

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ
ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»**



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΝΤΟΚΑ ΑΝΤΟΝΕΤΑ

ΡΙΤΣΙΚΑΛΗ ΜΑΡΙΑ

ΣΠΑΝΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: Κ. ΓΑΤΟΜΑΤΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΠΑΤΡΑ, 2015

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στη σημερινή εποχή ο τουρισμός παίζει καθοριστικό ρόλο, είναι μια ανάγκη του ανθρώπου να φύγει από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, να ανακαλύψει καινούριους κόσμους και να απαιτήσει νέες εμπειρίες.

Ο τουρισμός θεωρείται από τους οικονομολόγους φαινόμενο επενδυτικών εισοδημάτων εφόσον αποτελεί το 5% της οικονομίας στη χώρα μας και συμβάλλει επίσης στην αναδιαμόρφωση του ΑΕΠ, καθώς αποτελεί μια σημαντική δραστηριότητα, η οποία αντιπροσωπεύει το 7-10% του ΑΕΠ, το 8% της τελικής ιδιωτικής κατανάλωσης, δημιουργεί το 11-18% των θέσεων εργασίας και καλύπτει το 35% των άδηλων πόρων σε συνάλλαγμα να είναι ένας καταλυτικός φορέας της οικονομίας στην Ελλάδα.

Το θέμα της παρούσας πτυχιακής επικεντρώνεται στην τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας με τη χρήση νέων μορφών τουρισμού.

Σκοπός της πτυχιακής μας εργασίας είναι να δείξει τις προοπτικές εξέλιξης δραστηριότητας στον τουριστικό τομέα. Γίνεται ερεύνα, εξέταση και μελέτη των τουριστικών πόρων που διαθέτει η περιφέρεια έτσι ώστε να γίνει η καλύτερη αξιοποίηση τους στην τουριστική αγορά-οικονομία.

Η εργασία χωρίζεται σε τέσσερα κεφάλαια που το καθένα αποτελεί τρόπους κατανόησης του θέματος.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο θέμα και παρουσιάζονται γενικά στοιχεία σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας και γενικότερα της περιφέρειας στο πως έχει συμβάλει ο τουρισμός μέχρι σήμερα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναφερθούμε σε πιο συγκεκριμένα γεγονότα. Παρουσιάζονται στοιχεία του τουρισμού βάση των στατιστικών που έχουν γίνει σε πρόσφατες μελέτες, επικεντρώνεται σε μορφές και είδη τουρισμού καθώς και στις γενικότερες έννοιες όπου μας βοηθούν να κατανοήσουμε τη σημερινή εξέλιξη της περιφέρειας.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που είτε ήδη υπάρχουν, είτε υπάρχει δυνατότητα ανάπτυξης τους στο μέλλον. Επίσης, γίνεται αναφορά και σε καινοτόμες τουριστικές επενδυτικές επιχειρήσεις που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας.

Τέλος, το τέταρτο κεφάλαιο θα λειτουργεί σαν ένα συμπέρασμα από την όλη προσπάθεια που έγινε καθώς και παρατηρήσεις που προέκυψαν από τη μελέτη του θέματος της εργασίας μας. Με αυτό γίνεται προσπάθεια επίλυσης προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο τουρισμός με τη χρήση νέων μορφών τουρισμού.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πτυχιακή μας εργασία έχει ως σκοπό να δείξει πως αναπτύσσεται τουριστικά η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με τη χρήση νέων μορφών τουρισμού. Πρώτα απ' όλα, αναλύσαμε τη γενική έννοια του τουρισμού, κάναμε μια περιγραφή για την Περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας και βρήκαμε τα στατιστικά στοιχεία και τις ποσοστιαίες μεταβολές των εισερχόμενων και εξερχόμενων τουριστών. Επίσης, αναλύσαμε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και αναφέραμε σε ποιες δραστηριοποιείται η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Επιπλέον, αναφέραμε τις προοπτικές εξέλιξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα και τους τρόπους προώθησης του αγροτουρισμού και γράψαμε κάποια παραδείγματα αγροτουριστικής ανάπτυξης σε χώρες της Ευρώπης και ένα παράδειγμα για την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Τέλος, κάναμε μια έρευνα με δύο ερωτηματολόγια, από τα οποία το πρώτο αναφερόταν στους κατοίκους της Αχαΐας για τον τουρισμό και το δεύτερο αναφερόταν στις τουριστικές επιχειρήσεις για την τουριστική ανάπτυξη του Δήμου Αχαΐας. Στη συνέχεια, αναλύσαμε την έρευνά μας και βγάλαμε κάποια συμπεράσματα, τα οποία μας δείχνουν πως ο τουρισμός θα μπορούσε να αναπτυχθεί κι άλλο στην περιφέρειά μας.

ABSTRACT

Our thesis aims to show how tourism develops Region Western Greece using new forms of tourism. First of all, we analyzed the general concept of tourism, we made a description for the Region of Western Greece and found the statistics and the percentage changes of incoming and outgoing tourists. Also we analyzed alternative forms of tourism and mentioned what operates the Region of Western Greece. In addition, we reported the outlook of alternative tourism in Western Greece and ways to promote rural tourism and wrote some examples of agritourism development in European countries and an example for the Region of Western Greece. Finally, we did a survey with two questionnaires, of which the first referring to the residents of Achaia for tourism and the second referred to the tourism enterprises for tourism development in the Municipality of Achaia. Afterwards, we analyzed our research and we took some conclusions, which show us that tourism could be developed even further in our region.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	ΣΕΛΙΔΕΣ
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	
1. ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	8
1.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΧΘΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ	9
1.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	10
1.2.1 ΙΣΤΟΡΙΑ – ΜΥΘΟΛΟΓΙΑ	10
1.2.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑ	11
1.3 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	12
1.3.1 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ –ΚΛΙΜΑ – ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	13
1.4 ΈΝΝΟΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	14
1.4.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ 21 ^ο ΑΙΩΝΑ	16
1.4.2 ΕΠΙΣΚΕΠΤΗΣ	16
1.4.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ	17
1.4.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ	18
1.4.5 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΑΣ	19
1.4.6 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	20
1.5. ΑΝΑΠΤΥΞΗ	21

1.5.1 ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	21
1.6 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
1.6.1 ΕΘΝΙΚΟΣ Η΄ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	22
1.6.2 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ Η΄ ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	22
1.6.3 ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	23
1.6.4 ΑΤΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	23
1.6.5 ΣΥΝΕΧΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	23
1.6.6 ΕΠΟΧΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	23
1.7 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	24
1.7.1 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΕ ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΩΝ	24
1.7.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥΣ – ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	
2. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	29
2.1 ΕΝΝΟΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	29
2.2 ΕΙΔΙΚΕΣ – ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	30
2.2.1 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	30
2.2.2 ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	31
2.2.3 ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	31
2.2.4 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	32
2.2.5 ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	32
2.2.6 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	32

2.2.7 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	33
2.2.8 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	33
2.2.9 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ	34
2.2.10 ΓΕΩΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	34
2.2.11 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	34
2.2.12 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	35
2.2.13 ΟΡΕΙΝΟΣ – ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	36
2.2.14 ΠΕΡΙΠΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	36
2.2.15 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ Ή ΓΝΩΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	36
2.3 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	37
2.3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	37
2.3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΛΕΙΑΣ	40
2.3.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΧΑΪΑΣ	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	
3. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΣΤΗΝ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	48
3.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	48
3.2 ΤΡΟΠΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	49
3.2.1 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΕ	
ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ	49
3.2.2 ΟΙΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	50

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο	
4.1 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	51
4.2 ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ – ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	52
4.3 ΜΕΤΡΗΣΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο	
5.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕ	53
5.2 ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	54
5.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΟΡΘΟΤΗΤΑΣ – ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	55
5.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο	
6.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ^ο	
7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	76
7.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΔΕΥΤΕΡΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	85
7.3 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	86
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	88
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	90

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1. ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ιστορικά ο τουρισμός, ιδίως αυτός της αναψυχής, αποτελεί ένα ταξικό φαινόμενο, αφού η οικονομική δυνατότητα του καθενός καθορίζει τον αν θα κάνει τουρισμό, που, πόσες μέρες κλπ. Στην αρχαιότητα οι Φοίνικες και οι Σουμέριοι διοργανώνουν ταξίδια στην Μεσόγειο, την Κίνα, και την Ινδία ως έμποροι και οι Ευρωπαίοι ταξίδευαν για θρησκευτικούς κυρίως λόγους, στην Μέση Ανατολή. Οι Αρχαίοι Ρωμαίοι ταξίδευαν στην τότε αυτοκρατορία τους και κυρίως στην Ελλάδα και την Αίγυπτο για λόγους αναψυχής αλλά και επαγγελματικούς. Στην αρχαία Ελλάδα τα ταξίδια, για λόγους αθλητικούς άρχισαν με τους Ολυμπιακούς Αγώνες (776 π.χ.). Στα προ Χριστού χρόνια οι οικονομικά εύρωστοι έκαναν ταξίδια για να επισκεφθούν τα επτά θαύματα του τότε γνωστού κόσμου (200-400 χρ. π.χ.).

Αναφέρεται ότι την αρχαία Έφεσο της εποχής του Μ. Αλεξάνδρου (334 π.χ.) επισκέπτονταν ετησίως 700.000 τουρίστες, για διασκέδαση και πολιτιστικές δραστηριότητες. Στα χρόνια του Μεσαίωνα αναπτύχθηκαν ιδιαίτερα τα θρησκευτικά ταξίδια - οι Μουσουλμάνοι στη Μέκκα, οι Χριστιανοί στην Ιερουσαλήμ. Στην Ευρώπη του 17ου και του 18ου αιώνα οι διπλωμάτες, οι διανοούμενοι και οι επιχειρηματίες ταξίδευαν στα πολύ γνωστά τότε κέντρα γραμμάτων και εμπορίου όπως π.χ. Παρίσι, Ρώμη, Φλωρεντία.

Η δυναμική ανάπτυξη του τουρισμού έγινε μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου με την ανασυγκρότηση της Ευρώπης που ακολούθησε. Η μετακίνηση των ατόμων από τον τόπο της μόνιμης διανομής τους στους τουριστικούς τόπους γινόταν στην αρχή με το σιδηρόδρομο και αργότερα με τουριστικά λεωφορεία και ιδιωτικά αυτοκίνητα και πολύ αργότερα με αεροπλάνα. Έτσι λοιπόν ο τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται και να μεγεθύνεται γεγονός όπου εμφανίστηκαν στην αγορά διεθνείς οργανισμοί όπως ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε) και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.)

Η ιστορική παράδοση της Ελλάδας και η ταυτότητα της στην Δύση, ως λίκνο του Ευρωπαϊκού πολιτισμού, υπήρξε η αφορμή για το ξεκίνημα του τουριστικού φαινομένου πριν από περίπου 170 χρόνια. Η Ελλάδα προστέθηκε στο δρομολόγιο της "Μεγάλης Περιοδείας" (Grand Tour) στη διάρκεια κυρίως των Ναπολεόντειων πολέμων. Ο αριθμός των επισκεπτών αυξήθηκε την περίοδο 1840 - 1890, ενώ άρχισε να οργανώνεται η προσφορά υπηρεσιών που δεν περιοριζόταν μόνο στα καταλύματα, αλλά περιλάμβανε εστιατόρια, διερμηνείς, εμπορικά καταστήματα, μεταφορικά μέσα (άμαξες, άλογα, καΐκια, σιδηρόδρομοι, ατμόπλοια), χώρους ψυχαγωγίας, μουσεία κλπ. Οι μεμονωμένοι μορφωμένοι και εύποροι ταξιδιώτες, αρχικά αριστοκράτες και αργότερα αστοί, κυρίως Βρετανοί, αντικαταστάθηκαν σταδιακά από ομάδες που άρχισαν να επισκέπτονται πιο οργανωμένα την Ελλάδα, καθώς οι νέες τεχνολογίες στην Ευρώπη και η συνακόλουθη άνοδος του βιοτικού επιπέδου έκαναν τα ταξίδια ευκολότερα και επιθυμητά. Σταδιακά η κίνηση άρχισε να γίνεται και υπερατλαντική.

Πόλους έλξης για τους ξένους εκείνη την εποχή αποτελούσαν κυρίως οι ελληνικές αρχαιότητες και ιδιαίτερα η Ακρόπολη των Αθηνών, οι Δελφοί, η Ολυμπία, καθώς και η

ομορφιά της ελληνικής φύσης που ήταν ακόμη ανέγγιχτη από την εκβιομηχάνιση, σε αντίθεση με τις περιοχές της βόρειας Ευρώπης.

Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, παρουσιάζει μεγάλη αύξηση τουρισμού και θεωρείται από τα πιο δημοφιλή και διάσημα μέρη σε όλο τον κόσμο, καθώς πολλοί ξένοι την επιλέγουν για τις διακοπές τους. Πλέον είναι γενικά αποδεκτό ότι ο τουρισμός κατατάσσεται σήμερα μεταξύ των πλέον σημαντικών τομέων της Ελληνικής Οικονομίας, με ταχείς ρυθμούς αύξησης του κύκλου εργασιών του, με ουσιαστική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, με ευεργετική επίδραση στην απασχόληση και με σημαντικό ρόλο στην εισροή συναλλάγματος.

1.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΧΘΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ

Ο ελληνικός τουρισμός, που χρονολογείται από το 1950, αναπτύχθηκε αρχικά ως παραθεριστικός, περιηγητικός και πολιτιστικός καθώς δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση από πλευράς δημοσίου τομέα στη δημιουργία αντίστοιχων έργων υποδομής. Το πρότυπο αυτό του τουρισμού εμπλουτίστηκε σταδιακά, μέσα στις δεκαετίες του 1950 και 1960, από το δημόσιο τομέα και ειδικότερα από τον ΕΟΤ, με συμπληρωματικά έργα υποδομής για την ανάπτυξη θεραπευτικού και ορεινού τουρισμού (υδροθεραπευτήρια και ορεινά καταφύγια της δεκαετίας του '50) και αργότερα με διευκολύνσεις ελλιμενισμού και ανεφοδιασμού θαλαμηγών σκαφών σε υφιστάμενα λιμάνια για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, ενώ ήδη είχαν αρχίσει οι κρουαζιέρες στα νησιά.

Στην αρχή της δεκαετίας του 1970, ακολουθώντας το πρότυπο της τουριστικής Ισπανίας, προγραμματίστηκαν μεγάλης κλίμακας σύνθετα προγράμματα πολλαπλών τουριστικών δραστηριοτήτων σε εκτάσεις ιδιοκτησίας του ΕΟΤ, τα 15 Ειδικά Προγράμματα Τουριστικής Ανάπτυξης, με έμφαση στις μαρίνες, τα υδροθεραπευτήρια και τα γήπεδα golf.

Μετά το 1975 τα προγράμματα μεγάλης κλίμακας και τα αντίστοιχα έργα ειδικής τουριστικής υποδομής ανεστάλησαν και προωθήθηκε ο χιονοδρομικός με την δημιουργία χιονοδρομικών κέντρων στον Παρνασσό και στη Β. Ελλάδα.

Το δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1970 χαρακτηρίζεται από μια μεταστροφή του τουρισμού προς τις πολιτιστικές και φυσικές αξίες. Από τον ΕΟΤ προωθούνται Προγράμματα Μετατροπής Παραδοσιακών Σπιτιών σε Ξενώνες και από το Υπουργείο Γεωργίας Προγράμματα Αγροτουρισμού. Επίσης από την εποχή εκείνη χρονολογείται το θεσμικό πλαίσιο για τα Επαγγελματικά Τουριστικά Σκάφη.

Στη δεκαετία του 1980 αρχίζει η εφαρμογή του Κοινωνικού Τουρισμού, ως επιδοτούμενων από το Κράτος διακοπών για τους χαμηλόμισθους και συνταξιούχους και επεκτείνεται η εφαρμογή του Αγροτουρισμού με χρηματοδότηση της ΕΟΚ. Γίνεται επεξεργασία θεσμικών για το Γυμνισμό, τη Χρονομεριστική Μίσθωση (Time Sharing) και τα καζίνο, από τα οποία θεσπίζονται τα δύο πρώτα ως Νόμοι. Από πλευράς κυβερνητικής πολιτικής προγραμματίζονται μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα και υδροθεραπευτήρια ως ολοκληρωμένα συμπλέγματα θαλάσσιου, χειμερινού και θεραπευτικού τουρισμού.

Παράλληλα δίνονται κίνητρα για την ανάπτυξη του Αθλητικού, του θαλάσσιου και του Συνεδριακού τουρισμού.

Από το 1990 ο θαλάσσιος τουρισμός προωθείται σε προτεραιότητα με προγράμματα κατασκευής μαρίνων. Γίνονται πλέον κίνητρα στην ιδιωτική πρωτοβουλία για συνδυασμό ξενοδοχειακών συγκροτημάτων με μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα, υδροθεραπευτήρια. Επίσης συνεχίζεται η εφαρμογή του Κοινωνικού και Αγροτικού τουρισμού .

Κατά την διάρκεια 2000 – 2010 δίδεται πλέον ένα ξεχωριστό προβάδισμα στην ιδιωτική πρωτοβουλία για την ανάπτυξη νέων ή και εκσυγχρονισμού υπαρχόντων κάθε είδους μονάδων τουρισμού ανά την Ελλάδα. Αυτό επιτυγχάνεται με την σημαντικότερη βοήθεια των χρηματικών κονδυλίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς βεβαίως και με τις ιδιαίτερες κρατικές οικονομικές διευκολύνσεις, δάνεια και χρηματοδοτήσεις – επιχορηγήσεις.

Στις μέρες μας επίσης, ο πολιτιστικός τουρισμός επικεντρώνει την τουριστική δραστηριότητα στα διεθνή πολιτιστικά στοιχεία με την καθιέρωση ιστορικών διαδρομών στην Ευρώπη, φεστιβαλικών εκδηλώσεων, και επιστημονικών ή άλλων συνεδρίων. Ο αγροτικός τουρισμός, αποβλέπει στη δημιουργία συμπληρωματικού εισοδήματος για τους γεωργούς και στη διασφάλιση των οργανωτικών προϋποθέσεων της μορφής αυτής. Για την προώθηση των παραπάνω μορφών τουρισμού έχει αναληφθεί έντονη δράση με την χορήγηση πιστώσεων, την παροχή οργανωτικής βοήθειας, την διοργάνωση εκδηλώσεων και διαφήμισης.

1.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

1.2.1 ΙΣΤΟΡΙΑ – ΜΥΘΟΛΟΓΙΑ

Η περιοχή κατοικείται από την προϊστορία. Κομβικό σημείο φυλετικών και πολιτισμικών συναντήσεων, είναι ποτισμένη με μύθο και ιστορία. Είναι συνδεδεμένη: α) με τον τρωικό πόλεμο, αφού στο Αίγιο πάρθηκε η απόφαση της μεγάλης εκστρατείας, β) με την πεμπουσία της αρχαίας ελληνικής ταυτότητας : τους ολυμπιακούς αγώνες και τον ιδρυτή τους, το μυθικό Ηρακλή που με υδροφρακτικά τεχνάσματα στα νερά του Αλφειού και του Πηνειού καθάρισε τον κόππο του Αυγεία και απάλλαξε τον Ερύμανθο από τον κάππο που λυμαίνονταν την περιοχή, εξολοθρεύοντας συγχρόνως και τους τρομερούς Κένταυρους γ) με την κοσμοκράτειρα μακεδονική δυναστεία, ο Φίλιππος ο Ακαρνανός ήταν προσωπικός γιατρός του μεγάλου Αλεξάνδρου. Εδώ οργανώθηκε με υποδειγματικό τρόπο η πρώτη δημοκρατική ομοσπονδία, η περίφημη αχαϊκή συμπολιτεία, αλλά και η αιτωλική. Ο τόπος λεηλατήθηκε πολλές φορές από τις βαρβαρικές επιδρομές των μέσων χρόνων, έφτασε σε μεγάλη ακμή τον ύστερο Μεσαίωνα, τότε υπό τους Φράγκους, τότε υπό τους βυζαντινούς ηγεμόνες του, που τον στόλισαν με κάστρα και παλάτια. Αποτέλεσε μήλον της έριδος μεταξύ Οθωμανών και Ενετών, οι οποίοι εναλλάσσονταν στο σημείο αυτό ελέγχου

της ανατολικής μεσογείου, άλλοτε νικητές και άλλοτε ηττημένοι. Σταθμός στην ιστορία της Ευρώπης η περίφημη ναυμαχία της Ναυπάκτου (1571) κατά την οποία οι χριστιανικές δυνάμεις κατατρόπωσαν τον οθωμανικό στόλο και όπου ο πατέρας της ισπανικής



αναγέννησης, Μιγκέλ δε Θερβάντες, πολέμησε ηρωικά και έχασε το ένα του χέρι. Από εδώ, συγκεκριμένα από την Αχαΐα, ξεκίνησε και ο αγώνας της ανεξαρτησίας το 1821, τραγική στιγμή του η έξοδος του Μεσολογγίου (1826). Από την περιφερειακή ενότητα Αιτωλοακαρνανίας, συγκεκριμένα από το μέγα δέντρο (κοντά στο Θέρμο) Αιτωλίας, κατάγεται μια μεγάλη προσωπικότητα της ορθοδοξίας και διδάσκαλος του γένους, ο Άγιος Κοσμάς ο Αιτωλός (1714 - 1779), ο οποίος ξεκίνησε τις σπουδές του από τα διδασκαλία της παρνασσίδας και της Ναυπακτίας και τις ολοκλήρωσε στην Αθωνιάδα σχολή, για να

αφιερωθεί στην συνέχεια στην ίδρυση σχολείων – ίδρυσε 250 – στην τουρκοκρατούμενη Ελλάδα, με απώτατο σκοπό την αφύπνιση της εθνικής συνείδησης και την προετοιμασία του απελευθερωτικού αγώνα. Για αυτή του δράση, εκτελέστηκε από τους τούρκους το 1779 και το 1961 η εκκλησία τον ανακήρυξε άγιο. Από την σύσταση του ελληνικού κράτους (1830) ως τις μέρες μας, η περιφέρεια δυτικής Ελλάδος έχει αναθρέψει μεγάλο αριθμό καλλιτεχνών, ποιητών, επιστημόνων, επιχειρηματιών αλλά και πρωθυπουργών και προέδρων δημοκρατίας.

1.2.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Η Περιφέρεια διαθέτει αφθονία και ποικιλία φυσικών πόρων, η οποία δίνει την δυνατότητα εκμετάλλευσης πολλών μορφών εναλλακτικού τουρισμού: ακτές, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, μνημεία της νεότερης ιστορίας, ιαματικές πηγές, παραδοσιακούς οικισμούς,

—→ *Εικόνα 1: Χάρτης Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας.*

ποτάμια, λίμνες, βιότοπους, αισθητικά δάση και τοπία φυσικού κάλλους, μεταξύ των οποίων αντιπροσωπευτικές περιοχές είναι η Ολυμπία, παγκοσμίως γνωστό μνημείο του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού, η Άγια Λαύρα, το Μέγα Σπήλαιο, η κοιλάδα του Αλφειού, η λίμνη Καϊάφα με τις ιαματικές της πηγές, οι υγρότοποι του Αχελώου και του Αμβρακικού, τα αισθητικά δάση Καλαβρύτων και Σελέμνου Πατρών, τα δάση Στροφυλιάς, Φολόης και Φράξου, τα φαράγγια του Βουρραϊκού κ.α.

Με βάση το υπάρχον φυσικό και πολιτιστικό απόθεμα διεθνούς και εθνικής προβολής, αναδεικνύονται αξιολογικά ως επικρατέστερες για άμεση τουριστική αξιοποίηση με επαύξηση και εξειδίκευση του τουριστικού προϊόντος οι εξής πέντε (5) Τουριστικές Ενότητες:

- ✓ Τουριστική Ενότητα Ακράτας - Αιγίου - Καλαβρύτων / Ορεινή περιοχή,
- ✓ Τουριστική Ενότητα Ακράτας – Αιγίου - Καλαβρύτων / Πεδινή περιοχή,
- ✓ Τουριστική Ενότητα ΒΔ Ακτών Ηλείας - Κυλλήνης / Παράκτια περιοχή,
- ✓ Τουριστική Ενότητα ΝΔ Ηλείας – Καΐαφα / Παράκτια περιοχή,
- ✓ Τουριστική Ενότητα των Ακτών του Αμβρακικού.

Οι πέντε (5) αυτές περιοχές διαθέτουν ήδη κάποια τουριστική αξιοποίηση, όμως είναι δυνατή η περαιτέρω ανάπτυξη τους χωρίς να παραβλάπτεται η φέρουσα ικανότητα τους.

Επίσης η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα από πλευράς πρωτογενούς τουριστικής προσφοράς, τα οποία μέχρι σήμερα μένουν σχεδόν αναξιοποίητα. Έτσι, ο εισερχόμενος τουρισμός στην Περιφέρεια είναι κυρίως εσωτερικός - με εξαίρεση το Ν. Ηλείας όπου επικρατούν οι αλλοδαποί επισκέπτες της Αρχαίας Ολυμπίας - τα υπάρχοντα καταλύματα ανήκουν κατά ποσοστό 70% σε χαμηλές κατηγορίες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής είναι ιδιαίτερα περιορισμένη σε 5 ημέρες έναντι 8 που είναι ο μέσος όρος του συνόλου της χώρας. Αντίστοιχα, αύξηση σημειώνει διαχρονικά και το ξενοδοχειακό δυναμικό.

Στον Ν. Αιτωλοακαρνανίας η πελατεία είναι σχεδόν αποκλειστικά ημεδαποί παραθεριστές και εκδρομείς που ταξιδεύουν μεμονωμένα. Στον Ν. Αχαΐας η πελατεία είναι μεικτή, επικρατούν ημεδαποί και ο τουρισμός είναι περιηγητικός η παραθεριστικός για τους ημεδαπούς, μαζικός η παραθεριστικός η περιηγητικός η διερχόμενος για τους αλλοδαπούς. Στον Ν. Ηλείας επικρατούν οι αλλοδαποί μαζικού παραθεριστικού και περιηγητικού τουρισμού. Αντίστοιχα κινούνται μαζικά ή μεμονωμένα οι ημεδαποί περιηγητές της περιοχής και μεμονωμένα οι παραθεριστές.

Αν και η συμμετοχή του αριθμού των κλινών που αντιστοιχούν σε τουριστικά καταλύματα Γ, Δ -Ε τάξης είναι μεγάλη (47,5%), ο προσανατολισμός του δυναμικού είναι προς τα τουριστικά καταλύματα πολυτελείας, Α' και Β' τάξης (52,5%), τα οποία εμφανίζουν τάση αύξησης του μεριδίου τους την περίοδο 1997 - 2001.

Η Αχαΐα συγκεντρώνει το 43%, η Ηλεία το 34%, και η Αιτωλοακαρνανία 23% του συνολικού αριθμού των εγγεγραμμένων τουριστικών επιχειρήσεων (2000). Εκτιμάται ότι πάνω από το 80% του συνολικού αριθμού επιχειρήσεων αφορά ξενοδοχεία.

1.3 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Η περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας καταλαμβάνει το ΒΔ τμήμα της Πελοποννήσου και το δυτικό άκρο της στερεάς Ελλάδας. Βρέχεται από το ιόνιο πέλαγος, τον κυπαρισσιακό, τον πατραϊκό και τον κορινθιακό κόλπο. Περιλαμβάνει τις περιφερειακές ενότητες Αιτωλοακαρνανίας, Αχαΐας και Ηλείας. Καλύπτει 11.350 τ.χλμ., ήτοι το 8,6% της συνολικής έκτασης της χώρας. Είναι 4^η σε πληθυσμό περιφέρεια της Ελλάδος : 679.796 κάτοικοι. Οι κάτοικοι της απασχολούνται κυρίως στον τομέα των υπηρεσιών, στο εμπόριο

αλλά και στην βιομηχανία. Σύμφωνα με την απογραφή του 2011, μεγαλύτερη πόλη είναι η Πάτρα, με 213.984 κατοίκους, ακολουθεί το Αγρίνιο 94.181, το Αίγιο με 49.872, ο Πύργος, πρωτεύουσα της ΠΕ Ηλείας, με 47.995, η ιερή πόλη του Μεσολογγίου, πρωτεύουσα της ΠΕ Αιτωλοακαρνανίας, με 34.416, η Αμαλιάδα με 32.219, η Ναύπακτος 27.800.

Ειδικότερα, ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας, που είναι ο μεγαλύτερος σε έκταση Νομός της χώρας (5.448 km²), παρουσιάζει φυσικό περιβάλλον ιδιαίτερα κατάλληλο για ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού με ένα συνδυασμό ορεινών όγκων με πολλές φυσικές και τεχνητές λίμνες. Οι ποταμοί Αχελώος και Εύηνος μαζί με τις ομώνυμες πεδιάδες συμπληρώνουν την εδαφολογική μορφολογία του Νομού και αποτελούν τη βασική πηγή της οικονομικής τους δραστηριότητας. Ο Νομός Αχαΐας με συνολική έκταση 3.274 km², χαρακτηρίζεται από έντονες εδαφολογικές αντιθέσεις. Τα εδάφη του είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό τους (60% περίπου) ορεινά και διασχίζονται από μικρούς σχετικά ποταμούς (Βουραϊκό, Γλαύκο, Σελινούντα, Πείρο) και μικρότερους χείμαρρους, που εκβάλλουν στον πατραϊκό και κορινθιακό κόλπο. Επίκεντρο της οικονομικής ζωής του Νομού αλλά και της περιφέρειας αποτελεί η πόλη των Πατρών. Τέλος, ο Νομός Ηλείας με συνολική έκταση 2.621 km², έχει έδαφος πεδινό κατά 60% και διασχίζεται από τους ποταμούς Αλφειό, Πηνειό, Ερύμανθο και τους παραποτάμους τους. Ο Νομός χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη παράλιων υδροβιότοπων (Κοτύχι, Καϊάφα) εξαιρετικού φυσικού κάλλους και οικολογικού πλούτου. Η πεδιάδα της Ηλείας είναι η μεγαλύτερη σε έκταση στην Πελοπόννησο.

