



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ»

Φοιτητές: Πετρουλά Δήμητρα-Ίριδα, Μουστάκας Σάββας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Μιχοπούλου Μαίρη

Πάτρα, Ιούλιος 2019

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ»**

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο παγκόσμιος τουρισμός αναπτύσσεται και προβάλλεται ολοένα και περισσότερο. Κάθε περιοχή με τον δικό της τρόπο θέλει ο επισκέπτης να μένει ευχαριστημένος με οποιαδήποτε δραστηριότητα κάνει (φαγητό, ποτό, θαλάσσιες δραστηριότητες κλπ.), έτσι ώστε να ξανά επισκεφτεί το μέρος αλλά και να το προτείνει.

Μια αναφορά της ιστοσελίδας Visitgreece με τίτλο *GEECE all the classic* αναφέρει ότι από τις ωραιότερες πόλεις της αργολικής γης αλλά και ολόκληρης της Ελλάδας είναι η πόλη του Ναυπλίου – πρώτη πρωτεύουσα του νεοσύστατου ελληνικού κράτους από το 1823 έως το 1834 – χτίστηκε σύμφωνα με τη μυθολογία από το Ναύπλιο, γιο του Ποσειδώνα και της Δαναΐδας Ανυμώνης.

Το Ναύπλιο κατ' επέκταση η Αργολίδα και η Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και αυτά είναι η εκτεταμένη ακτογραμμή και η εγγύτητα με το θαλάσσιο χώρο του Αιγαίου και των περιοχών της Μεσογείου.

Σε κάθε γωνιά της Ελλάδας, οι αθλητικές δραστηριότητες στη θάλασσα δίνουν το «παρών», έτσι και στο Ναύπλιο υπάρχουν αρκετές από αυτές.

Εκτός από τα παραπάνω αναλύονται και προτάσεις για τη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης αρχικά στην περιφέρεια λέγοντας και κάποια μέτρα και άξονες δράσεις, αλλά και ύστερα τι έχει αποφασιστεί για το Ναύπλιο και τις υποδομές του για να εισέρχονται κρουαζιέρες.

Έτσι, αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής μελέτης είναι να αναδείξει τις δυνατότητες που έχει το Ναύπλιο στον θαλάσσιο τουρισμό και η σημαντικότητα ύπαρξης των θαλάσσιων σπορ.

Λέξεις κλειδιά: τουρισμός, θαλάσσια σπορ, πρώτη πρωτεύουσα, Ναύπλιο, τουριστική ανάπτυξη.

PROLUSION

World Tourism is growing and showing itself increasingly. Each area in its own way wants the visitor to be happy with any activity he does (food, drink, sea activities, etc.) so that he can visit again this place and propose it.

An overview of the Visitgreece website, named GEECE all the classic, states that one of the most beautiful cities of Argolic land and the whole of Greece is the city of Nafplion - the first capital of the newly established Greek state from 1823 to 1834 - built according to mythology from Nafplio, son of Poseidon and Danaida
Anonymous.

Nafplio, which is Argolida and the Peloponnese region, have advantages for the development of sea tourism and these are the extended coastline and the proximity to the marine space of the Aegean Sea and the Mediterranean regions.

In every corner of Greece, athletic activities at sea give "present", so there are several of them in Nafplio.

Apart from the above, we are also analyzing proposals for the tourism development strategy initially in the periphery by saying some measures and axial actions, but then what has been decided for Nafplio and its infrastructure to come cruises.

This subject of this diplomatic study is to highlight the potential of Nafplio for maritime tourism and the importance of the existence of sea sports.

Key words: tourism, water sports, first capital, Nafplio, tourism development.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο 20^{ος} αιώνας είναι αυτός που χαρακτηρίστηκε από μεγάλο πλήθος ατόμων ως αιώνας του τουρισμού. Μέσα στον 20^ο αιώνα η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα ήταν μεγάλη. Σημαντική είναι η εξέλιξη του όσον αφορά την ελληνική οικονομία. Ο τουριστικός τομέας είναι παγκοσμίως από τις πιο σημαντικές βιομηχανίες.

Οι Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού (Ε.Τ.Ε.Μ.) έχουν προωθηθεί αποσκοπώντας στη διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος. Οι επιδράσεις τους είναι ιδιαίτερα σημαντικές και πολύ – επίπεδες, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας των περιοχών.

Μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, με ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα, και με αρκετά περιθώρια ανάπτυξης, αποτελεί ο Θαλάσσιος Τουρισμός. Ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων, αναψυχής που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μίας χώρας υποδοχής τουριστών, με σκοπό την ψυχαγωγία και την πολιτισμική επικοινωνία.

Η Ελλάδα διαθέτει τη γεωμορφολογία, τις κατάλληλες κλιματικές συνθήκες, τις υποδομές και τη ζήτηση που επιτρέπουν περαιτέρω ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Η ανάπτυξη αυτή σε συνδυασμό με παροχή ποιοτικότερων υπηρεσιών και βελτιώσεων σε υποδομές θα δώσει πνοή στην οικονομική κατάσταση της χώρας, ενώ παράλληλα θα βελτιώσει την εικόνα μας στο εξωτερικό.

Ωστόσο όπως θα αναλυθεί στην παρούσα πτυχιακή εργασία, για να συμβεί αυτό θα πρέπει να βελτιωθούν οι υποδομές της Πελοποννήσου και να παρθούν κάποια μέτρα, για την ανάπτυξη διακοπών του θαλάσσιου τουρισμού, αλλά και οι υποδομές στο Ναύπλιο για να μπορούν να έρχονται μεγάλα κρουαζιερόπλοια.

Ευχαριστίες

Την καθηγήτρια κα Μιχοπούλου Μαρία που μας βοήθησε στην εκπόνηση της παρούσας πτυχιακής με χρήσιμες συμβουλές και κατευθυντήριες οδηγίες. Έτσι χρησιμοποιήσαμε τις υπάρχοντες γνώσεις μας και με την καθοδήγησή της, αποκτήσαμε νέες.

Τους γονείς μας, που όλα αυτά τα χρόνια μας στήριζαν σε οποιαδήποτε απόφαση και ήταν δίπλα μας ενθαρρύνοντάς μας να συνεχίσουμε.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	7
ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	9
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1	9
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2	9
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3	9
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4	9
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5	9
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6	9
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	10
ΓΕΝΙΚΑ	10
ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	12
ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΔΟΜΗ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	14
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	14
1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	14
1.2 ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	16
1.3 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	18
1.4 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	21
1.5 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	34
2.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ	35
2.2 Συνεισφορά θαλάσσιου τουρισμού.....	41
2.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΣΠΟΡ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΝΑΥΠΛΙΟ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ.....	43
3.1 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΝΟΜΟΥ.	43
3.2. ΔΗΜΟΣ ΝΑΥΠΛΙΕΩΝ.....	48
3.3 ΝΑΥΠΛΙΟ.....	52
3.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ	53

3.3 ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ ΣΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ.....	71
4.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	73
4.1.1. ΠΡΟΤΥΠΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ – ΣΕΝΑΡΙΑ ΑΝΑ ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	77
4.2. ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....	83
4.3. ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ.	93
4.3.1 ΔΙΑΓΝΩΣΗ ΤΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	93
4.3.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	104
4.4 ΜΕΓΑΛΗ Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΟΥ ΘΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΙ ΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ.	116
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑΤΙ	117
5.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	118
5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΕΣ.....	118
5.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	127
5.4 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.	129
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	133
Βιβλιογραφία	133
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	133
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	134

ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 — Τουριστικοί προορισμοί — διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα, 2015 (εκατομμύρια διανυκτερεύσεις μη μόνιμων κατοίκων στη χώρα).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 — Ποσοστό διανυκτερεύσεων μη μόνιμων κατοίκων σε τουριστικά καταλύματα της ΕΕ των 28, 2015.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3 — Στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα (αφίξεις).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4 — Στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα (Διανυκτερεύσεις σε εκατομμύρια).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5 — Στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα (Δαπάνες σε δισεκατομμύρια).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6 — Στατιστικά στοιχεία αφίξεων τουριστών του Ναυπλίου 2012-2016 (σε χιλιάδες).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7 — Στατιστικά στοιχεία διανυκτερεύσεων τουριστών του Ναυπλίου 2012-2016 (σε χιλιάδες).

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΓΕΝΙΚΑ

Όπως στην Ελλάδα έτσι και παγκοσμίως ο τουρισμός αναπτύσσεται και προβάλλεται ολοένα και περισσότερο. Ένα σημαντικό κομμάτι της οικονομίας της Ελλάδας βασίζεται στον τουρισμό. Η Ελλάδα έχει καταξιωθεί ως ένας από τους πιο δημοφιλείς και ασφαλής τουριστικούς προορισμούς του κόσμου αφού έχει ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, που διαθέτει πλούσια ιστορία και πολιτισμό.

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής μελέτης είναι η ανάδειξη των δυνατοτήτων που έχει ο ελληνικός τουρισμός ώστε να βελτιώσει τις προσφερόμενες υπηρεσίες του και να εκμεταλλευτεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που διαθέτει. Η Ελλάδα, πρόκειται για μια χώρα που διαθέτει μεγάλο μήκος ακτογραμμών, αμέτρητες παραλίες και ήπιο μεσογειακό κλίμα. Προκειμένου να περιοριστεί ο έντονος ανταγωνισμός που υπάρχει στη μεσόγειο η έως τώρα στρατηγική προώθησης και εκμετάλλευσης του τουριστικού προϊόντος της βασίζεται σε αυτούς τους παράγοντες και δεδομένα.

