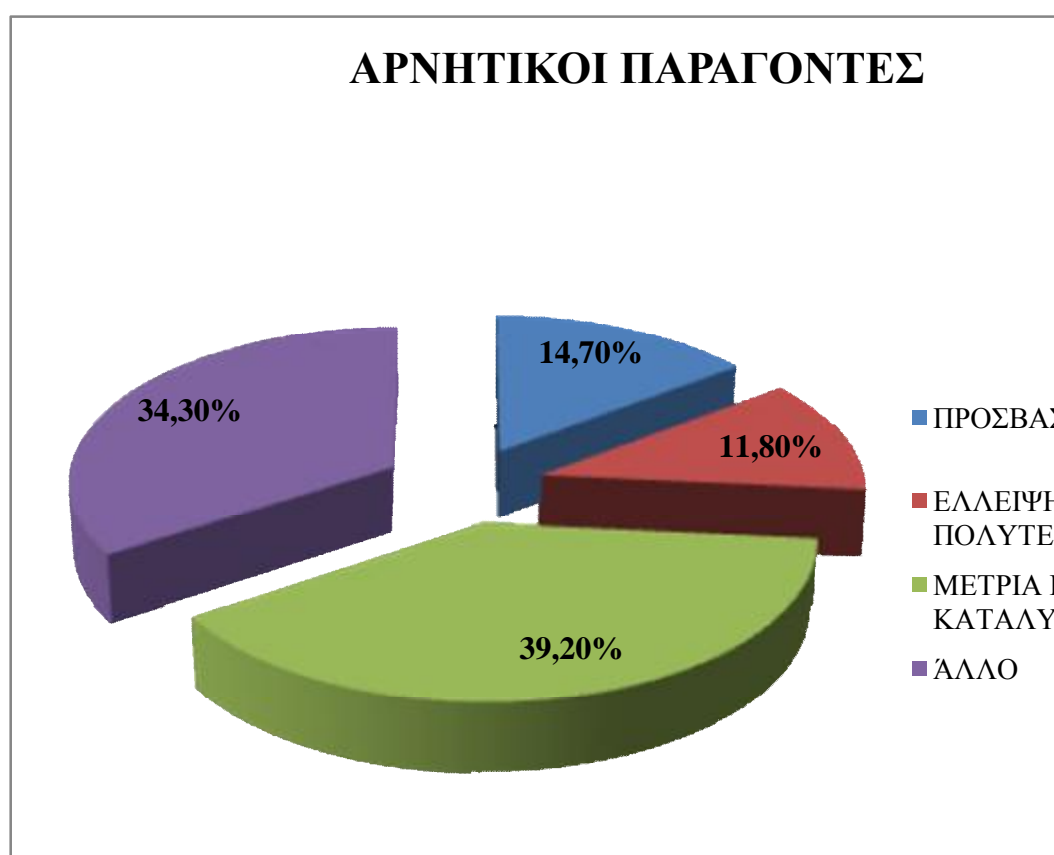
<b>Ιανουάριος - Απρίλιος</b>	<b>12</b>	<b>11.8%</b>
<b>Μάιος - Σεπτέμβριος</b>	<b>78</b>	<b>76.4%</b>
<b>Οκτώβριος - Δεκέμβριος</b>	<b>12</b>	<b>11.8%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση, το 11.8% του δείγματος απάντησε την περίοδο Ιανουάριου – Απρίλιο, το 76.4% απάντησε την περίοδο Μάιου – Σεπτέμβριου, και τέλος το υπόλοιπο 11.8% του δείγματος απάντησε την περίοδο Οκτώβριου – Δεκέμβριου.

**Ερώτηση 10<sup>η</sup>:** Ποιοι είναι σήμερα οι σημαντικότεροι αρνητικοί παράγοντες που επηρεάζουν την προσέλκυση τουριστών στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος;