1.3.1 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ – ΚΛΙΜΑ – ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Περιβάλλον

Το 45,3% της επιφάνειας της περιφέρειας δυτικής Ελλάδας καλύπτουν τα ορεινά εδάφη, το 25,6% τα ημιορεινά και το 29,1% οι πεδινές εκτάσεις. Από τις περιφερειακές ενότητες, η πλέον ορεινή είναι η Αιτωλοακαρνανία (46,4%) και η πλέον πεδινή η Ηλεία (60%). Διαθέτει εκτεταμένα παράλια και βρέχεται από τη θάλασσα του Ιονίου Πελάγους, τον Κορινθιακό, τον Πατραϊκό και τον Αμβρακικό Κόλπο. Αξιόλογες ακτές με τουριστικό ενδιαφέρον που προσφέρονται για τουριστική ανάπτυξη είναι οι συνοχής και ταυτότητας. Διαθέτει εκτεταμένα παράλια και βρέχεται από τη θάλασσα του Ιονίου Πελάγους, τον Κορινθιακό, τον Πατραϊκό και τον Αμβρακικό Κόλπο. Αξιόλογες ακτές με τουριστικό ενδιαφέρον που προσφέρονται για τουριστική ανάπτυξη είναι οι ακτές του Αμβρακικού Κόλπου του Ν. Αιτωλοακαρνανίας και οι ακτές κατά μήκος του Πατραϊκού και του Κορινθιακού Κόλπου. Επίσης εκτεταμένες παραλίες, αμμώδεις με έντονη τουριστική ανάπτυξη υπάρχουν στην Ηλεία, με ιδιαίτερη τουριστική ανάπτυξη των ακτών στο Κατάκολο μέχρι τα Δουνέικα και στην παραθαλάσσια περιοχή του Κάστρου κοντά στην Κυλλήνη. Οι ακτές προς το Ιόνιο πέλαγος του Ν. Αιτωλοακαρνανίας είναι απότομες και μόνο ορισμένοι κολπίσκοι διαθέτουν αμμώδεις ακτές.

Η γεωμορφολογία της Περιφέρειας παρουσιάζει εξαιρετική ποικιλία, αφού σε αυτήν περιλαμβάνονται όρη με ιδιαίτερα μεγάλο υψόμετρο, μεγάλες φυσικές λίμνες, και ποταμοί.

Κλίμα

Εύκρατο μεσογειακό. Οι πεδινές περιοχές τις περιφέρειας έχουν θερμά καλοκαίρια και ήπιους, ζεστούς και βροχερούς χειμώνες και δροσερά καλοκαιρινά βράδια. Λόγο της τυπογραφικής διαμόρφωσης, της περιοχής (υψομετρική ποικιλία και εναλλαγή ξηράς και θάλασσας), κλιματικές διαφορές συναντώνται ακόμα σε τόπους που βρίσκονται σε μικρή απόσταση μεταξύ τους. Ο συνδυασμός ενός ήπιου θερμού και ξερού κλίματος στις περισσότερες περιοχές της χώρας και ιδιαίτερα στους τουριστικούς νησιώτικους και παράλιους νομούς αποτελεί αναμφίβολα ένα θετικό στοιχείο για την προσέλκυση ιδιαίτερα των τουριστών του καλοκαιριού, αλλά όχι μόνον. Επιπλέον ο χειμώνας είναι συνήθως ήπιος, με σχετικά λίγες βροχοπτώσεις και οι κλιματολογικές συνθήκες είναι ικανοποιητικές για μια περίοδο που πλησιάζει τους 8 η 9 μήνες. Ο μέσος ετήσιος αριθμός ημερών ηλιοφάνειας είναι πολύ υψηλός και συνδυάζεται με ήπιο και εύκρατο κλίμα. Πολλές είναι επίσης οι τουριστικές περιοχές των οποίων η τουριστική περίοδος πλησιάζει πλέον τους 7 έως 8 μήνες (Κρήτη, Δωδεκάνησα), γεγονός γενικότερα θετικό για την τοπική οικονομία αλλά και ευχάριστο για τους τουρίστες. Το κλίμα αυτό ευνοεί γενικά ένα μεγάλο αριθμό ημερών διακοπών (η μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών είναι υψηλή στη χώρα).

Πολιτισμός

Τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού και η πληθώρα των αρχαιολογικών τόπων αλλά των μουσείων αποτελούν για τους περισσότερους τουρίστες έναν από τους βασικότερους λόγους για τους οποίους επισκέπτονται τη χώρα. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι σε έγκυρη καταγραφή των πολιτιστικών πόρων των χωρών – μελών της Ε.Ε, η Ελλάδα βρέθηκε στις πρώτες θέσεις μαζί με την Ιταλία, τη Γαλλία και τη Μ. Βρετανία σε πολιτιστικούς πόρους διεθνούς σημασίας. Εκτός όμως από τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό υπάρχει στη χώρα και μια λιγότερο γνωστή διεθνώς πλούσια πολιτιστική παράδοση σχετική με τη μουσική, το τραγούδι, το θέατρο και τη παραγωγή χειροποίητων αντικειμένων τέχνης (κεραμικά, ασημικά, υφάσματα, ξυλόγλυπτα κ.α.). η παράδοση αυτή εμφανίζει έναν εντυπωσιακό δυναμισμό και μια διάρκεια στο χρόνο η οποία είναι εμφανής στην μεγάλη ποικιλία των προϊόντων που παράγονται τοπικά και έχουν ως βάση αυτή τη πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Πολλά είναι επίσης τα λαογραφικά μουσεία τοπικής εμβέλειας και οι συλλογές που μαρτυρούν τις ενδιαφέρουσες τοπικές ιδιαιτερότητες αυτής της παράδοσης. Αναφορικά με τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, πολυάριθμα φεστιβάλ εθνικής και τοπικής εμβέλειας διοργανώνονται στη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου με στόχο την προβολή Ελλήνων – και όχι μόνον – δημιουργών (θέατρο, μουσική, χορός και τραγούδι).

Μια σημαντική πλευρά της πολιτιστικής παράδοσης της χώρας αποτελεί αναμφίβολα και η τεράστια θρησκευτική παράδοση, η οποία είναι φανερή από το πλήθος των μοναστηριών και των ναών διάφορων ιστορικών περιόδων που είναι διάσπαρτα σε πολλές περιοχές της χώρας. Τέλος, δεν πρέπει να υποτιμηθεί η πλούσια γαστρονομία που σχετίζεται τόσο με την ελληνική κουζίνα όσο και με το κρασί και μόνο την τελευταία δεκαετία καταβάλλονται συστηματικές προσπάθειες οργανωμένης προβολής της.



1.4 ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η διεθνής διάσκεψη για τις στατιστικές ταξιδιών και τουρισμού συγκαλείται από τον Π.Ο.Τ (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού) στην Ottawa, στον Καναδά, το 1991 κριτικάροντας, ανανεώνοντας και επεκτείνοντας στο έργο των προηγούμενων διεθνών ομίλων. Η διάσκεψη της Ottawa έκανε μερικές θεμελιώδεις συστάσεις σχετικά με τους ορισμούς του τουρισμού, ταξιδιωτών και τουριστών. Ο Π.Ο.Τ έχει λάβει την έννοια του τουρισμού πέρα από μια στερεότυπη εικόνα "κάνω διακοπές". Ο επίσημος αποδεκτός ορισμός είναι : "ο τουρισμός αποτελείται από τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και μένουν σε μέρη έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους για διάστημα όχι μεγαλύτερο από μια συνεχόμενη χρονιά για ψυχαγωγία, δουλειά και άλλους σκοπούς.

Άλλες έννοιες :

- ✓ Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.
- ✓ Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- ✓ Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- ✓ Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.
- ✓ Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Επίσης ένα από τα εννοιολογικά στοιχεία του τουρισμού αναφέρεται στη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων, δηλώνοντας την ουσιαστική επίδραση του στην οικονομική ζωή όλων όσων ασχολούνται άμεσα ή έμμεσα με αυτόν. Για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών είναι απαραίτητη η ύπαρξη των διάφορων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Η παραγωγή και η διάθεση τους στην τουριστική αγορά ακολουθεί τους γνωστούς οικονομικούς κανόνες λειτουργίας της ελεύθερης αγοράς, μια και το τουριστικό αντικείμενο κινείται σε τέτοιου είδους αγορές. Επομένως ο τουρισμός έχει άμεση σχέση με την οικονομική ζωή του ανθρώπου, την οποία επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό.

Στην τουριστική διαδικασία συμμετέχουν εκατομμύρια άνθρωποι, οι οποίοι προκαλούν πολλαπλάσιο αριθμό οικονομικών πράξεων. Στην υπηρεσία του τουρισμού λειτουργούν παρά πολλές οικονομικές μονάδες που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και την προσφορά άμεσα ή έμμεσα τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο τουρισμός αποτελεί για πολλές χώρες και ιδιαίτερα για αυτές που χαρακτηρίζονται ως χώρες υποδοχής τουριστών, ένα βασικό μα και δυναμικό

παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης που χρησιμοποιείται ως μοχλός ανάπτυξης ιδιαίτερα των υπό ανάπτυξη χωρών.

1.4.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ ΤΟΥ 21^{ου} ΑΙΩΝΑ

Οι σημερινοί τουρίστες διαφέρουν κατά πολύ από τους προγενέστερους. Οι διαφορές μπορούν να εντοπιστούν στα εξής:

- Ø Ταξιδεύουν περισσότερο.
- Ø Είναι πιο ενημερωμένοι, μελετούν με μεγαλύτερη προσοχή τις προσφερόμενες υπηρεσίες, δίνουν μεγάλη έμφαση στην ποιότητα, καθώς επίσης και στην σχέση ποιότητας τιμής (value for money).
- Ø Εκτός από ξεκούραση και αλλαγή περιβάλλοντος, επιθυμούν να συμμετέχουν σε δραστηριότητες, όπως περιπετειώδεις εκδρομές, πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.λπ.
- Ø Έχουν κοινωνικές και περιβαλλοντολογικές ευαισθησίες, απαιτούν καλά οργανωμένες διακοπές, αποφεύγουν περιβαλλοντολογικά επιβαρυνμένους προορισμούς.
- Ø Αποφεύγουν περιοχές που χαρακτηρίζονται ως τρομοκρατικοί στόχοι και δίνουν μεγάλη σημασία στις ταξιδιωτικές οδηγίες που τους δίνονται από τις χώρες τους.
- Ø Αναζητούν νέους προορισμούς και νέες μορφές τουρισμού.
- Ø Ένα ποσοστό τουριστών πραγματοποιεί μέσα στη διάρκεια του χρόνου περισσότερα αλλά μικρότερης χρονικής διάρκειας ταξίδια.
- Ø Χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο το Διαδίκτυο για να αγοράσουν τις διακοπές και τα ταξίδια τους.

1.4.2 ΕΠΙΣΚΕΠΤΗΣ

Επισκέπτες είναι τα άτομα τα οποία ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα, τα οποία κατοικούν γενικά για περίοδο που δεν υπερβαίνει τους 12 μήνες, των οποίων ο κύριος σκοπός είναι άλλος από την άσκηση της αμειβόμενης δραστηριότητας από το εσωτερικό του τόπου επίσκεψης. Διακρίνονται σε δυο κατηγορίες :

- Û «**Εκδρομέας**» ή **επισκέπτης της ίδιας ημέρας** (*Excursionist, Some – Day visitor*) είναι προσωρινός επισκέπτης που μένει λιγότερο από 24 ώρες στη χώρα που

επισκέπτεται και δεν διανυκτερεύει σε συλλογικό ή ατομικό κατάλυμα συμπεριλαμβανόμενου και αυτού που ταξιδεύει με κρουαζιέρα. Περιλαμβάνονται οι ακόλουθες κατηγορίες:

- α) επιβάτες κρουαζιέρων
- β) ημερήσιοι εκδρομείς
- γ) μέλη πληρωμάτων πλοίων
- δ) ημεδαποί τουρίστες

Ü **Τουρίστας** (*Tourist*) είναι ο προσωρινός επισκέπτης που μένει τουλάχιστον 24 ώρες σε συλλογικό ή ιδιωτικό κατάλυμα στη χώρα που επισκέπτεται και σκοπός της επίσκεψής του είναι:

- 1) αναψυχή και διακοπές
- 2) επαγγελματική και επιχειρηματική δραστηριότητα
- 3) άλλες δραστηριότητες

Περιλαμβάνονται οι ακόλουθες κατηγορίες:

- α) οι αλλοδαποί τουρίστες – μη μόνιμοι κάτοικοι
- β) υπήκοοι κάτοικοι εξωτερικού
- γ) μέλη πληρωμάτων (μη μόνιμοι κάτοικοι) αλλοδαπών πλοίων ή αεροσκαφών

1.4.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Το «*το τουριστικό κίνητρο*» μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι το σύνολο των εσωτερικών παραγόντων που υποκινούν και ενεργοποιούν τον τουρίστα – ταξιδιώτη να διαμορφώσει την ανάλογη συμπεριφορά και να προβεί σε ενέργειες που ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες. Οι κατηγορίες τους έχουν ως ακολούθως:

- ο Φυσικά κίνητρα
- ο Ψυχολογικά κίνητρα
- ο Προσωπικά κίνητρα
- ο Διαπροσωπικά κίνητρα
- ο Πνευματικά κίνητρα
- ο Επαγγελματικά κίνητρα
- ο Πολιτιστικά κίνητρα
- ο Κοινωνικά κίνητρα

- ο Θρησκευτικά κίνητρα
- ο Ψυχαγωγικά κίνητρα
- ο Εκπαιδευτικά κίνητρα
- ο Περιβαλλοντικά κίνητρα
- ο Κλιματολογικά, φυσιολατρικά και φυσιγνωστικά κίνητρα.

1.4.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ

Το τουριστικό προϊόν αποτελείται από διάφορα επιμέρους συστατικά στοιχεία που έχουν διαφορετική ποιοτική και ποσοτική συγκρότηση, τα οποία όταν συνδυάζονται με κατάλληλο τρόπο, απαρτίζουν μια «δέσμη» τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που ονομάζεται τουριστικό πακέτο (*package tour*). Το τουριστικό πακέτο προσφέρεται στην τουριστική αγορά κατά τρόπο τυποποιημένο και σε συγκεκριμένη τιμή.

Τα **βασικά συστατικά στοιχεία** του τουριστικού πακέτου είναι τα ακόλουθα:

- Û Ο τουριστικός προορισμός (συγκεκριμένος τόπος διακοπών).
- Û Το μεταφορικό μέσο (αεροπλάνο, τρένο, πλοίο, λεωφορείο).
- Û Η διαμονή (ξενοδοχειακό κατάλυμα).
- Û Η διατροφή (πρόγευμα-γεύμα-δείπνο).
- Û Η μεταφορά (μετακινήσεις από το σημείο άφιξης στον τουριστικό προορισμό).

Το τουριστικό πακέτο έχει τα παρακάτω **βασικά χαρακτηριστικά**:

- Û Είναι οργανωμένο εκ των προτέρων.
- Û Αποτελεί συνάθροιση μιας σειράς αγαθών και υπηρεσιών.
- Û Προσφέρεται σε μια σταθερή τιμή.

Τα τουριστικά πακέτα διακρίνονται σε δυο (2) μεγάλους **τύπους**:

- Ø Τα ολοκληρωμένα ή συνολικά πακέτα. Πρόκειται για πακέτα που περιλαμβάνουν όλα τα συστατικά ενός τουριστικού προϊόντος (όπως τον προορισμό, την παραμονή, τη διατροφή, τις εκδρομές και τις κρουαζιέρες κ.λπ.).
- Ø Τα πακέτα μικτού τύπου. Πρόκειται για πακέτα τα οποία συνδυάζουν διάφορα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος όπως την μεταφορά με την παροχή άλλων υπηρεσιών. Στα πακέτα αυτά ανήκουν και τα θεματικά ταξίδια.

Τα τουριστικά πακέτα (*packages tour*) διακρίνονται σε διάφορες **κατηγορίες**:

- § Ανεξάρτητα πακέτα (*Independent Inclusive Tours*)
- § Ομαδικά πακέτα (*Group Inclusive Tours*)
- § Πακέτα πτήσεων τσάρτερ (*Inclusive Tour Charters*)
- § Πακέτα κρουαζιέρων (*Cruises*)
- § Πακέτα συνδυασμού αερομεταφοράς και κρουαζιέρας (*Fly / Guises*)
- § Πακέτα σιδηροδρομικών μετακινήσεων (*Rail Tours*)
- § Πακέτα αγορών (*Shop Tours*)
- § Πολιτιστικά πακέτα (*Cultural Tours*)
- § Αθλητικά πακέτα (*Sport Tours*)
- § Πακέτα ειδικού τύπου (*Club Tours*)
- § Άλλα πακέτα

1.4.5 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΑΣ

Ο ταξιδιωτικός ή τουριστικός πράκτορας (*travel agent*) είναι ένας έμπειρος επαγγελματικός ταξιδιών που προσφέρει στον πελάτη- τουρίστα ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών. Οι υπηρεσίες μπορεί να είναι από μια απλή ταξιδιωτική συμβουλή μέχρι ένα πολύπλοκο ταξίδι (π.χ. με πολλά δρομολόγια, ενδιάμεσους σταθμούς, διαφορετικά μέσα μετακίνησης).

Ο ταξιδιωτικός ή τουριστικός πράκτορας μπορεί να χαρακτηριστεί ως σύμβουλος ταξιδιών. Στη διεθνή πρακτική συνήθως αποτελεί ουσιαστικά απλό μεσάζοντα και δεν συνάπτει συμβόλαια για λογαριασμό του. Ενεργεί εκ μέρους του εντολοδόχου του, τον οποίο αναλαμβάνει να φέρει σε επικοινωνία με τον πελάτη. Δηλαδή δεν πούλα δικό του προϊόν, αλλά ενεργεί ως λιανέμπορος των παραγωγών ή των προμηθευτών στο σύστημα διακίνησης των τουριστικών προϊόντων.

Οι ταξιδιωτικοί ή τουριστικοί πράκτορες διακρίνονται σε δυο **τύπους**:

- ✓ Σε αυτούς που αναπτύσσουν δραστηριότητα μόνο στο εσωτερικό της χώρας και
- ✓ Σε αυτούς που αναπτύσσουν δραστηριότητα τόσο στο εσωτερικό της χώρας όσο και στο εξωτερικό.

Το έργο του τουριστικού πράκτορα είναι η εξυπηρέτηση του πελάτη-τουρίστα.

1.4.6 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Έννοια:

Κάθε εγκατάσταση η οποία διατίθεται τακτικά ή περιστασιακά για τη διανυκτέρευση τουριστών.

∅ Τα είδη τουριστικών καταλυμάτων είναι τα ακόλουθα:

i) Συλλογικά τουριστικά καταλύματα

- Ξενοδοχεία
- Παρόμοια καταλύματα

∅ Άλλα συλλογικά καταλύματα

- Παραθεριστικές κατοικίες
- Τουριστικοί χώροι κατασκήνωσης
- Μαρίνες
- Άλλα συλλογικά καταλύματα π.δ.κ.α.

∅ Ειδικευμένα καταλύματα

- Κέντρα υγείας
- Κάμπινγκ εργασίας και διακοπών
- Δημόσια μέσα μεταφοράς
- Συνεδριακά κέντρα

ii) Ιδιωτικά τουριστικά καταλύματα

∅ Ενοικιαζόμενα καταλύματα

- Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε σπίτια οικογενειών
- Κατοικίες ενοικιαζόμενες από ιδιώτες ή μεσιτικά γραφεία

∅ Άλλα ιδιωτικά καταλύματα

- Ιδιόκτητες κατοικίες

- Καταλύματα που παρέχονται δωρεάν από συγγενείς ή φίλους
- Άλλα ιδιωτικά καταλύματα π.δ.κ.α.

1.5 ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η ανάπτυξη του τουρισμού επιτυγχάνεται με την επίδραση διάφορων παραγόντων. Πρωταρχικός παράγοντας είναι η οικονομική ευημερία καθώς και ανεπτυγμένο βιοτικό επίπεδο. Σε δεύτερη μοίρα αλλά εξίσου σημαντικό αίτιο είναι η ύπαρξη ειρήνης, κοινωνικής ευημερίας και ασφάλειας. Ακόμη, η ανάγκη ψυχαγωγίας και αλλαγής του περιβάλλοντος συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού όπως και επιθυμία γνωριμίας και επαφής με τους άλλους λαούς. Καταλυτικός παράγοντας είναι και η διαφήμιση. Επιπρόσθετα, στην πρόοδο του τουρισμού συντέλεσαν η γλωσσομάθεια, που διευκολύνει την επαφή του τουρίστα με τους άλλους λαούς, καθώς και οι επαγγελματικές ανάγκες που επιβάλλουν ταξίδια.

1.5.1 ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

- ✓ Καθορισμός των στόχων της
- ✓ Διατύπωση της τουριστικής πολιτικής βάσει των στόχων αυτών
- ✓ Συγκρότηση των κατευθυντήριων γραμμών για την υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής, προκειμένου να οριστούν οι παράμετροι του τουριστικού σχεδιασμού
- ✓ Πρόγραμμα εφαρμογής ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι του τουριστικού σχεδίου
- ✓ Ανάπτυξη ενός εποπτικού μηχανισμού, για τη διατύπωση του εάν το σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης ανταποκρίνεται στους στόχους του
- ✓ Διαδικασία επανεξέτασης για την αναθεώρηση και την βελτίωση της τουριστικής πολιτικής και των στόχων της, εάν είναι απαραίτητο.

1.6 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- ✓ Εθνικός ή εσωτερικός τουρισμός
- ✓ Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός
- ✓ Μαζικός τουρισμός

- ✓ Ατομικός τουρισμός
- ✓ Συνεχής τουρισμός
- ✓ Εποχιακός τουρισμός

1.6.1 ΕΘΝΙΚΟΣ Ή ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο εθνικός ή εσωτερικός τουρισμός αφορά την μετακίνηση τουριστών εντός των συνόρων της χώρας που κατοικούν, δηλαδή μέσα στην επικράτεια της. Με τον εσωτερικό τουρισμό δεν έχουμε εισροή συναλλάγματος, έχουμε όμως συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος στο εξωτερικό. Για την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού πρέπει να υπάρχουν δυο βασικές προϋποθέσεις :

- Θα πρέπει να δημιουργηθούν τα κατάλληλα και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτά στους ντόπιους τουρίστες μέσα φιλοξενίας.
- Να βελτιωθούν και να αναπτυχθούν τα διάφορα δίκτυα και μέσα συγκοινωνίας.

Θεωρείται σημαντική οικονομική δραστηριότητα, διότι υπάρχει ροή χρήματος προς την περιφέρεια, δεδομένου ότι οι περισσότερες τουριστικές περιοχές βρίσκονται σε αυτή. Ταυτόχρονα είναι και κοινωνική δραστηριότητα, διότι οι κάτοικοι των μεγαλουπόλεων έρχονται σε επαφή με τους κατοίκους της περιφέρειας, γεγονός που αυξάνει τους δεσμούς και τις σχέσεις των πολιτών της χώρας. Στην περίπτωση που οι κάτοικοι μιας χώρας δεν κάνουν εσωτερικό τουρισμό αλλά εξωτερικό, δημιουργείται εκροή χρήματος προς άλλες τουριστικές χώρες.

1.6.2 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ Ή ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός αφορά τη μετακίνηση τουριστών εκτός των συνόρων της χώρας τους. Εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα, όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται (*εισερχόμενος τουρισμός - incoming*) ή όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς (*εξερχόμενος - outgoing*). Στην περίπτωση του *incoming* τουρισμού έχουμε τον ενεργητικό εξωτερικό τουρισμό λόγω της εισροής συναλλάγματος, ενώ στην περίπτωση του *outgoing* τουρισμού έχουμε τον παθητικό εξωτερικό τουρισμό λόγω της εκροής του συναλλάγματος.

Αποτελεί μεγάλης σημασίας οικονομική και κοινωνική δραστηριότητα. Από οικονομική άποψη το κυριότερο αποτέλεσμα είναι η μετακίνηση χρήματος από τις «προσφέρουσες» χώρες στις χώρες «αποδέκτες». Η εισροή συναλλάγματος, σε πολλές

περιπτώσεις, έπαιξε σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάκαμψη υποβαθμισμένων περιοχών του πλανήτη, οι οποίες διέθεταν αξιόλογους τουριστικούς πόρους.

1.6.3 ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο μαζικός τουρισμός είναι μια σχετικά νέα ιδέα, που προήλθε από την μεγάλη άνοδο των εισοδημάτων μετά την Βιομηχανική Επανάσταση. Πριν από αυτή, τα ταξίδια πολιτιστικού ή ψυχαγωγικού χαρακτήρα ήταν αποκλειστικό προνόμιο λίγων εκλεκτών περιηγητών, συνήθως αριστοκρατών. Σήμερα, ο μαζικός τουρισμός είναι απευκταίος λόγω των δυσμενών επιπτώσεων που προκαλεί στο φυσικό περιβάλλον αλλά και σε κοινωνικό επίπεδο. Η παγκόσμια τάση σήμερα είναι ο τουρισμός να είναι φιλικός ως προς τον άνθρωπο και ως προς το φυσικό περιβάλλον. Μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο περιηγητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός αλλά και ο τουρισμός των πόλεων (*city breaks*) θεωρούνται σήμερα οι μορφές που θα πρέπει να επικρατήσουν προκειμένου η τουριστική ανάπτυξη να καταστεί βιώσιμη καθώς και να καταπολεμηθεί η εποχικότητα.

1.6.4 ΑΤΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο ατομικός τουρισμός είναι η αντίθετη κατηγορία του μαζικού τουρισμού, χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Ο χαρακτήρας της κατηγορίας αυτής είναι κυρίως περιηγητικός και συνήθως απευθύνεται σε υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης τουρίστες. Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού βασίζεται στο σύστημα ΙΤ (*Individual Inclusive Tours*) και προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, των οποίων η τιμή είναι ακριβότερη από εκείνη των GIT.

1.6.5 ΣΥΝΕΧΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το χαρακτηριστικό του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλους τους μήνες του χρόνου, χωρίς να επηρεάζεται από τις κλιματολογικές ή άλλες συνθήκες. Οι πιο αντιπροσωπευτικές μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης, ο μορφωτικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός και ο οικοτουρισμός.

1.6.6 ΕΠΟΧΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το χαρακτηριστικό του εποχικού τουρισμού είναι ότι διαρκεί ορισμένους μήνες το χρόνο, επειδή επηρεάζεται από τις κλιματολογικές συνθήκες. Οι πιο αντιπροσωπευτικές

μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός ή ο τουρισμός αναψυχής κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

1.7.1 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ – ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ – ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ

Û Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Ελλάδας.

Ιανουάριος-Ιούνιος

Αεροδρόμιο	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Άραξος	18.306	32.681	19.865	15.033	12.033	10.503
Καλαμάτα	17.020	17.149	12.086	10.705	11.407	10.797
(Πελοπόννησος)	35.326	49.830	31.951	25.738	23.440	21.300

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Αεροδρόμιο	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09	2011/10
Άραξος	78,5	-39,2	-24,3	-20,0	-12,7
Καλαμάτα	0,8	-29,5	-11,4	6,6	-5,3
(Πελοπόννησος)	41,1	-35,9	-19,4	-8,9	-9,1

Û Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Χώρας.

Ιανουάριος-Ιούλιος

Αεροδρόμια	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Άραξος	31.060	24.196	21.922	20.815	35.122	37.350
Καλαμάτα	18.591	16.372	18.190	18.261	19.395	31.147
(Πελοπόννησος)	49.651	40.568	40.112	39.076	54.517	68.497

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Αεροδρόμια	2009/08	2010/09	2011/10	2012/11	2013/12
Άραξος	-22,1	-9,4	-5,0	68,7	6,3
Καλαμάτα	-11,9	11,1	0,4	6,2	60,6
(Πελοπόννησος)	-18,3	-1,1	-2,6	39,5	25,6

Û Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Χώρας.

Ιανουάριος-Αύγουστος

Αεροδρόμια	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Άραξος	42.303	56.970	42.475	33.253	32.230	29.632
Καλαμάτα	36.106	38.547	25.985	23.322	25.219	25.082
(Πελοπόννησος)	78.409	95.517	68.460	56.449	57.449	54.714

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Αεροδρόμια	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09	2011/10
Άραξος	34,7	-25,4	-21,7	-3,1	-8,1
Καλαμάτα	6,8	-32,6	-10,2	8,1	-0,5
(Πελοπόννησος)	21,8	-28,3	-17,4	1,5	-4,8

Û Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Χώρας.

Ιανουάριος-Σεπτέμβριος

Αεροδρόμια	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Άραξος	51.007	40.071	38.679	36.896	60.430	66.049
Καλαμάτα	31.346	28.211	31.233	30.180	33.050	53.045
(Πελοπόννησος)	82.353	68.282	69.912	67.076	93.480	119.094

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Αεροδρόμια	2009/08	2010/09	2011/10	2012/11	2013/12
Άραξος	-21,4	-3,5	-4,6	63,8	9,3
Καλαμάτα	-10,0	10,7	-3,4	9,5	60,5
(Πελοπόννησος)	-17,1	2,4	-4,1	39,4	27,4

Û Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Χώρας.

Σεπτέμβριος

Αεροδρόμια	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Άραξος	8.532	6.818	6.449	7.264	10.817	11.677
Καλαμάτα	5.361	4.889	6.014	5.098	5.903	10.225
(Πελοπόννησος)	13.893	11.707	12.463	12.362	16.720	21.902

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Αεροδρόμια	2009/08	2010/09	2011/10	2012/11	2013/12
Άραξος	-20,1	-5,4	12,6	48,9	8,0
Καλαμάτα	-8,8	23,0	-15,2	15,8	73,2
(Πελοπόννησος)	-15,7	6,5	-0,8	35,3	31,0

Û Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Χώρας.

Ιανουάριος-Οκτώβριος

Αεροδρόμια	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Άραξος	54.697	41.418	39.636	38.015	65.867	70.005
Καλαμάτα	32.925	30.446	32.874	30.967	33.407	46.828
(Πελοπόννησος)	87.622	71.864	72.510	68.982	99.274	116.833

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Αεροδρόμια	2009/08	2010/09	2011/10	2012/11	2013/12
Άραξος	-24,3	-4,3	-4,1	73,3	6,3
Καλαμάτα	-7,5	8,0	-5,8	7,9	40,2
(Πελοπόννησος)	-18,0	0,9	-4,9	43,9	17,7

Û Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Χώρας.