Συγκεκριμένα, αν ο θαλάσσιος τουρισμός εκμεταλλευτεί σωστά τις δυνατότητες που έχει από τις διάφορες εκφάνσεις και μορφές του, μπορούν να προσφέρουν στην Ελλάδα μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης και οικονομικών εισροών από τη τουριστική αγορά. Πλέον το τουριστικό προϊόν είναι από τα πιο πολύτιμα που έχουμε και οφείλουμε να το εκμεταλλευτούμε. Ειδικότερα, γίνεται αναφορά στον κλάδο Θαλάσσια σπορ και οι δυνατότητες για ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στο Ναύπλιο. Επιπρόσθετα, στρέφουμε το ενδιαφέρον μας και στα στατιστικά στοιχεία του τουρισμού στο Ναύπλιο αλλά και την ανάπτυξή του.

Στο **πρώτο κεφάλαιο**, παρουσιάζονται μερικά γενικά πληροφοριακά στοιχεία του κλάδου τουρισμός, γίνεται αναφορά στην έννοια του τουρισμού, στις ειδικές μορφές τουρισμού και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αναλύονται και εξηγούνται οι εναλλακτικές μορφές του τουρισμού. Ακόμα αναφέρεται ο ελληνικός τουρισμός και ποια είναι η επίδραση της Ελλάδας από τον τουρισμό.

Στο **δεύτερο κεφάλαιο**, γίνεται αναφορά στον θαλάσσιο τουρισμό στην Ελλάδα, αφού η Ελλάδα είναι μια χώρα συνώνυμη με το φως, τις πεντακάθαρες θάλασσες του Αιγαίου και του Ιονίου. Ακόμα, γίνεται προσδιορισμός του θαλάσσιου τουρισμού και των μορφών του. Επιπρόσθετα, αναφέρεται η συνεισφορά του θαλάσσιου τουρισμού και έπειτα οι προοπτικές των θαλάσσιων σπορ στην Ελλάδα.

Στο **τρίτο κεφάλαιο**, παρουσιάζεται το Ναύπλιο και τα θαλάσσια σπορ. Συγκεκριμένα αναλύεται ο πληθυσμός του Νομού με βάσει στατιστικά στοιχεία και επιπλέον παρουσιάζεται ο Δήμος Ναυπλιέων. Ακόμα αναφέρεται το Ναύπλιο, τα στατιστικά τουρισμού στο Ναύπλιο και τα θαλάσσια σπορ στο Ναύπλιο.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο**, παρουσιάζεται η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στο Ναύπλιο και αναλύονται οι στρατηγικοί στόχοι ανά κατηγορία περιοχής, τα πρότυπα ανάπτυξης τουριστικών περιοχών-σενάρια ανά τυπολογία περιοχής, άξονες δράσης και μέτρα πολιτικής και την μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας Πελοποννήσου.

Τέλος, στο **πέμπτο κεφάλαιο**, παρουσιάζεται το ερευνητικό κομμάτι της πτυχιακής. Αναλυτικά είναι η μεθοδολογία, αναλύονται τα αποτελέσματα και οι πίνακες και στη συνέχεια αναφέρονται τα συμπεράσματα και το ερωτηματολόγιο.

Σημαντικοί όροι: Τουρισμός, Θαλάσσιος Τουρισμός, Θαλάσσια Σπορ, Στατιστικά, Ανάπτυξη Θαλάσσιου Τουρισμού

ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονείται στο πλαίσιο των υποχρεώσεων για τη λήψη του Πτυχιακού τίτλου σπουδών Διοίκησης Επιχειρήσεων – Μάρκετινγκ, του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι Πατρών, υπό την επίβλεψη της Καθηγήτριας κ. Μιχοπούλου Μαίρη.

Σκοπός της εργασίας είναι η μελέτη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ειδικότερα του θαλάσσιου τουρισμού. Συγκεκριμένα θα αναφερθεί η γενικότερη έννοια του Τουρισμού, οι εναλλακτικές μορφές του, ο Ελληνικός τουρισμός και η επίδραση της Ελλάδας από τον τουρισμό. Επιπλέον θα αναλύσουμε τα στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα όσον αφορά τον θαλάσσιο τουρισμό για να συγκρίνουμε εάν τελικά είχε συνεισφέρει στην Ελλάδα αυτό το είδος τουρισμού και οι προοπτικές του.

Ειδικότερα θα αναλύσουμε τα θαλάσσια σπορ στο Ναύπλιο και συγκεκριμένα την ανάπτυξή τους στην περιοχή αυτή. Γίνεται μια προσπάθεια προσέγγισης, ανάλυσης και στατιστικών στοιχείων της ανάπτυξης του Θαλάσσιου Τουρισμού στο Ναύπλιο, ώστε να εντοπιστεί τι μπορεί να γίνει και οι προοπτικές των θαλασσίων σπορ στην περιοχή αυτή.

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

Αρχικά θα ορίσουμε την έννοια του τουρισμού και θα αναλύσουμε τις ειδικές μορφές που έχει. Έπειτα θα αναφέρουμε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού με τα χαρακτηριστικά τους αλλά και τον Ελληνικό τουρισμό σαν τουριστικό προϊόν. Στη φάση αυτή αναφέρουμε τα στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα.

Εν συνέχεια θα αναφέρουμε τον θαλάσσιο τουρισμό στην Ελλάδα, τι συνεισφέρει αλλά και οι προοπτικές των θαλασσίων σπορ στην Ελλάδα.

Ακολούθως θα θέσουμε την εννοιολογική προσέγγιση των θαλασσίων σπορ στο Ναύπλιο, τα στατιστικά στοιχεία του τουρισμού στην περιοχή αυτή αλλά και την ανάπτυξή του.

Τέλος, έχουμε τα συμπεράσματα και γίνεται μια SWOT ANALYSIS στον κλάδο των θαλάσσιων σπορ στο Ναύπλιο εμφανίζοντας δυνατά και αδύνατα σημεία καθώς και ευκαιρίες και απειλές του χώρου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τουρισμός ορίζεται ως το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή σε ένα προορισμό μόνιμων κατοίκων του (Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης στην Ελβετία) . Δηλαδή ορίζεται ότι κάθε μετακίνηση γενικά του ανθρώπου εμπεριέχει την έννοια του τουρισμού και αφήνει αδιευκρίνιστο το είδος των δραστηριοτήτων. Η γενική αυτή θεώρηση θα δούμε στη συνέχεια ότι καταρρίπτεται με τους περιορισμούς που υπάρχουν ώστε να θεωρηθεί μια μετακίνηση σαν τουρισμός.

Ο τουρισμός παγκοσμίως θεωρείται ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους που συμβάλει στην ανάπτυξη κρατών, οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά. Η λέξη "τουρισμός" αναφέρθηκε για πρώτη φορά στο αγγλικό λεξικό της Οξφόρδης το 1811, ενώ η λέξη "τουρίστας" έκανε την εμφάνισή της λίγο νωρίτερα, εννοώντας "το άτομο που ταξιδεύει για την ευχαρίστηση του ταξιδιού ή από περιέργεια". Η λέξη Τουρισμός μεταφράζεται στα ελληνικά ως Περιήγηση και η λέξη Τουρίστας, ως Περιηγητής, ωστόσο τις τελευταίες δεκαετίες έχουν επικρατήσει οι παραφράσεις των ξενικών όρων . Στις παλαιότερες εποχές ο «τουρίστας» ήταν άνθρωπος με πολύ χρόνο και χρήμα, τα οποία διέθετε για ταξίδια. Σήμερα με την διαφοροποίηση των αναγκών, ο τουρισμός αποτελεί μια ανάγκη του ανθρώπου.

Οι συχνότερες προϋποθέσεις για τον τουρισμό είναι ο ελεύθερος χρόνος , οι διαθέσιμοι χρηματικοί πόροι , η διάθεση για μετακίνηση και τα τεχνικά μέσα που επιτρέπουν την μετακίνηση .

Οι παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και της ευημερίας , η μείωση των ωρών εργασίας , οι τεχνολογικοί παράγοντες , η ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων , η ανάπτυξη της τουριστικής υποδομής και η οργάνωση του τουρισμού σε επιχειρησιακό επίπεδο.

Σύμφωνα με τον Κολτσιδόπουλο(2010 σελ.17) Τουρίστες χαρακτηρίζονται:

- Τα άτομα που ταξιδεύουν για οικογενειακούς λόγους, για ψυχαγωγία, για λόγους υγείας κλπ.

- Τα άτομα που ταξιδεύουν για συμμετοχή σε συνέδρια ή για συμμετοχή σε οποιαδήποτε επιστημονική, διπλωματική, θρησκευτική, αθλητική, καλλιτεχνική ή άλλη αντιπροσωπεία.
- Τα άτομα που ταξιδεύουν για επιχειρηματικούς σκοπούς.
- Τα άτομα που καταφθάνουν με θαλάσσιες περιηγήσεις και αποβιβάζονται στη στεριά.