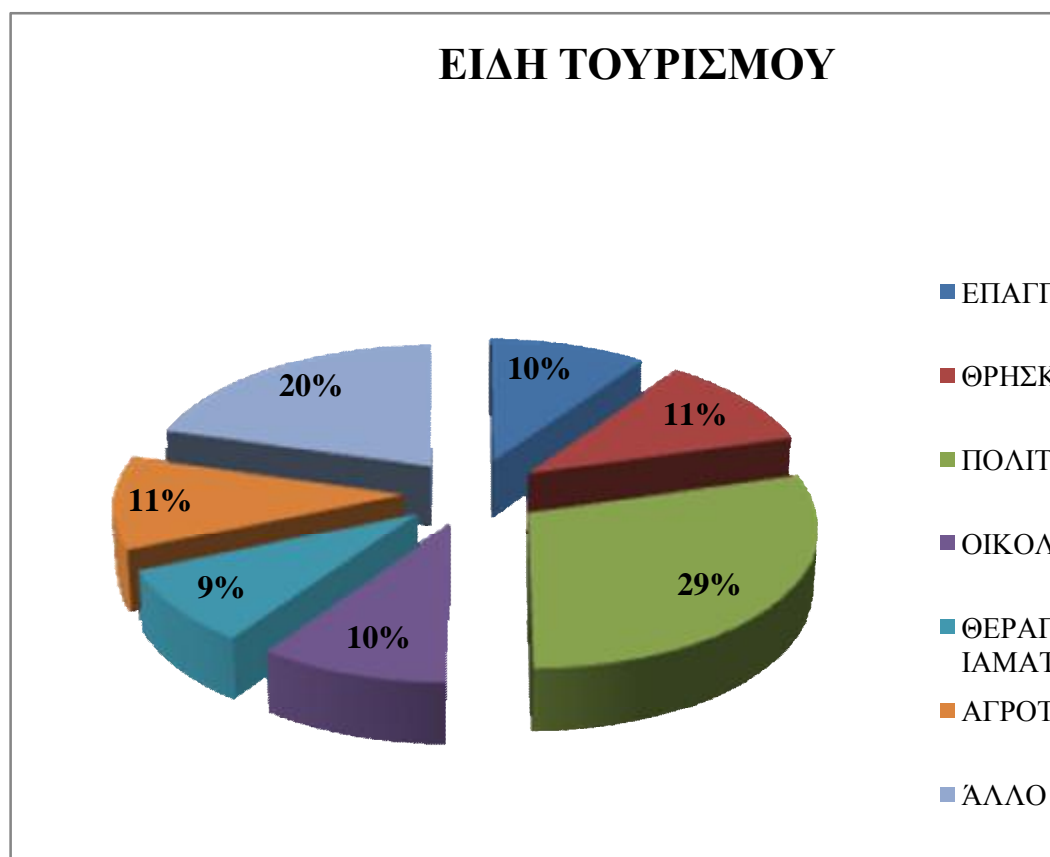
Η προσβασιμότητα	15	14.7%
Η έλλειψη ξενοδοχείων πολυτελείας	12	11.8%
Η μέτρια ποιότητα των καταλυμάτων	40	39.2%
Άλλο	35	34.3%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση το 14.7% του δείγματος απάντησε η προσβασιμότητα, το 11.8% η έλλειψη ξενοδοχείων πολυτελείας, το 39.2% απάντησε η μέτρια ποιότητα των καταλυμάτων, και τέλος το υπόλοιπο 34.3% απάντησε κάτι άλλο.

**Ερώτηση 11<sup>η</sup>:** Κατά τη γνώμη σας, ποιο από τα ακόλουθα είδη τουρισμού προσελκύει περισσότερους τουρίστες στην περιοχή;