Οκτώβριος

Αεροδρόμια	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Άραξος	3.690	1.347	957	1.119	5.437	3.956
Καλαμάτα	1.579	2.235	1.641	787	357	0
(Πελοπόννησος)	5.269	3.582	2.598	1.906	5.794	3.956

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Αεροδρόμια	2009/08	2010/09	2011/10	2012/11	2013/12
Άραξος	-63,5	-29,0	16,9	385,9	-27,2
Καλαμάτα	41,5	-26,6	-52,0	-54,6	-100,0
(Πελοπόννησος)	32,0	-27,5	-26,6	204,0	-31,7

Û Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών Αεροπορικώς

Ιανουάριος – Δεκέμβριος

Αεροδρόμια	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Άραξος	40.108	59.432	56.256	69.818	54.697	41.418	39.636
Καλαμάτα	48.949	52.931	47.767	51.641	32.925	30.446	32.874
(Πελοπόννησος)	89.057	112.363	104.023	121.459	87.622	71.864	72.510

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Αεροδρόμια	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09
Άραξος	48,2	-5,3	24,1	-21,7	-24,3	-4,3
Καλαμάτα	8,1	-9,8	8,1	-36,2	-7,5	8,0
(Πελοπόννησος)	26,2	-7,4	16,8	-27,9	-18,0	0,9

1.7.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ – ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ-ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ & ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Υ Εξέλιξη Αλλοδαπού Τουρισμού στην Ελλάδα και τις Ανταγωνίστριες Χώρες

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Χώρα	Αφίξεις Περίοδος 2009/08		Συναλλαγματικές Εισπράξεις Περίοδος 2009/08	
	Περίοδος	2009/08	Περίοδος	2009/08
ΕΛΛΑΔΑ	Ιαν.-Αύγ.	-8,6	Ιαν.-Ιούλ.	-11,7
Ιταλία	Ιαν.-Ιούλ.	-2,6	Ιαν.-Ιούλ.	-9,1
Ισπανία	Ιαν.-Αύγ.	-9,9	Ιαν.-Ιούλ.	1,9
Πορτογαλία	Ιαν.-Αύγ.	-13,2	Ιαν.-Ιούλ.	-10,3
Κροατία	Ιαν.-Αύγ.	-2,7	Ιαν.-Μάρτ.	-2,3
Κύπρος	Ιαν.-Σεπτ.	-10,7	Ιαν.-Αύγ.	-15,5
Τουρκία	Ιαν.-Αύγ.	0,9	Ιαν.-Αύγ.	-7,5

Χώρα	Αφίξεις Περίοδος 2010/09		Συναλλαγματικές Εισπράξεις Περίοδος 2010/09	
	Περίοδος	2010/09	Περίοδος	2010/09
ΕΛΛΑΔΑ	Ιαν.-Αύγ.	-0,9	Ιαν.-Ιούλ.	-8,8
Ιταλία	Ιαν.-Ιούλ.	3,3	Ιαν.-Ιούλ.	3,6
Ισπανία	Ιαν.-Αύγ.	0,3	Ιαν.-Ιούλ.	1,9
Πορτογαλία	Ιαν.-Αύγ.	-0,8	Ιαν.-Ιούλ.	8,3
Κροατία	Ιαν.-Αύγ.	3,6	Ιαν.-Μάρτ.	8,0
Κύπρος	Ιαν.-Σεπτ.	1,3	Ιαν.-Αύγ.	1,7
Τουρκία	Ιαν.-Αύγ.	5,1	Ιαν.-Αύγ.	-3,9

Χώρα	Αφίξεις Περίοδος 2011/10		Συναλλαγματικές Εισπράξεις Περίοδος 2011/10	
	Περίοδος	2011/10	Περίοδος	2011/10
ΕΛΛΑΔΑ	Ιαν.-Αύγ.	8,6	Ιαν.-Ιούλ.	14,2
Ιταλία	Ιαν.-Ιούλ.	5,2	Ιαν.-Ιούλ.	5,6
Ισπανία	Ιαν.-Αύγ.	7,8	Ιαν.-Ιούλ.	9,7

Πορτογαλία	Ιαν.-Αύγ.	13,7	Ιαν.-Ιούλ.	8,5
Κροατία	Ιαν.-Αύγ.	6,4	Ιαν.-Μάρτ.	-15,4
Κύπρος	Ιαν.-Σεπτ.	11,1	Ιαν.-Αύγ	16
Τουρκία	Ιαν.-Αύγ.	12,6	Ιαν.-Αύγ	17

Ϊ Εξέλιξη Αλλοδαπού Τουρισμού στην Ελλάδα και τις Ανταγωνίστριες Χώρες

Ποσοστιαία Μεταβολή (%)

Χώρα	Αφίξεις Περίοδος 2011/10	Τουριστικές Εισπράξεις Περίοδος 2011/10
ΕΛΛΑΔΑ	Ιαν.-Ιούν. 8,8	Ιαν.-Μάι. 4,4
Ιταλία	Ιαν.-Απρ. 3,0	Ιαν.-Απρ. 5,3
Ισπανία	Ιαν.-Ιούν. 7,5	Ιαν.-Απρ. 9,5
Πορτογαλία	Ιαν.-Μάι. 11,4	Ιαν.-Μάι. 8,4
Κροατία	Ιαν.-Μάι. -3,3	Ιαν.-Μάρτ. -15,4
Κύπρος	Ιαν.-Ιούν. 10,9	Ιαν.-Μαρτ. -4,2
Τουρκία	Ιαν.-Ιούν. 12,6	Ιαν.-Μάι. 24,2

Χώρα	Αφίξεις Περίοδος 2012/11	Τουριστικές Εισπράξεις Περίοδος 2012/11
ΕΛΛΑΔΑ	Ιαν.-Ιούν. -4,6	Ιαν.-Μάι. -11,3
Ιταλία	Ιαν.-Απρ. 1,4	Ιαν.-Απρ. 0,7
Ισπανία	Ιαν.-Ιούν. 1,6	Ιαν.-Απρ. 0,1
Πορτογαλία	Ιαν.-Μάι. 3,0	Ιαν.-Μάι. 5,8
Κροατία	Ιαν.-Μάι. 17,7	Ιαν.-Μάρτ. 7,3
Κύπρος	Ιαν.-Ιούν. -7,6	Ιαν.-Μαρτ. -7,2
Τουρκία	Ιαν.-Ιούν. -2,3	Ιαν.-Μάι. -2,7

Χώρα	Αφίξεις Περίοδος 2013/12	Τουριστικές Εισπράξεις Περίοδος 2013/12
ΕΛΛΑΔΑ	Ιαν.-Ιούν. 9,8	Ιαν.-Μάι. 15,4
Ιταλία	Ιαν.-Απρ. 1,0	Ιαν.-Απρ. -1,8
Ισπανία	Ιαν.-Ιούν. 4,3	Ιαν.-Απρ. 2,3
Πορτογαλία	Ιαν.-Μάι. 9,3	Ιαν.-Μάι. 7,9
Κροατία	Ιαν.-Μάι. 11,5	Ιαν.-Μάρτ. 4,2
Κύπρος	Ιαν.-Ιούν. -2,0	Ιαν.-Μαρτ. 7,3
Τουρκία	Ιαν.-Ιούν. 14,4	Ιαν.-Μάι. 25,8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Εναλλακτικός τουρισμός είναι μια καινούρια φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού και περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα. Παρουσιάζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- § προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- § αποφυγή των κλασσικών τουριστικών προσφορών
- § διατήρηση των οικοσυστημάτων
- § αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία
- § στήριξη αγροτικών περιοχών και τέλος
- § επίλυση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού

Πρέπει να τονιστεί η σημασία του εναλλακτικού τουρισμού στην ανάπτυξη μίας τουριστικής χώρας. Την προώθηση ενός τέτοιου δυνατού προϊόντος εξασφαλίζει το πρόσθετο εισόδημα στα ταμεία του κράτους.

2.1 ΕΝΝΟΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με τον όρο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, απευθύνονται σε έναν εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν χωρίς να καταστρέφουν τα φυσικά κάλλη μιας περιοχής.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών, ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας συμβάλλει στην προσπάθεια του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό η τους τοπικούς φορείς και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα.

2.2 ΕΙΔΙΚΕΣ - ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι μορφές ειδικού - εναλλακτικού τουρισμού αποτελούνται από νέα και πολυσύνθετα τουριστικά προϊόντα, που χαρακτηρίζονται από δυναμική ζήτηση και ανταποκρίνεται σε ειδικά κίνητρα.

Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού:

- ✓ *Επαγγελματικός τουρισμός*
- ✓ *Μαθησιακός τουρισμός*
- ✓ *Αστικός τουρισμός*
- ✓ *Θαλάσσιος τουρισμός*
- ✓ *Πολιτισμικός τουρισμός*
- ✓ *Θρησκευτικός τουρισμός*
- ✓ *Αθλητικός τουρισμός*
- ✓ *Τουρισμός υγείας*
- ✓ *Αγροτουρισμός - Τουρισμός υπαίθρου*
- ✓ *Γεωτουρισμός*
- ✓ *Οικοτουρισμός*
- ✓ *Κοινωνικός τουρισμός*
- ✓ *Ορεινός - Ορειβατικός τουρισμός*
- ✓ *Περιπατικός τουρισμός*
- ✓ *Τουρισμός τρίτης ηλικίας*
- ✓ *Μορφωτικός ή Γνωστικός Τουρισμός.*

2.2.1 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Επαγγελματικός τουρισμός είναι ο τομέας της τουριστικής βιομηχανίας που αφορά τα ταξίδια που πραγματοποιούνται για επαγγελματικούς λόγους. Παρότι ο όρος επαγγελματικός τουρισμός είναι ο κυρίως



χρησιμοποιούμενος, συχνά απαντάται και ο όρος επαγγελματικό ταξίδι : σκόπιμη, ως εκ τούτου, είναι η διασάφηση των όρων αυτών. Ως επαγγελματικός τουρισμός, νοείται η μετακίνηση ατόμων που ταξιδεύουν μεν για επαγγελματικούς λόγους, έχουν όμως και τα χαρακτηριστικά του τουρίστα, αφού παραμένουν εκτός μονίμου κατοικίας τουλάχιστον για ένα 24ωρο και αναπτύσσουν σειρά τουριστικών δραστηριοτήτων. Ως επαγγελματικό ταξίδι νοείται η μετακίνηση ατόμων για επαγγελματικό σκοπό, χωρίς όμως να είναι απαραίτητη η διανυκτέρευση και χωρίς ιδιαίτερες τουριστικές δραστηριότητες. Έχει μερικότερες διακρίσεις ανάλογες με το κριτήριο του σκοπού για τον οποίο γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι. Οι διακρίσεις αυτές είναι :

- ο συνεδριακός τουρισμός
- ο εκθεσιακός τουρισμός
- ο τουρισμός σεμιναρίων
- ο τουρισμός κινήτρων.

2.2.2 ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



Είναι ο τουρισμός που αναφέρεται στην μάθηση. Συγκεκριμένα, είναι κάθε μορφή τουρισμού που έχει σαν τουριστικό προϊόν την μάθηση που η τουριστική πελατεία έχει θεσμική σχέση με την μάθηση.

Οι κυριότερες μορφές του είναι :

- ü εκπαιδευτικός τουρισμός
- ü ο μαθητικός, σπουδαστικός, φοιτητικός τουρισμός

2.2.3 ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ως αστικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι - συνήθως μικρής διάρκειας σε αστικά κέντρα - με κίνητρα τις διακοπές, τον πολιτισμό, τις αγορές και ευρύτερα την γνωριμία με το αστικό και πολιτισμικό περιβάλλον της συγκεκριμένης πόλης.



2.2.4 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Με τον όρο "θαλάσσιος τουρισμός" χαρακτηρίζεται κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές τις. Είτε ως πεδίο δραστηριοτήτων τουρισμού είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, συχνά με αθλητική η πολιτιστική διάσταση.



Ειδικότερα :

- τουρισμός κρουαζιέρας
- τουρισμός με σκάφη αναψυχής
- αλιευτικός τουρισμός
- τουρισμός καταδύσεων αναψυχής.

2.2.5 ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο πολιτισμικός τουρισμός αναφέρεται σε τουριστικά ταξίδια τα οποία έχουν ως κυρίαρχα κίνητρα διαφορετικές δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικά με τον πολιτισμό, όπως συμμετοχή σε φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις, γνωριμία με την ιστορία και παράδοση τόπων και χωρών, επίσκεψη σε περιοχές με παραδοσιακά δομημένο περιβάλλον, επίσκεψη σε πολιτιστικά μνημεία και μουσεία, γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα καθώς και τοπική γαστρονομία.



2.2.6 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά ταξίδια σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, όπως είναι οι Άγιοι Τόποι, η Μέκκα και ο Άγιος Πέτρος, αλλά και εξερευνήσεις η επισκέψεις σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία με σκοπό την επαφή, την γνωριμία, την μελέτη και την

γνώση της θρησκευτικής παράδοσης και κληρονομιάς, και συνδέονται στενά με τον πολιτισμό, εφόσον η θρησκεία αποτελεί τμήμα του.

Χωρίζεται σε δυο κατηγορίες :

- ✓ προσκυνητές τουρίστες
- ✓ τουρισμός θρησκευτικής κληρονομιάς

2.2.7 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αθλητικός τουρισμός είναι όλες οι μορφές ενεργητικής ή παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση η μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας.



Ειδικότερα :

- γκολφ
- χιονοδρομικός τουρισμός
- αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής στον ορεινό χώρο.

2.2.8 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

Είναι ο τουρισμός κατά την διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία. Τα προγράμματα υγείας είναι προγράμματα διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους και με φυσικές μεθόδους και προγράμματα υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής επανένταξης, κ.λπ.



Περιλαμβάνει :

- § θεραπευτικός τουρισμός
- § ιαματικός τουρισμός

- § τουρισμός φυσιοθεραπείας
- § τουρισμός υγιεινής διαβίωσης
- § τουρισμός ομορφιάς
- § θερμαλισμός ή θερμαλιστικός τουρισμός.

2.2.9 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

Ο αγροτουρισμός, με την ευρύτερη έννοια του "τουριστικού υπαίθρου", είναι μια



ήπια και μικρής κλίμακας μορφή τουριστικής ανάπτυξης και υπερδραστηριότητας που αναπτύσσεται σε μια χωρική ενότητα που χαρακτηρίζεται ως αγροτική (σε μη τουριστικά κορεσμένες περιοχές της υπαίθρου). Προσδιορίζεται από την διανομή σε αγρόκτημα η σε

καταλύματα παραδοσιακού χαρακτήρα και μικρής δυναμικότητας, καθώς και από μια ευρεία ποικιλία δραστηριοτήτων αναψυχής στην ύπαιθρο που συνδέονται είτε με την γεωργική / κτηνοτροφική παραγωγή, την τοπική γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα και τα πολιτισμικά στοιχεία του αγροτικού χώρου, είτε με υπαίθριες δραστηριότητες όπως η ορειβασία, η πεζοπορία, η ποδηλασία βουνού κ.α.

2.2.10 ΓΕΩΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Γεωτουρισμός, δηλαδή ο τουρισμός της Γης, είναι μια νέα έννοια εναλλακτικής μορφής τουρισμού που περιλαμβάνει την περιήγηση στην ύπαιθρο με έμφαση στα μνημεία της γεωμορφολογικής, γεωλογικής, περιβαλλοντικής και βεβαίως πολιτισμικής κληρονομιάς ενός τόπου.



2.2.11 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



Ως οικοτουρισμός ορίζεται ο περιβαλλοντικά υπεύθυνος τουρισμός και η επίσκεψη σε φυσικές περιοχές, που αποσκοπεί στην απόλαυση και εκτίμηση της φύσης (και των πολιτισμικών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος) και ο οποίος προάγει στην διατήρηση της φύσης, έχει χαμηλή επίδραση επισκεπτών και παρέχει χρήσιμη ενεργή κοινωνικό - οικονομική ανάμιξη του τοπίου πληθυσμού.

Αποτελεί μια μορφή τουρισμού η οποία συνδέεται με διάφορες μορφές τουριστικής δραστηριότητας στη φύση ("τουρισμός φύσης" ή "φυσιολατρικός τουρισμός"). Αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες και επί το πλείστον περιοχές θεσμοθετημένης περιβαλλοντικής προστασίας (π.χ. περιοχές Natura) και εμπεριέχει δραστηριότητες που μπορεί να έχουν επιστημονικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα (π.χ. τουρισμός παρατήρησης των οικοσυστημάτων).

Ο οικοτουρισμός συμπληρώνεται από ορισμένες άλλες μορφές τουρισμού όπως :

- § επιστημονικός τουρισμός
- § περιηγητικός / πεζοπορικός τουρισμός
- § τουρισμός υπαίθριων δραστηριοτήτων (τουρισμός περιπέτειας) που δεν συμβάλλουν εξ ορισμού απαραίτητα στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, αλλά περιλαμβάνουν όλες εκείνες τις δραστηριότητες που διοργανώνονται στο φυσικό περιβάλλον και εν μέρει έχουν έντονο το στοιχείο της περιπέτειας

2.2.12 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Σύμφωνα με το διεθνές γραφείο κοινωνικού τουρισμού (*BITS : Bureau Internationale la Tourisme Social*), κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών που προκύπτουν από την επιδοτούμενη από την πολιτεία, βάσει ορισμένων προγραμμάτων, συμμετοχής στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα.



Κατηγορίες ατόμων που κάνουν κοινωνικό τουρισμό :

- Û εργαζόμενοι και συνταξιούχοι με χαμηλό εισόδημα
- Û άνεργοι
- Û άτομα με ειδικές ανάγκες συμπεριλαμβανόμενων και των υπερήλικών
- Û πολύτεκνοι των οποίων το εισόδημα είναι συνήθως ανεπαρκές λόγω των μεγάλων οικογενειακών δαπανών
- Û πολιτικοί πρόσφυγες, αγρότες και αγρότισσες των οποίων η πρόσβαση στον τουρισμό είναι δύσκολη η δεν έχουν την απαιτούμενη πληροφόρηση και εμπειρία

- ανύπαντρες μητέρες και γυναίκες η άντρες εν χηρεία που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα οικονομικά προβλήματα
- η νεολαία, για τα προγράμματα της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, που δεν έχει το δικό της εισόδημα και αντιμετωπίζει δαπάνες σπουδών
- οι ασφαλισμένοι του ΙΚΑ, για τα προγράμματα της Εργατικής Εστίας, που κατά κανόνα είναι χαμηλόμισθοι και χαμηλοσυνταξιούχοι

2.2.13 ΟΡΕΙΝΟΣ – ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Στον ορεινό τουρισμό υπάγεται ο τουρισμός ορεινών αθλημάτων (απλή ορειβασία, τεχνητή ορειβασία, αναρριχήσεις), ο τουρισμός της ορεινής ποδηλασίας και ο τουρισμός ορεινών κατασκηνώσεων. Ο ορειβατικός τουρισμός είναι υπάλληλη έννοια του ορεινού τουρισμού και περιλαμβάνει μόνο την ορειβασία και τις αναρριχήσεις.



2.2.14 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ (3^{ΗΣ}) ΗΛΙΚΙΑΣ

Οι τουρίστες της τρίτης ηλικίας αποτελούν το συντηρητικό τμήμα της τουριστικής αγοράς, είναι άτομα ηλικίας 55 και άνω, ενημερωμένοι και έμπειροι και προτιμούν να ταξιδεύουν ομαδικά σε κοντινούς προορισμούς με άνετα μεταφορικά μέσα. Συνήθως ο τουρισμός τρίτης ηλικίας είναι ήπιας μορφής τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο πολιτιστικός και θρησκευτικός και λαμβάνει χώρα σε περιόδους μειωμένης τουριστικής κίνησης, δηλαδή το Φθινόπωρο, το Χειμώνα και την Άνοιξη.



2.2.15 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ Ή ΓΝΩΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η μορφή αυτή του τουρισμού έχει σαν σκοπό να δώσει τη δυνατότητα στον τουρίστα να αποκτήσει ή να εμπλουτίσει τις γνώσεις του που θα προέλθουν από το χώρο του πνεύματος της επιστήμης και της περιοχής που επισκέπτεται όχι μόνο σαν τακτικός ακροατής αλλά από την επικοινωνία του με φορείς και μεμονωμένους



ανθρώπους της περιοχής. Η μορφή αυτή απευθύνεται σε άτομα που έχουν την πρόθεση για τέτοιου είδους ενασχόλησης κατά τη μετάβαση τους σε μια άλλη περιοχή ή χώρα. Οι Προϊστορικές και Κλασικές Αρχαιότητες, οι Βυζαντινές Αρχαιότητες και τα ιστορικά κτίρια προσελκύουν επισκέπτες με αρχαιολογικό και μορφωτικό ενδιαφέρον.

2.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

2.3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ

- ✓ **Αθλητικός τουρισμός:** Η Περιφερειακή Ενότητα Αιτωλοακαρνανίας διαθέτει αρκετές αθλητικές εγκαταστάσεις ανάμεσα τους το Δημοτικό Αθλητικό Κέντρο Αγρινίου Μιχάλη Κούση (στίβος και γήπεδο ποδοσφαίρου), το Κλειστό Γυμναστήριο Αιτωλικού, το Δημοτικό Στάδιο της Πόλης του Μεσολογγίου (Στίβος και Γήπεδο Ποδοσφαίρου) και το Παπαχαραλάμπειο Εθνικό Στάδιο Ναυπάκτου (Κλειστό Γυμναστήριο).
- ✓ **Αναρρίχηση:** Βαράσοβα, Κλεισούρα
- ✓ **Πεζοπορία, Ορειβασία:** Κλόκοβα η Παλιοβούνα , ή Ταφιασσός, Ριγάνι, Τσακαλάκι, Ομάλια, Τσεκούρα, Αρδίνη, Τρίκορφο Δωρίδας.
- ✓ **Καταφύγια:** Ορεινή Ναυπακτία (Καρβουνόλακα – Γραμμένης Οξυάς), Παναιτωλικό
- ✓ **Ποδήλατο Βουνού :** Καστανόλογγο Άνω Χώρας (Αγία Κυριακή), Τρίκορφο Ποτιδάνειας
- ✓ **Ράφτινγκ, κανόε, καγιάκ :** Εύηνος (Χάνι Μπανιά, Πόρο Ριγανίου), Βρουβιανά (Λίμνη Κρεμαστών)
- ✓ **Ανεμοπτερισμός :** Πίστες στο Θέρμο
- ✓ **Αλεξίπτωτο πλαγίας :** Εμπεσός (Όρος Καλάνα)
- ✓ **Κονήγι.**

Παραλίες Αιτωλοακαρνανίας:

- Παραλία Κρυονέρι
- Παραλία Ψανή
- Παραλία Πάλαιρος
- Αμφιλοχίας
- Παραλία Μύτικα

- Παραλία του Λούρου στις Οινιάδες

Ιαματικές πηγές :

- Ιαματική πηγή Αγίου Βαρβάρου
- Ιαματική πηγή Κόκκινου Στεφανιού
- Ιαματική πηγή Στάχτης Ποριάρη
- Ιαματική πηγή Μουρτσιάνου

Αξιοθέατα:

- Οι διατηρητέες καπναποθήκες Παπαστράτου και Παπαπέτρου
- Το Παπαστράτειο Δημοτικό Πάρκο
- Δασύλλιο του Αγίου Χριστόφορου
- Η Παπαστράτειος Δημοτική Βιβλιοθήκη και η αίθουσα τέχνης Καπράλου
- Αρχαιολογικό Μουσείο
- Ο κήπος των Ηρώων
- Μουσείο Ιστορίας και Τέχνης
- Σπίτι Κωστή Παλαμά και οικογένειας Τρικούπη
- Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Χρήστου και Σοφίας Μοσχανδρέου
- Το ενετικό κάστρο
- Το ενετικό λιμάνι

Πολιτιστικά δρώμενα, εκδηλώσεις:

- Το ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ Αγρινίου
- Εορτές εξόδου Ιεράς Πόλεως Μεσολογγίου
- Πολιτιστικό Καλοκαίρι Μεσολογγίου
- Εκδηλώσεις Ναυμαχίας Ναυπάκτου
- Διασκέδαση

Συνέδρια, με αέρα ανανέωσης:

- Μονή Μεταμόρφωσης του Σωτήρος, Σκάλα Ναυπακτίας

Αρχαιολογικοί χώροι – Μνημεία:

- Η αρχαία πόλη των Οινιάδων & το Θέατρό της
- Η αρχαία Στράτος & το Θέατρό της
- Το ενετικό κάστρο της Ναυπάκτου
- Το κάστρο της Βόνιτσας
- Το Φρούριο του Ακτίου
- Το Τείχος του Μεσολογγίου
- Ο Ανεμόμυλος του Μεσολογγίου

Μουσεία:

- Αρχαιολογικό Μουσείο Αγρινίου
- Αρχαιολογικό Μουσείο Θυρρείου Βόνιτσα
- Μουσείο Ιστορίας και Τέχνης
- Μουσείο Βάσως Κατράκη
- Πινακοθήκη Σύγχρονης Τέχνης Αιτωλοακαρνανίας Χρήστου & Σοφίας Μοσχανδρέου

Μνημεία της Φύσης:

- Δάσος Λεσινίου Αιτωλοακαρνανίας
- Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου – Αιτωλικού
- Αμβρακικός Κόλπος

Μοναστήρια και Ναοί:

- Ι.Μ. Μυρτιάς
- Ασκηταριά Βαράσοβας
- Ι.Μ Ρέθα Γενέσιον της Θεοτόκου
- Ι.Μ. Παντοκράτορα
- Ι.Μ. Αγίας Ελεούσας
- Ι.Μ. Αγίου Συμεών ή Άι- Συμιού
- Ι.Μ. Βλοχού

- Καθολικό Μονής Φωτμού
- Ι.Μ. Λιγοβιτσίου
- Ι.Μ. Ρόμβης
- Ι.Μ. Αγίου Ιωάννη Προδρόμου «Βομβακούς»
- Ι.Μ. Παναγίας Αμπελακιώτισσας
- Καθολικό Ι.Μ Παναγίας Παναξιιώτισσας Γαυρολίμνης

Θέατρα:

- «Θέατρο του Δήμου Αγρινίου»

2.3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΛΕΙΑΣ

Αθλητικός Τουρισμός:

Η Περιφερειακή Ενότητα Ηλείας διαθέτει αθλητικούς χώρους, στάδια, γήπεδα ανάμεσα στα οποία το Δημοτικό Στάδιο Πύργου με Στίβο, Γήπεδο Ποδοσφαίρου αλλά και Κλειστό Γυμναστήριο. Επίσης, στην Αρχαία Ολυμπία το κλειστό γυμναστήριο έχει χωρητικότητα 300 θέσεων και αποτελεί πραγματικό στολίδι για την περιοχή.

- Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία
- Trekking
- Πεζοπορία
- Ράφτινγκ, κανόε καγιάκ
- Ποδήλατο βουνού στην περιοχή της Φολόης
- Κυνήγι
- Ιππικοί Όμιλοι
- Kite surf στην παράλια του Αγίου Ηλία
- Σκι στη λίμνη Καϊάφα
- Ιστιοπλοΐα
- Ναυτικός Όμιλος Κατάκολου

Παραλίες:

- Παραλία Κάτω Σαμικού
- Παραλία Καϊάφας
- Παραλία Ζαχάρως
- Παραλία Σκαφιδιά
- Παραλία Άγιος Ανδρέας
- Παραλία Λεβεντοχώρι
- Παραλία Παλούκι
- Παραλία Κουρούτας
- Παραλία Θίνες Βαρθολομιού
- Παραλία Αρκούδι

Ιαματικές πηγές:

- Ιαματική πηγή Κυλλήνης
- Ιαματική πηγή Καϊάφα
- Λουτρά Υρμίνης

Αξιοθέατα:

- Δημοτική Αγορά
- Λάτσειο Δημοτικό Μέγαρο
- Δημόσια Κεντρική βιβλιοθήκη Πύργου
- Σιδηροδρομικός σταθμός
- Ιερός Ναός Αγίας Κυριακής
- Επαρχείο
- Ιερός Ναός Αγίου Νικολάου
- Λαζαράκειο Δημοτικό Μέγαρο
- Δημοτικό Λαογραφικό Μουσείο
- Κτήριο Μπελογιάννη – Μουσείο Εθνικής Αντίστασης
- Κτήριο Τατάνη – Μουσείο Τύπου του Απόδημου Ελληνισμού

- Παπαχριστοπούλειος Δημοτική Βιβλιοθήκη
- Εθνικό Στάδιο
- Δημοτικό Κλειστό γυμναστήριο Αμαλιάδας
- Παραλία Κουρούτας
- Παραλία Παλούκι

Πολιτιστικά δρώμενα, εκδηλώσεις:

- Θέατρο «Απόλλων»
- Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ολυμπίας για παιδιά και νέους
- Εορτή Αγίου Χαραλάμπους
- Διασκέδαση

Συνέδρια, με αέρα ανανέωσης:

- Συνεδριακό και Εκθεσιακό Κέντρο ΣΠΑΠ Ολυμπίας
- Συνεδριακό Κέντρο Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας

Αρχαιολογικοί χώροι – Μνημεία:

- Αρχαία Ολυμπία
- Οι Ολυμπιακοί Αγώνες
- Αρχαία Ήλιδα
- Ο Ναός του Επικούριου Απόλλωνα
- Κάστρο Χλεμούτσι

Μουσεία :

- Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας
- Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων της Αρχαιότητας
- Μουσείο Ιστορίας των ανασκαφών της Ολυμπίας
- Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας
- Μουσείο Φραγκοκρατίας στο Χλεμούτσι

- Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου
- Λαογραφικό Μουσείο Ανδρίτσαινας
- Η Δημόσια Ιστορική Βιβλιοθήκη Ανδρίτσαινας

Μνημεία της Φύσης:

- Η Νέδα και οι καταρράκτες της
- Λιμνοθάλασσα Κοτυχίου, Δάσος Στροφυλιάς
- Δρυοδάσος της Φολόης
- Θίνες Βαρθολομιού
- Λιμνοθάλασσα Καϊάφα

Μοναστήρια και Ναοί:

- Ι.Μ. Φραγκαβίλλας
- Ι.Ν. Παναγίας της Καθολικής στη Γαστούνη
- Ι.Μ. Σκαφιδιάς
- Ι.Μ. Παναγίας της Βλαχέρνας
- Ι.Μ. Παναγίας Κρεμαστής
- Ι.Μ. Σεπετού
- Το μοναστήρι της Αγίας Ελεούσας
- Ι.Μ. Αγίου Νικολάου Φραγκοπηδήματος
- Αγία Σοφία Ανδραβίδας

Θέατρα:

- Πύργος
- Δρούβα αρχαίας Ολυμπίας
- Φλόκα αρχαίας Ολυμπίας
- Θέατρο Αρχαίας Ήλιδας
- Θέατρο Κάστρου Χλεμουτσίου

- Θερνοί κινηματογράφοι

2.3.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΧΑΪΑΣ

Αθλητικός Τουρισμός:

Ανάμεσα στους Αθλητικούς χώρους της Περιφερειακής Ενότητας Αχαΐας είναι το Παμπελοποννησιακό Στάδιο (Στίβος και Γήπεδο Ποδόσφαιρου) και το Κλειστό Γυμναστήριο Τόφαλος – ΕΑΚ Πατρών, το Ανοιχτό Κολυμβητήριο του Ναυτικού Όμιλου Πάτρας και το Δημοτικό Στάδιο Αίγιου στο Αίγιο.