Δεν χαρακτηρίζονται σαν τουρίστες οι παρακάτω:

- Τα άτομα που ταξιδεύουν με ή χωρίς συμβόλαιο εργασίας για να απασχοληθούν σε έναν άλλο τόπο.
- Τα άτομα που ταξιδεύουν για μόνιμη εγκατάσταση σε έναν τόπο.
- Οι φοιτητές ή σπουδαστές και νέοι γενικά που φοιτούν σε ιδρύματα ή σχολεία που είναι μακριά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους.
- Οι μόνιμοι κάτοικοι παραμεθωρίων περιοχών που κατοικούν στη μία χώρα και μετακινούνται στην άλλη για να εργασθούν.
- Οι ταξιδιώτες που διέρχονται διαμέσου μιας χώρας χωρίς να σταματήσουν, ακόμη και αν η χρονική διάρκεια της διέλευσης είναι μεγαλύτερη από ένα 24ωρο.

1.2 ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κοινωνικός τουρισμός

Κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικά τάξεων. Δηλαδή ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί τη μορφή εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι λίγο-πολύ περιορισμένη, χάρη σε ειδικές παροχές προς αυτά που μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες.

Εκπαιδευτικός / επιστημονικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός θεωρείται μία από τις σημαντικότερες αναπτυσσόμενες τουριστικές αγορές και μπορεί να προσφέρει σημαντικά οφέλη σε μια περιοχή με πλούσια πολιτιστικά στοιχεία, τα οποία αποτελούν πόλο έλξης για εκπαιδευτικό / μαθητικό τουρισμό, προερχόμενο τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό.

Τουρισμός υγείας

Ο τουρισμός υγείας έχει καθιερωθεί ως μορφή διακοπών σε συνδυασμό με την παροχή ενός ευρύτερου φάσματος ιατρικών υπηρεσιών και την ευεξία. Οι κύριες εκφάνσεις του τουρισμού υγείας μπορούν να διακριθούν στον «ιατρικό τουρισμό» που απευθύνεται σε τουρίστες – ασθενείς που κάνουν χρήση συνήθως εξειδικευμένων υπηρεσιών ιατρικής παρακολούθησης και θεραπείας, καθώς και στον «τουρισμό ευεξίας» που απευθύνεται σε τουρίστες που επιθυμούν να εμπλουτίσουν τις διακοπές τους με υπηρεσίες βελτίωσης ή διατήρησης της υγείας τους. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού γίνεται σε περιοχές όπου υπάρχουν κέντρα για θεραπεία ορισμένων ασθενειών όπως Spa, περιοχές με ιαματικά λουτρά, κέντρα θαλασσοθεραπείας κλπ. Περιοχές που φιλοξενούν αυτό το είδος διακοπών είναι κυρίως τόποι όπου έχουν συμβεί τεκτονικά γεγονότα, όπως οι πηγές του Καϊάφα, πηγές της Κυλλήνης, του Λαγκαδά και του Λουτρακίου, καθώς επίσης και περιοχές όπου υπάρχουν ηφαιστειακές δραστηριότητες όπως η Μήλος, η Λέσβος, η Σαμοθράκη κλπ.

Θρησκευτικός τουρισμός

Στον Θρησκευτικό τουρισμό λαμβάνουν μέρος άτομα τα οποία έχουν ανάγκη να επισκεφτούν τα διάφορα θρησκευτικά μνημεία μιας χώρας. Με τον όρο

θρησκευτικά μνημεία εννοούνται οι εκκλησίες, τα μοναστήρια και γενικά οι διάφοροι χώροι λατρείας. Στην Ελλάδα λόγο της βαριάς ιστορίας της υπάρχουν πολλά θρησκευτικά μνημεία για να επισκεφθεί κάποιος. Υπάρχουν πολλές Βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, χιλιάδες μοναστήρια και ξωκλήσια καθώς επίσης και πολλοί καθεδρικοί ναοί. Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού διάρκειά μέχρι το πολύ τρεις μέρες. Ο θρησκευτικός τουρισμός φέρνει πολλά οικονομικά οφέλη στον τόπο με τα θρησκευτικά μνημεία, αλλά και είναι ο πιο οικονομικός για τον τουρίστα σε σχέση με τα άλλα είδη τουρισμού. Αυτή η ανάγκη και αναζήτηση των πιστών έχει αποτελέσει εδώ και δεκάδες χρόνια τον κύριο λόγο επίσκεψης σε συγκεκριμένους προορισμούς.

Μορφωτικός / Εκπαιδευτικός τουρισμός

Σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη, Κραβαρίτη και Λύτρα(1999 σελ.114), ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές, γενικά, εκδηλώσεις. Συγκεκριμένα, αυτό το είδος τουρισμού περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις ιστορικών μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας, καθώς επίσης συμμετοχές σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια γλωσσολογίας, φιλοσοφίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, ανθρωπολογίας κλπ.

Επαγγελματικός / Συνεδριακός / Εκθεσιακός τουρισμός

Ο επαγγελματικός ,συνεδριακός ή εκθεσιακός τουρισμός είναι αυτός που έχει να κάνει με παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων ή επαγγελματικών meeting κλπ. Αντιπροσωπεύει μια σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο. Απευθύνεται τόσο σε επαγγελματίες που επιθυμούν να ενισχύσουν τις γνώσεις και το βιογραφικό τους, όσο και σε ιδιώτες που επιθυμούν να εκπαιδευτούν σε αυτό το τομέα.

1.3 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Είναι μία νέα τάση στον τομέα του τουρισμού και περιλαμβάνει διάφορες μορφές για τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα. Τα χαρακτηριστικά που παρουσιάζει είναι η στήριξη αγροτικών περιοχών, επίλυση προβλήματος εποχιακού τουρισμού, αποφυγή των κλασικών τουριστικών προσφορών κτλ.

Σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη, Κραβαρίτη και Λύτρα(1999 σελ.111), ειδικότερα οι αρμόδιοι για τον τουρισμό στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα αναπτύσσουν διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού για την καταπολέμηση σοβαρών προβλημάτων που αντιμετωπίζει σήμερα ο τουρισμός σε πολλές χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, μεταξύ των οποίων και το πρόβλημα της εποχικότητας. Αυτές οι διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού κάτω από προϋποθέσεις μπορούν να δώσουν διέξοδο στα αδιέξοδά του. Οι πιο γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι αυτές που αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

Αγροτουρισμός/αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτουρισμός είναι ένα πολύ ιδιαίτερο είδος τουρισμού της υπαίθρου. Είναι ένας τρόπος επανασύνδεσης του ανθρώπου με την φύση. Μέσα στον αγροτουρισμό το άτομο μπορεί να καλλιεργήσει και να έρθει πιο κοντά στην φύση. Επίσης το άτομο έρχεται σε επαφή και γνωρίζει την τοπική κουζίνα και ζωή συνήθως των απομακρυσμένων περιοχών, χωριών κλπ.. Λόγω της γεωγραφικής της ποικιλομορφίας της η Ελλάδα έχει πολύ ανεπτυγμένο αυτό το είδος τουρισμού.

Σύμφωνα με τον Κολτσιδόπουλο(2010,σελ.52) στη χώρα μας ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε στα περιθώρια του γενικού τουρισμού στα μέσα της δεκαετίας του '80 με βάση ενισχυτικά προγράμματα της πολιτείας με βασικό άξονα την ίδρυση γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών χωρίς όμως ικανοποιητική υποστήριξη, που διαπιστώνεται από τη γρήγορη εγκατάλειψη και διατήρηση ελαχίστων βιώσιμων.

Αθλητικός τουρισμός

Σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη, Κραβαρίτη και Λύτρα(1999 σελ116), ο τουρισμός άθλησης έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, το γκολφ, η ανεμοπορία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κλπ.

Η άθληση σαν απασχόληση κατά τη διάρκεια των διακοπών, θεωρείται σε αυτήν τη μορφή τουρισμού ο πιο σημαντικός παράγοντας μαζί με τη

δυνατότητα που υπάρχει για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης εκ μέρους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών, εκπαιδευτών κλπ. Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι μια τέτοια επένδυση σε συμπληρωματικές εγκαταστάσεις άθλησης, ανεβάζει αναμφίβολα το επίπεδο αξίας και απόλαυσης των διακοπών, παράλληλα δε με την ανταγωνιστικότητα και το κύρος της ξενοδοχειακής επιχείρησης, βελτιώνει την πληρότητά της και γενικά προσελκύει πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Περιηγητικός τουρισμός

Ο περιηγητικός τουρισμός έχει να κάνει με βόλτες στη φύση. Σκοπός των τουριστών αυτών είναι να θαυμάσουν τη φύση αλλά και για λόγους υγείας . Συνήθως πρόκειται για πεζοπορίες μεγάλων διαδρομών μέσα από ορειβατικά μονοπάτια .

Θαλάσσιος τουρισμός

Σε αυτή τη μορφή τουρισμού περιλαμβάνονται όλες οι δραστηριότητες που γίνονται στο θαλάσσιο περιβάλλον και τη θάλασσα . Δραστηριότητες σαν αυτές είναι κρουαζιέρες , κατάδυση , θαλάσσιο σκι κτλ.