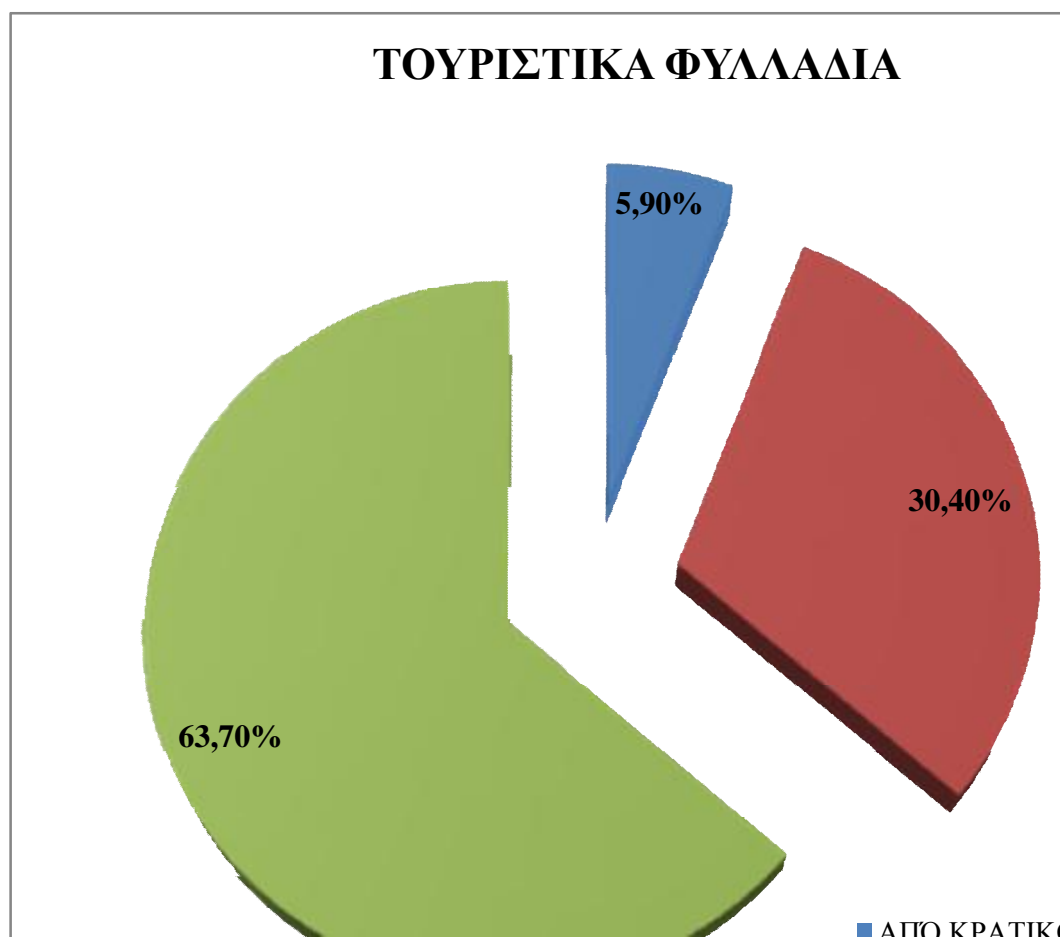
Επαγγελματικός	10	9.8%
Θρησκευτικός	11	10.8%
Πολιτιστικός	30	29.4%
Οικολογικός	10	9.8%
Θεραπευτικός Ιαματικός	9	8.8%
Αγροτουρισμός	11	10.8%
Άλλο	21	20.6%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση, το 9.8% του δείγματος απάντησε επαγγελματικός, το 10.8% απάντησε θρησκευτικός, επίσης το 29.4% απάντησε πολιτιστικός, το 9.8% απάντησε οικολογικός, το 8.8% απάντησε θεραπευτικός – ιαματικός, το 10.8% απάντησε αγροτουρισμός, και τέλος το υπόλοιπο 20.6% απάντησε κάποιο άλλο είδος τουρισμού.

**Ερώτηση 12<sup>η</sup>:** Μοιράζονται τουριστικά φυλλάδια στο τουριστικό κοινό της περιοχής;

Από κρατικούς φορείς	6	5.9%
Από ιδιωτικούς φορείς	31	30.4%
Δεν μοιράζονται	65	63.7%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