- **Χειμερινό σκι :** Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων
- **Αναρρίχηση:** Χατζούρι, Αλεποχώρι, Καλογριάς, Σπαρτιά, Όρος Σκόλις, Σαντομέρι
- **Πεζοπορία, Ορειβασία:** διαδρομές στο Παναχαϊκό, διαδρομές στον Ερύμανθο, διαδρομές στο Χελμό, τα ύδατα της Στυγός, διαδρομές στο Αφροδίσιο διαδρομές στον Κλωκό
- **Καταφύγια:** Παναχαϊκό (Ψαρθί), Χελμός (Καταφύγιο Διάσελου Αυγού)
- **Ποδήλατο βουνού :** Γύρος του Όρους Λαμπεΐας
- **Αλεξίπτωτο πλαγιάς :** Σαντομέρι, Σκιάδα, Ομπλός, Παναχαϊκό, Γιαννισκάρι, Ερύμανθος, Καλάβρυτα
- **Ιππικοί Όμιλοι :** Ιππικός Όμιλος Πατρών (σχολή Ιππασίας), Ιππικός Όμιλος Αχαΐας «Ιπποκάμηλος», Ιππικό Κέντρο στη παραλία Καλογριάς
- **Κονήγι**
- **Ιστιοπλοΐα :** Πατραϊκός Κόλπος
- **Open Kite surf festival :** Ακρωτήριο του Δρεπάνου

Παραλίες:

- Παραλία Πούντα
- Παραλία Καλογριά
- Παραλία Σελιανίτικα
- Παραλία Άβυθος ή αλλιώς Άκολη
- Παραλία Νικολαΐκα - Ελαιώνας

- Παραλία Ακράτας
- Παραλία Ρίου – Παραλία Αγίου Βασιλείου
- Λόγγος
- Αλυκές και παραλία κάτω Αχαΐας
- Λακκόπετρα και Νιφοραίικα

Ιαματικές πηγές:

- Ιαματική πηγή Σελιανίτικων

Αξιοθέατα:

- Το μεσαιωνικό κάστρο
- Η βασιλική του Αγίου Ανδρέα
- Νέος Ιερός Ναός του Αγίου Ανδρέα
- Το πηγάδι του Αγίου Ανδρέα
- Το Δημοτικό Θέατρο «Απόλλων»
- Το Αρχαιολογικό Μουσείο Πάτρας
- Η Παναγία η Τρυπητή
- Μητροπολιτικός Ναός Παναγίας της Φανερωμένης
- Ναός των Εισοδίων της Θεοτόκου
- Παλαιά Αγορά
- Μέγαρο Παναγιωτόπουλου

Πολιτιστικά δρώμενα, εκδηλώσεις:

- Το Καρναβάλι της Πάτρας
- Το Διεθνές Φεστιβάλ Πατρών
- Το Φεστιβάλ Πάτρας – Θεσμός Αρχαίου Δράματος
- Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Πάτρας
- Διασκέδαση

Συνεδρία, με αέρα ανανέωσης:

- Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο του Πανεπιστημίου Πατρών
- Πολυδύναμο Συνεδριακό Κέντρο Α.Τ.Ε.Ι Πατρών
- Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Πάτρας
- Κτήριο Αγοράς Αργύρη

Αρχαιολογικοί χώροι – Μνημεία:

- Αρχαία Αιγείρα
- Τείχος Δυμαίων
- Το Κάστρο της Πάτρας
- Το Φρούριο του Ρίου

Μουσεία:

- Αρχαιολογικό Μουσείο Πάτρας
- Αρχαιολογικό Μουσείο Αιγίου
- Μουσείο Καλαβρυτινού Ολοκαυτώματος

Μνημεία της Φύσης:

- Δάσος Εθνικής Ανεξαρτησίας Καλαβρύτων
- Δάσος Κανίσκας
- Φαράγγι Βουραϊκού Οδοντωτός Σιδηρόδρομος
- Λιμνοθάλασσα Καλογριάς Δάσος, Έλος Λάμιας

Μοναστήρια και Ναοί :

- Ι.Μ. Αγίου Ανδρέου
- Το πηγάδι του Αγίου Ανδρέα
- Ι.Μ. του Μεγάλου Σπηλαίου
- Ι.Μ. Αγίας Λαύρας
- Ι.Μ. Γηροκομείου

- Ι.Μ. Ομπλού
- Ι.Μ. Αγίων Πάντων
- Ι.Μ. Παναγίας Νοτενών
- Η Παναγία η Τρυπήτη στο Αίγιο
- Μητροπολιτικός Ναός Παναγίας της Φανερωμένης Αιγίου
- Ι.Μ. Μαρίτης
- Ι.Ν. Αγίου Νικολάου

Θέατρα:

- Θέατρο «Απόλλων»
- Ρωμαϊκό Ωδείο
- Θέατρο «Αγορά»
- «Λιθογραφείον»
- Θερινά Θέατρα
- Θέατρο του Κάστρου
- Θεατράκι της Μαρίνας Πατρών
- Ανοιχτό Λαϊκό Δημοτικό Θέατρο
- Δημοτικό Κινηματοθέατρο Απόλλων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ

3.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ο τουρισμός εμπειρίας και γνώσης φαίνεται με σημαντική βεβαιότητα να αποτελεί την απάντηση στο νέο μοντέλο ζήτησης.

Το νέο αυτό μοντέλο τουριστικής ζήτησης όμως, απαιτεί συγκεκριμένες προϋποθέσεις προκειμένου να αναπτυχθεί, όπως η ύπαρξη φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος σε καλή κατάσταση, αυθόρμητη και καλής ποιότητας φιλοξενία, υποδομές με αναφορές στην ήπια ανάπτυξη, προσβασιμότητα, παροχή εναλλακτικών υπηρεσιών (διαδικτύου, ιατρικής υποστήριξης κ.α.), ανεπτυγμένη ποιότητα προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών βασισμένο στη τοπική κουλτούρα (πολιτιστική, διατροφική κ.α.). Η χώρα μας μπορεί να μην τα διαθέτει όλα, αλλά σίγουρα διαθέτει τα περισσότερα και βασικότερα και μάλιστα σε υπερθετικό βαθμό.

Το παλιό μοντέλο της τουριστικής ανάπτυξης ακόμα και σε χώρες με υψηλή τουριστική ανάπτυξη και αποτελέσματα, μπαίνει σε δεύτερη μοίρα καθώς χρόνο με το χρόνο προσφέρει λιγότερα κέρδη σε σχέση με τα προβλήματα που έχει δημιουργήσει και δημιουργεί και το κόστος αποκατάστασης τους. Χώρες όπως η Κύπρος, η Ισπανία βρίσκονται σε κρίση σε σχέση με το πραγματικό όφελος από το μαζικό τουρισμό (λαμβάνοντας υπόψη τον οικονομικό ανταγωνισμό από τις νέες αγορές της Βαλκανικής και τη Τουρκία) και αυτό αποδεικνύεται από τα προβλήματα που δημιουργούνται και περιβάλλοντος και την ανάγκη για μεγάλες δαπάνες αποκατάστασης (π.χ. Ισπανία).

Η νέα κατάσταση σε επίπεδο τουριστικής ζήτησης δεν προϋποθέτει εγκατάλειψη του μαζικού τουρισμού, αλλά μία αλλαγή ως προς το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που θα αποτελέσει προτεραιότητα τα επόμενα χρόνια για τη χώρα. Όχι αόριστοι αλλά με βάση το μοντέλο τουριστικής ζήτησης που διαμορφώνεται και αναφέρθηκε παραπάνω. Οι προϋποθέσεις υπάρχουν και οι οικονομικές προοπτικές είναι καλές. Σύμφωνα με μελέτες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού λόγω της ποιότητας των τουριστών και των πολλαπλών δραστηριοτήτων με τις οποίες ασχολούνται, δημιουργούν περισσότερα και όχι μονοσήμαντα οικονομικά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες.

3.2 ΤΡΟΠΟΣ ΠΡΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας έχει σπάνια γεωμορφολογία και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Εκατοντάδες χιλιόμετρα δαντελωτών ακτών, επιβλητικά βουνά, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα "προικίζουν" την ελληνική γη με εντυπωσιακά τοπία, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της περιοχής, καθιστούν την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού τουρισμού.

Η βασική ιδιαιτερότητα αυτής της μορφής τουρισμού στις ανεπτυγμένες αγροτουριστικά χώρες είναι πως βασίζεται σε διανομή σε φάρμες στην ύπαιθρο, κάτι το οποίο δεν υπάρχει στον αντίστοιχο βαθμό στην Ελλάδα, αν και διαθέτει μεγάλο αξιοποιήσιμο κεφάλαιο προς αξιοποίηση (λαϊκός και πολιτιστικό πλούτος, γεωφυσικά στοιχεία, κ.τ.λ.). Με τις κατάλληλες προσαρμογές στα δεδομένα του Ελληνικού τοπίου, ο Ελληνικός Αγροτουρισμός μπορεί να βρεθεί σε ανταγωνιστική θέση συμβάλλοντας έτσι στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα θα ενισχύσει το εισόδημα των κατοίκων στις περιοχές-προορισμούς.

3.2.1 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Πορτογαλία

Το «*Casas do Cruzeiro*» είναι ένα φιλόξενο και οικογενειακό σπίτι που βρίσκεται στο ιστορικό χωριό της Marialva. Μόλις φτάσετε στο σπίτι θα βρεθείτε σε ένα ευχάριστο περιβάλλον που σας προσκαλεί να καθίσετε κάτω από τη σκιά των ελαιόδεντρων και να απολαύσετε την ηρεμία της φύσης. Το σπίτι είναι χτισμένο σε μια ελκυστική τοποθεσία στο κέντρο του χωριό Marialva, από το οποίο έχετε απέραντη θέα σε όλη την ύπαιθρο.

Θα ανακαλύψετε την τεράστια πατρογονική κληρονομιά και την ιστορία της Marialva, θα απολαύσετε το εκπληκτικό φυσικό τοπίο της και θα δοκιμάσετε τις γεύσεις της τοπικής γαστρονομίας. Μένοντας στο «*Casas do Cruzeiro*» μπορείτε επίσης να δοκιμάσετε κάποιες από τις παρακάτω δραστηριότητες: δοκιμές κρασιού, πεζοπορία, βόλτες με το ποδήλατο, κωπηλασία με κανό, ψάρεμα, κινήγι, rafting, διάσχιση φαραγγιών, κρουαζιέρα στον ποταμό Douro, paintball

Ισπανία

Το «*Sant Joan*» είναι ένα αγροτικό ράντσο στην Μενόρκα. Βρίσκεται σε μια έκταση 12 εκταρίων. Η μισή έκταση έχει αναδασωθεί με πεύκα και αγριελιές, και η άλλη μισή τροφοδοτεί τη Μενόρκα με πρόβατα που βόσκουν στο κτήμα.

Το κατάλυμα διαθέτει επίσης εστιατόριο με τοπικές σπεσιαλιτέ, καθώς και πολλές δραστηριότητες που μπορούν να παρακολουθήσουν οι τουρίστες: πεζοπορία, ιππασία, ποδηλασία, πτήσεις με αεροσκάφος, καταδύσεις, rafting, πολιτιστικές επισκέψεις.

Ιταλία

Μπορείτε να μείνετε στο αγρόκτημα «*Greppo All' Olivo*» το όνομα του προέρχεται από το γεγονός ότι ο οικισμός βρίσκεται πάνω σε ένα μικρό λόφο «*Greppo*» (στα ιταλικά), σε ένα πολύ μεγάλο ελαιώνα. Βρίσκεται στην περιοχή της Τοσκάνης

Υπάρχουν διάφοροι στάβλοι στην περιοχή που προσφέρουν οργανωμένες εκδρομές με άλογα. Χάρη σε ένα δίκτυο από καλά διατηρημένους επαρχιακούς δρόμους υπάρχουν πολλές δυνατότητες για ποδηλασία και ποδηλασία βουνού. Η περιοχή διαθέτει υπέροχες παραλίες για ηλιοθεραπεία και καθαρή θάλασσα για κολύμπι, ιστιοπλοΐα καταδύσεις και windsurfing. Τέλος μπορείτε να ένε ιδιωτικό ταξίδι με αεροσκάφος πάνω από τους λόφους της Τοσκάνης.

Γαλλία

Υπάρχει ένα αγρόκτημα που εκτός από διαμονή χρησιμοποιείτε και για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Φιλοξενεί ομάδες παιδιών στο αγρόκτημά του είτε προέρχονται από σχολεία είτε όχι. Ο στόχος είναι να φέρει το παιδί σε επαφή με τη φύση και να του προξενήσει το ενδιαφέρον για αυτή. Το αγρόκτημα είναι ένα πραγματικό παιδαγωγικό εργαλείο μάθησης που μπορεί να μεταβάλλεται ανάλογα με το πρόγραμμα σπουδών.

3.2.2 ΟΙΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας η αμπελοοινική παράδοση είναι ιδιαίτερα πλούσια. Το κρασί δεν είναι συνδεδεμένο μόνο με τις διατροφικές συνήθειες των κατοίκων, αλλά και με την θρησκευτική και λαϊκή παράδοση και με την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής. Την διατήρηση και ανάδειξη αυτής της κληρονομιάς υποστηρίζει ο οινοτουρισμός, που προσφέρει μια προσεκτικά επιλεγμένη διαδρομή, η οποία διασχίζει τα πιο γραφικά σημεία μιας αμπελοοινικής ζώνης και να επισκεφτεί επιλεγμένες οινοπαραγωγικές μονάδες. Η μορφή αυτή τουρισμού, απόλυτα εναρμονισμένη με το περιβάλλον και άριστα οργανωμένη στοχεύει στην ουσιαστική γνωριμία με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας μέσα από την παράδοση της αμπελοοινικής και της οινοποίησης.

Στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας το οινοτουριστικό ενδιαφέρον είναι μεγάλο. Οι αμπελώνες της Αιτωλοακαρνανίας, της Αχαΐας και της Ηλείας είναι ονομαστοί τόσο για τις τοπικές όσο και για τις διεθνής ποικιλίες τους, ενώ τα τελευταία χρόνια, έχουν δημιουργηθεί και δίκτυα βιολογικών καλλιέργειών. Στα οινοποιεία της παρασκευάζονται διεθνώς αναγνωρισμένοι οίνοι προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης αλλά και εξαιρετικής ποιότητας τοπικοί οίνοι. Από τα επισκέψιμα οινοποιεία κάποια παρουσιάζουν μεγάλο ιστορικό και αρχαιολογικό ενδιαφέρον. Όλα προσφέρουν με προθυμία και μεράκι τις υπηρεσίες τους και τα εκλεκτά προϊόντα τους στον επισκέπτη. Δεν λείπουν, βέβαια, και οι μικρές και φιλόξενες οικογενειακές μονάδες, όπου αισθάνεται κανείς σαν το σπίτι του.

Οινοπαραγωγή:

Αιτωλοακαρνανία : Αστακό, Θέρμο, Θεστειων, Παλαίρου, Μεδεωνος, Ιερά Πόλη Μεσολογγίου, Ναύπακτος, Οινιάδες

Αχαΐα : ΠΓΕ Αχαΐα (Τοπικός Οίνος Αχαΐας ή Αχαϊκός Τοπικός Οίνος), ΠΓΕ Πλαγιές Αιγιαλείας (Τοπικός Οίνος Πλαγιών Αιγιαλείας), ΠΓΕ Πλαγιές Πετρωτού (Τοπικός Οίνος Πλαγιών Πετρωτού)

Ηλεία : Πύργος, Γαστούνη, Αρχαία Ολυμπία, Κρεστένα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4.1 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Μία έρευνα αποτελείται από πολλά και σύνθετα βήματα τα οποία στο τέλος καταφέρνουν και μας παρουσιάζουν ένα ολοκληρωμένο και σωστά δομημένο αποτέλεσμα. Κεντρικό ρόλο σε όλο αυτό θα λέγαμε ότι παίζει και ο πληθυσμός (ο οποίος και συμβολίζεται με N). Ο πληθυσμός δεν είναι τίποτα άλλο από μία ομάδα στόχος την οποία και ο ερευνητής θέλει να μελετήσει ώστε μέσα από αυτή να παράγει ορισμένα συμπεράσματα. Τα άτομα κάθε πληθυσμού φέρουν τα δικά τους χαρακτηριστικά γι' αυτό και κάθε ομάδα πληθυσμού είναι ξεχωριστή. Η δυνατότητα του να αντλούνται επιμέρους στοιχεία από έναν πληθυσμό σίγουρα αυτό τον καθιστά και προσβάσιμο. Έτσι, οριοθετώντας τον πληθυσμό έρευνας ένας οποιοσδήποτε ερευνητής καταλήγει στο να διαμορφώνει ενέργειες και πολιτικές σωστής δειγματοληψίας. Διαμορφώνει δηλαδή το δικό του δειγματοληπτικό πλαίσιο στο οποίο θα εστιάσει για την μελέτη του, διατηρώντας κάθε φορά τα ανάλογα κριτήρια που απαιτούνται (Δαρβίρη Χρ.). Κατά ανάλογο τρόπο θα δράσουμε και εμείς στην παρούσα έρευνα ώστε να μεταβούμε σε ένα πεδίο μελέτης (πληθυσμό) που θα πληρεί τα κριτήρια του δικού μας δειγματοληπτικού πλαισίου.

Τα άτομα όπου απευθυνθήκαμε για την διεκπεραίωση της έρευνας μας δεν είναι από κάποιο συγκεκριμένο τμήμα ή ομάδα αντιθέτως ανήκουν σε διάφορες κατηγορίες ηλικιών, κοινωνικών επιπέδων κλπ. Το γνωστικό επίπεδο των ατόμων αυτών δεν ήταν ευδιάκριτο εξαρχής με αποτέλεσμα να μην γνωρίζουμε σε τι εκπαιδευτικό επίπεδο απευθυνόμαστε. Παρόλα αυτά οι γνώσεις αυτών αποδείχθηκαν επαρκής για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου μας. Τα ερωτηματολόγια δόθηκαν σε αυτά με τρόπο τυχαίο ύστερα από την επιλογή ενός χώρου με μεγάλο αριθμό ατόμων.

4.2 ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ – ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Σκοπός οποιασδήποτε έρευνας είναι η άντληση στοιχείων, απαραίτητων πληροφοριών μέσω ενός κατάλληλου και αντιπροσωπευτικού δείγματος ώστε να καταφέρουμε να καταλήξουμε σε επιθυμητά, ακριβή και συνάμα αξιόπιστα αποτελέσματα. Επομένως, η δειγματοληψία θα λέγαμε ότι αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα όλων σε μια έρευνα, πόσο μάλλον στην παρούσα έρευνα όπου διεξάγεται κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις.

Πρώτη προϋπόθεση, το δείγμα μας θα πρέπει να είναι *μη πιθανό* και αυτό διότι ο πληθυσμός μας είναι διάσπαρτος ή και μη διαθέσιμος με αποτέλεσμα η ομαδοποιημένη δειγματοληψία να μην μπορεί να εφαρμοστεί επαρκώς. Στην περίπτωση αυτής της έρευνας η ομαδοποιημένη δειγματοληψία σίγουρα θα οδηγούσε σε λάθη γιατί είναι αρκετά δύσκολο να συμπληρωθούν ερωτηματολόγια από άτομα ίδιων ιδιοτήτων – χαρακτηριστικών.

Δεύτερη προϋπόθεση της έρευνάς μας είναι η δειγματοληψία μας να είναι *επιτρεπτού ορίου* πράγμα που σημαίνει ότι αυτή πραγματοποιείται σε στρώματα του πληθυσμού, όπως αυτός χωρίζεται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του, και ύστερα υπολογίζεται πόσοι από κάθε στρώμα θα συμμετέχουν σε αυτή ώστε να υπάρχει αντιπροσωπευτικότητα. Σημαντικό εδώ είναι το ότι από τη στιγμή που το μέγεθος του κάθε στρώματος έχει αποφασιστεί δεν κάνουμε καμία τυχαία επιλογή στο δείγμα μας.

Το μόνο που επιδιώκουμε ως ερευνητές είναι να συμπληρώσουμε έναν ικανοποιητικό αριθμό δείγματος για κάθε στρώμα.

Ένας ακόμη παράγοντας της δειγματοληψίας μας είναι και ο καθορισμός του μεγέθους του δείγματος. Γνωρίζοντας ότι τα μεγαλύτερα δείγματα είναι και αυτά που αυξάνουν τις πιθανότητες για περισσότερη αντιπροσωπευτικότητα στον πληθυσμό και μειώνουν ταυτόχρονα και τις πιθανότητες σφαλμάτων του δείγματος, δεν ξεχνάμε ότι είναι και αυτά που προκαλούν ανακρίβειες λόγω αντιλήψεων και προκαταλήψεων των ατόμων του δείγματος. Παρόλα αυτά το μέγεθος μπορεί να καθοριστεί και εμπειρικά. Εκεί είναι που παρατηρούμε και ότι όσο μικρότερος είναι ο πληθυσμός τόσο μεγαλώνει η ανάγκη για μεγαλύτερο μέγεθος δείγματος και αντιστρόφως. Τέλος, παράμετροι όπως η ακρίβεια, η διακύμανση στην ποικιλομορφία του πληθυσμού και οι μεταβλητές που μελετώνται αποτελούν παράγοντες για τον καθορισμό του δείγματος (Γούλα Α.), (Δαρβίρη Χρ.).

Ως επακόλουθο αυτών εκτιμούμε πως το καλύτερο μέγεθος του δείγματος μας για τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων μας θα ήταν το μέγεθος των 150 ατόμων για το ερωτηματολόγιο που απευθύνεται στους κατοίκους της περιφέρειας και 20 επιχειρήσεων στο ερωτηματολόγιο που αφορά εξολοκλήρου τις επιχειρήσεις. Ένα μέγεθος που θα αποφέρει αποτελέσματα έχοντας υπόψη και την πιθανότητα λάθους. Τα 150 και 20 αντίστοιχα ερωτηματολόγια δηλαδή που θα απαντηθούν και θα συλλεχθούν φαίνονται να πληρούν τις παραπάνω προϋποθέσεις για την έρευνά μας.

4.3 ΜΕΤΡΗΣΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

Η δημιουργία ενός ερωτηματολογίου είναι μια ενέργεια η οποία κρύβει από πίσω της μια σειρά άλλων εργασιών, η σύνδεση των οποίων επιφέρει και το τελικό αποτέλεσμα μιας έρευνας. Μία από αυτές τις επιμέρους ενέργειες λοιπόν είναι και η κωδικοποίηση των ερωτήσεων που περιέχονται σε κάθε ενότητα του ερωτηματολογίου μας. Η κωδικοποίηση αυτή αποτελεί θα λέγαμε τον συνδετικό κρίκο για την μετάβαση από τη δημιουργία ενός ερωτηματολογίου στην απόδοση τελικών αποτελεσμάτων βάση απαντήσεων που λαμβάνονται μέσω ερωτήσεων από το δείγμα μας. Επομένως, με την μέτρηση μεταβλητών οργανώνουμε τον τρόπο με τον οποίο θα επεξεργαστούμε τα δεδομένα μας στο πρόγραμμα στατιστικής επεξεργασίας πληροφοριών όπου θα τα εισάγουμε ώστε να εξάγουμε και τα ανάλογα στατιστικά στοιχεία της έρευνας. Η διαδικασία αυτή απαιτεί προσοχή καθώς και τη δυνατότητα του να μπορούμε να μετατρέψουμε μία ανοικτού τύπου ερώτηση σε μια κλειστού τύπου αντίστοιχα. Το ερωτηματολόγιό μας σε κωδικοποιημένη μορφή δίδεται στο παράρτημα στο τέλος της εργασίας μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

5.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η συλλογή δεδομένων και πληροφοριών λαμβάνοντας υπόψη τα θέματα που προκύπτουν γύρω από αυτή ακολουθεί τους κανόνες της ερευνητικής διαδικασίας. Ο ερευνητής ή αλλιώς η ερευνητική ομάδα μέσω της κατάλληλης μεθόδου συλλογής δεδομένων στοχεύει στην αποτελεσματικότερη διαχείριση του υλικού που αποσπά. Η μέθοδος συλλογής επιλέγεται κάθε φορά σε σχέση με το ερευνητικό μας θέμα και φυσικά ανάλογα με τους σκοπούς που θέλουμε να επιτύχουμε ως ερευνητές (Δαρβίρη Χρ.).

Στην έρευνα μας αναλογιζόμενοι τους αντίστοιχους ερευνητικούς μας σκοπούς επιλέγουμε να χρησιμοποιήσουμε ως εργαλείο συλλογής πληροφοριών το ερωτηματολόγιο. Το πρώτο ερωτηματολόγιο που αφορά τους κατοίκους της Περιφέρειας αποτελείται από 15 κλειστού τύπου ερωτήσεις και 3 ανοικτού τύπου. Ενώ το δεύτερο ερωτηματολόγιο που αφορά τις επιχειρήσεις αποτελείται από 18 κλειστού τύπου και μόλις μια (3) ανοικτού τύπου ερώτηση.

Κάθε ερωτηματολόγιο όπως και το δικό μας βασίζεται και δημιουργείται έχοντας ως βάση κάποιες αρχές σύνταξης αυτού. Αρχές οι οποίες του αποδίδουν αυτά τα χαρακτηριστικά με τα οποία όχι απλά θα καθοριστεί το περιεχόμενο του αλλά και θα οδηγήσουν στην αποδοτικότερη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Τα χαρακτηριστικά αυτά θα λέγαμε ότι δεν είναι παρά η ευανάγνωστη μορφή που πρέπει να λαμβάνει κάθε ερωτηματολόγιο. Μέσα από αυτό απορρέουν στοιχεία στα οποία οφείλουμε να δίνουμε προσοχή, όπως για παράδειγμα η γλώσσα στην οποία γράφεται. Θα πρέπει δηλαδή να γράφεται σε απλή, κατανοητή δίχως ασαφή και ενδεχομένως

προσβλητικές έννοιες, οι οποίες πιθανόν να προκαλέσουν άσχημες συναισθηματικές αντιδράσεις στους ερωτούμενους. Το μέγεθος των ερωτήσεων αλλά και γενικότερα του ερωτηματολογίου θα πρέπει να μην εξαντλεί το άτομο που το συμπληρώνει ενώ παράλληλα ο ερωτούμενος να έχει μια ομαλή μετάβαση από την μία ερώτηση στην άλλη καθώς το διαβάζει. Όλες οι ερωτήσεις θα πρέπει να ανταποκρίνονται επαρκώς στον πληθυσμό μας ενώ σε αυτό θα περιλαμβάνονται και οδηγίες σχετικά με την συμπλήρωση του. Εστιάζοντας στα παραπάνω κατανοούμε πως η καλαισθησία δίνει την εικόνα ενός καλού ερωτηματολογίου. Η αξιοπιστία και η εγκυρότητα του όμως σε συνδυασμό με την δυνατότητα του να επιτρέπει την επεξεργασία και ανάλυση δεδομένων το κάνουν ακόμη πιο ισχυρό και γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να υπάρχουν.

Σημασία όμως δεν έχει μόνο η σωστή δημιουργία ενός ερωτηματολογίου αλλά και ο τρόπος με τον οποίο αυτό θα συμπληρωθεί. Οι τρόποι αυτοί διακρίνονται με βάση τον πληθυσμό στον οποίο κάθε φορά απευθυνόμαστε ενώ όλοι αποσκοπούν στη καλύτερη συμπλήρωση του (Δαρβίρη Χρ.).

Στην δική μας περίπτωση χρησιμοποιήθηκαν δύο μέθοδοι συμπλήρωσης:

- Η μέθοδος της αυτοαναφοράς και
- Η μέθοδος με την βοήθεια του ερευνητή.

Με την πρώτη μέθοδο τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από τους ίδιους τους ερωτώμενους δίχως την συμμετοχή του ερευνητή. Στην δε δεύτερη μέθοδο όμως υπήρξε η ανάγκη για βοήθεια καθώς κρίθηκε αναγκαία από τον ίδιο τον ερωτώμενο ύστερα από προθυμία που έδειξε στο να συμμετάσχει και ο ίδιος στην ερευνά μας.

5.2 ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η έρευνα μας διεξάχθηκε τη δεύτερη εβδομάδα του Ιουλίου και η πρώτη επαφή σχετικά με το ερευνητικό μας μέρος υπήρξε πολύ καλή καθώς το μεγαλύτερο μέρος του αριθμού των ερωτώμενων ανταποκρίθηκε άμεσα. Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν ηλεκτρονικά μέσω e – mail αλλά και αυτοπροσώπως. Η διανομή αυτών ηλεκτρονικά ολοκληρώθηκε με επιτυχία καθώς το δείγμα μας φάνηκε εξαρχής πρόθυμο να συμμετάσχει. Το κλίμα που επικράτησε ήταν θερμό αντέδρασαν θετικά θέτοντας μας μάλιστα και ορισμένα ερωτήματα σχετικά με την έρευνα που διεξάγουμε. Η προσωπική επαφή με τους ερωτώμενους επέφερε ορισμένες αρνητικές αντιδράσεις. Ύστερα από άμεση επικοινωνία με τους ερωτώμενους διαπιστώσαμε ότι οι αρνητικές αντιδράσεις οφειλόταν κυρίως σε μη γνώσεις σχετικά με το ερευνητικό μας θέμα. Αποτέλεσμα αυτού ήταν να φανούν απρόθυμοι στο να συμμετάσχουν ενώ εμείς ως ερευνητές αποδεχτήκαμε το γεγονός μη φέροντας σε δυσχερή θέση τους ερωτώμενους.

5.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΟΡΘΟΤΗΤΑΣ – ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Για να ελεγχθεί η αξιοπιστία ενός ερωτηματολογίου θα πρέπει πρώτα να ελεγχθεί η ορθότητα και πληρότητα αυτού. Με την έννοια *ορθότητα* εννοείται το κατά πόσο είναι ορθά, δηλαδή σωστά συμπληρωμένες οι ερωτήσεις χωρίς να αποκλίνουν από τα πλαίσια του θέματος με το οποίο ασχολούμαστε. Ενώ αντίστοιχα με την έννοια *πληρότητα* εννοείται το κατά πόσο απαντήθηκαν οι ερωτήσεις τις οποίες απευθύναμε. Στο ερωτηματολόγιο μας ύστερα από έλεγχο ορθότητας παρατηρήθηκε εκατό τις εκατό (100%) ορθότητα και στα δύο (2) ερωτηματολόγια ενώ από τον έλεγχο πληρότητας στο ερωτηματολόγιο που αφορά τους κατοίκους της περιφέρειας υπήρξε ένα μικρό ποσοστό μη πληρότητας της τάξεως του τριάντα της εκατό (30%). Η μη πληρότητα αυτή παρατηρήθηκε σε σαράντα πέντε (45) ερωτηματολόγια. Και στα σαράντα πέντε (45) αυτά ερωτηματολόγια δεν απαντήθηκαν καθόλου οι ερωτήσεις. Ενώ στο ερωτηματολόγιο των επιχειρήσεων το ποσοστό μη πληρότητας ήταν δέκα της εκατό (10%). Εδώ η μη πληρότητα παρατηρήθηκε στα 18 ερωτηματολόγια καθότι μόνο δύο μας απαντήθηκαν.