Σύμφωνα με τους Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα(2011,σελ298), στην Ελλάδα ο θαλάσσιος τουρισμός αναπτύχθηκε σε μεγάλο βαθμό από τη δεκαετία του 1950, παράλληλα με την ανάπτυξη του τουρισμού καλοκαιρινών διακοπών (οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών, παραθερισμού και ναυ αθλητισμού). Σε αυτό συνέβαλε και η <<θαλασσινή>> γεωμορφολογία της χώρας – μεγάλης έκτασης και ποιότητας ακτογραμμή, νησιά, θάλασσα. Έχει εκτιμηθεί ότι περισσότερος από τον μισό πληθυσμό του πλανήτη κατοικεί σε απόσταση 60 χλμ. ή λιγότερο από παράκτιες περιοχές, με το ποσοστό αυτό να αυξάνεται διαρκώς (Διακομιχάλης Μ. 2009:45, Μυλωνόπουλος Δ. και Μοίρα Π., 2005:42)

Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός

Ο οικοτουρισμός 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 και εμπεριέχει δραστηριότητες που μπορεί να έχουν επιστημονικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα (πχ. τουρισμός παρατήρησης των οικοσυστημάτων).

Πολιτιστικός τουρισμός

Ως πολιτιστικός τουρισμός προσδιορίζεται η περιήγηση με κεντρικό κίνητρο την επίσκεψη των πολιτιστικών μνημείων και των πόρων πολιτιστικής κληρονομιάς ενός προορισμού, όπως αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικά και θρησκευτικά μνημεία, το δομημένο περιβάλλον (οικιστικά σύνολα αρχιτεκτονικής αξίας, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα πόλεων κλπ.) και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις (μουσικής, χορού, τέχνης, θεάτρου κλπ.). Αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική μορφή τουρισμού, αφού το πολιτιστικό κίνητρο ήταν και παραμένει ένας από τους κυριότερους λόγους ταξιδιών για τους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο που εκδηλώνονται αποκλειστικά και μόνο σε ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τον τουρισμό.

Σύμφωνα με τον Κολτσιδοπουλος(2010 σελ.56) μια άλλη κατηγορία ενδιαφερόντων και δραστηριοτήτων του ορεινού τουρισμού είναι περιηγήσεις με ειδικά οχήματα εκτός χαραγμένων δρόμων, πεζοπορίες, ορειβασίες εξερεύνηση – επίσκεψη σπηλαίων, ορειβατικό ποδήλατο κ.α.

Για την ανάπτυξη της μορφής αυτής απαιτείται βασικά καλή και ασφαλής προσπέλαση καθώς και μια τουριστική υποδομή ανάλογη με τις ιδιαίτερες ανάγκες που δημιουργούνται για την ευχάριστη διαμονή των επισκεπτών αλλά και των εργαζομένων στις περιοχές αυτές.

Χιονοδρομικός τουρισμός

Πραγματοποιείτε τους χειμερινούς μήνες και περιλαμβάνει σπορ που μπορούν να πραγματοποιηθούν κάτω από κατάλληλες καιρικές συνθήκες για αυτά, όπως σκι , snowboard κτλ.

Σύμφωνα με τον Κολτσιδοπουλο(2010 σελ.57) στη χώρα μας λειτουργούν περίπου 20 οργανωμένα, με βάση τα ελληνικά δεδομένα, χιονοδρομικά κέντρα που κατά τη διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου συγκεντρώνουν ικανοποιητικό αριθμό επισκέψεων.

Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες είναι έντονο το συναίσθημα της δράσης, του απροσδόκητου, του αγνώστου και γενικά έχουν περισσότερη αδρεναλίνη. Συνηθισμένες μορφές είναι η εξερεύνηση σε ζούγκλα , σαφάρι ,κυνήγι, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κτλ. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμού είναι συνήθως νέοι άνθρωποι.

Σύμφωνα με τον Κολτσιδοπουλο(2010 σελ.54) στη χώρα μας ο τουρισμός περιπέτειας αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς και αποκτά ολοένα και περισσότερους λάτρεις. Σε αυτό συντελούν διάφοροι σύλλογοι και τουριστικά γραφεία που εξειδικεύονται σε προγράμματα τουρισμού περιπέτειας καθώς μεγάλη βοήθεια προσφέρει και η ίδια η ελληνική φύση με τις άγριες περιοχές που διαθέτει και έτσι είναι ένας τρόπος ανάδειξης και προβολής τους.

1.4 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

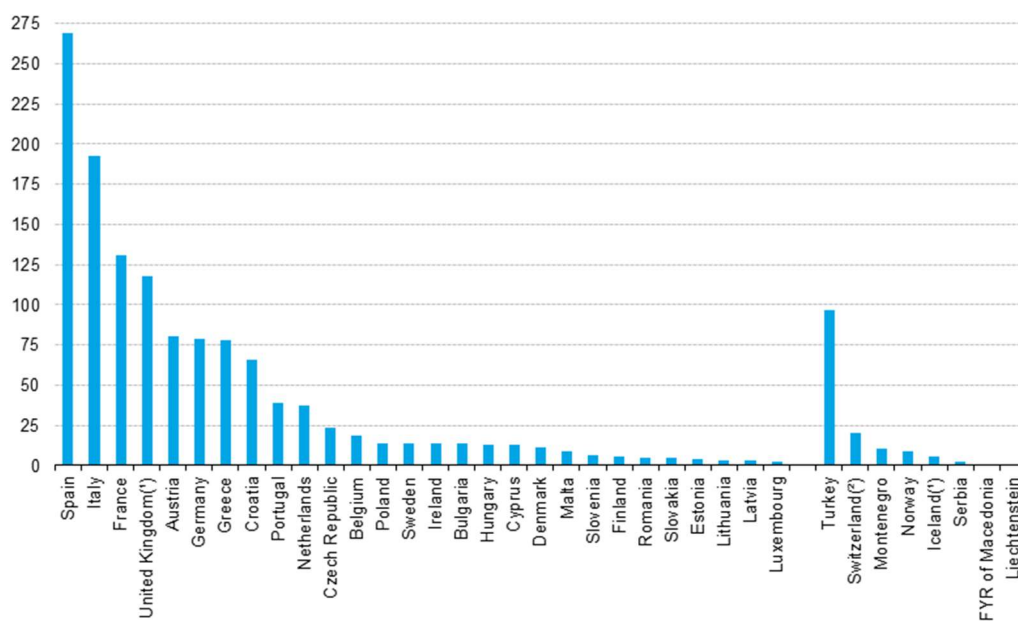
Σύμφωνα με τον Κολτσιδοπουλος(2010 σελ.116) η Ελλάδα ανήκει στις τουριστικές χώρες υποδοχής τουριστών και δίνει ιδιαίτερη σημασία στην προσέλκυση περισσότερων τουριστών, που σημαίνει περισσότερο συνάλλαγμα. Η χώρα μας αναπτύσσετε όλο και περισσότερο με την εισροή συναλλάγματος διότι αυτό σημαίνει βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, ανάπτυξη των υποβαθμισμένων περιοχών, νέες ευκαιρίες για απασχόληση, συγκράτηση του πληθυσμού στις περιοχές του και επενδύσεις.

Όσον αφορά τους ρυθμούς ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού και τον αριθμό των αφίξεων ξένων τουριστών, υπάρχει μια ανοδική πορεία παρά τις διεθνείς και πολλές φορές εσωτερικές δυσκολίες που επηρεάζουν τον ευαίσθητο τομέα του τουρισμού. Η δυναμικότητα σε κλίνες συνέχεια αυξάνεται με δυνατότητα να εξυπηρετούμε πάνω από δέκα εκατομμύρια τουρίστες το χρόνο. Σημασία βέβαια δεν έχει μόνο ο αριθμός των τουριστών αλλά και τα τουριστικά έσοδα. Καλό θα ήταν να βελτιώνουμε συνεχώς την ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών για να αποτελέσει κίνητρο για την άφιξη των τουριστών που επιθυμούμε, όπως η προσέλκυση τουριστών με ικανοποιητικό – ως υψηλό- βαλάντιο.

Επιπλέον, σύμφωνα με τον Κολτσιδόπουλο(2010 σελ.116), για την επίτευξη των στόχων του ελληνικού τουρισμού είναι απαραίτητο και πρέπει να γίνει κατανοητό από όλους ότι η τουριστική παιδεία όλων όσοι άμεσα ή έμμεσα ασχολούνται με το τουριστικό κύκλωμα θα πρέπει να είναι εθνική υποχρέωση, ώστε να μην παρατηρούνται φαινόμενα που αμαυρώνουν την εικόνα του.

Σε άρθρο του Eurostat-Statistics explained(2017) βρήκαμε δυο διαγράμματα, τα οποία είναι:

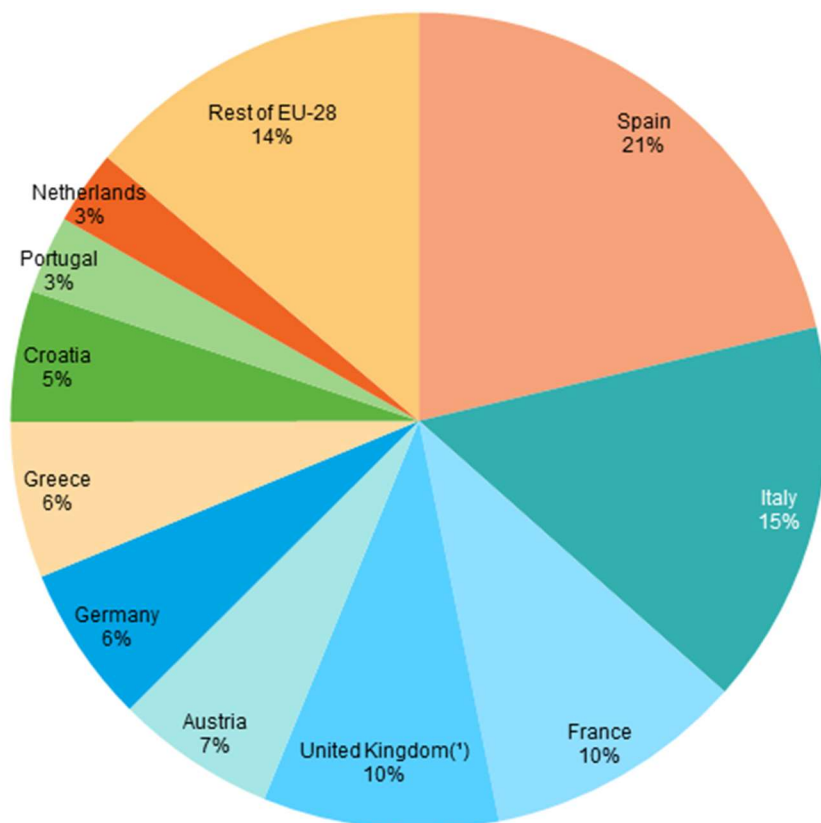
Διάγραμμα 1 —Τουριστικοί προορισμοί — διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα, 2015 (εκατομμύρια διανυκτερεύσεις μη μόνιμων κατοίκων στη χώρα).