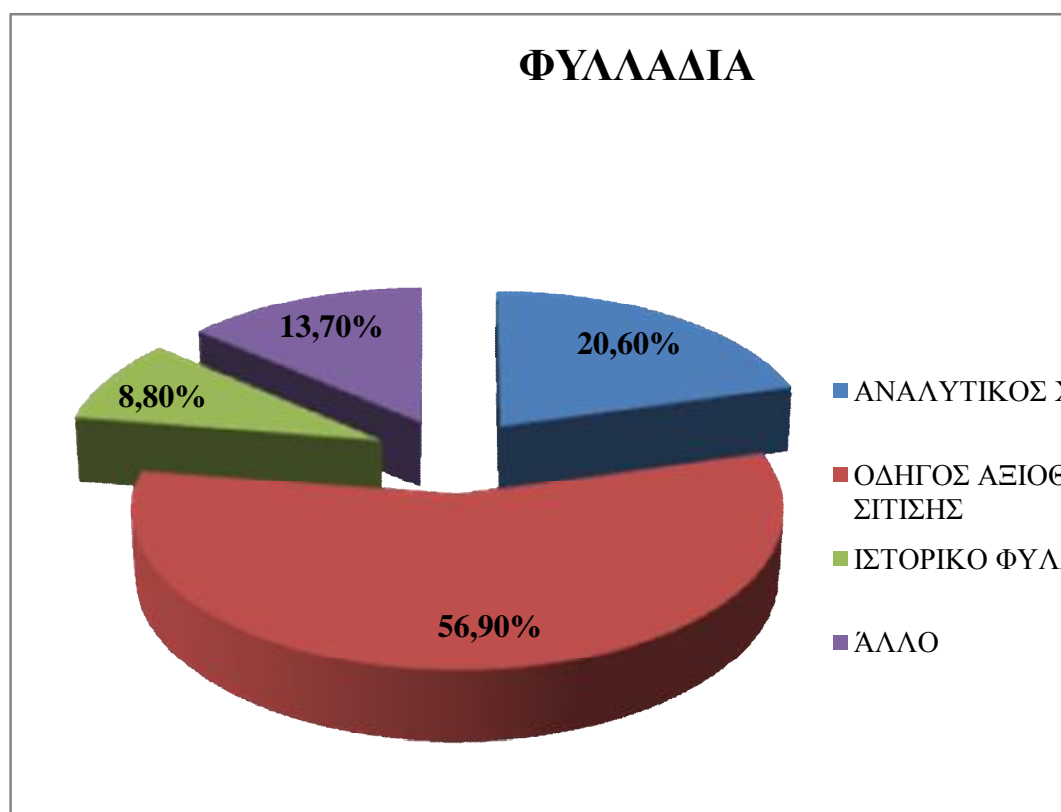




Στην παραπάνω ερώτηση, το 30.4% του δείγματος απάντησε από ιδιωτικούς φορείς, το 5.9% απάντησε από κρατικούς φορείς και το υπόλοιπο 63.7% απάντησε πως δεν μοιράζονται τουριστικά φυλλάδια στην περιοχή.

**Ερώτηση 13<sup>η</sup>:** Τι ενημερωτικά φυλλάδια πιστεύετε ότι θα έπρεπε να διανέμονται στους τουρίστες της περιοχής;

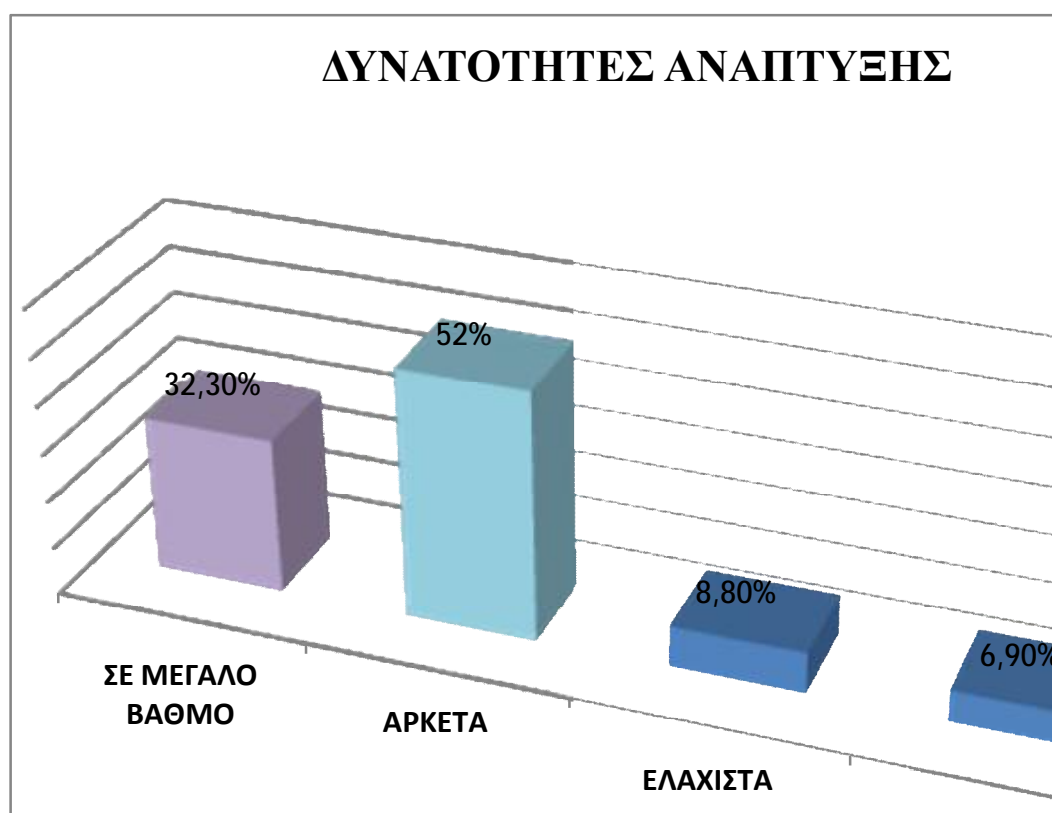
Αναλυτικός χάρτης	21	20.6%
Οδηγός αξιοθέατων και σίτισης	58	56.9%
Ιστορικό φυλλάδιο	9	8.8%
Άλλο	14	13.7%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση, το 20.6% του δείγματος απάντησε αναλυτικός χάρτης, το 56.9% απάντησε οδηγός αξιοθέατων και σίτισης, το 8.8% απάντησε ιστορικό φυλλάδιο και τέλος, το υπόλοιπο 13.6% απάντησε κάποιο άλλο είδος φυλλαδίου.