5.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

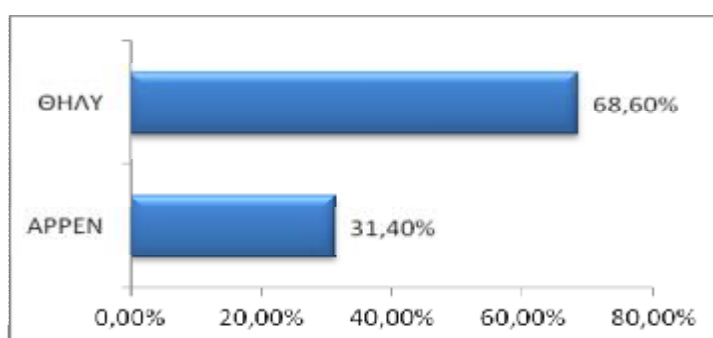
Για την στατιστική επεξεργασία των δεδομένων μιας έρευνας χρησιμοποιούνται αρκετά υπολογιστικά προγράμματα ανάλογα με την έρευνα που διεξάγεται κάθε φορά. Στην έρευνα μας όμως θα χρησιμοποιήσουμε το «Στατιστικό Πακέτο Κοινωνικής Επιστήμης» (Statistical Package of Social Science – S.P.S.S. ή αλλιώς Predictive Analysis SoftWare – P.A.S.W.). Πρόκειται για ένα πρόγραμμα καταγραφής, διαχείρισης και επεξεργασίας δεδομένων, δηλαδή ένα σύνολο από εργαλεία στατιστικής ανάλυσης που καλύπτει πλήρως τον ορισμό της στατιστικής.

Ένας από τους λόγους που επιλέξαμε αυτό το στατιστικό πακέτο για την επεξεργασία των δεδομένων μας είναι διότι προσφέρει στο χρήστη δυνατότητες αναφορών, ανάλυση και μοντελοποίηση δεδομένων καθώς επιτρέπει και την γραφική αναπαράσταση αυτών. Διαθέτει πολλές στατιστικές συναρτήσεις για ανάλυση δεδομένων μέσα από ένα εύχρηστο γραφικό περιβάλλον κάτι το οποίο διευκολύνει την απόδοση αποτελεσμάτων σε μια έρευνα όπως την δική μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

6.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

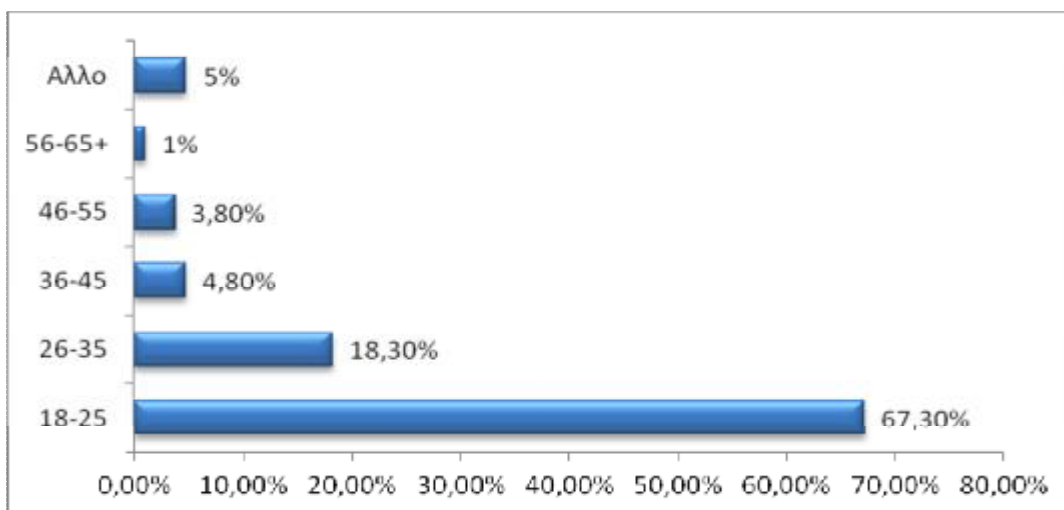
ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΕΡΩΤΗΣΗ 1: ΦΥΛΟ			
ΦΥΛΟ	ΑΝΔΡΑΣ	ΓΥΝΑΙΚΑ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	33	72	105
ΠΟΣΟΣΤΟ (%)	31,4%	68,6%	100%



Γράφημα 1: Ποσοστιαία μεταβολή (%) του φύλου ηλικίας ανά άνδρες και γυναίκες σε ποσοστό 100% του δείγματος της έρευνας.

Μελετώντας τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων μας και πιο συγκεκριμένα τις ερωτήσεις όπου αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία του πληθυσμού - δείγμα μας καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δείγματος αφορά τις γυναίκες και μάλιστα σε ποσοστό μόλις 68,6%. Αντιθέτως, το ποσοστό των ανδρών όπου ερωτήθηκαν φθάνει μόλις το 31,4%. Πράγμα που σημαίνει ότι ο πληθυσμός μας παρά τις προσπάθειές μας να είναι ισοσκελισμένος παρουσίασε στο τελικό αποτέλεσμα κάποιες μικρές αποκλίσεις. Το γεγονός αυτό δεν αλλοιώνει την εγκυρότητα των στοιχείων που αποσπάστηκαν.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΕΡΩΤΗΣΗ 2: ΗΛΙΚΙΑ							
ΗΛΙΚΙΑ	18 – 25	26-35	36-45	46-55	56-65+	Άλλο	Σύνολο
ΑΡΙΘΜΟΣ	70	19	5	4	1	5	104
ΠΟΣΟΣΤΟ (%)	67%	18%	5%	4%	1%	4,80%	100%



Γράφημα 2: Ποσοστιαία μεταβολή (%) της ηλικίας του δείγματος της έρευνας.

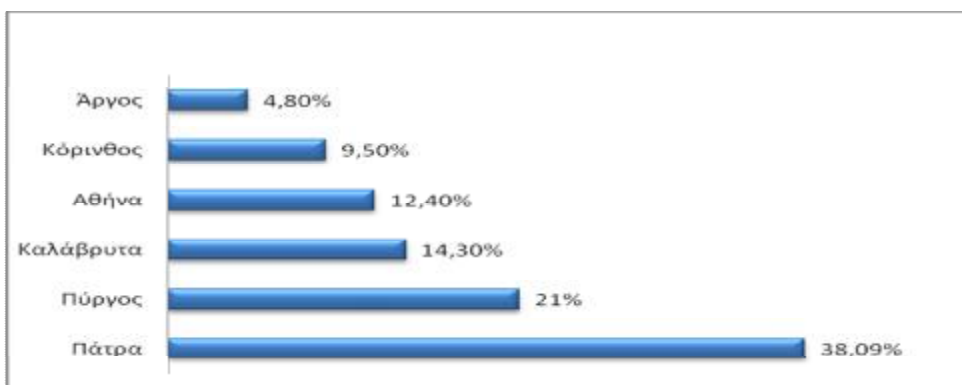
Ύστερα από την ανάλυση των δεδομένων μας πιο πάνω παρατηρούμε ότι οι ηλικίες όπου παρουσιάζονται περισσότερο στην έρευνά μας δεν είναι άλλες αυτές που περικλείει η ηλικιακή ομάδα των 18 – 25 ετών. Στην ηλικιακή αυτή ομάδα συμμετείχαν 70 άτομα σε ποσοστό 67% , στην ηλικιακή ομάδα των 26 - 35 συμμετείχαν 19 άτομα σε ποσοστό 18%, έχουμε 5 άτομα στην ηλικιακή ομάδα των 36 - 45 σε ποσοστό 5% , 4 άτομα στην ηλικιακή ομάδα των 46 - 55 σε ποσοστό 4%, αντιστοίχως 1 άτομο στην ηλικιακή ομάδα των 56 - 65⁺ σε ποσοστό 1% και τέλος στην απάντηση άλλο έχουμε 5 άτομα σε ποσοστό 4,8%. Από τα ανωτέρω συμπεραίνουμε ότι η ηλικιακή ομάδα των 56 - 65 παρουσιάζει το χαμηλότερο ποσοστό και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι παρά την προσπάθεια μας ως ερευνητές να συγκεντρώσουμε δείγμα απαντήσεων και από άτομα μεγαλύτερων ηλικιών δεν πραγματοποιήθηκε.

ΠΙΝΑΚΑΣ:3 ΕΡΩΤΗΣΗ:3 ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ

	ΠΟΛΗ	ΠΑΤΡΑ	ΠΥΡΓΟΣ	ΚΑΛΑΒΡΥΤΑ	ΑΘΗΝΑ	ΚΟΡΙΝΘΟΣ	ΑΡΓΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ		40	22	15	13	10	5	105
ΠΟΣΟΣΤΟ		38,09%	21%	14,3%	12,4%	9,5%	4,8%	100%

Παρότι οι ερωτήσεις που δημιουργήσαμε αφορούν τον Τουρισμό της Αχαΐας τα ερωτηματολόγια μας απαντήθηκαν και από κατοίκους άλλων πόλεων καταφέροντας έτσι να αποτυπώσουμε μια γενικότερη εικόνα που επικρατεί γύρω από την πολυσυζητημένη έννοια του Τουρισμού μας. Η μεγαλύτερη συμμετοχή υπήρξε από κατοίκους της Πάτρα σε ποσοστό 38,09% όπου απάντησαν 40 άτομα, στον Πύργο έχουμε 22 άτομα σε ποσοστό 21%, στα Καλάβρυτα υπήρξαν 15 άτομα σε ποσοστό 14,3%, από Αθήνα υπήρξαν 13 άτομα σε ποσοστό 12,4%, στην Κόρινθο έχουμε 10 άτομα σε ποσοστό 9,5% και τέλος το Άργος με

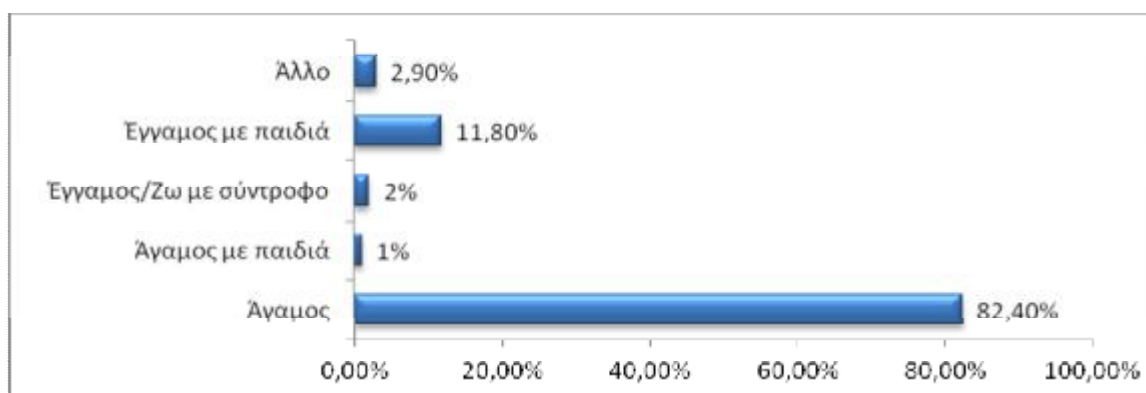
5 άτομα σε ποσοστό 4,8%. Βάση των στοιχείων που συλλέξαμε καταλήγουμε εν ολίγοις ότι οι περισσότερες απαντήσεις δόθηκαν από την Δυτική Περιφέρεια ενώ δεν έλλειψαν και οι απαντήσεις και από άλλα μέρη εκτός αυτής. Κοινό στοιχείο όλων όμως εμφανίζεται η γνώση και ευαισθητοποίηση των ατόμων όσο αφορά την Τουριστική δραστηριότητα της Περιφέρειας, γεγονός αξιοσημείωτο για την όλο και εξελισσόμενη εποχή του Τουρισμού όπου συναντάμε.



Γράφημα 3: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) στον τόπο κατοικίας των ερωτώμενων.

ΠΙΝΑΚΑΣ:4 ΕΡΩΤΗΣΗ:4 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΑΓΑΜΟΣ	ΑΓΑΜΟΣ ΜΕ ΠΑΙΔΙΑ	ΕΓΓΑΜΟΣ/ΖΩ ΜΕ ΣΥΝΤΡΟΦΟ	ΕΓΓΑΜΟΣ ΜΕ ΠΑΙΔΙΑ	ΑΛΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	84	1	2	12	3	105
ΠΟΣΟΣΤΟ	82,4%	1%	2%	11,8%	2,9%	100%



Γράφημα 4: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) στην οικογενειακή κατάσταση του δείγματος.

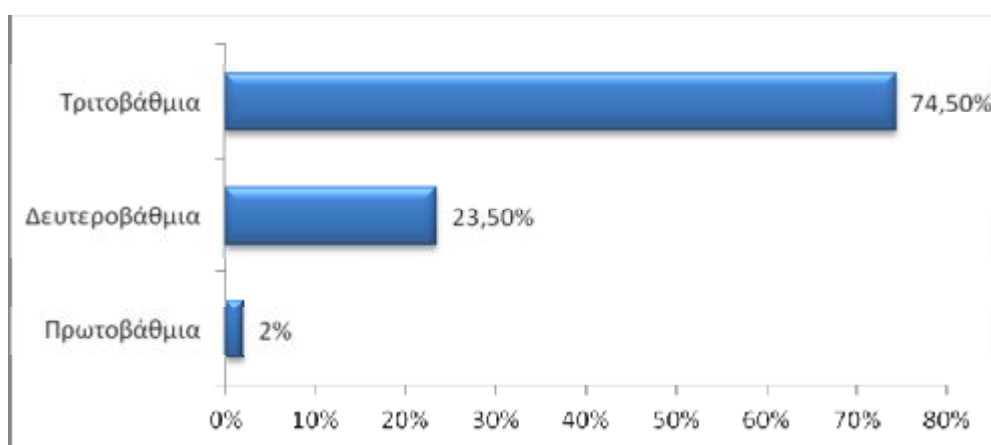
Η οικογενειακή κατάσταση αποτελεί ένα σημαντικό και ταυτόχρονα περίπλοκο δημογραφικό στοιχείο αν αναλογιστούμε το πώς θα μπορούσε να απαντήσει ένας

ερωτώμενος σε ανάλογη ερώτηση που αφορά τον τουρισμό με βάση το αν είναι έγγαμος ή άγαμος για παράδειγμα. Συμπαματικά ο πληθυσμός – δείγμα στην έρευνα μας φαίνεται να είναι κυρίως άγαμος σε ποσοστό 82% κάτι που έρχεται σε άμεση αντίθεση με το έγγαμος (ποσοστό 2%). Παραταύτα, ένα μόλις 1% μας δείχνει ότι η οικογενειακή κατάσταση «Άγαμος με παιδιά» επικρατεί ακόμα κι αν το ποσοστό τείνει να είναι μηδαμινό.

ΠΙΝΑΚΑΣ:5 ΕΡΩΤΗΣΗ:5 ΒΑΘΜΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ	ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	2	23	73	105
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	23%	73%	100%

Μελετώντας τα στοιχεία του παραπάνω επικείμενου πίνακα παρατηρούμε ότι το μορφωτικό επίπεδο του πληθυσμού μας ποικίλει ανάλογα με τις ηλικιακές ομάδες και τον τόπο κατοικίας των ερωτώμενων. Άτομα τόσο πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας όσο και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ανήκουν στο δείγμα μας και μας απαντούν στηριζόμενοι σε γνώσεις, απόψεις και ιδέες που απορρέουν από την εν λόγω μόρφωση τους. Παράλληλα, όπως θα δούμε και σε επόμενες ερωτήσεις που περικλείονται στο ερωτηματολόγιό μας θα προσπαθήσουν μάλιστα και μέσω των απαντήσεων τους να μας προτείνουν πιθανούς τρόπους εξέλιξης – προώθησης του τουρισμού. Μεγαλύτερο εμφανίζεται το ποσοστό ατόμων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης μόλις 73% ενώ μικρότερο της πρωτοβάθμιας με μόλις ένα 2%. Το επόμενο γράφημα μας παρουσιάζει αναλυτικά τα όσα αποτυπώθηκαν μέσα από την έρευνα μας καθιστώντας πιο κατανοητά τα αποτελέσματα.

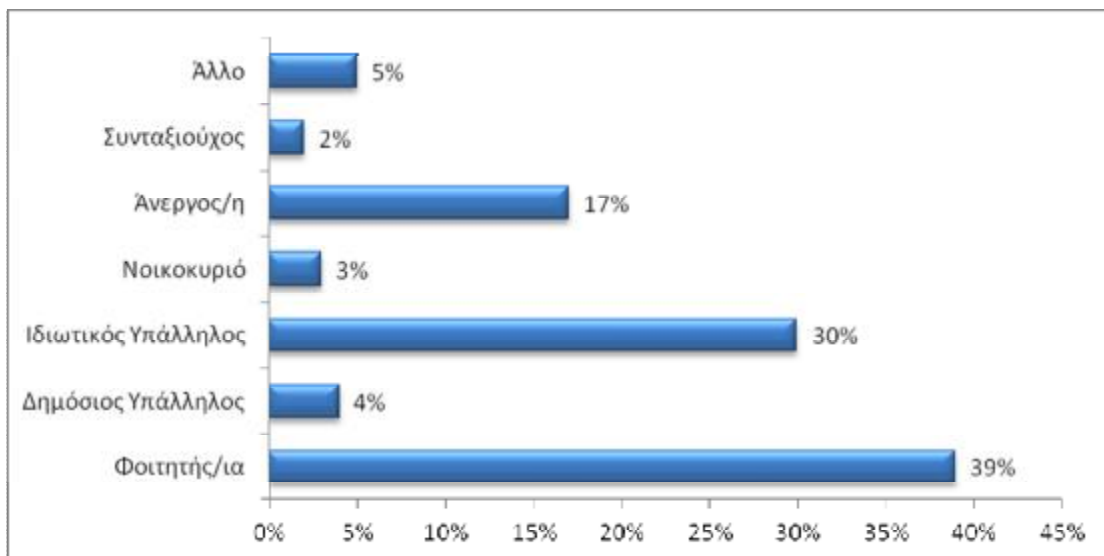


Γράφημα 5: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) στο βαθμό εκπαίδευσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ:6 ΕΡΩΤΗΣΗ:6 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

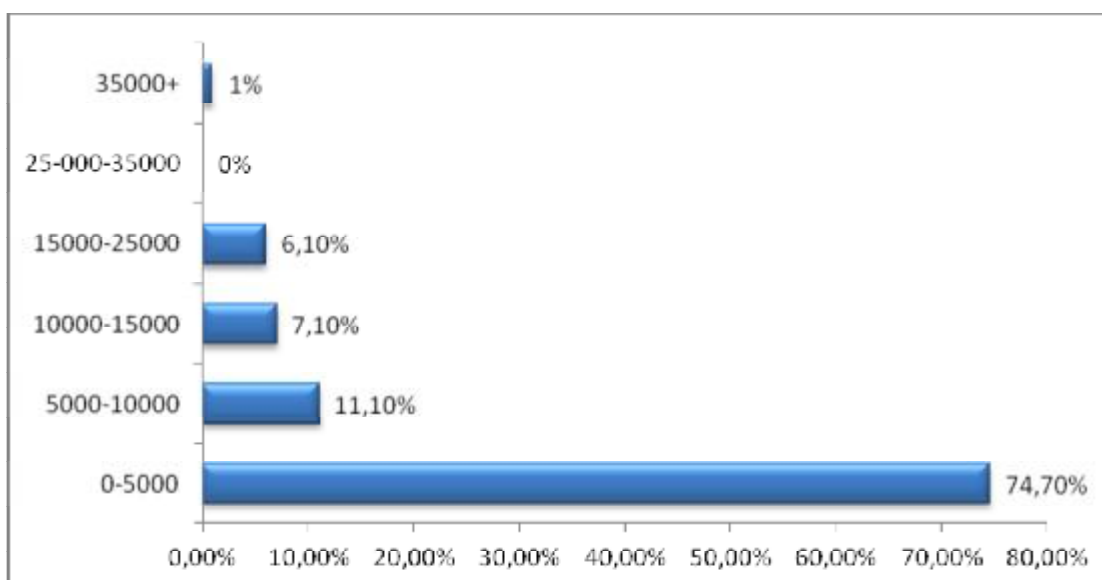
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ/ΗΣ	ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟ	ΑΝΕΡΓΟΣ/Η	ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ	ΆΛΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	39	4	30	3	17	2	5	105
ΠΟΣΟΣΤΟ	39 %	4%	30%	3%	17%	2%	5%	100%

Απόρροια του μορφωτικού επιπέδου που αναφέραμε πιο πάνω φαίνεται να είναι και το επάγγελμα. Αποτυπώνοντας το ως ξεχωριστή ερώτηση βλέπουμε ότι τα άτομα που απαντούν στο ερωτηματολόγιο ποικίλουν. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων φαίνεται να είναι οι φοιτητές με ποσοστό 39% στη συνέχεια οι ιδιωτικοί υπάλληλοι με ποσοστό 30% και τέλος οι άνεργοι με ποσοστό 17%. Ελάχιστος είναι ο αριθμός των δημοσίων υπάλληλων (4 άτομα, ποσοστό 4%), συνταξιούχων (2 άτομα, ποσοστό 2%), ατόμων που απασχολούνται στο σπίτι (3 άτομα, ποσοστό 3%) και τέλος το ποσοστό 5% δίδεται στην κατηγορία «άλλο». Όλα αυτά καταγράφονται αναλυτικότερα και στο επόμενο γράφημα.



Γράφημα 6: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) ανά επάγγελμα.

ΠΙΝΑΚΑΣ:7 ΕΡΩΤΗΣΗ:7 ΕΙΣΟΔΗΜΑ							
ΕΙΣΟΔΗΜΑ	0-5000	5000-10000	10000-15000	15000-25000	25000-35000	35000+	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	74	11	7	6	0	1	100
ΠΟΣΟΣΤΟ	75%	11%	7%	6%	0%	1%	100%



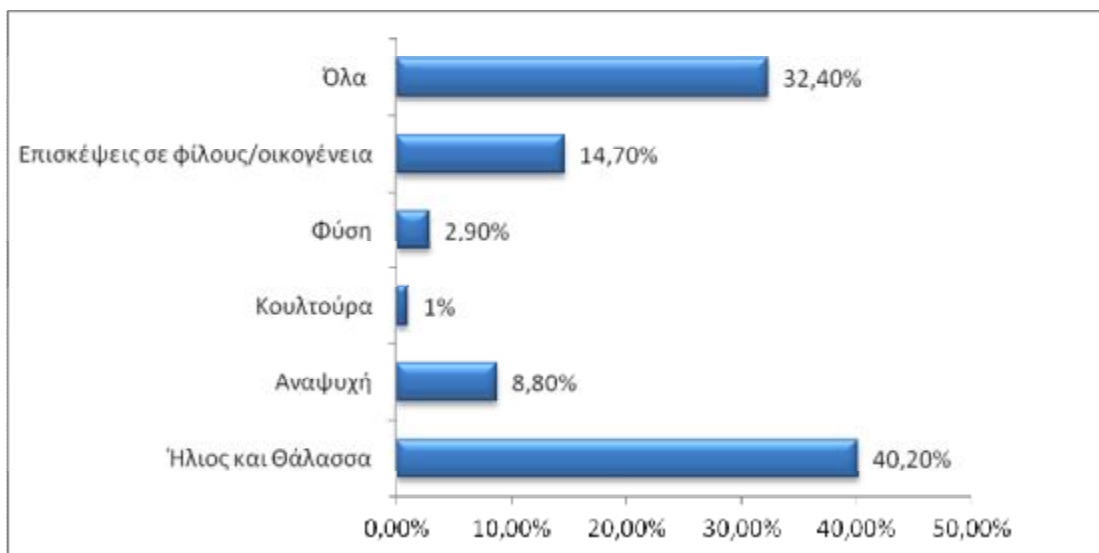
Γράφημα 7: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) ανά εισοδηματική κατηγορία στην οποία εντάσσεται το δείγμα της έρευνας.

Ένας από τους βασικότερους παράγοντες επηρεασμού του τουρισμού ως γνωστόν φαίνεται να είναι το εισόδημα. Οι παράμετροι που θέτονται βάσει αυτού είναι πολλοί και συμβάλλουν καθοριστικά στην διαμόρφωση του. Το εισοδηματικό κριτήριο είναι αυτό που ουσιαστικά καθορίζει και το πώς ένα άτομο αντιμετωπίζει και εκλαμβάνεται τον τουρισμό. Μέσω αυτού επομένως παρατηρούμε την αποδοχή ή και αρνητικότητα των ατόμων ως προς αυτόν, καθώς όπως όλοι γνωρίζουμε ο τουρισμός αγγίζει χιλιάδες από τις πτυχές μιας κοινωνίας και κατορθώνει άλλοτε να τις επηρεάζει θετικά και άλλοτε αρνητικά. Πιο συγκεκριμένα, διαχωρίζοντας το εισόδημα σε έξι (6) κατηγορίες βλέπουμε ότι το χαμηλότερο ποσοστό εμφανίζεται στην εισοδηματική κατηγορία των 25.000 – 35.000 με ποσοστό 0%, το μικρότερο όλων. Ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό φαίνεται να είναι στην κατηγορία των 0 – 5.000 μόλις 75%. Το γράφημα που δίνεται πιο πάνω σκιαγραφεί πλήρως τα όσα προαναφέραμε σχετικά με το εισόδημα ως ένα από τα κύρια ερωτήματα του ερωτηματολογίου μας.

ΠΙΝΑΚΑΣ:8 ΕΡΩΤΗΣΗ:8 ΓΝΩΜΗ Π.Δ.Ε ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

	ΗΛΙΟΣ/ΘΑΛΑΣΣΑ	ΑΝΑΨΥΧΗ	ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ	ΦΥΣΗ	ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ	ΟΛΑ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	41	9	1	3	15	33	105
ΠΟΣΟΣΤΟ	40%	9%	1%	3%	15%	32%	100%

Ο τρόπος που εκλαμβάνεται το κάθε άτομο ξεχωριστά τον τουρισμό διαφέρει. Τα στοιχεία που ελκύουν τον οποιοδήποτε είναι πολλά και καταφέρουν να δίνουν μια άλλη νότα στον όπως γνωρίζουμε έως τώρα τουρισμό. Βασικά χαρακτηριστικά αυτού είναι ο ήλιος, η θάλασσα, η αναψυχή, η κουλτούρα, η φύση κ.α. Στο ερωτηματολόγιό μας όπως παρατηρείται στο επόμενο γράφημα τα περισσότερα άτομα της ερέυνας μας προσελκύονται από τον ήλιο και τη θάλασσα με ποσοστό 40% αρκετά αυξημένο είναι οι επισκέψεις με ποσοστό 15%. Τα υπόλοιπα κυμαίνονται σε χαμηλά ποσοστά.

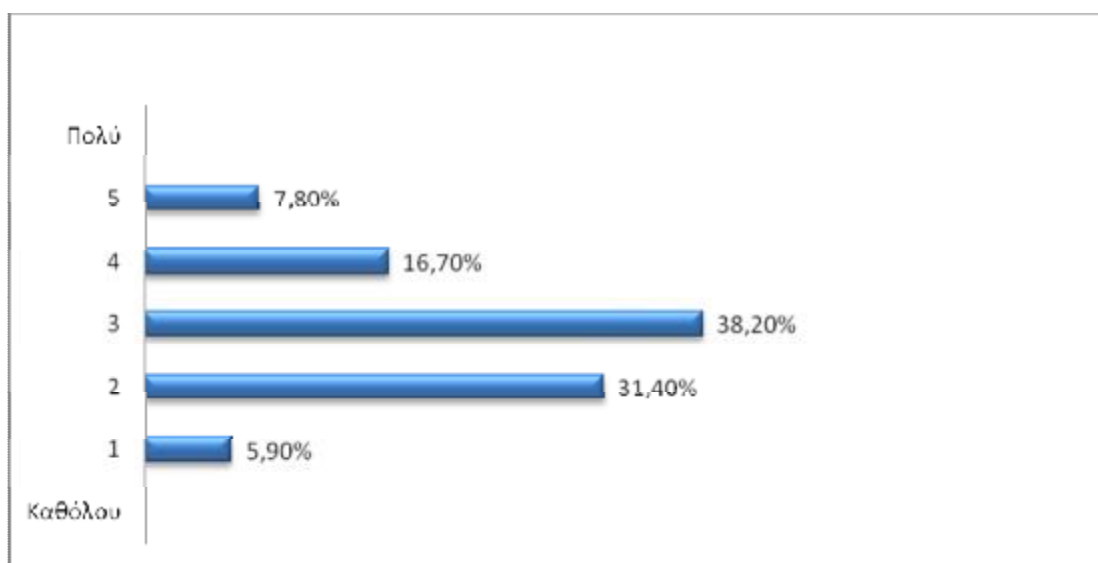


Γράφημα 8: Διαγραμματική απεικόνιση σε ποσοστιαίες μονάδες (%) όσο αφορά την γνώμη του δείγματος για την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας στον Τουρισμό.

ΠΙΝΑΚΑΣ:9 ΕΡΩΤΗΣΗ:9 ΒΑΘΜΟΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΗΣ Π.Δ.Ε ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

		1	2	3	4	5		ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	6	32	39	17	8	ΠΟΛΥ	100
ΠΟΣΟΣΤΟ		5,9%	31,4%	38,2%	16,7%	7,8%		100%

Η μορφή και ο τρόπος με τον οποίο κάθε περιφέρεια διαμορφώνεται παίζει σημαντικό ρόλο στο πώς θα εξελιχθεί και γενικότερα με τι μορφή θα υπάρξει ο τουρισμός. Η τουριστική δραστηριότητα υφίσταται και ανθίζει κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες και καταφέρνει να διατηρείται στο χρόνο αναλλοίωτη όταν η ίδια η περιφέρεια και οι φορείς που την πλαισιώνουν δρουν ενεργά. Επομένως, ο βαθμός επηρεασμού της περιφέρειας σε ότι αφορά τον τουρισμό κυμαίνεται από το 5,9% έως και το 38,2%. Το γράφημα που ακολουθεί αποτυπώνει με πιο ωραίο τρόπο τα όσα προαναφέρθηκαν καθώς καταγράφει κλιμακωτά τα ποσοστά που αποδόθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου μας. Ακόμα, και ο ανωτέρω πίνακας παίζει ουσιαστικό ρόλο στην κατανόηση των στοιχείων όπου συλλέχθηκαν από το δείγμα μας.



Γράφημα 9: Γραφική αναπαράσταση σε ποσοστά (%) του Βαθμού επηρεασμού της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας πάνω στον Τουρισμό.

ΠΙΝΑΚΑΣ:10 ΕΡΩΤΗΣΗ:10 ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΕΡΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ Π.Δ.Ε

	ΤΕΧΝΗ/ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ	ΕΘΙΜΑ ΠΑΡΑΔΟΣΕΙΑ	ΦΑΓΗΤΟ/ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΘΡΗΣΚΕΙΑ	ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ	ΧΩΡΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ	ΙΑΜΑΤΙΚΑ ΛΟΥΤΡΑ	ΆΛΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	4	25	37	2	1	21	4	6	105
ΠΟΣΟΣΤΟ	4%	25%	37%	2%	1%	21%	4%	6%	100 %

Τα στοιχεία που εκλύουν τους τουρίστες είναι πολλά και αν μήτε άλλο με βάση την περιφέρεια στην οποία κινούμαστε διαφέρουν κατά πολύ. Αυτά μπορεί να είναι για παράδειγμα η τέχνη και η λογοτεχνία (ποσοστό 4%), τα έθιμα και οι παραδόσεις (ποσοστό 25%), οι γαστρονομικές γεύσεις και συνήθειες κάθε τόπου (ποσοστό 37%), ο αθλητισμός (ποσοστό μόλις 1%), η θρησκεία (ποσοστό 2%), χώροι με ιστορική αξία (ποσοστό 21%), χώροι αναψυχής θα λέγαμε όπως τα ιαματικά λουτρά (ποσοστό 4%) αλλά και χιλιάδες ακόμη στοιχεία που όμως στη δική μας έρευνα δεν εμφανίζονται όλα. Γεγονός που συμβαίνει γιατί αυτά ελκύουν περισσότερο το δείγμα μας με βάση τον φυσικό πλούτο της περιφέρειας μας.