(*) Number of nights spent estimated using monthly data.

(?) Excluding nights spent in holiday and other short-stay accommodation establishments.

Διάγραμμα 2 — Ποσοστό διανυκτερεύσεων μη μόνιμων κατοίκων σε τουριστικά καταλύματα της ΕΕ των 28, 2015.



Note: EU-28 estimate made for the purpose of this publication, based on available data.
(*) Number of nights spent estimated using monthly data.

Το 2015 η Ισπανία ήταν ο συνηθέστερος τουριστικός προορισμός στην ΕΕ για τους μη μόνιμους κατοίκους (άτομα προερχόμενα από το εξωτερικό), με 270 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα ή 21,3 % του συνόλου της ΕΕ των 28. Σε ολόκληρη την ΕΕ, οι τέσσερις δημοφιλέστεροι προορισμοί για τους μη μόνιμους κατοίκους ήταν η Ισπανία, η Ιταλία (193 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις), η Γαλλία (130 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις) και το Ηνωμένο Βασίλειο (118 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις, εκτίμηση με βάση τα μηνιαία στοιχεία του 2015), προορισμοί οι οποίοι, μαζί, αντιπροσώπευαν περισσότερο από το ήμισυ (56,2 %) του συνόλου των διανυκτερεύσεων μη μόνιμων κατοίκων στην ΕΕ των 28. Οι λιγότερο συνηθισμένοι προορισμοί ήταν το Λουξεμβούργο και η Λετονία

Τουριστικό προϊόν

Ως προϊόν χαρακτηρίζεται κάθε τι που μπορεί να προσφερθεί στην αγορά για απόκτηση, χρήση και κατανάλωση και που μπορεί να ικανοποιήσει μια επιθυμία ή μια ανάγκη. Ένα προϊόν μπορεί να περιλαμβάνει φυσικά αντικείμενα, υπηρεσίες, άτομα, χώρους, οργάνωση και ιδέες.

Όπως αναφέρει ο Λαγός(2005,σελ.100) το τουριστικό προϊόν μπορεί να οριστεί:

- ✓ Ως ένα προϊόν που περιλαμβάνει ένα σύνολο αγαθών και υπηρεσιών αλλά και στοιχεία εξυπηρέτησης, τα οποία παρέχει ένας τόπος προορισμού και ο τουρίστας τα χρησιμοποιεί από όταν φεύγει από τον τόπο μόνιμης κατοικίας του μέχρι τη στιγμή που γυρνάει.
- ✓ Ως ένα σύνολο στοιχείων ή δραστηριοτήτων που συγκροτούν το συνολικό τουριστικό προϊόν (καταλύματα, μεταφορά κ.λπ.)

Το τουριστικό προϊόν μπορεί να είναι και κάποιου είδους αγαθό το οποίο δεν μπορεί μόνο του να πληρωθεί και περιλαμβάνεται στο πακέτο διακοπών, όπως για παράδειγμα κάποια θέα.

Όπως αναφέρει ο Λαγός(2005,σελ113), το μάρκετινγκ τουριστικών προϊόντων βλέπει με δυο διαφορετικές προσεγγίσεις:

- Ως ένα συνολικό πακέτο ή άθροισμα συμπληρωματικών αγαθών και υπηρεσιών, που ο αγοραστής το βλέπει σαν μια ενιαία αγορά ή ως ενιαίο ομογενοποιημένο προϊόν. Ο αγοραστής δέχεται όλο το προϊόν σε μία τιμή.
- Ως μοναδικό προϊόν που είναι συμπληρωματικό και λαμβάνεται ξεχωριστά υπόψη από τους τουρίστες.

Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

Όπως αναφέρει ο Λαγός(2005,σελ.194-201), η τουριστική ζήτηση καθορίζεται από έναν αριθμό οικονομικών, κοινωνικών, ψυχολογικών, κοινωνιολογικών, πολιτικών, πολιτιστικών, θεσμικών – οργανωτικών, δημογραφικών και εξωτερικών παραγόντων. Οι παράγοντες αυτοί προσδιορίζονται από μια σειρά επιμέρους μεταβλητών, όπως είναι το εισόδημα, η φορολογία, τα επιτόκια, ο διαθέσιμος χρόνος, οι τιμές των τουριστικών πακέτων/προϊόντων

κ.λπ. Ο τουρίστας που θα επιλέξει κάποια μορφή τουρισμού έχει σχέση με τα διάφορα πρότυπα καταναλωτικής και ταξιδιωτικής συμπεριφοράς. Οι άνθρωποι μπορεί να επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν τις διακοπές τους ως μέσο απόδρασης ή πραγματοποίησης ενός προγραμματισμένου σχεδίου, αλλά αυτές, σε πολλές περιπτώσεις, επηρεάζονται από περισσότερα του ενός κίνητρα. Επιπλέον, η απόφασή τους εξαρτάται και από τις προτιμήσεις των άλλων μελών της οικογένειάς τους.

Η τουριστική ζήτηση δημιουργείται σε διάφορες περιοχές και κάτω από την επίδραση πολλών παραγόντων που έχουν σχέση τόσο με τον τόπο προέλευσης, όσο και με τον τόπο προορισμού των τουριστών. Οι πρώτοι ονομάζονται **παράγοντες ώθησης** και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των κατοίκων των χωρών προέλευσης, και οι δεύτεροι ονομάζονται **παράγοντες έλξης** και σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών των χωρών ή περιοχών προορισμού. Επίσης μια άλλη κατηγορία σχετίζεται με τα <<εμπόδια>> που δημιουργούνται στην τουριστική δραστηριότητα. Η αλληλεπίδραση των τριών αυτών παραγόντων δημιουργεί τις τουριστικές ροές από τις χώρες προέλευσης προς τις χώρες προορισμού τουριστών, και προκαλούν μεταβολές στο χώρο και χρόνο.

Έτσι, ο τουρισμός από αναπτυξιακής σκοπιάς αποτελεί ένα εργαλείο μείωσης του χάσματος ανάμεσα στις αναπτυσσόμενες χώρες, που προσφέρουν τουρισμό και είναι οι <<γεννήτριές>> του, και στις αναπτυσσόμενες χώρες, που είναι <<αποδέκτες>> τουρισμού.

Παράγοντες τουριστικής ζήτησης

1. Οικονομικοί παράγοντες

Οι οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν το μέγεθος και την ποιότητα της τουριστικής ζήτησης και ευνοούν θετικά στην τουριστική ανάπτυξη.

Τιμή τουριστικού προϊόντος: Πολύ σημαντικό παράγοντα στη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος αποτελεί η τιμή του. Η τιμή του τουριστικού προϊόντος αποτελείται από τρία συστατικά κομμάτια: το κόστος μεταφοράς, την αγοραστική δύναμη και την τιμή σε ξένο νόμισμα.

Εισόδημα τουρίστα: Τα πόσα χρήματα μπορεί να διαθέσει κάθε τουρίστας για την αγορά του τουριστικού προϊόντος είναι ένας πολύ σημαντικός και καθοριστικός παράγοντας της τουριστικής ζήτησης. Η σχέση ζήτησης τουριστικού προϊόντος και διαθέσιμο εισόδημα τουρίστα είναι θετική, δηλαδή με την αύξηση του εισοδήματος, έχουμε τη ζήτηση περισσότερου προϊόντος.

Τέλος υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση: η κατάσταση της χώρας (πολιτική, οικονομική κλπ.), ο προσδιορισμός των μελλοντικών τιμών καθώς και το ύψος του μελλοντικού εισοδήματος των τουριστών.

2. Κοινωνικοί παράγοντες

Οι κυριότεροι κοινωνικοί παράγοντες, που προσδιορίζουν την τουριστική ζήτηση, είναι:

- Το μικρότερο μέγεθος των οικογενειών.
- Η εργασιακή απασχόληση και των δυο συζύγων.
- Ο αστικός τρόπος ζωής.
- Ο διαθέσιμος ελεύθερος χρόνος.
- Το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο.
- Η πρόωρη συνταξιοδότηση.
- Η μεγαλύτερη εμπειρία σε ταξίδια.
- Η προτίμηση στις σύντομες διακοπές.
- Η μείωση της εβδομαδιαίας διάρκειας εργασίας.
- Η επιμήκυνση της περιόδου των σπουδών.