**Ερώτηση 14<sup>η</sup>:** Κατά τη γνώμη σας, υπάρχουν δυνατότητες περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας;

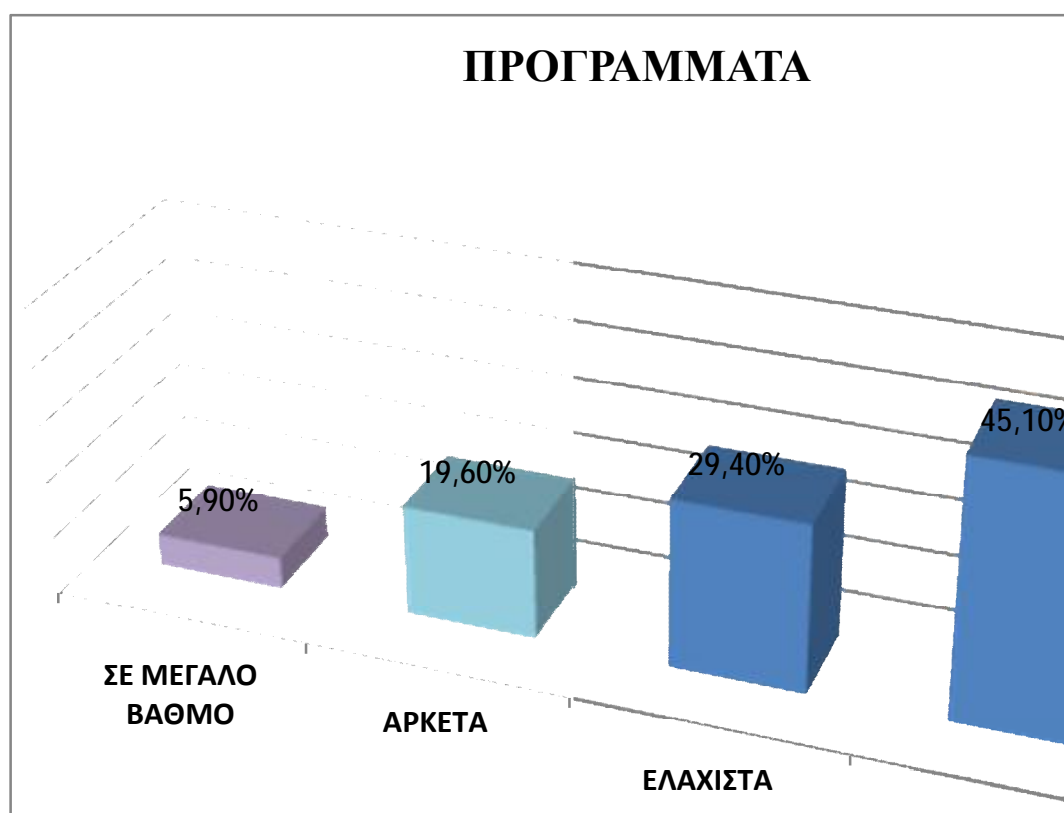
Σε μεγάλο βαθμό	33	32.3%
Αρκετά	53	52%
Ελάχιστα	9	8.8%
Δεν γνωρίζω	7	6.9%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση, το 32.3% του δείγματος απάντησε σε μεγάλο βαθμό, το 8.8% απάντησε ελάχιστα, το 6.9% απάντησε δεν γνωρίζω, και το υπόλοιπο 52% απάντησε αρκετά.

**Ερώτηση 15<sup>η</sup>:** Γνωρίζεται αν λαμβάνουν χώρα στην Δυτική Ελλάδα προγράμματα για την ανάπτυξη και την προώθηση του τουρισμού;