Γράφημα 10: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) αναφορικά με τα ελκυστικότερα στοιχεία της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας.

Στο ερωτηματολόγιο μας εμφανίζονται μόλις δύο ανοικτού τύπου ερωτήσεις με απώτερο σκοπό την αναλυτική αποτύπωση των σκέψεων των ερωτώμενων που επιλέχθηκαν για την ερευνά μας. Μία εκ των δύο ερωτήσεων είναι η εξής:

«Πιστεύετε ότι ο τουρισμός είναι αρκετά αναπτυγμένος στην περιφέρεια»

Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν αρκετές και στην προσπάθειά μας να τις απαριθμήσουμε όλες επιλέξαμε να τις κατηγοριοποιήσουμε. Επομένως οι απαντήσεις που λάβαμε είναι οι εξής:

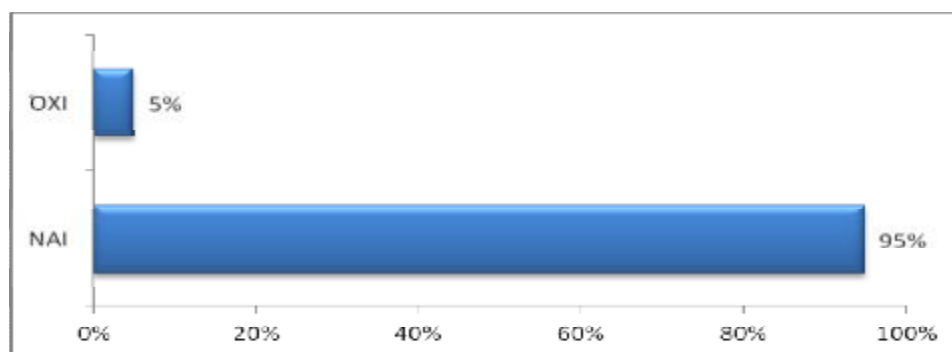
- I. Τουριστικά αξιοθέατα
- II. Έλλειψη τουριστικής ζωής
- III. Υποδομή
- IV. Υποδομή – Προώθηση – Διαφήμιση
- V. Παροχές
- VI. Κράτος
- VII. Οικονομική στενότητα – Χρηματοδότηση
- VIII. Ανάπτυξη
- IX. Έλλειψη εξοπλισμού – Οργάνωση προγραμμάτων
- X. Συμπεριφορά – Απόψεις – Προκαταλήψεις
- XI. Υποβάθμιση εσωτερικού τουρισμού.

Παρά το γεγονός ότι δόθηκε η ευκαιρία στο δείγμα μας να απαντήσει αναλυτικά – ανοικτά στην ερώτηση αυτή αρκετοί από τους ερωτώμενους μας επέλεξαν να απαντήσουν μονολεκτικά λέγοντας αντίστοιχα ένα «ΝΑΙ» ή ένα «ΟΧΙ» μη αιτιολογώντας την σκέψη τους.

ΠΙΝΑΚΑ:11 ΕΡΩΤΗΣΗ:11 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΒΟΗΘΑΕΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	95	5	100
ΠΟΣΟΣΤΟ	95%	5%	100%

Ως ένας από του πιο διαδεδομένους τρόπους ψυχαγωγίας ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή ανάπτυξης της περιφέρειας μέσα στην οποία και εδράζεται. Δρα και αλληλοεπιδρά θα λέγαμε με τα στοιχεία που φέρει ένας τόπος δημιουργώντας τις βάσεις για μια σωστή και συνάμα συνεχής εξέλιξη αυτού ακόμα και στα γύρω περιβάλλοντα. Κάθε τόπος έτσι και ο δικός μας, η περιφέρειά μας δηλαδή, αποσκοπεί στην καλύτερη διαμόρφωση της βασιζόμενη στην τουριστική δραστηριότητα κάτι το οποίο και γίνεται αντιληπτό και μέσω των απαντήσεων που συλλέξαμε. Το 95% του δείγματος μας απάντησε «ΝΑΙ» στη θετική επίδραση που ασκεί ο τουρισμός στην περιφέρειά μας ενώ μόλις το 5% απάντησε «ΟΧΙ» δηλώνοντας την αρνητική σκέψη που φέρουν γύρω από την έννοια του τουρισμού. Συμπεραίνουμε επομένως ότι παρά την θετικότητα του όρου τουρισμός αρκετές φορές αυτό λειτουργεί αρνητικά στη μειοψηφία του πληθυσμού μας. Τα ποσοστά του γραφήματος μας μαρτυρούν τα όσα προαναφέραμε στην ανάλυσή μας.



Γράφημα 11: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) σχετικά με την συνεισφορά του Τουρισμού στην Ανάπτυξη της Περιφέρειας.

Η δεύτερη και τελευταία από τις ερωτήσεις ανοικτού τύπου που παρουσιάζονται στο ερωτηματολόγιό μας είναι η εξής παρακάτω:

«Πιστεύετε ότι οι τοπικές αρχές πρέπει να επενδύσουν περισσότερο στον τουρισμό»

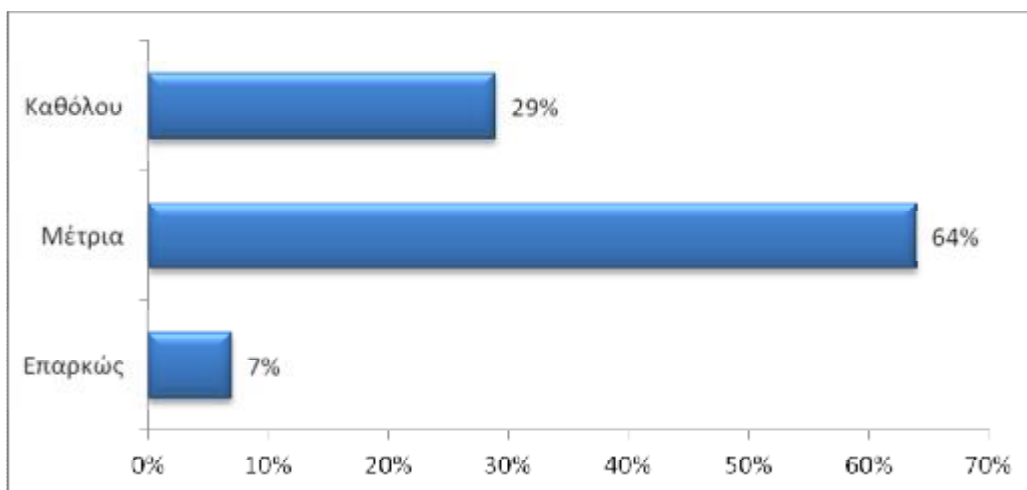
Και στην ερώτηση αυτή οι απαντήσεις εμφανίζονται αρκετά προσεγγμένες από το δείγμα μας. Άλλοι απάντησαν με ένα «ΝΑΙ» ή ένα «ΟΧΙ» και άλλοι επεξηγώντας αναλυτικά. Οι απαντήσεις μας εδώ κατηγοριοποιούνται ως εξής δίνοντας μας να καταλάβουμε τον τρόπο που σκέφτεται το δείγμα μας αλλά και το πόσο αρκετά ευαισθητοποιημένο είναι πάνω στην τουριστική ζωή:

- I. Οικονομικό συμφέρον – Ενίσχυση
- II. Περιβάλλον
- III. Διαφήμιση – Προώθηση
- IV. Δημιουργία θέσεων εργασίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ:12 ΕΡΩΤΗΣΗ:12 ΠΙΣΤΕΥΤΕ ΟΤΙ ΕΧΟΥΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙ ΑΡΚΕΤΑ				
	ΕΠΑΡΚΩΣ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	7	64	29	100
ΠΟΣΟΣΤΟ	7%	64%	29%	100%

Κάθε κοινωνία υποστηρίζει και προσπαθεί με την χρησιμοποίηση σύγχρονων μεθόδων να επενδύσει πάνω στο τουρισμό ως έναν από τους σημαντικότερους τομείς που υπάρχουν. Μέσω προγραμμάτων, ενημερώσεων και μέσα από ένα συνεχές κινήγι ενίσχυσης αυτού φθάνουμε στο σημείο να παρατηρούμε την άνθιση που υφίσταται στην σύγχρονη εποχή η τουριστική δραστηριότητα, ακόμα και σε περιφέρειες που παλαιότερα αμφισβητούσαμε ότι μπορεί να υπάρξει. Ειδικότερα, στην περιφέρειά μας φαίνεται πως η επένδυση πάνω στον τουρισμό είναι μέτρια σε ποσοστό θα λέγαμε μόλις 64%. Γεγονός που οδηγεί με την σειρά του σε σκέψεις για τα αίτια που προκάλεσαν αυτό.

Αν αναλογιστούμε την κινητικότητα και δραστηριότητα του τόπου μας θα καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι αυτό οφείλεται σε πολλούς εσωτερικούς και συνάμα εξωτερικούς παράγοντες τους οποίους και θα αναφέρουμε διεξοδικά σε επόμενη ερώτηση μας.



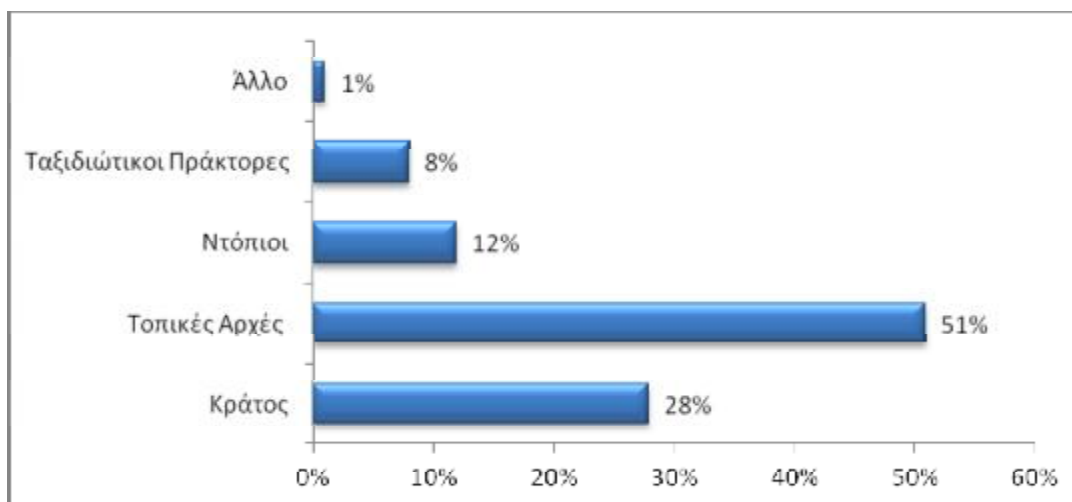
Γράφημα 12: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) αναφορικά με τον βαθμό επένδυσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ:13 ΕΡΩΤΗΣΗ:13 ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ.

	ΚΡΑΤΟΣ	ΤΟΠΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ	ΝΤΟΠΙΟΙ	Ταξιδιωτικοί πράκτορες	ΆΛΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	28	51	12	8	1	100
ΠΟΣΟΣΤΟ	28%	51%	12%	8%	1%	100%

Οι ενέργειες που πρέπει να ακολουθούνται καθώς και οι φορείς που συναινούν για την ανάπτυξη μιας περιφέρειας όπως και η δική μας είναι πολλές. Άλλοτε μέγιστης σπουδαιότητας και άλλοτε ελαχίστης σηματοδοτούν για την εναρμόνιση του τουρισμού στην εκάστοτε κοινωνία. Η ανάπτυξη επέρχεται πάντα ύστερα από πολλές προσπάθειες τις οποίες οφείλουμε όλοι μας να αναγνωρίζουμε και να συμμετέχουμε παράλληλα. Αρμόδιοι φορείς στην όλη αυτή διαδικασία φαίνεται να είναι όχι μόνο η τοπική κοινωνία συμπεριλαμβανομένου και των τοπικών αρχών αλλά επίσης και το ίδιο το κράτος. Στην περίπτωση μας το κράτος συμβάλλει σε αυτό σε ποσοστό 28%. Πράγμα που δηλώνει ότι το κράτος δεν μεριμνά σε ικανοποιητικό βαθμό για την προώθηση του τουρισμού μέσω ανάλογων χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων ή ακόμα και με την απουσία μαζικών κοινωνικών προγραμμάτων υποστηριζόμενα από τον γενικό προϋπολογισμό του κράτους. Φορείς όπως οι ταξιδιωτικοί πράκτορες αλλά και οι ντόπιοι φαίνεται να μην συμβάλλουν και τόσο ενεργά στην προώθηση του τουρισμού κάτι που παρατηρείται και από τα ποσοστά του γραφήματος (ντόπιοι 12%, ταξιδιωτικοί πράκτορες 8%). Από την άλλη πλευρά, οι τοπικές αρχές φαίνεται να παίζουν τον κυρίαρχο ρόλο σε όλο αυτό καθώς σε ποσοστό 51% στο γενικό σύνολο ενισχύουν την τουριστική δραστηριότητα. Οι δράσεις αυτών φαίνεται να

είναι μαζικές και συνεχής διατηρώντας αμείωτο έτσι το ενδιαφέρον όλων όσων τολμούν ακόμη και σήμερα να επισκέπτονται την περιφέρειά μας. Οι ενέργειες αυτών μπορούν να συνοψιστούν στα ενημερωτικά προγράμματα, στη διαφήμιση για μια πιο ουσιαστική και γρήγορη προώθηση της εικόνας που υφίσταται, δημιουργία οικονομικών τουριστικών πακέτων που θα κάνουν πιο επιλέξιμη την περιφέρειά μας, στη δημιουργία άλλων πολιτιστικών, επιστημονικών, θρησκευτικών και συνάμα αθλητικών εκδηλώσεων κλπ.



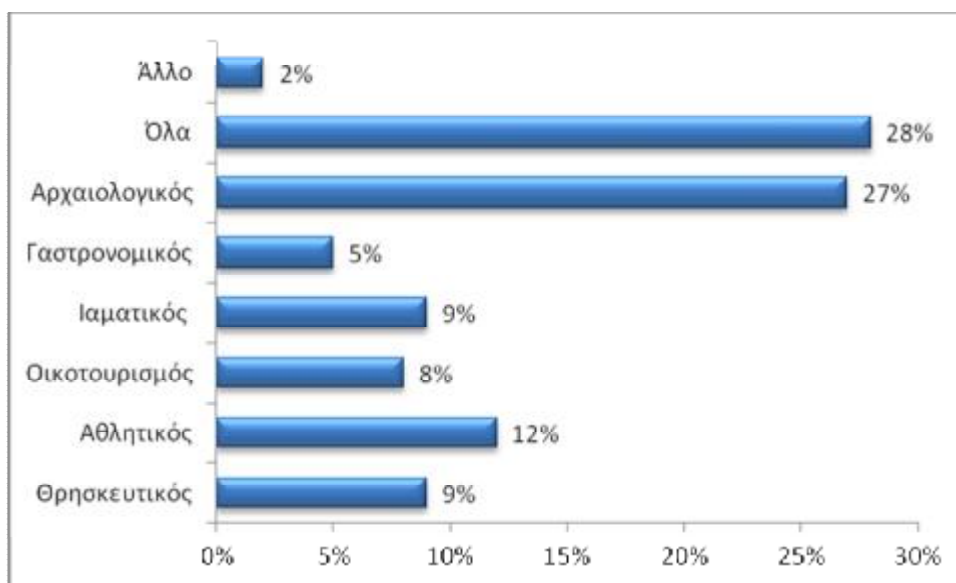
Γράφημα 13: Γραφική αναπαράσταση επί τις % για τους φορείς που είναι υπεύθυνοι για την ανάπτυξη του Τουρισμού της Περιφέρειας.

ΠΙΝΑΚΑΣ:14 ΕΡΩΤΗΣΗ:14 ΠΟΙΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΘΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΝ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ

	ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ	ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ	ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ	ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ	ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ	ΟΛΑ	ΆΛΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	9	12	8	9	5	27	28	2	100
ΠΟΣΟΣΤΟ	9%	12%	8%	9%	5%	27%	28%	2%	100%

Βασικό πλεονέκτημα της περιφέρειας μας είναι ότι καταφέρνει με ωραίο τρόπο να συνδυάζει πολλά είδη τουρισμού. Αυτό βοηθάει πολύ στο να προσελκύουμε τουρίστες ακόμη και άλλων πολιτισμών, κουλτούρας και γενικότερα διαφορετικών κοινωνιών - χωρών. Έτσι, η τουριστική δραστηριότητα της περιφέρειά μας φαίνεται να μοιάζει με έναν συνδετικό κρίκο ανάμεσα στην τοπική κοινωνία και τους επισκέπτες. Δημιουργείται μια στενή σχέση αλληλεπίδρασης που όχι μόνο χαρίζει δικά μας στοιχεία στους επισκέπτες μας αλλά και εμείς οι ίδιοι ως κάτοικοι αυτής εισπράττουμε δικά τους στοιχεία – χαρακτηριστικά.

Όπως τονίσαμε και πιο πάνω οι μορφές τουρισμού ποικίλουν. Αναλυτικότερα, ο τουρισμός διαχωρίζεται σε θρησκευτικό, αθλητικό, ιαματικό, οικοτουρισμό, γαστρονομικό και αρχαιολογικό. Μπορεί να μην είναι όλες οι μορφές ανεπτυγμένες παρόλα αυτά υπάρχουν. Ύστερα, από πολύωρη ανάλυση των δεδομένων του ερωτηματολογίου μας παρατηρείται ότι ο πιο διαδεδομένος στην περιφέρειά μας είναι ο αρχαιολογικός τουρισμός σε ποσοστό 27%. Πράγμα αναμενόμενο διότι η αρχαιολογική σημασία του τόπου μας και η φυσική καλαισθησία που αποπνέει ελκύουν περισσότερο τους επισκέπτες μας. Στο σύνολο όμως των απαντήσεων που δόθηκαν σε ποσοστό 100% του δείγματος το 28% απάντησαν ότι προτιμούν όλες τις μορφές τουρισμού βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους.



Γράφημα 14: Ποσοστιαίες μεταβολές (%) σχετικά με τις μορφές τουρισμού που λειτουργούν καλύτερα στην περιοχή.

ΠΙΝΑΚΑΣ:15 ΕΡΩΤΗΣΗ:15 ΥΠΟΔΟΜΗ								
		1	2	3	4	5		ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	13	13	23	20	27	ΠΟΛΥ	100
ΠΟΣΟΣΤΟ		13,5%	13,5%	24%	20,8%	28,1%		100%

ΠΙΝΑΚΑΣ:16 ΕΡΩΤΗΣΗ:16 ΠΡΟΩΘΗΣΗ/ΔΙΑΦΗΜΗΣΗ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ

		1	2	3	4	5		ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	11	11	22	28	26	ΠΟΛΥ	100
ΠΟΣΟΣΤΟ		11,2%	11,2%	22,4%	28,6%	26,5%		100%

ΠΙΝΑΚΑΣ:17 ΕΡΩΤΗΣΗ:17 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ

		1	2	3	4	5		ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	11	13	24	26	23	ΠΟΛΥ	100
ΠΟΣΟΣΤΟ		11,3%	13,4%	24,7%	26,8%	23,7%		100%

ΠΙΝΑΚΑΣ:18 ΕΡΩΤΗΣΗ:18 ΔΙΑΔΡΑΣΗ –ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ-ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

		1	2	3	4	5		ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	7	20	31	19	16	ΠΟΛΥ	100
ΠΟΣΟΣΤΟ		7,5%	21,5%	33,3%	20,4%	17,2%		100%

ΠΙΝΑΚΑΣ:19 ΕΡΩΤΗΣΗ:19 ΣΠΟΝΣΟΡΕΣ-ΠΑΡΟΧΗ ΒΟΗΘΕΙΑΣ

		1	2	3	4	5		ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	12	14	29	28	12	ΠΟΛΥ	100
ΠΟΣΟΣΤΟ		12,6%	14,7%	30,5%	29,5%	12,6%		100%

ΠΙΝΑΚΑΣ:20 ΕΡΩΤΗΣΗ:20 ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΣ ΙΣΧΥΡΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

		1	2	3	4	5		ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	11	9	21	29	25	ΠΟΛΥ	100
ΠΟΣΟΣΤΟ		11,6%	9,5%	22,1%	30,5%	26,3%		100%

Η υπάρχουσα κατάσταση της περιφέρειας μας αναφορικά με την τουριστική δραστηριότητα που αναπτύσσεται μπορεί εύκολα να βελτιωθεί – τροποποιηθεί αν μεταβληθούν ορισμένοι παράμετροι. Λέγοντας παράμετροι εννοούμε την υποδομή, την προώθηση – διαφήμιση – κουλτούρα, την πολιτιστική εικόνα του τόπου μας, τις εκδηλώσεις – δραστηριότητες που αναπτύσσονται, τους σπόνσορες και γενικότερα την παροχή βοήθειας μέσω διαφόρων μεθόδων καθώς επίσης και την δημιουργία μιας ισχυρής ταυτότητας που θα αντιπροσωπεύει πλήρως και όχι μερικώς την περιφέρειά μας. Κάθε βελτίωση θεωρείται αναγκαία και επιθυμητή ενώ η προσπάθεια που κατέβαλλε ο πληθυσμός – δείγμα μας στο να μας προτείνει τρόπους πιθανής βελτίωσης του τουρισμού ήταν αναπάντεχη.

Πιο αναλυτικά, όπως θα δούμε και μέσω των πινάκων μας αλλά και των γραφημάτων που θα δοθούν στη συνέχεια ο τρόπος βελτίωσης του τουρισμού μέσω της υποδομής που εμφανίζεται να διαθέτει η περιφέρειά μας είναι αυξημένος σύμφωνα με τους ερωτώμενους σε μεγάλο ποσοστό 28,1%. Η διαφήμιση σύμφωνα με το δείγμα μας αποτελεί επίσης έναν πολύ καλό και μεθοδικό τρόπο ενίσχυσης του τουρισμού σε ποσοστό μάλιστα 28,6%. Άλλωστε αποτελεί και την πιο συνηθισμένη μέθοδο βελτίωσης της τουριστικής δραστηριότητας στην σύγχρονη εποχή που ζούμε. Τα αξιοθέατα που διαθέτει η περιφέρειά μας αποτελούν επίσης καθοριστικό παράγοντα βελτίωσης αφού μέσω της παράλληλης προώθησης – διαφήμισης αυτών ενισχύεται και ο αριθμός επισκεπτών στην τοπική κοινωνία μας. Το ποσοστό των ερωτώμενων που πρότειναν τα πολιτιστικά αξιοθέατα ως έναν από τους πιθανούς τρόπους ήταν μόλις 26,8%.

Πολλοί από τους ερωτώμενους μας σε ποσοστό 33,3% ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας και άλλων εξέφρασαν την ανάγκη για δημιουργία εκδηλώσεων, δραστηριοτήτων με διαδραστικό χαρακτήρα δίνοντας μια άλλη όψη στην μέχρι τώρα εμφάνιση της τουριστικής περιφέρειάς μας. Η παροχή βοήθειας και η ύπαρξη ενός καλού και ταυτόχρονα αποδοτικού σπόνσορα της τουριστικής δραστηριότητας με βάση το 30,5% του δείγματός μας θα συνέβαλε κατά πολύ στην βελτίωση του τουρισμού καθώς και της συνολικής εικόνας του τόπου μας στα μάτια των πιθανών ή και μη πιθανών επισκεπτών. Τέλος, το δείγμα μας σε ποσοστό μόλις 30,5% απάντησε ναι στην δημιουργία μιας ισχυρής ταυτότητας της τοπικής κοινωνίας μας. Μιας ταυτότητας που θα καταφέρνει να αναδεικνύει με αξιόλογο τρόπο τις ομορφιές μια ολόκληρης περιφέρειας.



Γράφημα 15: Απεικόνιση σε ποσοστά (%) σχετικά με το πόσο οφείλει να βελτιωθεί η υποδομή για την ανάπτυξη του τουρισμού.



Γράφημα 16: Απεικόνιση σε ποσοστά (%) σχετικά με το πόσο οφείλει να χρησιμοποιηθεί/αναπτυχθεί η διαφήμιση για την ανάπτυξη του τουρισμού.



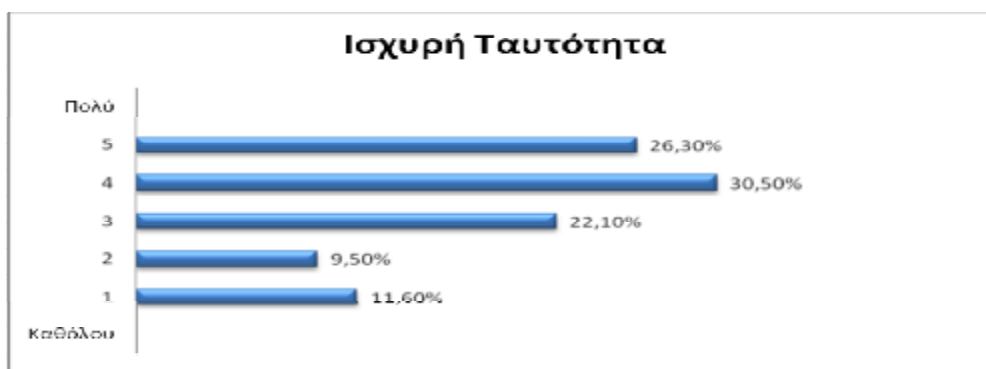
Γράφημα 17: Απεικόνιση σε ποσοστά (%) σχετικά με το πόσο οφείλουν να αξιοποιηθούν τα πολιτιστικά για την ανάπτυξη του τουρισμού.



Γράφημα 18: Απεικόνιση σε ποσοστά (%) σχετικά με το πόσο μπορούν να συνεισφέρουν η Διάδραση & οι δραστηριότητες στην ανάπτυξη του τουρισμού.



Γράφημα 19: Απεικόνιση σε ποσοστά (%) σχετικά με το πόσο οφείλουν να χρησιμοποιηθούν οι σπόνσορες για την ανάπτυξη του τουρισμού..



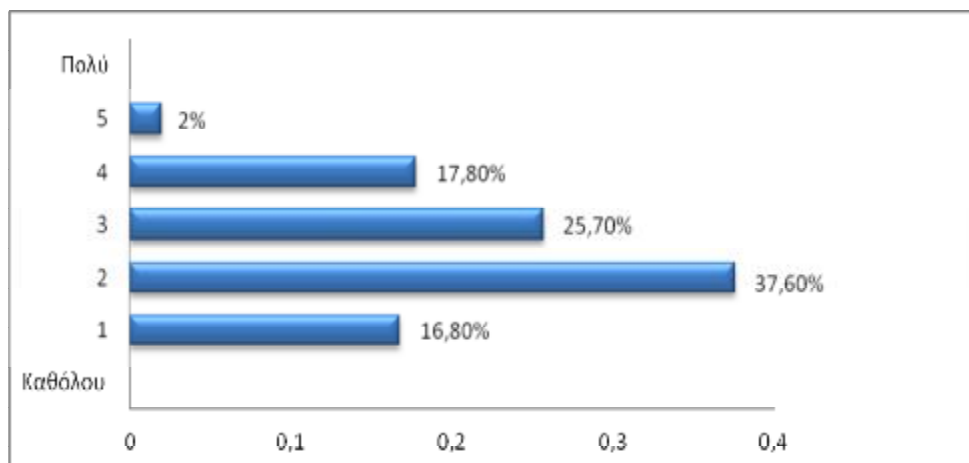
Γράφημα 20: Απεικόνιση σε ποσοστά (%) σχετικά με το πόσο μπορεί η δημιουργία μιας ισχυρής ταυτότητας να συμβάλλει στην ανάπτυξη του τουρισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ:21 ΕΡΩΤΗΣΗ:21 ΕΙΣΤΕ ΕΝΗΜΕΡΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΩΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

		1	2	3	4	5		ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	17	38	26	18	2	ΠΟΛΥ	100
ΠΟΣΟΣΤΟ		16,8%	37,6%	25,7%	17,8%	2%		100%

Η ενημέρωση αποτελεί βασικό στοιχείο όλων πόσο μάλλον όταν μιλάμε για την τουριστική ζωή που αναπτύσσεται σε μια περιφέρεια όπως η δική μας. Είναι καλό να ενημερωνόμαστε και να είμαστε ενεργά ευαισθητοποιημένοι με την τουριστική ζωή ειδικά όταν αυτή μας αγγίζει. Είτε ως κάτοικοι είτε ως επισκέπτες ανεξάρτητα από την τουριστική περίοδο και τον αριθμό των επισκεπτών οφείλουμε να γνωρίζουμε βασικές έννοιες – όρους και να ανατρέχουμε με τον δικό μας ιδιαίτερο τρόπο στο να τις ενισχύουμε.

Λαμβάνοντας υπόψη τον παραπάνω πίνακα και τα ποσοστά των απαντήσεων καταλήγουμε στο συμπέρασμα το δείγμα μας δεν εμφανίζεται να είναι πλήρως ενημερωμένο σχετικά με τον τουρισμό. Οι λόγοι που οδηγούν σε αυτό είναι πολλοί. Συγκεκριμένα, το 37,6% του δείγματος δεν γνωρίζουν τα πάντα πάνω στην τουριστική ζωή της περιφέρειάς μας με αποτέλεσμα όλου αυτού πολλές φορές να επηρεάζονται ή ακόμα και να φθάνουν στο σημείο να εκλαμβάνουν αρνητικά ορισμένες από τις πτυχές της.



Γράφημα 21: Γραφική απεικόνιση των ποσοστών (%) ενημέρωσης του δείγματος όσο αφορά την τουριστική δραστηριότητα της Περιφέρειας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΠΡΩΤΗΣ (1^{ΗΣ}) ΕΡΕΥΝΑΣ

Έπειτα από λεπτομερή ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν κατά το πρώτο σκέλος της έρευνας μας αναφορικά με τους κατοίκους της περιφέρειας τα αποτελέσματα φάνηκαν αξιόλογα.

Οι απαντήσεις ποικίλουν καθώς μας απάντησαν τόσο άνδρες όσο και γυναίκες διαφόρων ηλικιών. Περισσότερο βέβαια επικράτησε η ηλικιακή κατηγορία των 18 – 25 ετών καθώς και 26 – 35 ετών. Άτομα δηλαδή που ανήκουν κυρίως στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, ασκούν το επάγγελμα του φοιτητή ή του ιδιωτικού υπαλλήλου ή ακόμα και του ανέργου. Τα εισοδηματικά κριτήρια πολλά, αλλά αυτά που παρουσιάζονται στην έρευνα μας αφορούν την κατηγορία των 0 – 5.000 καθώς από ότι παρατηρείται το δείγμα μας δεν είναι οικονομικά ισχυρό και ενδεχομένως και μη ανεξάρτητο.