3. Ψυχολογικοί παράγοντες

Οι ψυχολογικοί παράγοντες ίσως να είναι οι πιο ισχυροί από τους άλλους δυο (κοινωνικούς και οικονομικούς), καθώς είναι αυτοί που δείχνουν τις επιθυμίες και τις προτιμήσεις των τουριστών για κάποιον τουριστικό προορισμό. Οι κυριότεροι ψυχολογικοί παράγοντες, που προσδιορίζουν την τουριστική ζήτηση είναι:

- Η έμφυτη τάση της διαφυγής από το γνώριμο περιβάλλον.
- Η ανάγκη για ξεκούραση.
- Η ενίσχυση των οικογενειακών δεσμών.
- Το γόητρο ή κύρος.
- Η κοινωνική αλληλεπίδραση.
- Η εκπλήρωση επιθυμιών.

4. Κοινωνιολογικοί παράγοντες

Η απόφαση για τη διεξαγωγή ενός τουριστικού ταξιδιού αποτελεί το επιστέγασμα μιας κοινωνιολογικής διαδικασίας στην οποία συμβάλουν πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση.

Ανάμεσα στους κυριότερους κοινωνιολογικούς παράγοντες περιλαμβάνονται:

- Οι κοινωνικές πιέσεις του σύγχρονου τρόπου ζωής που επηρεάζουν τους τουρίστες, οι οποίοι βλέπουν στα ταξίδια κάποια διέξοδο.
- Τα νέα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα της μεταβιομηχανικής κοινωνίας, που έχουν πλέον αναδείξει τον τουρισμό ως πεδίο έκφρασης των σύγχρονων αξιών.
- Οι πολλαπλές ταξιδιωτικές εμπειρίες, η ταξιδιωτική μόδα, οι αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες, καθώς και τα νέα στερεότυπα που δημιουργεί η προσωπικότητα του σύγχρονου τουρίστα, ο οποίος αξιοποιεί τον ελεύθερο χρόνο του και διαμορφώνει το δικό του τρόπο ζωής.

5. Πολιτικοί παράγοντες

Οι πολιτικές συνθήκες (πόλεμοι, δικτατορίες, επαναστάσεις, τρομοκρατικές ενέργειες κ.λπ.) μιας χώρας επηρεάζουν έντονα την τουριστική ζήτηση και αποτελούν βασική προϋπόθεση για τουριστική ανάπτυξη.

Ανάμεσα στους κυριότερους πολιτικούς παράγοντες περιλαμβάνονται:

- Οι στρατιωτικές συγκρούσεις.
- Οι πολιτικές σχέσεις μεταξύ των χωρών προέλευσης και υποδοχής τουριστών.
- Οι πολιτικές αλλαγές (π.χ. Ανατολική Ευρώπη, Γιουγκοσλαβία).
- Η ασταθής πολιτική κατάσταση και οι κοινωνικές αναταραχές.
- Η πολιτική της οικονομικής ανάπτυξης.

6. Εξωτερικοί παράγοντες.

Οι διεθνείς μετακινήσεις των τουριστών επηρεάζονται από πολλούς εξωτερικούς παράγοντες, οι οποίοι προκαλούν μεταβολές στο μέγεθος της τουριστικής ζήτησης.

Οι πιο ισχυροί εξωτερικοί παράγοντες, που δρουν ρυθμιστικά ή ανασταλτικά στην τουριστική ζήτηση, είναι:

- Η απόσταση μεταξύ δυο τουριστικών περιοχών.
- Οι περιορισμοί που τίθενται από τις χώρες προορισμού (π.χ. απαίτηση για έκδοση άδειας εισόδου (visa) σε μια χώρα, περιορισμός εξαγόμενου συναλλάγματος).
- Η εγκληματικότητα, που επηρεάζει την εικόνα των τουριστικών προορισμών και μειώνει την επιθυμία των τουριστών για ταξίδια στις περιοχές αυτές.
- Το θέμα της υγείας των τουριστών (π.χ. ελονοσία, ηπατίτιδα).
- Οι τρομοκρατικές ενέργειες.
- Η ασφαλής μετακίνηση των τουριστών.

7. Πολιτιστικοί παράγοντες.

Ο σύγχρονος άνθρωπος είναι καλά πληροφορημένος και καλλιεργημένος, έχει τη φυσική περιέργεια να γνωρίσει τα πολιτιστικά στοιχεία των ξένων τόπων και αυξάνει τις πολιτιστικές του ανάγκες. Αυτό επηρεάζει και τη μορφή και το περιεχόμενο της τουριστικής ζήτησης.

Στους κυριότερους πολιτιστικούς παράγοντες περιλαμβάνονται:

- Τα αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία.
- Τα μουσεία.
- Οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις.
- Οι θρησκευτικές γιορτές.
- Τα ήθη και έθιμα.

- Η λαϊκή τέχνη και κουλτούρα.
- Η καλλιέργεια γνώσεων για τις άλλες περιοχές του κόσμου.

8. Θεσμικοί – οργανωτικοί παράγοντες.

Στα αναπτυγμένα κράτη, υπάρχει ένα εξειδικευμένο θεσμικό και οργανωτικό πλαίσιο για τον τουρισμό που συνδέεται με διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση.

Στους κυριότερους θεσμικούς και οργανωτικούς παράγοντες περιλαμβάνονται:

- Το θεσμικό πλαίσιο των πληρωμένων αδειών.
- Η χορήγηση συντάξεων.
- Οι διεθνείς σχέσεις της χώρας.
- Το επίπεδο ανάπτυξης του τουριστικού τομέα.
- Τα οικονομικά και ρυθμιστικά μέτρα εναρμόνισης της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Η απελευθέρωση των αερομεταφορών.
- Οι συννοριακές διατυπώσεις για τους ταξιδιώτες.

9. Δημογραφικοί παράγοντες.

Οι δημογραφικοί παράγοντες σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση με μικρότερη ένταση από ότι οι οικονομικοί παράγοντες.

Στους δημογραφικούς παράγοντες περιλαμβάνονται:

- Η ηλικία.
- Το φύλο.
- Η δομή του νοικοκυριού.
- Το μέγεθος της οικογένειας.
- Ο κύκλος ζωής.
- Ο τόπος κατοικίας.
- Η αύξηση του ορίου ηλικίας του πληθυσμού.
- Η αύξηση των εργαζόμενων γυναικών.
- Η αύξηση της αναλογίας των ανύπαντρων ενηλίκων.
- Η τάση για δημιουργία οικογένειας σε μεγαλύτερη ηλικία.
- Η μεγαλύτερη αύξηση στον αριθμό των ζευγαριών χωρίς παιδιά, σε σύγκριση με τη γενικότερη αύξηση του πληθυσμού.

1.5 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Κύριο χαρακτηριστικό του τουρισμού είναι αναμφίβολα ο δυναμισμός με τον οποίο αναπτύσσεται. Ένα άλλο χαρακτηριστικό του είναι ότι η ανάπτυξή του επιτεύχθηκε ουσιαστικά από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και μετά. Ο μαζικός τουρισμός, σαν αναγνωρίσιμο κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, άρχισε να γίνεται εμφανής προς το τέλος της δεκαετίας του '50 και έκτοτε η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας συνεχίζεται, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο μεταξύ άλλων στις κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές που λαμβάνουν χώρα σε πολλές χώρες υποδοχής τουριστών.

Πέρα όμως από σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας ο τουρισμός μπορεί να είναι και σημαντικός εργοδότης, αφού χάρη σε αυτόν βρίσκουν απασχόληση, έστω εποχιακά, πολλοί άνεργοι αλλά και πολλοί υποαπασχολούμενοι σε αγροτικές περιοχές της περιφέρειας. Το σημαντικότερο, όμως, από όλα ίσως είναι ότι ο τουρισμός μπορεί και δημιουργεί θέσεις εργασίας εκεί που συνήθως άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας αδυνατούν να δημιουργήσουν όπως, π.χ. η βιομηχανία, η γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου κλπ.

Εκτός όμως από θέσεις εργασίας ο τουρισμός δημιουργεί και έσοδα για τους πληθυσμούς των περιοχών όπου αναπτύσσεται και εξασφαλίζει πρόσθετα εισοδήματα για πολλές οικογένειες, ενώ παράλληλα συμβάλλει και στον περιορισμό του ανοίγματος της ψαλίδας που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα των κατοίκων των αστικών κέντρων και εκείνων της περιφέρειας.

Τα αποτελέσματα και οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο γίνονται αισθητές εφόσον η ανάπτυξη ή μεγέθυνσή του πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως με συνεχή και λεπτομερή έλεγχο σε κάθε μια από τις διανύμενες αναπτυξιακές φάσεις, ειδικότερα δε όταν συνδυάζεται από μια ταυτόχρονη προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της οικονομίας.

Σε ορισμένο τόπο υποδοχής τουριστών και χρόνο μπορεί να γίνει η αξιολόγηση της οικονομικής θέσης είτε θετικά με τη μέτρηση των επενδύσεων που πραγματοποιούνται στην τουριστική οικονομία είτε αρνητικά με τον προσδιορισμό των αρνητικών επιδράσεων που προκαλούνται σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, εξαιτίας μιας υπερβολικής ή και μονόπλευρης προώθησης του τουρισμού.