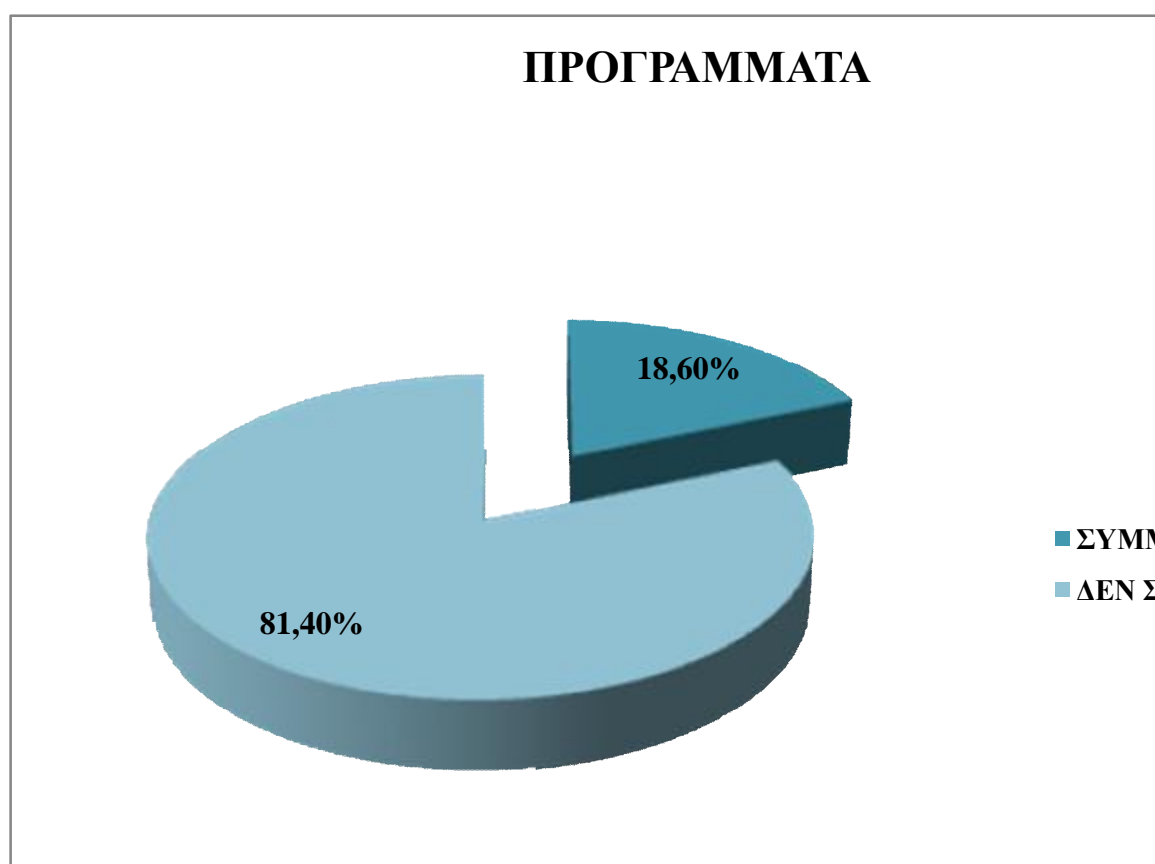
<b>Σε μεγάλο βαθμό</b>	<b>6</b>	<b>5.9%</b>
<b>Αρκετά</b>	<b>20</b>	<b>19.6%</b>
<b>Ελάχιστα</b>	<b>30</b>	<b>29.4%</b>
<b>Δεν γνωρίζω</b>	<b>46</b>	<b>45.1%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



Στην παραπάνω ερώτηση, το 29.4% του δείγματος απάντησε ελάχιστα, το 19.6% απάντησε αρκετά, το 5.9% απάντησε σε μεγάλο βαθμό και τέλος το υπόλοιπο 45.1% απάντησε δεν γνωρίζω.

**Ερώτηση 16<sup>η</sup>:** Η επιχείρηση στην οποία απασχολείσθε συμμετέχει σε κάποιο από αυτά τα προγράμματα (Αφορά όσους απάντησαν θετικά στην ερώτηση 15);

<b>Συμμετέχει</b>	<b>19</b>	18.6%
<b>Δεν συμμετέχει</b>	<b>83</b>	81.4%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>102</b>	100%



Στην παραπάνω ερώτηση, το 18.6% του δείγματος απάντησε θετικά και το υπόλοιπο 81.4% απάντησε αρνητικά.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος υστερεί ως προς την τουριστική δραστηριότητα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, ενώ διαθέτει αξιόλογο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον διεθνούς, εθνικής και περιφερειακής σημασίας.

Στο εσωτερικό της Περιφέρειας διαπιστώνονται ανισομέρειες ως προς τον τουρισμό, παρ' όλο τον πλούτο των τουριστικών πόρων, με ανισοκατανομή και τοπικές διαφοροποιήσεις ως προς τη μορφή, τις δραστηριότητες και τις τουριστικές ροές.