Το δείγμα μας λόγω του μορφωτικού κυρίως επιπέδου στο οποίο βρίσκεται αλλά και από το γεγονός ότι αγαπά και ενημερώνεται διαρκώς για τον τόπο του φαίνεται να διαθέτει πολλές γνώσεις γύρω από τον τουρισμό. Πόσο μάλλον για την τουριστική δραστηριότητα της περιφέρειας του. Μάλιστα, πιστεύει ότι ο φυσικός πλούτος της περιφέρειας είναι αυτός που μαγνητίζει και προσελκύει σε πρώτη φάση τους τουρίστες. Τονίζει ότι η περιφέρεια επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό που επικρατεί και θεωρεί ότι ακόμη και οι παραδόσεις – έθιμα του τόπου, οι πολιτιστική κληρονομιά που φέρουμε ως λαός αλλά και τα παράγωγα του τόπου μας κάνουν ακόμη πιο ελκυστικούς.

Επιπροσθέτως, τα δεδομένα μας έδειξαν ότι οι κάτοικοι της περιφέρειας Αχαΐας αμφιταλαντεύονται στο αν τελικά ο τουρισμός είναι ήδη καλά ανεπτυγμένος ή αν θα έπρεπε να αναπτυχθεί με ίσως διαφορετικό τρόπο επιπλέον. Κάτι το οποίο δεν αλλάζει όμως την γνώμη τους για το ότι ο τουρισμός συνεισφέρει στην ανάπτυξη και αναδιαμόρφωση της περιφέρειας με έναν ιδιαίτερο τρόπο. Βάσει των απαντήσεων τους πιστεύουν ότι ο τουρισμός και ο τόπος μας συνδέονται άρρηκτα και καταφέρνουν να αλληλεπιδρούν – αλληλοεπηρεάζονται.

Στο τελευταίο μέρος της πρώτης έρευνας που διεξήγαμε το δείγμα μας επαλήθευσε όλα όσα πιστεύαμε για αυτό. Ελπίζαμε στις γνώσεις του και αυτές έκανα την εμφάνιση τους παράλληλα με την αντικειμενική άποψη που φέρουν πάνω στο θέμα του τουρισμού. Ως γνώστες του κλάδου, πλήρως ενημερωμένοι επί το θέμα με απλούς και πιο σύνθετους όρους μπαίνουν στην διαδικασία ακόμη και του να προτείνουν τρόπους ανάπτυξης αυτού. Ειδικότερα, προτείνουν τρόπους βελτίωσης της όλης τουριστικής δραστηριότητας μέσω αναβάθμισης και χρησιμοποίησης μεθόδων όπως η διαφήμιση, η ενεργοποίηση διαφόρων κρατικών και μη φορέων για μεγαλύτερη επένδυση στον τουρισμό καθώς και άλλα πολλά.

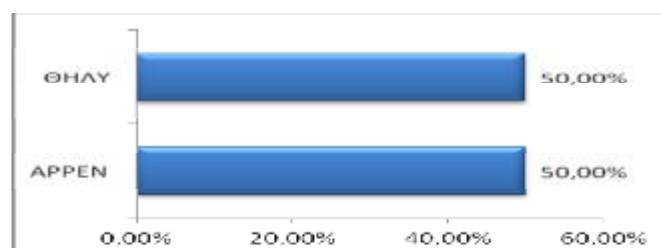
Συμπερασματικά καταλήγουμε στο ότι το δείγμα μας όχι απλά είναι ενήμερο αλλά είναι και αυτό το οποίο με την συμβολή του μπορεί να κατορθώσει μεγάλες αλλαγές και να εντάξει τον τουρισμό και την σημασία αυτού σε ένα άλλο επίπεδο, μεγαλύτερης σπουδαιότητας.

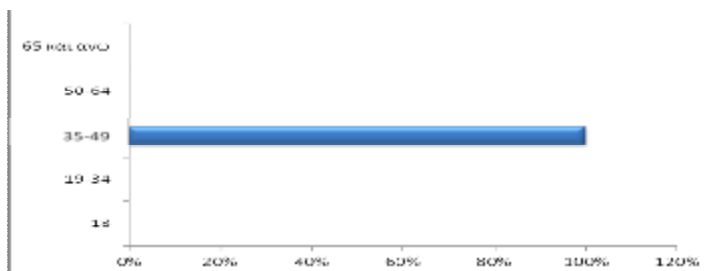
Στην έρευνα μας πέρα από το βασικό ερωτηματολόγιο που δημιουργήσαμε με σκοπό την συλλογή δεδομένων από άτομα διαφόρων ηλικιών κ. α δημιουργήσαμε και ένα πιο ειδικότερο με σκοπό να συμπεριλάβουμε στην έρευνα μας και τουριστικές επιχειρήσεις. Παρότι, ο αριθμός των επιχειρήσεων αυτών στην περιφέρειά μας είναι αρκετά ικανοποιητικός στην έρευνα μας συμμετείχαν μόνο δύο επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα, απάντησαν στα ερωτηματολόγια μας ένα τουριστικό πρακτορείο επονομαζόμενο “GEORGADAS TRAVEL” και μια ξενοδοχειακή μονάδα “BYZANTINO HOTEL PATRAS”.

ΠΙΝΑΚΑΣ:1 ΕΡΩΤΗΣΗ:1 ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
<i>GEORGADAS TRAVEL</i>
<i>BYZANTINO HOTEL PATRAS</i>

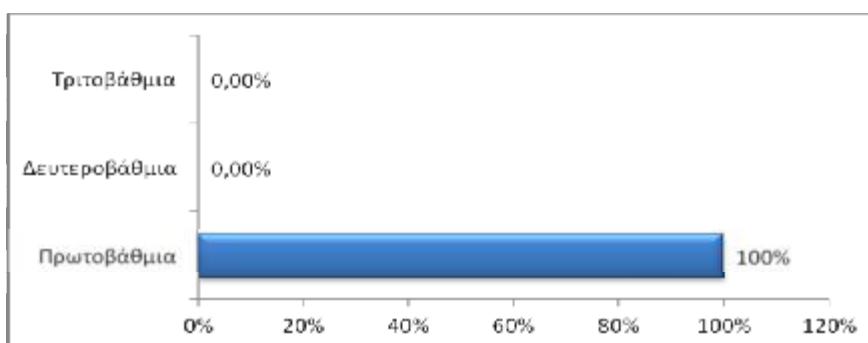
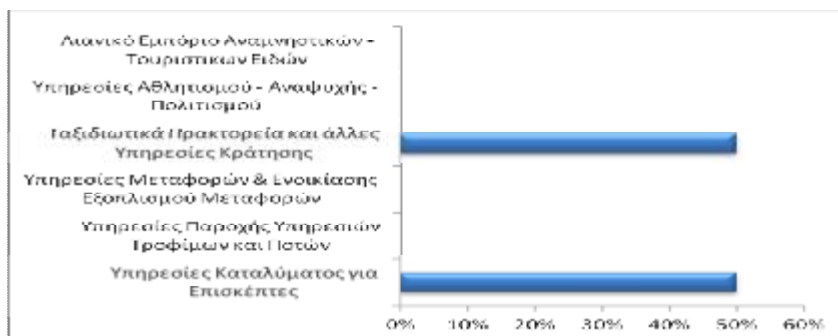
Από τις πρώτες ερωτήσεις στο ερωτηματολόγιο μας γνωρίσαμε και μάθαμε γενικά στοιχεία του δείγματος μας όπως ονομασία, διεύθυνση επιχείρησης, φύλο, ηλικία, τομέας επιχείρησης καθώς και είδος αυτής. Το ερωτηματολόγιο από το τουριστικό πρακτορείο απαντήθηκε από γυναίκα ενώ από την ξενοδοχειακή μονάδα απαντήθηκε από άνδρα. Οι ηλικίες των ερωτώμενων μας βλέπουμε να συμπίπτουν καθώς ανήκουν και οι δύο στην ηλικιακή ομάδα των 35 – 49 ετών. Ένα επίσης κοινό στοιχείο που εμφανίζεται στα ερωτηματολόγια των επιχειρήσεων που δόθηκαν προς απάντηση είναι ότι και οι δύο επιχειρήσεις ανήκουν και δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα καθώς είναι ο μόνος τομέας του οποίου η παραγωγή εξαρτάται από τα στοιχεία της φύσης. Λέγοντας στοιχεία εννοούμε την γη, την αλιεία, την γεωργία κ. α τα οποία συμβάλλουν με την σειρά τους στην δημιουργία – ύπαρξη του τουρισμού. Από την άλλη μας γνωστοποιείται και το είδος της επιχείρησης όπου απαντά στην έρευνα μας. Λόγω της μικρής συμμετοχής των επιχειρήσεων στην έρευνα τα είδη των επιχειρήσεων που απαντούν είναι δύο και δεν είναι άλλα πρώτον από τις υπηρεσίες καταλύματος για επισκέπτες και δεύτερον τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και άλλες υπηρεσίες κράτησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ:2 ΕΡΩΤΗΣΗ:2 ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
<i>ΡΗΓΑ ΦΕΡΑΙΟΥ 106, 26221 ΠΑΤΡΑ</i>
<i>ΦΙΛΟΠΟΙΜΕΝΟΣ 12</i>



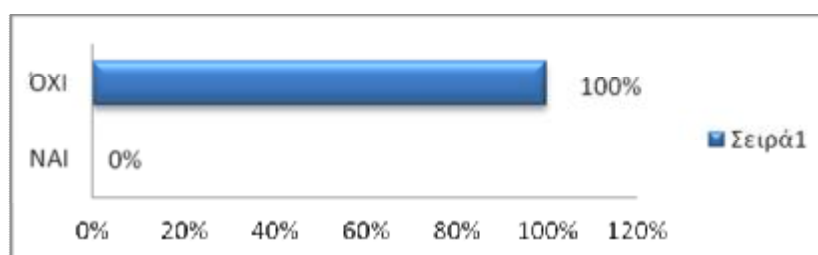


Γράφημα 22: Ποσοστά (%) φύλου και ηλικίας.



Γράφημα 23: Ποσοστά (%) είδος επιχείρησης και τομέων.

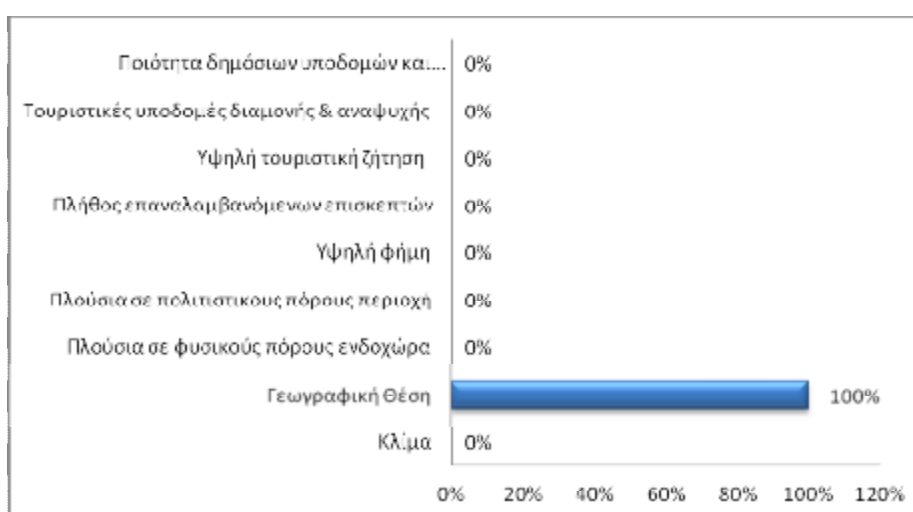
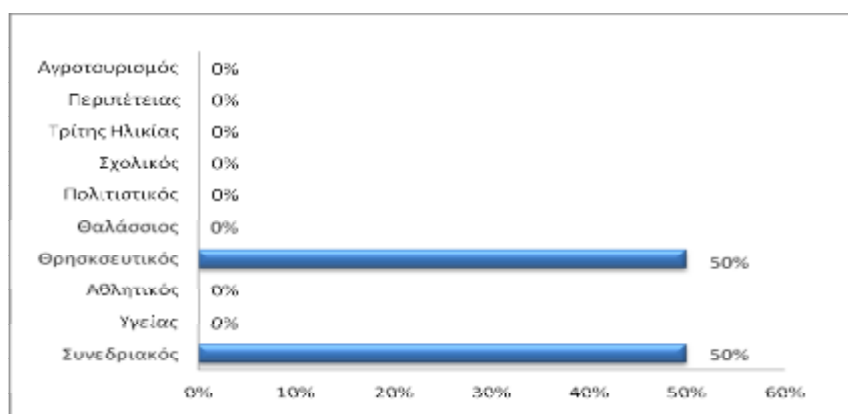
Στην ερώτηση που θέσαμε για τον αν δραστηριοποιείται αλλού η επιχείρησής σας οι απάντησες που λάβαμε ήταν «ΟΧΙ». Αυτό σημαίνει ότι κύριο μέλημα του δείγματος μας είναι να εστιάζει μόνο στον πρωτογενή τομέα αρνούμενο να διευρύνει την δραστηριότητα σε άλλους τομείς επίσης σημαντικούς και πολυσύνθετους. Η άρνηση αυτή προκύπτει από την μη ύπαρξη κατάλληλης υποδομής – οργάνωσης και όχι από την διάθεση των ιδίων να ασχοληθούν με κάτι ευρύτερο.



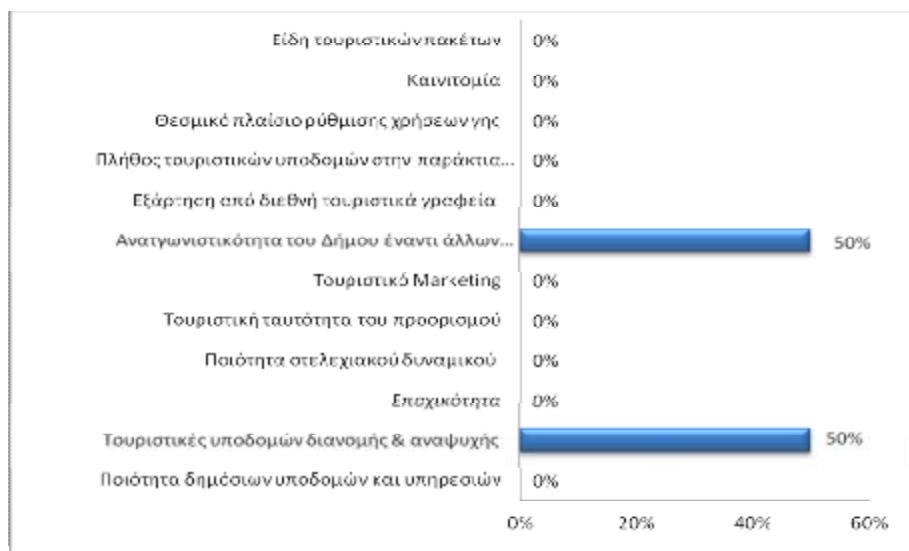
Γράφημα 24: Ποσοστά (%) δραστηριοποίησης του δείγματος.

Οι ερωτήσεις που δημιουργήσαμε για τις επιχειρήσεις λίγο πολύ συνδέονται μεταξύ τους ενώ ταυτόχρονα με την αναλυτική απόδοση τους γραφικά όπως θα φανεί και στην συνέχεια μας δίνουν μια σαφή εικόνα για την τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας.

Σύμφωνα με τις επιχειρήσεις του πληθυσμού – δείγμα μας οι μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν περισσότερο στον δήμο Αχαΐας είναι ο συνεδριακός και ο θρησκευτικός τουρισμός. Παρά την ύπαρξή τους κρίνεται αναγκαία η βελτίωση και η ανάπτυξη αυτών προκειμένου να ξεπεραστεί η στασιμότητα θα λέγαμε που υπάρχει μέχρι σήμερα. Βασίζόμενοι στις μορφές τουρισμού που υφίστανται στον δήμο μας τα δεδομένα που συγκεντρώσαμε δηλώνουν ως δυνατά σημεία της παρούσας τουριστικής ανάπτυξης την γεωγραφική θέση που καταλαμβάνουμε. Αντιθέτως, οι τουριστικές υποδομές – αναψυχής καθώς και η ανταγωνιστικότητα του δήμου μας έναντι άλλων τουριστικών προορισμών αποτελούν τα αδύναμα σημεία. Η τουριστική ανάπτυξη δεν θα μπορούσε ποτέ να υπάρξει – εδραιωθεί δίχως την παρουσία πλήρως αναπτυγμένων υποδομών που παράλληλα θα γεννούν και την μερική ανταγωνιστικότητα. Από την άλλη πλευρά η πλήρης ανταγωνιστικότητα προϋποθέτει πέρα τον υποδομών την ύπαρξη καλά οργανωμένων προγραμμάτων στηριζόμενων σε ένα marketing σωστά σχεδιασμένο και που θα πλαισιώνουν άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και γνώσεις που δύσκολα θα μπορούσε κανείς να συναγωνιστεί.



Γράφημα 25: Ποσοστά (%) σχετικά με τις μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν πιο πολύ στο Δήμο Αχαΐας καθώς και τα δυνατά σημεία αυτού στην όλη τουριστική ανάπτυξη.

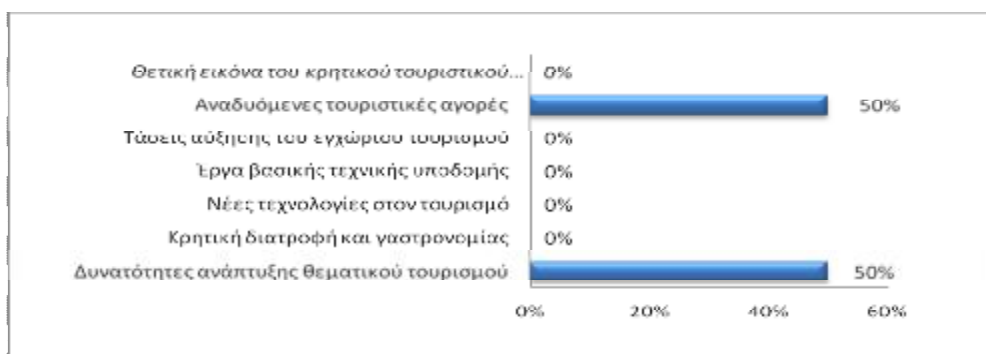


Γράφημα 26: Ποσοστά (%) σχετικά τα αδύνατα σημεία του Δήμου Αχαΐας στην όλη τουριστική ανάπτυξη.

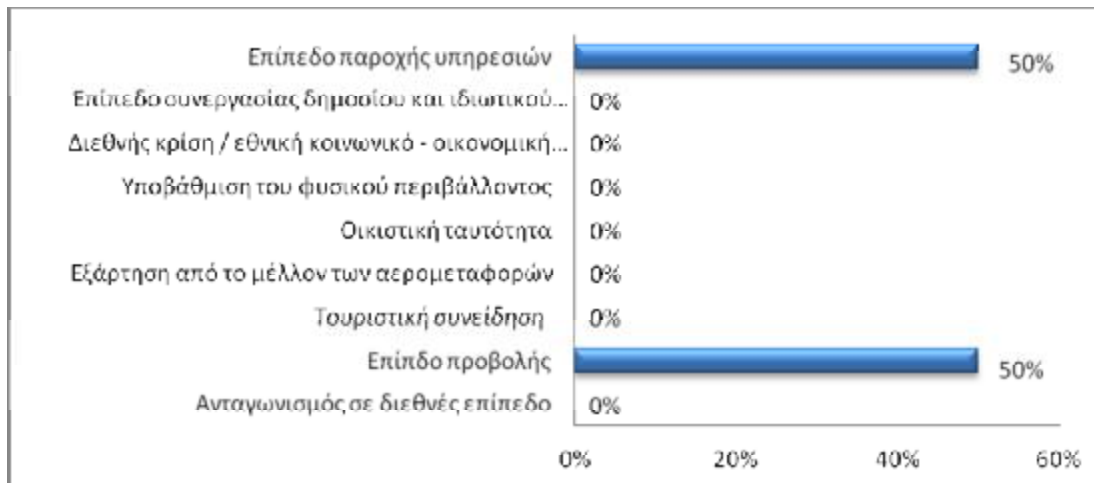
Ουσιαστικά φθάνουμε σε σημείο να μιλάμε για την γνωστή σε όλους ανάλυση SWOT δηλώνοντας τα δυνατά και αδύναμα σημεία της τουριστικής ανάπτυξης του δήμου μας έχοντας όλο αυτό στο μυαλό μας σαν μια επιχείρηση που δρα και ενεργεί με βάση αυτά. Όπως στην ανάλυση SWOT μιας επιχείρησης έτσι και εδώ συναντάμε αντίστοιχα τις ευκαιρίες και απειλές που υπάρχουν στην τουριστική μας ανάπτυξη. Τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων μας έδειξαν ότι οι ευκαιρίες που μπορεί να εκμεταλλευτεί ο δήμος Αχαΐας για την ανάπτυξη του τουρισμού δεν είναι άλλες από την ύπαρξη αναδυόμενων τουριστικών αγορών και την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού.

Λέγοντας θεματικό τουρισμό εννοούμε την ανάπτυξη ενός τμήματος ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες μέσω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που παρουσιάζουν δίνουν το κίνητρο για την ανάπτυξη μιας ειδικής υποδομής (ζήτηση - προσφορά) στην όλη τουριστική ζωή του δήμου. Επιπροσθέτως, λέγοντας αναδυόμενες τουριστικές αγορές εννοούμε κάποιες ειδικές μορφές αγορών οι οποίες με την ύπαρξη τους θα δώσουν άλλη τροπή στην προσφορά και ζήτηση του τουρισμού.

Εκτός από τις ευκαιρίες η ανάλυση SWOT μας μιλάει για τις απειλές που ελλοχεύουν στην τουριστική ανάπτυξη που παρουσιάζει ο δήμος μας. Πιο αναλυτικά οι απειλές είναι η τουριστική συνείδηση που επικρατεί αλλά και το επίπεδο παροχής υπηρεσιών που υπάρχει.



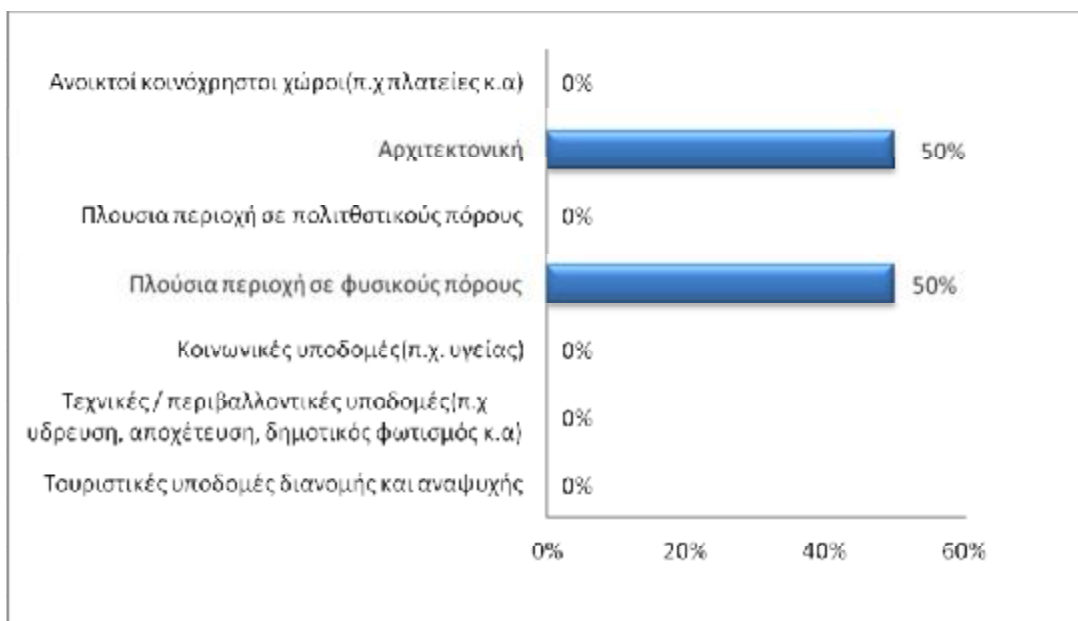
Γράφημα 27: Ποσοστά (%) ευκαιριών που αν ληφθούν υπόψη οδηγούν στην ανάπτυξη του τουρισμού στο Δήμο.



Γράφημα 28: Ποσοστά (%) απειλών που αν ληφθούν υπόψη οδηγούν στην ανάπτυξη του τουρισμού στο Δήμο.

Πιο ειδικά, όσο αφορά τα δυνατά και αδύναμα σημεία της περιοχής δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων που έλαβαν χώρα στην έρευνα μας με την συμμετοχή τους είναι ισοσκελισμένα. Δηλαδή από τα δεδομένα μας εμφανίζονται μόλις 2 (δύο) δυνατά σημεία:

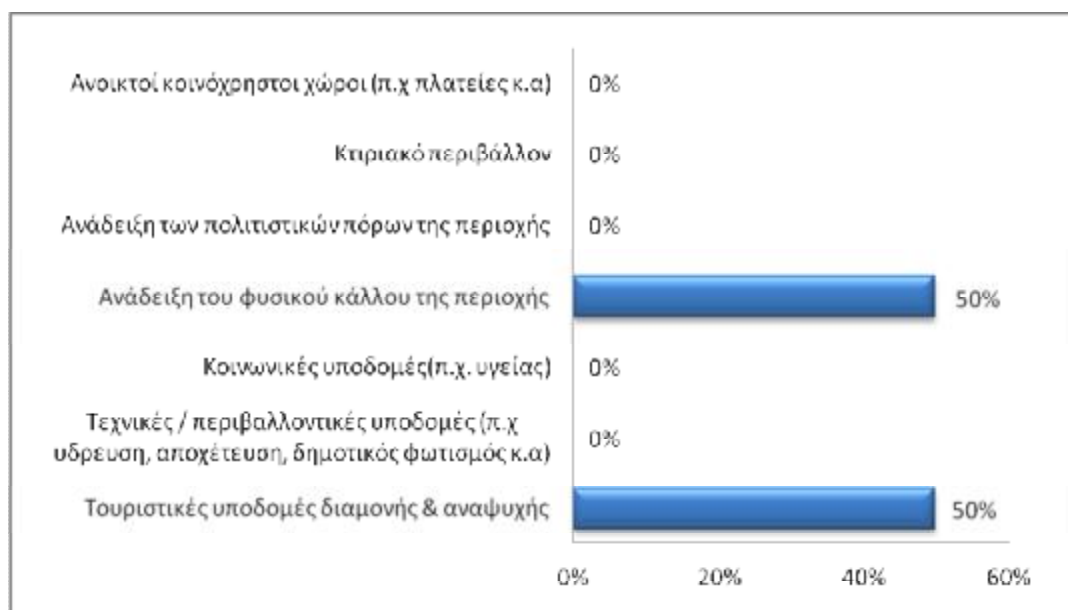
- i. Η Αρχιτεκτονική: που παίζει κυρίαρχο ρόλο στην παρουσία και στην προώθηση της ίδιας της επιχείρησης στον τομέα του τουρισμού και
- ii. Η πλούσια σε φυσικούς πόρους περιοχή: που καταφέρνει να ελκύει με έναν ιδιαίτερο τρόπο τους επισκέπτες πόσο μάλλον όταν η επιχείρηση εδράζεται σε ένα καλά οργανωμένο περιβάλλον που καταφέρνει με αρμονικό τρόπο να συνδυάζει τα πάντα.



Γράφημα 29: Ποσοστά (%) που αφορούν τα δυνατά σημεία δραστηριοποίησης της περιοχής της επιχείρησης.

Ενώ τα 2 (δύο) αδύναμα σημεία της επιχείρησης φαίνεται να είναι:

- i. Οι τουριστικές υποδομές διαμονής – αναψυχής: οι οποίες άλλοτε είναι καλά ανεπτυγμένες και άλλοτε όχι με βασικό μειονέκτημα το να μην επιλέγονται πολλές φορές από τους εποχιακούς η μη επισκέπτες – τουρίστες και φυσικά
- ii. Η ανάδειξη του φυσικού κάλλους της περιοχής: καθώς αρκετές φορές αδυνατούμε ως επιχειρήσεις και οργανωμένες μονάδες να αναδείξουμε με τον καλύτερο και αποτελεσματικότερο τρόπο την φυσική ομορφιά του τόπου μας. Πόσο μάλλον όταν δεν διατίθενται και όλα τα μέσα.

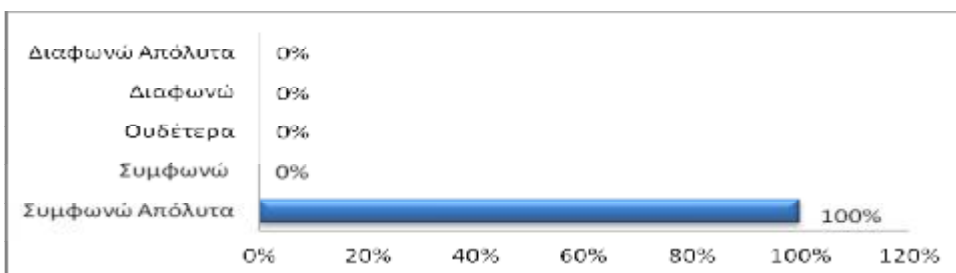
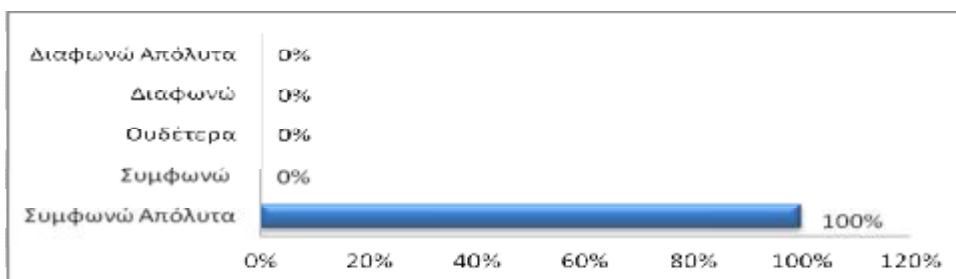
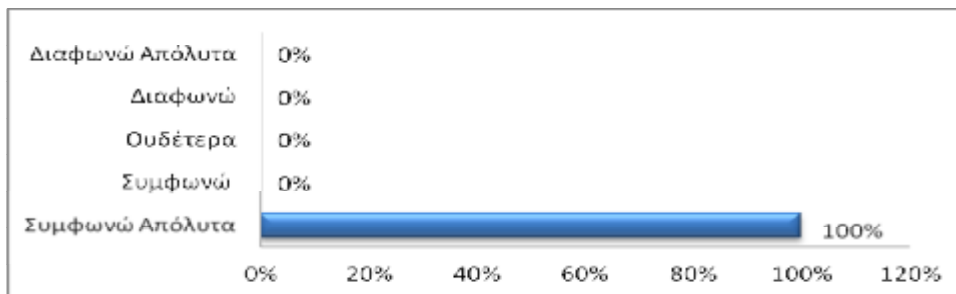


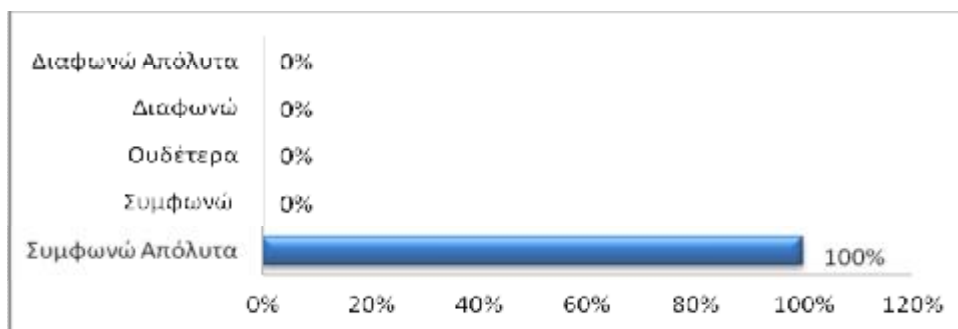
Γράφημα 30: Ποσοστά (%) που αφορούν τα αδύνατα σημεία δραστηριοποίησης της περιοχής της επιχείρησης.