Ας σημειωθεί ότι τα αποτελέσματα είτε είναι τα θετικά είτε τα αρνητικά πρέπει οπωσδήποτε να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη κατά την αξιολόγηση του κόστους και των αποτελεσμάτων των τουριστικών επενδύσεων, ώστε να αποφεύγεται η εκτέλεση αντιπαραγωγικών έργων στον τουρισμό, κατ' επέκταση δε και οι αρνητικές επιδράσεις τους σε αυτόν.

Στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα

Στην Ελληνική Στατιστική Αρχή αναφέρεται ότι οι αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα κάθε χρόνο σημειώνουν αύξηση εδώ και αρκετά χρόνια δείχνοντας ότι η Ελλάδα προτιμάται σαν χώρα για διακοπές σε σύγκριση με άλλες, ειδικότερα τους καλοκαιρινούς μήνες . Η μεγαλύτερη πλειοψηφία τουριστών που την επιλέγουν είναι από Γερμανία , Ηνωμένο Βασίλειο , Ρωσία και Γαλλία σύμφωνα με έρευνες (ΕΣΤΑΤ, INSETE) με τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο να ξοδεύουν τα περισσότερα χρήματα (2.5 και 2.06 εκατομμύρια ευρώ αντίστοιχα) όπως επίσης βλέπουμε τις ίδιες χώρες να κάνουν τις περισσότερες διανυκτερεύσεις συγκριτικά με τους υπολοίπους . Οι χώρες όμως που ξοδεύουν περισσότερα χρήματα ανά ημέρα είναι ο κάθε Γάλλος με 81 ευρώ κατά μέσο όρο και ο κάθε Ολλανδός με 75,1.

Το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών σύμφωνα με μελέτες είναι άνθρωποι 3^{ης} ηλικίας. Οι τουρίστες 3ης ηλικίας με προορισμό την Ελλάδα, πραγματοποίησαν 1,7 εκατ. ταξίδια (ποσοστό 6,1% επί του συνόλου των ταξιδιών στη χώρα με την κρουαζιέρα) και 16,5 εκατ. διανυκτερεύσεις (ποσοστό 8,5% επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων στη χώρα με την κρουαζιέρα). Το 93% των επισκεπτών, το 93% των διανυκτερεύσεων και το 76% της δαπάνης προέρχονταν από ευρωπαϊκές αγορές, ενώ το 7% των διανυκτερεύσεων και το 24% της δαπάνης από μη ευρωπαϊκές αγορές. Η Ελλάδα αποτέλεσε τον 7ο δημοφιλέστερο προορισμό για τις ευρωπαϊκές αγορές και τον 10ο δημοφιλέστερο για τις μη ευρωπαϊκές, με μερίδια αγοράς 5% και 4% αντίστοιχα. Οι κυριότερες ευρωπαϊκές αγορές της Ελλάδας ήταν η Βρετανία (404.000), η Γερμανία (336.000) και η Γαλλία (238.000). Στις εκτός Ευρώπης αγορές, οι ΗΠΑ καλύπτουν το 49% των μη ευρωπαϊκών ταξιδιών, το 58% των διανυκτερεύσεων και το 43% της δαπάνης. Οι τουρίστες τρίτης ηλικίας που επισκέφθηκαν ευρωπαϊκούς προορισμούς για διακοπές το 2016, ανήλθαν σε 35,9 εκατ., πραγματοποίησαν 344,8 εκατ. διανυκτερεύσεις και δαπάνησαν περίπου 41 δισ. ευρώ. Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι, ανήλθε σε 1.142 ευρώ και η μέση δαπάνη ανά ημέρα σε 119 ευρώ.

Φυσικά αυτό δεν ευνοεί μόνο τα ξενοδοχεία και γενικότερα τα νησιά αλλά και τις αεροπορικές εταιρίες καθώς βλέπουν και αυτές αυξήσεις στα έσοδά τους . Το έτος 2016 οι αφίξεις τουριστών με αεροπλάνα έφτασαν σχεδόν τα 11 εκατομμύρια.

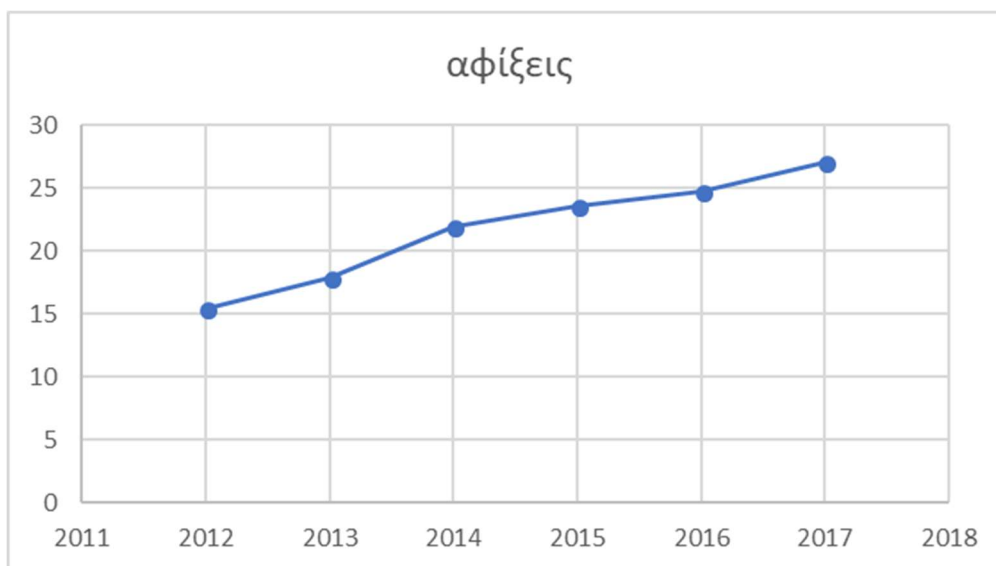
Τα παρακάτω γραφήματα που θα παρουσιαστούν αναφέρονται στις χρονολογίες 2012 – 2017.

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι αφίξεις των τουριστών από το 2012 μέχρι το 2017 να παρουσιάζει συνεχή αύξηση . Σύμφωνα με το Υπουργείου

Τουρισμού η αυξήσεις θα ξεπεράσουν τα περσινά δεδομένα καθώς κάνουν λόγω και για προτιμήσεις εναλλακτικού τουρισμού (θαλάσσιος τουρισμός) αλλά και για αφίξεις σε πόλεις όχι τόσο δημοφιλής όσο οι προτιμήσεις των περισσότερων τουριστών όπως Κρήτη, Ρόδος, Σαντορίνη, Μύκονος κτλ. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αναβάθμιση των πόλεων αυτών όχι μόνο σε τουριστικό επίπεδο αλλά και σε οικονομικό, καθώς πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να δουλεύουν περισσότερο τους καλοκαιρινούς μήνες.

Διάγραμμα 3 – Στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα (αφίξεις)

Αφίξεις σε εκατομμύρια :



Στις διανυκτερεύσεις βλέπουμε μια σημαντική μείωση την χρονολογία 2015 χωρίς όμως να μειώνονται οι αφίξεις των τουριστών αλλά ούτε και οι δαπάνες τους συνολικά αλλά και ημερησίως .

Διάγραμμα 4 – Στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα (Διανυκτερεύσεις σε εκατομμύρια)

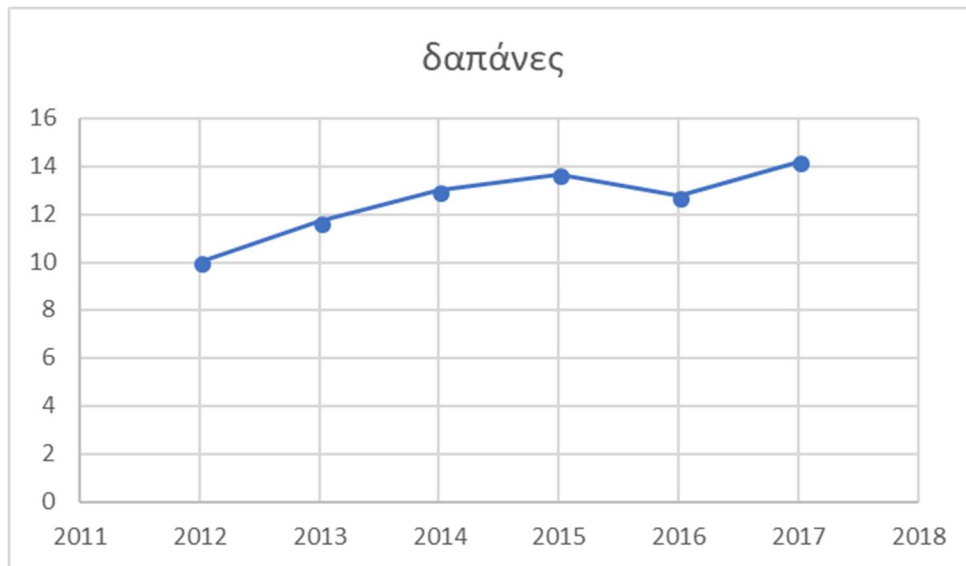
Διανυκτερεύσεις σε εκατομμύρια :



Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε μείωση το 2016 στις δαπάνες σε σχέση με το 2015, ενώ το 2017 σημειώνεται σημαντική αύξηση η οποία προσπερνά όλες τις υπόλοιπες .