Τέλος, η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος διαθέτει τη μοναδική δυνατότητα να προσφέρει σύγχρονες εναλλακτικές μορφές τουρισμού υψηλής ποιότητας, αναπτύσσοντας καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες, χωρίς να επιβαρύνουν το περιβάλλον, προσφέροντας οφέλη και συμβάλλοντας στη μακροχρόνια και ολοκληρωμένη ανάπτυξη της περιοχής.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας ερευνητικής προσπάθειας, η πλειοψηφία του δείγματος (με ποσοστό 84.3%) υποστηρίζει πως υπάρχουν δυνατότητες περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Γεγονός που συμφωνεί με την θετική απάντηση (με ποσοστό 80%) στην ερώτηση αν υπάρχουν εντός των ορίων της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος πόροι ή δραστηριότητες που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα και δεν έχουν αξιοποιηθεί ακόμη τουριστικά.

Σύμφωνα με την πλειοψηφία (39.2%) θα πρέπει να βελτιωθεί η ποιότητα των καταλυμάτων, κυρίως στις περιοχές πολιτιστικού ενδιαφέροντος μιας και σύμφωνα με την πλειοψηφία (29.4%) υποστηρίζεται ότι εκεί συγκεντρώνεται ο μεγαλύτερος αριθμός επισκεπτών, η ύπαρξη και διανομή φυλλαδίων οδηγούς αξιοθέατων και σίτισης είναι αρκετά σημαντική καθώς το 56.9% υποστηρίζει ότι δεν μοιράζονται. Όλα τα παραπάνω μπορούν να επιτευχθούν με χρηματοδοτικά προγράμματα από το κράτος και μια ελεγκτική αρχή των προγραμμάτων αυτών και της αποδοτικότητας αυτών καθώς και την προώθησή τους διότι 45.1% του δείγματος δεν γνωρίζει αν υπάρχουν τέτοια προγράμματα.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Α. Ελληνική

Ακριβός Χ., & Σαλεσιώτης Μ., (2007). *Τουρισμός, Εισαγωγικές Έννοιες, Τουριστική Συνείδηση, Τουριστική Συμπεριφορά*, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα.

ALPHA BANK, (Οκτώβριος 2009), *Οικονομικό Δελτίο*, τρίμηνη έκδοση, Τεύχος 110.

ΑΧΑΪΑ Α.Ε., (2015). *Τουριστικός Οδηγός Νομού Αχαΐας*, Εκδόσεις: Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Αχαΐας.

Ηγουμενάκης Ν., (2004). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα.

Ηγουμενάκης Ν., & Κραβαρίτης Κ., (2004). *Τουρισμός. Βασικές Έννοιες*, Εκδόσεις: ΤΥΡΟΒΟΛΑΣ Θ.Σ. & ΣΙΑ Ο.Ε., Αθήνα.

Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., & Λύτρας Π., (1998). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα.

ΙΟΒΕ, (2015). *Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*, Εκδόσεις: ΙΟΒΕ, Αθήνα.

ΙΟΒΕ, (2013). *Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα*, Εκδόσεις: ΙΟΒΕ, Αθήνα.

Καλφιώτης Σ., (1976). *Εισαγωγή εις την θεωρία του τουρισμού*, Εκδόσεις: Τυροβολας, Αθήνα.

Κοκκώσης Χ., & Τσάρτας Π., (2004). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Εκδόσεις: Κρητική, Αθήνα.

Λαγός Δ., (2007). *Θεωρίες Περιφερειακής Οικονομικής Ανάπτυξης*, Εκδόσεις: Κρητική, Αθήνα.

Λαγός Δ., (2005), *Τουριστική Οικονομική*, Εκδόσεις: Κρητική, Αθήνα.

Οικονομίδου Ε., (2003). *Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας*, Εκδόσεις: ΕΟΤ.

ΣΕΤΕ, (2010). *Ελληνικός Τουρισμός 2020: Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο*, Αθήνα.

ΣΕΤΕ, (2011). *Ελληνικός Τουρισμός, Στοιχεία και Αριθμοί*, Αθήνα.

ΣΕΤΕ, (2012). *Ελληνικός Τουρισμός, Στοιχεία και Αριθμοί*, Αθήνα.

Τσάρτας Π., (1998). *Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εκδόσεις: Εξάντας Αθήνα, σελ: 210.

## **Β. Ξενογλώσση - Μεταφρασμένη**

Mankiw G., (2001). *Αρχές της Οικονομικής – Α' τόμος*, Εκδόσεις: Τυπωθήτω – Γιώργος Δάρδανος, Αθήνα.

Xiang Z., Magnini V., & Fesenmaier D., (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22: 244 – 249.