Στη συνέχεια του ερωτηματολογίου μας θέτονται ορισμένες ερωτήσεις προς τον πληθυσμό – δείγμα μας όσο αφορά την στρατηγική του Δήμου μας σχετικά με την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Οι ερωτήσεις είναι συγκεκριμένες και διατυπωμένες με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνονται κατανοητές από τις επιχειρήσεις αλλά προφανώς και για να έχουμε πιο δομημένες απαντήσεις.

Στην ερώτηση που αφορά την αύξηση της επισκεψιμότητας της εδαφικής ενότητας του Δήμου μας αλλά και την ερώτηση που μιλά για δημιουργία ελκυστικότερου περιβάλλοντος τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους επενδυτές όλο το δείγμα μας απάντησε «ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ». Γνωρίζοντας την κατάσταση που επικρατεί στην τουριστική ζωή του δήμου κατανοούμε ότι η αύξηση είναι αναμενόμενη και δεν θα μπορούσαμε με τίποτα να την αμφισβητήσουμε πόσο μάλλον οι επιχειρήσεις που τη βιώνουν σε καθημερινή βάση.

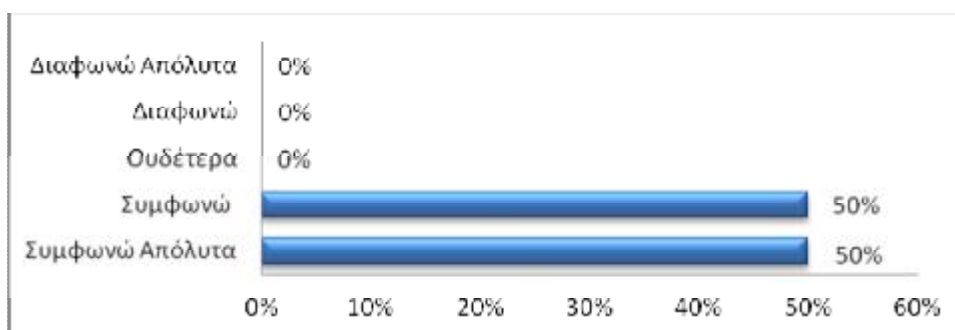
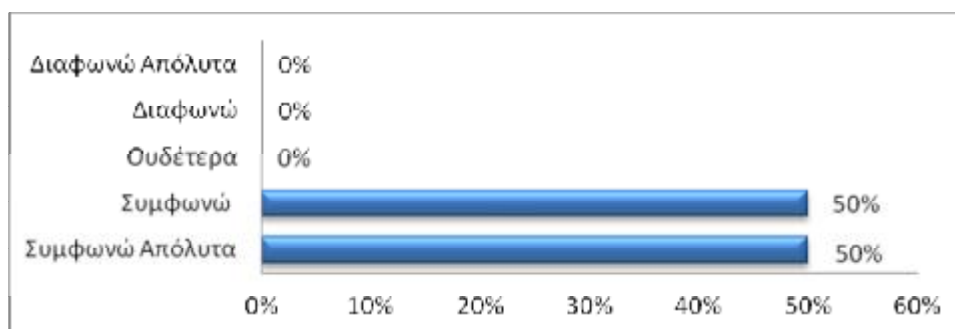
Η ανάπτυξη αποτελεί όπως αναφέραμε και σε προηγούμενες σελίδες της εργασίας μας βασικό μέλημα όλων. Αυτό και μόνο δηλώνει την επιθυμία των επιχειρήσεων για την συμμετοχή δημόσιων και ιδιωτικών φορέων επιχειρηματιών αλλά και άλλων κοινωνικών ομάδων. Η συμμετοχή αυτών αποσκοπεί στην υλοποίηση στρατηγικών στόχων μέσω συγκεκριμένων δράσεων και γι' αυτό το λόγο το δείγμα μας συμφωνεί απόλυτα στην σχετική ερώτηση που τους θέσαμε. Η όλη αυτή διαδικασία που προαναφέραμε ενέχει και την ταυτόχρονη αναβάθμιση του τουριστικού υποβάθρου μέσω της βελτίωσης βασικών δημόσιων υποδομών. Και εδώ το δείγμα μας συμφωνεί απόλυτα σε αυτό καθώς πιστεύει ότι είναι ένας καλός τρόπος αναδιαμόρφωσης της υπάρχουσας στρατηγικής που ακολουθείται μέχρι σήμερα.





Γράφημα 31: Ποσοστά (%) επισκεψιμότητας, ελκυστικού περιβάλλοντος, συμμετοχής διαφόρων φορέων και αναβάθμισης τουριστικού υποβάθρου.

Στο ερώτημα που κάναμε στις επιχειρήσεις για το αν συμφωνούν στη διαφοροποίηση του τοπικού παραγωγικού συστήματος μέσω της ενίσχυσης της τοπικής επιχειρηματικότητας οι απαντήσεις ήταν σχετικά ίδιες. Η ξενοδοχειακή μονάδα απάντησε «ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ» ενώ το τουριστικό πρακτορείο «ΣΥΜΦΩΝΩ». Οι απαντήσεις αυτές ήταν αναμενόμενες καθώς η τοπική επιχειρηματικότητα μέσω διαφόρων τρόπων κατορθώνει να επηρεάζει θετικά κατά κύριο λόγο το ισχύον παραγωγικό σύστημα του τόπου μας. Ακριβώς ίδιες παρουσιάζονται και οι απαντήσεις των ερωτώμενων επιχειρήσεων στο ερώτημα για το αν συμφωνούν στην ύπαρξη μιας πολιτικής περιβαλλοντικής προστασίας του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.



Γράφημα 32: Ποσοστά (%) της διαφοροποίησης παραγωγικού συστήματος και πρόταξης πολιτικής περιβαλλοντικής προστασίας περιβάλλοντος.

Τελειώνοντας την ανάλυση των δεδομένων μας συμπεραίνουμε ότι το δείγμα μας γνωρίζει πολύ καλά το τι συμβαίνει γύρω από τον τουρισμό στη Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Ξέροντας ότι ιεραρχικά καταλαμβάνουμε την 3^η θέση ως πόλη όσο αναφορά τον πληθυσμό αλλά και ως προς την ανάπτυξη του τουρισμού μπορούμε κάλλιστα να καταλάβουμε τις ελλείψεις που παρουσιάζουμε στον τομέα αυτό. Το ίδιο μας τόνισε και το δείγμα μας αναφέροντάς μας το ότι υπάρχει μειωμένο ενδιαφέρον τόσο από δημόσιους όσο και από ιδιωτικούς φορείς πάνω στην ενίσχυση του θεσμού. Μάλιστα, μας επισημαίνουν ότι δεν είναι ανεπτυγμένα όλα τα είδη του τουρισμού παρά το ότι διαθέτουμε όλους τους πόρους για την ανάπτυξη του.

7.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΔΕΥΤΕΡΗΣ (2^{ΗΣ}) ΕΡΕΥΝΑΣ

Η τουριστική δραστηριότητα μιας πόλης και γενικότερα μιας περιφέρειας, όπως και η δική μας, ενισχύεται μέσα από χιλιάδες επιχειρήσεις. Επιχειρήσεις που καταφέρνουν και δραστηριοποιούνται στο χώρο της ψυχαγωγίας, του αθλητισμού, αυτόν της πολιτιστικής και πολιτισμικής έμφασης χώρο με τα ποικίλα χαρίσματα και ιδιομορφίες που παράγει συνεχώς. Χάρης σε αυτές που όλο και περισσότερο εδραιώνονται στο κλάδο του τουρισμού μεταβαίνουμε στον εκσυγχρονισμό και την εξελιξημότητα ενός τόπου που αν μίητε άλλο δεν θα μπορούσε να υπάρξει διαφορετικά. Δίνοντας έμφαση στα πρωτογενή παράγωγα του τόπου μας και χρησιμοποιώντας τους καταλληλότερους και πλέον δυνατούς τρόπους ανανέωσης αυτών στήνουμε ένα παιχνίδι γύρω από το οποίο καθρεφτίζεται ο τουρισμός και η ανάγκη για αναβάθμιση και επένδυση των επιχειρήσεων ως προς την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας που παρουσιάζει η περιφέρεια μας.

Η ενημέρωση, η συμμετοχή και οι αποφάσεις που λαμβάνουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις για το πώς θα δράσουν υπέρ αυτής της ανάπτυξης διαφέρουν. Κάθε επιχείρηση βάσει των αρχών που ακολουθεί και των δυνατοτήτων που εμφανίζει μπορεί να δώσει μια άλλη νότα στον τουρισμό. Κάτι το οποίο και γίνεται στην περιφέρεια μας πότε σιωπηλά και πότε εμφανέστατα.

Έπειτα από την στατιστική απόδοση των δεδομένων που συλλέχθηκαν φθάνουμε στο σημείο να μιλάμε για αυξημένη γνώση των στελεχών των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα μας παρά το γεγονός ότι η εφαρμογή αυτής δεν είναι σε μεγάλο βαθμό ικανοποιητική. Οι γνώσεις που φέρουν προκύπτουν μέσα από την τοποθέτηση αυτών αναφορικά με τα δυνατά και αδύναμα σημεία στην ανάλυση των επιδιωκόμενων στόχων και δράσεων τους.

Τα στελέχη των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο που δημιουργήσαμε ως ερευνητές είναι καλοί γνώστες των μορφών τουρισμού που υπάρχουν

στην περιφέρεια. Ξέρουν ποιες μορφές εμφανίζονται δυναμικά και ποιες με μελανά σημεία. Ο θρησκευτικός και συνεδριακός τουρισμός τονίζουν ότι πρέπει να αναπτυχθούν ενώ θεωρούν ότι μέσω των ευκαιριών και απειλών που μπορεί να εκμεταλλευτεί η Περιφέρεια μπορούν να αναστείλουν την μέχρι τώρα εικόνα του τουρισμού μας. Η εκμετάλλευση των ευκαιριών – απειλών, δυνατών – αδύνατων σημείων της περιφέρειας σε συνδυασμό με τις επιχειρηματικές βλέψεις των στελεχών επιφέρει σημαντικά αποτελέσματα. Γεγονός που ξέρουν καλά να χειρίζονται οι επιχειρήσεις του τόπου μας.

Η βιωσιμότητα της όλης τουριστικής δραστηριότητας του δήμου μας επισημαίνουν ότι θα πρέπει να στηρίζεται πάνω σε μια καλά οργανωμένη και μεθοδευμένη στρατηγική. Βασικοί παράγοντες όπως η επισκεψιμότητα, η μορφή – δομή του γύρω περιβάλλοντος, η συμμετοχή φορέων και η βελτίωση του υπόβαθρου στον τουρισμό θεωρούν ότι αν ληφθούν σοβαρά υπόψη ο τουρισμός θα αναπτυχθεί.

Τελικά ο περιορισμένος αριθμός συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα μας έκανε να αναρωτηθούμε γιατί όλες οι επιχειρήσεις δεν αντιδρούν το ίδιο βάσει των γνώσεων τους. Μας έκανε να σκεφτούμε ακόμη και εμείς πιθανούς τρόπους ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας στην περιφέρεια δίνοντας εναλλακτικές στο πλευρό των επιχειρήσεων. Συμπέρασμα που απορρέει από τα μόλις δύο (2) ερωτηματολόγια που καταφέραμε να αποσπάσουμε.

7.3 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός αποτελεί μια κυρίαρχη αναγνωρισμένη δύναμη από όλα τα ανεπτυγμένα κράτη πόσο μάλλον από την χώρα μας. Οι σημαντικές οικονομικές, περιβαλλοντικές, κοινωνικό – πολιτικές επιδράσεις που επιφέρει ο τουρισμός τον έχει καταστήσει ως το ύψιστο πολιτικό φαινόμενο. Αποτελεί μια βιομηχανία με βασικά στοιχεία αυτής τον αριθμό τουριστών που εισέρχονται και εξέρχονται κάθε φορά, τις συναλλαγματικές εισπράξεις που επιφέρουν κ.α. επισημαίνοντάς μας την σπουδαιότητα του όρου αυτού. Η ανάπτυξη του έχει θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο με αποτέλεσμα να επιδρά με μεγάλη ευκολία σε τομείς όπως η απασχόληση και η εισροή συναλλάγματος στην χώρα μας και πιο συγκεκριμένα στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, μιας και σε αυτή αναφερόμαστε στην παρούσα εργασία.

Στην εργασία μας αναλύσαμε βασικά κομμάτια του τουρισμού με απώτερο σκοπό την παρουσίαση όσο το δυνατόν περισσότερων χαρακτηριστικών αυτού. Αναφέραμε το πώς ορίζεται ο τουρισμός ως έννοια, την ιστορία και εξέλιξη αυτού στη διάρκεια του χρόνου, ως μια από τις πιο διαχρονικές έννοιες. Παρουσιάσαμε ορισμένα στατιστικά στοιχεία που αποσπάστηκαν έπειτα από πολύωρη έρευνα και αφορούν την στατιστική ανάλυση του τουρισμού μέσω των ποσοστιαίων μεταβολών που παρουσιάζει ανάλογα με τον αριθμό των τουριστών. Μιλήσαμε για τις μορφές που εμφανίζεται και το πώς επιδρά μέσω αυτών στην υπάρχουσα κοινωνία, τονίζοντας έτσι την μορφή του σημερινού τουρισμού στην περιφέρεια μας. Μάλιστα και μέσω της έρευνας που διεξήγαμε ανακαλύψαμε ότι στην τοπική κοινωνία που ζούμε η τουριστική δραστηριότητα είναι μεγάλη παρόλα αυτά όμως οφείλει να αναπτυχθεί κι άλλο καθώς έχει την δυνατότητα να δώσει – προσφέρει πολλά ακόμη στην περιφέρειά μας. Το δείγμα της έρευνας μας δεν έλλειψε να δηλώσει ότι ο τουρισμός είναι και θα συνεχίσει να είναι ένας κλάδος που ανθεί και που οφείλουμε όλοι να δώσουμε ιδιαίτερη προσοχή. Οφείλουμε να στηρίξουμε αυτό το θετικό πρόσημο στην οικονομία της περιφέρειάς μας και συνάμα της χώρας μας μέσω προτάσεων, μελετών που έχουν ως κύριο στόχο να συνεισφέρουν σε μια περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού.

Οι προτάσεις που απορρέουν από την έρευνα μας και το ποσοστό του δείγματος που συμμετείχε σε αυτή είναι αρκετές και αν μίτε άλλο σημαντικές. Λαμβάνοντας υπόψη και ενεργοποιώντας καθεμία από αυτές τις προτάσεις μπορούμε να κάνουμε θαύματα. Πιο συγκεκριμένα, το δείγμα μας επιμένει πως μέσω μιας σωστής προετοιμασίας των περιοχών της περιφέρειάς μας σε περιόδους αιχμής όπου παρατηρούνται διάφορα προβλήματα καθώς και η εγρήγορση του προσωπικού που εργάζεται σε θέσεις εργασίας όπου έρχονται σε άμεση επαφή με τους τουρίστες από την πρώτη στιγμή θα βοηθούσε πολύ. Ορισμένες φορές η ανάπτυξη του τουρισμού προέρχεται από μικροπράγματα που ξεχνάμε να προσέξουμε καθώς θεωρούμε ότι υφίστανται, πράγμα όχι και τόσο σωστό. Η διαφήμιση και η συνεχής προώθηση όλων των μορφών τουρισμού της περιφέρειάς μας θα απέδιδε αλλά και η δημιουργία πιο οικονομικών τουριστικών πακέτων από την πλευρά των τουριστικών επιχειρήσεων – πρακτορείων που υπάρχουν θα οδηγούσε στην ενίσχυση της όλης τουριστικής δραστηριότητας.

Πέραν των προτάσεων του πληθυσμού – δείγματος της έρευνας μας και καθώς είμαστε πλήρως ενημερωμένοι ως ερευνητές γύρω από τον τουρισμό οφείλουμε να προτείνουμε και εμείς ορισμένους τρόπους διαφυγής της τουριστικής δραστηριότητας από την καθιερωμένη της μορφή. Ως περιφέρεια οφείλουμε να απευθυνθούμε σε άλλες περιφέρειες για την προσέλκυση τουριστών αλλά και οι tour operators μπορούν να βοηθήσουν με την εγκατάσταση και σε άλλες περιοχές από τις μέχρι τώρα. Η προσέλκυση επενδύσεων στον τόπο μας θα ήταν μια πάρα πολύ καλή αρχή καθώς και με την χαλάρωση των γραφειοκρατικών μεθόδων σε νέες επενδύσεις θα αποτελούσαν ένα σημαντικό βήμα ανάπτυξης του τουρισμού μας. Επίσης, ο εκσυγχρονισμός των τουριστικών επιχειρήσεων που εδράζονται στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας αλλά και η στροφή σε νέα προϊόντα και περιοχές που δεν έχουν την ίδια απήχηση με τους μέχρι τώρα γνωστούς προορισμούς θα ενίσχυε κατά πολύ τον τουρισμό. Μια δυναμική επίσης πρόταση θα ήταν η δημιουργία – ύπαρξη hostel τα οποία είναι πιο δημοφιλή στο εξωτερικό ενώ στη χώρα μας και συνάμα στην περιφέρειά μας ακόμα όχι τόσο.

Ο τουρισμός βοηθά στην καταπολέμηση της φτώχειας και πείνας αλλά βοηθά και στην ενδυνάμωση της θέσης που καταλαμβάνει η γυναίκα στην κοινωνία με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Αν όμως δεν διαχειριστούμε καλά την τουριστική ζήτηση που αναπτύσσεται τότε οι επιπτώσεις που θα επέλθουν θα αφορούν κυρίως την προστασία του περιβάλλοντος. Είναι πολύ σημαντικό να μπορεί ο τουρίστας ερχόμενος στην περιφέρεια μας να κάνει μόνοι του check in – check out ενώ η διεθνής διαφήμιση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και κυρίως μέσω του διαδικτύου με γνώμονα όμως την προστασία του περιβάλλοντος θα έδινε μια επιπλέον ώθηση – ανάπτυξη στον τουρισμό. Κι όλο αυτό γιατί όλοι γνωρίζουμε το πόσο φιλικό είναι οι ξένοι – τουρίστες με το περιβάλλον και ότι περικλείει αυτό.

Στη συνέχεια των συμπερασμάτων της παρούσας εργασίας κρίνεται επιτακτική η ανάγκη για την δημιουργία ορισμένων μοντέλων στατιστικής ανάλυσης των ποσοτικών μεγεθών που εμφανίζει ο τουρισμός. Μέσω αυτών θα δύναται μια καλύτερη παρουσίαση των ποσοτικών στοιχείων όπως για παράδειγμα των ποσοστιαίων μεταβολών που παρουσιάζονται στην τουριστική δραστηριότητα της περιφέρειας κλπ. με στόχο την περαιτέρω σύγκριση αυτών με ειδικότερα ή και γενικότερα στατιστικά ευρήματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ✓ Χάρης Κοκκώσης - Παρίς Τσάρτας – Ελευθερία Γκρίμπα (2011), *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδόσεις Κριτική.
- ✓ Παρίς Α. Τσάρτας (2010), *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη*, εκδόσεις κριτική.
- ✓ Θωμάς Σιτάρας- Χρήστος Τζένος (2007), *Εισαγωγή στη Θεωρία του Τουρισμού*, εκδόσεις interbooks.
- ✓ William C. Gartner (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη*, εκδόσεις ΕΛΛΗΝ-Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ.
- ✓ Λαγός Δημήτριος – Λιαργκόβας Παναγιώτης (2005), *Τουριστική Οικονομία*, εκδόσεις κριτική.
- ✓ *Οικοτουριστικός οδηγός , greece - italy 2007 – 2013.*
- ✓ Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας ενημερωτικό φυλλάδιο.
- ✓ Πτυχιακή Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης Σ.Δ.Ο Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων Μαντζουράνη Καλλιόπη – Τζιφάκη Χρυσούλα Θέμα: «*ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ*» 2006.
- ✓ Στατιστικά Στοιχεία ΙΤΕΠ
- ✓ Δαρβίρη Χρ., (2009), *Μεθοδολογία Έρευνας στο Χώρο της Υγείας*, εκδόσεις Πασχαλίδη, Αθήνα.
- ✓ Γούλα Ασπ., (2000), *Γενικές Αρχές Μεθοδολογίας Έρευνας*, Αθήνα.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ✓ Jafar Jafari (2003) *Encyclopebia of tourism*, εκδόσεις Routledge.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΥΛΕΣ (WED- SITES)

- ✓ http://www.flowmagazine.gr/article/view/o_agrotourismos_sthn_europh/category/en_vironment
- ✓ <http://www.opengov.gr/minenv/?p=5145>

- ▼ <http://schoolpress.sch.gr/tourismosveria/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83-%CE%B7-%CE%B5%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1/%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%B5%CF%83-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85/>
- ▼ <http://www.nocomments.gr/to-taxidi-kai-i-istoria-tou-o-tourismos-kai-i-istoria-tou-82646>
- ▼ <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>
- ▼ http://www.samos-dialogos.gr/c/document_library/get_file?p_l_id=24552&folderId=24568&name=DLFE-1807.pdf
- ▼ https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄

Στο παρακάτω ερωτηματολόγιο παρουσιάζονται δεδομένα της ερευνάς που έχει γίνει.

Ερωτηματολόγιο για τον Τουρισμό - Για τους κατοίκους :

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

- Το φύλο σας

Άρρεν

1

Θήλυ

2

- Την ομάδα ηλικία σας

α) 18-25

1

β) 26-35

2

γ) 36-45

3

δ) 46-55

4

ε) 56-65+

5

στ) Άλλο

6

- Τον τόπο κατοικία σας

.....

- Την οικογενειακή σας κατάσταση

Άγαμος

1

Άγαμος με παιδιά

2

Έγγαμος/ζω με σύντροφο

3

Έγγαμος με παιδιά

4

Άλλο

5

- Την εκπαίδευση σας

Πρωτοβάθμια

1

Δευτεροβάθμια

2

Τριτοβάθμια

3

- Το επάγγελμα σας

Πανεπιστημιακός Φοιτητής

1

Δημόσιος Τομέας

2

Ιδιωτικός Τομέας

3

Νοικοκυρά

4

Άνεργος

5

Συνταξιούχος

6

Επιχειρηματίας

7

Άλλο

8

- Εισόδημα

0-5,000	1	5,000-10,000	2
10,000-15,000	3	15,000-25,000	4
25,000-35,000	5	35,000+	6

Η ΓΝΩΜΗ ΣΑΣ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

- Γιατί πιστεύετε ότι οι τουρίστες έρχονται στην περιφέρεια δυτικής Ελλάδας

Ηλείος και Θάλασσα	1	Αναψυχή	2
Κουλτούρα	3	Φύση	4
Επίσκεψη σε φίλους και οικογένεια	5	Όλα	6
Άλλο	7		

- Πόσο εύκολα πιστεύετε ότι η περιφέρεια δυτικής Ελλάδας επηρεάζει τον τουρισμό

Καθόλου

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Πολύ

- Ποια στοιχεία της περιφέρειας πιστεύετε ότι ελκύουν περισσότερο τους τουρίστες;

Τέχνη/Λογοτεχνία	1	Έθιμα/παραδόσεις	2
Φαγητό/Τοπικά Προϊόντα	3		
Θρησκεία & θρησκευτική αρχιτεκτονική			4
Αθλητισμός			5
Χώροι Πολιτιστικής Κληρονομιάς			6
Ιαματικά Λουτρά			7
Άλλο			8

- Πιστεύετε ότι ο τουρισμός είναι αρκετά αναπτυγμένος στην περιφέρεια

Απαντήστε ΝΑΙ ή ΟΧΙ και αν ΟΧΙ γιατί;

.....

- Πιστεύετε ότι ο τουρισμός βοηθάει στην ευρύτερη ανάπτυξη της περιφέρειας;

ΝΑΙ

1

 ΟΧΙ

2

- Πιστεύετε ότι οι τοπικές αρχές πρέπει να επενδύσουν περισσότερο στον τουρισμό
Απαντήστε ΝΑΙ η ΟΧΙ και στην περίπτωση του ΟΧΙ αιτιολογήστε την απάντησή σας

.....

- Πιστεύετε ότι έχουν επενδύσει αρκετά

Επαρκώς Μέτρια Καθόλου

- Ποιος θα λέγατε ότι είναι ο πιο υπεύθυνος για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια

Κράτος Τοπικές αρχές Ντόπιοι
Ταξιδιωτικοί πράκτορες Άλλο

- Ποιές μορφές πολιτιστικού τουρισμού πιστεύετε ότι θα μπορούσαν να λειτουργήσουν καλύτερα στην περιοχή;

Θρησκευτικός	<input type="text" value="1"/>	Αθλητικός	<input type="text" value="2"/>
Οικοτουρισμός	<input type="text" value="3"/>	Ιαματικός Τουρισμός	<input type="text" value="4"/>
Γαστρονομικός Τουρισμός	<input type="text" value="5"/>	Αρχαιολογικός Τουρισμός	<input type="text" value="6"/>
Όλα	<input type="text" value="7"/>	Άλλο	<input type="text" value="8"/>

- Τι νομίζετε ότι θα έπρεπε να αλλάξει η να βελτιωθεί; Τοποθετήστε τα με σειρά προτεραιότητας

(Με το 1 να είναι λιγότερο σημαντικό, 5 το πιο σημαντικό)

Υποδομή

1
2
3
4
5

Πρόωθηση/Διαφήμιση τοπικής κουλτούρας

1
2
3
4
5

Πολιτιστικά Αξιοθέατα (ώρες λειτουργίας, αισθητική, τεχνολογία κτλ)

1
2
3
4
5

Διάδραση, εκδηλώσεις, δραστηριότητες

1
2
3
4
5

Σπώνσορες, παροχή βοήθειας

1
2
3
4
5

Δημιουργώντας ισχυρή ταυτότητα

1
2
3
4
5

- Είσατε ενήμεροι για την τουριστική ζωή της περιφέρειας;

Καθόλου

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Πολύ

Ερωτηματολόγιο για την Τουριστική Ανάπτυξη του Δήμου Αχαΐας

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Όνομα Επιχείρησης

Διεύθυνση Επιχείρησης

Φύλο

Ηλικία

Τομέας Δραστηριότητας

Είδος Επιχείρησης

- Δραστηριοποιείται αλλού η επιχείρησής σας
- Ποιες μορφές τουρισμού θεωρείτε ότι μπορούν να αναπτυχθούν στο Δήμο Αχαΐας
- Ποια θεωρείτε τα ΔΥΝΑΤΑ σημεία του Δήμου σε σχέση με την Τουριστική Ανάπτυξη του
- Ποια θεωρείτε τα ΑΔΥΝΑΤΑ σημεία του Δήμου σε σχέση με την Τουριστική Ανάπτυξη του
- Ποιες θεωρείτε τις ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ που μπορεί να εκμεταλλευτεί ο Δήμος Αχαΐας για την Τουριστική Ανάπτυξη
- Ποιες θεωρείτε τις ΑΠΕΙΛΕΣ που αντιμετωπίζει ο Δήμος Αχαΐας για την Τουριστική Ανάπτυξη
- Ποια κατά τη γνώμη σας είναι τα ΔΥΝΑΤΑ σημεία της περιοχής δραστηριοποίησης της επιχείρησής σας
- Ποια κατά τη γνώμη σας είναι τα ΑΔΥΝΑΤΑ σημεία της περιοχής δραστηριοποίησης της επιχείρησής σας

Στρατηγική Δήμου Αχαΐας για την Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη

- Συμφωνείτε με την αύξηση της επισκεψιμότητας στο σύνολο της εδαφικής ενότητας του Δήμου

Συμφωνώ απόλυτα	1	Συμφωνώ	2
Ουδέτερα	3	Διαφωνώ	4
Διαφωνώ Απόλυτα	5		

- Συμφωνείτε με την δημιουργία ενός ελκυστικού περιβάλλοντος τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους επενδυτές

Συμφωνώ απόλυτα	1	Συμφωνώ	2
Ουδέτερα	3	Διαφωνώ	4
Διαφωνώ Απόλυτα	5		

- Συμφωνείτε στη συμμετοχή δημοσίων, ιδιωτικών φορέων, επιχειρηματιών και όλων των κοινωνικών ομάδων στην υλοποίηση των στρατηγικών στόχων μέσω συγκεκριμένων δράσεων

Συμφωνώ απόλυτα	1	Συμφωνώ	2
Ουδέτερα	3	Διαφωνώ	4
Διαφωνώ Απόλυτα	5		

- Συμφωνείτε στην αναβάθμιση του τουριστικού υποβάθρου μέσω της βελτίωση βασικών δημοσίων υποδομών

Συμφωνώ απόλυτα	1	Συμφωνώ	2
Ουδέτερα	3	Διαφωνώ	4
Διαφωνώ Απόλυτα	5		

- Συμφωνείτε στην διαφοροποίηση του τοπικού παραγωγικού συστήματος μέσω της ενίσχυσης της τοπικής επιχειρηματικότητας;

Συμφωνώ απόλυτα	1	Συμφωνώ	2
Ουδέτερα	3	Διαφωνώ	4

Διαφωνώ Απόλυτα

5

- Συμφωνείτε στην πρόταξη μιας πολιτικής περιβαλλοντικής προστασίας του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος;

Συμφωνώ απόλυτα

1

Συμφωνώ

2

Ουδέτερα

3

Διαφωνώ

4

Διαφωνώ Απόλυτα

5

- Παρακαλώ διατυπώστε σχόλια που τυχόν έχετε

.....