## **Γ. Διαδικτυακές Πηγές**

Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος, [www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)

Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης Δυτικής Ελλάδας, [www.ptapde.gr](http://www.ptapde.gr)

Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, [www.ditikiellada.gov.gr](http://www.ditikiellada.gov.gr)

Ινστιτούτο Ανάπτυξης Δυτικής Ελλάδας, [www.inade.gr](http://www.inade.gr)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

**Ερώτηση 1<sup>η</sup>:** Φύλο ερωτηθέντων:

Ανδρας  Γυναίκα

**Ερώτηση 2<sup>η</sup>:** Ηλικία ερωτηθέντων:

20 – 30  31- 40  41 – 50  51- 60  61+

**Ερώτηση 3<sup>η</sup>:** Εκπαίδευση ερωτηθέντων:

Πρωτοβάθμια  Δευτεροβάθμια  Τριτοβάθμια

**Ερώτηση 4<sup>η</sup>:** Μηνιαίο εισόδημα ερωτηθέντων:

0 – 400 ευρώ  400 – 700 ευρώ  700 – 1200 ευρώ  Άλλο

**Ερώτηση 5<sup>η</sup>:** Θεωρείται πως υπάρχουν εντός των ορίων της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος πόροι ή δραστηριότητες που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα και δεν έχουν αξιοποιηθεί ακόμη τουριστικά;

Σε μεγάλο βαθμό  Αρκετά  Ελάχιστα  Δεν γνωρίζω

**Ερώτηση 6<sup>η</sup>:** Με βάση την εικόνα που έχετε για την τουριστική κίνηση, πως εκτιμάτε ότι κατανέμονται στις ακόλουθες ηλικιακές ομάδες οι τουρίστες που επισκέπτονται την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος;

0 - 18  19 - 29  30 - 45  46 - 55  56 +



**Ερώτηση 7<sup>η</sup>:** Κατά τη γνώμη σας, πως κατανέμονται οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος σύμφωνα με το φύλο;

Περισσότεροι άνδρες     Περισσότερες γυναίκες     Το ίδιο

**Ερώτηση 8<sup>η</sup>:** Κατά τη γνώμη σας, πως κατανέμονται οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος σύμφωνα με την χώρα προέλευσης τους;

Έλληνες     Αλλοδαποί

**Ερώτηση 9<sup>η</sup>:** Ποια είναι η περίοδος (μήνες) με τη μεγαλύτερη τουριστική ζήτηση στην περιοχή;

Ιανουάριος - Απρίλιος     Μάιος - Σεπτέμβριος     Οκτώβριος - Δεκέμβριος

**Ερώτηση 10<sup>η</sup>:** Ποιοι είναι σήμερα οι σημαντικότεροι αρνητικοί παράγοντες που επηρεάζουν την προσέλκυση τουριστών στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος;

Η προσβασιμότητα     Η έλλειψη ξενοδοχείων πολυτελείας

Η μέτρια ποιότητα των καταλυμάτων     Άλλο

**Ερώτηση 11<sup>η</sup>:** Κατά τη γνώμη σας, ποιο από τα ακόλουθα είδη τουρισμού προσελκύει περισσότερους τουρίστες στην περιοχή;

Επαγγελματικός     Θρησκευτικός     Πολιτιστικός

Οικολογικός     Θεραπευτικός – Ιαματικός     Αγροτουρισμός

Άλλο

**Ερώτηση 12<sup>η</sup>:** Μοιράζονται τουριστικά φυλλάδια στο τουριστικό κοινό της περιοχής;

Από κρατικούς φορείς  Από ιδιωτικούς φορείς  Δεν μοιράζονται

**Ερώτηση 13<sup>η</sup>:** Τι ενημερωτικά φυλλάδια πιστεύετε ότι θα έπρεπε να διανέμονται στους τουρίστες της περιοχής;

Αναλυτικός χάρτης  Οδηγός αξιοθέατων και σίτισης

Ιστορικό φυλλάδιο  Άλλο

**Ερώτηση 14<sup>η</sup>:** Κατά τη γνώμη σας, υπάρχουν δυνατότητες περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας;

Σε μεγάλο βαθμό  Αρκετά  Ελάχιστα  Δεν γνωρίζω

**Ερώτηση 15<sup>η</sup>:** Γνωρίζεται αν λαμβάνουν χώρα στην Δυτική Ελλάδα προγράμματα για την ανάπτυξη και την προώθηση του τουρισμού;

Σε μεγάλο βαθμό  Αρκετά  Ελάχιστα  Δεν γνωρίζω

**Ερώτηση 16<sup>η</sup>:** Η επιχείρηση στην οποία απασχολείσθε συμμετέχει σε κάποιο από αυτά τα προγράμματα;

Συμμετέχει  Δεν συμμετέχει

*Ευχαριστούμε για την συμμετοχή!*