Διάγραμμα 5 — Στατιστικά στοιχεία ανά χρονιές στην Ελλάδα (Δαπάνες σε δισεκατομμύρια)

Δαπάνες σε δισεκατομμύρια:



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°

ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουρισμός αποτέλεσε και συνεχίζει να αποτελεί σήμερα μια πολύ σημαντική πτυχή για την οικονομία της Ελλάδας. Η αρχική μορφή του τουρισμού που αναπτύχθηκε ήταν αυτή του μαζικού τουρισμού, ωστόσο με το πέρασμα των χρόνων έχουν αναπτυχθεί πολλές περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως και ο θαλάσσιος τουρισμός για τον οποίο και θα αναφερθούμε, οι οποίες επηρεάζουν σημαντικά την οικονομία αλλά και το ΑΕΠ της Ελλάδας. Αναμφισβήτητα ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια από τις πιο σύγχρονες μορφές τουρισμού αφού η σημασία του στις τουριστικές οικονομίες πολλών χωρών είναι πραγματικά μεγάλη αλλά και αρκετά αναπτυσσόμενη. Γι' αυτό λοιπόν, ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, τα ατελείωτα χιλιόμετρα των ελληνικών ακτών και τα χιλιάδες ελληνικά νησιά, οι προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το ενδιαφέρον και εναλλασσόμενο τοπίο της, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για πολλούς τουρίστες. Ο τουριστικός τομέας αποτελεί για την Ελλάδα μία από τις κύριες πηγές του εθνικού της πλούτου, καθώς συνεισφέρει ετησίως περισσότερο από το 18% στη διαμόρφωση του Α.Ε.Π., δημιουργεί περίπου 700.000 θέσεις εργασίας και συμβάλει δυναμικά στην περιφερειακή ανάπτυξη.

Η επαφή με το υγρό στοιχείο είναι πολύ σημαντική διότι, αφενός, υποδηλώνει ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά θέματα και, αφετέρου, ευνοεί τις μορφές τουρισμού που σχετίζονται με τη θάλασσα, όπως τον θαλάσσιο τουρισμό, τον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας, τον τουρισμό κρουαζιέρας, τον τουρισμό θαλάσσιων σπορ και τον ναυταθλητισμό. Η ομάδα προϊόντων με βασικό κριτήριο ανάπτυξης τη θάλασσα αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής τουριστών και εμπερικλείει κάθε τουριστική ενασχόληση που σχετίζεται με τη θάλασσα και το παράκτιο περιβάλλον. Επίσης πρόκειται για μια ομάδα προϊόντων η οποία σχετίζεται άμεσα με τον τουρισμό διακοπών και με τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό όσο και με άλλες ομάδες προϊόντων. (Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ζήτηση και προφορά νέων προϊόντων τουρισμού. ΧΑΡΗΣ ΚΟΚΚΩΣΗΣ-ΠΑΡΙΣ ΤΣΑΡΤΑΣ-ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΓΚΡΙΜΠΑ, σελ. 296)

Οι υπηρεσίες που σχετίζονται με θαλάσσια ταξίδια για λόγους αναψυχής, περιήγησης ή ναυταθλητισμού, χαρακτηρίζονται ως υπηρεσίες θαλασσίου τουρισμού. Ο θαλάσσιος τουρισμός γίνεται με τα κρουαζιερόπλοια, τα ακτοπλοϊκά πλοία γραμμής και τα πλοία και πλοία αναψυχής, ναυταθλητισμού, άσκησης και διασκέδασης με τη θάλασσα, φθάνοντας και σε

εξειδικευμένες υπηρεσίες που συνδέονται με τον αιγιαλό και την αιγιαλίτικη ζώνη, τις τουριστικές περιοχές και την γενικότερη τουριστική ανάπτυξη.

2.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ

Σύμφωνα με τον Σφακιανάκη(2000,σελ.262), θαλάσσιος τουρισμός είναι ο τουρισμός του οποίου ο τουριστικός προορισμός είναι η ανοικτή θάλασσα. Αυτό σημαίνει ότι οι τουρίστες ικανοποιούν τις βασικές τουριστικές τους ανάγκες (διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία, άθληση, πολιτιστικές ανάγκες κ.λπ.) εν πλω, δηλαδή ενώ ταξιδεύουν με ένα πλοίο, το οποίο σε αυτή την περίπτωση έχει τη μορφή ενός πλωτού ξενοδοχείου.

Σύμφωνα με τους Κοκκώση, Τσάρτα και Γκρίμπα(2011,σελ.298), στην Ελλάδα ο θαλάσσιος τουρισμός αναπτύχθηκε σε μεγάλο βαθμό από τη δεκαετία του 1950, παράλληλα με την ανάπτυξη του τουρισμού καλοκαιρινών διακοπών (οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών, παραθερισμού και ναυταθλητισμού). Σε αυτό συνέβαλε και η <<θαλασσινή>> γεωμορφολογία της χώρας – μεγάλης έκτασης και ποιότητας ακτογραμμή, νησιά, θάλασσα. Έχει εκτιμηθεί ότι περισσότερος από τον μισό πληθυσμό του πλανήτη κατοικεί σε απόσταση 60 χλμ. Ή λιγότερο από παράκτιες περιοχές, με το ποσοστό αυτό να αυξάνεται διαρκώς (Διακομιχάλης Μ. 2009:45, Μυλωνόπουλος Δ. και Μοίρα Π., 2005:42.)

Στην ιστοσελίδα του Greece all time classic φαίνεται ότι ο θαλάσσιος τουρισμός συμπεριλαμβάνει ένα μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου, όπως:

- ✓ Κρουαζιέρες
- ✓ Σκαφών αναψυχής (γιότινγκ)
- ✓ Windsurfing
- ✓ Surfing
- ✓ SUP (Stand Up Paddle surfing)
- ✓ Θαλάσσιο σκι
- ✓ Σκάφη ταχύπλοα και formula
- ✓ Jet ski
- ✓ Kite surfing
- ✓ Kite boarding
- ✓ Ερασιτεχνική αλιεία
- ✓ Game fishing
- ✓ Υποβρύχιο ψάρεμα
- ✓ Καταδύσεις
- ✓ Υποβρύχια περιήγηση
- ✓ Οργανωμένη περιήγηση σε θαλάσσια πάρκα, αξιοθέατα και βιότοπους.

Από αυτές έχουν οργάνωση αγοράς οι δύο πρώτες, ενώ οι υπόλοιπες ασκούνται με την βοήθεια Ναυτικών Ομίλων, ή σποραδικά και ανοργάνωτα.

Παρακάτω αναφέρονται αναλυτικότερα οι θαλάσσιες δραστηριότητες που προαναφέρθηκαν.

Κρουαζιέρες:

Οι λόγοι για να κάνει κανείς κρουαζιέρα είναι πολύ απλοί όταν μπορείς να ταξιδέψεις σε πολλά και διαφορετικά μέρη φτιάχνοντας τη βαλίτσα μία μόνο φορά. Με την κρουαζιέρα ο τουρίστας έχει την ευκαιρία να γνωρίσει πολλούς προορισμούς σε λιγότερο χρόνο απ' ότι θα το έκανε αν το προσπαθούσε να ταξιδέψει μόνος του. Στην προκειμένη περίπτωση ο χρόνος είναι χρήμα και κυριολεκτικά, διότι περνάς τα βράδια σου σε πολυτελή πλοία έχοντας όλες τις ανέσεις του ξενοδοχείου .

Σκαφών αναψυχής (γιότινγκ):

Δεκάδες εταιρείες ενοικίασης σκαφών αναψυχής, που διακρίνονται για τον επαγγελματισμό τους και τη μεγάλη εμπειρία τους, αποτελούν εγγύηση για ασφαλείς, οικονομικές και αξέχαστες διακοπές για την παρέα ή την οικογένεια που θα αποφασίσει να γευθεί αυτή τη μοναδική και αξέχαστη εμπειρία. Οι ελληνικές θάλασσες και ακτές, με τα πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα που προσφέρουν, κατέστησαν το γιότινγκ πολύ δημοφιλή δραστηριότητα, τόσο μεταξύ των Ελλήνων, όσο και μεταξύ των ξένων επισκεπτών της χώρας.

Ένα ταξίδι στα ήρεμα ελληνικά νερά, με ιδιόκτητο ή ναυλωμένο σκάφος αναψυχής, προσφέρει τη δυνατότητα να πλεύσετε ανάμεσα σε πανέμορφα νησιά, να επισκεφθείτε απρόσιτες παραλίες και να κολυμπήσετε με ασφάλεια σε νερά με μοναδική καθαρότητα και διαύγεια.

Windsurfing:

Στην ιστοσελίδα των ειδήσεων αναφέρει ότι το Ολυμπιακό άθλημα από το 1984, το windsurfing αποτελεί ένα από τα πιο συναρπαστικά action sports. Μια σανίδα, ένας σύνδεσμος που ενώνει το πανί με τη σανίδα, ένα τιμόνι για να κινείται το πανί ανάλογα τον αέρα . Το windsurfing είναι καθαρά τεχνικό άθλημα καθώς απαιτεί συντονισμό κινήσεων και καλή ισορροπία. Ίσως αυτός είναι ο λόγος που κάποιοι το θεωρούν αρκετά δύσκολο άθλημα.

Surfing (κυματολίσθηση):

Είναι ένα καθαρά θαλάσσιο άθλημα στο οποίο χρειάζεται το λιγότερο μία σανίδα και μεγάλα θαλάσσια κύματα τα οποία σε στέλνουν προς την ακτή. Για να πραγματοποιηθεί σωστά χρειάζονται ένα pad για να μην γλιστρούν τα πόδια, ένα leash που δένει το πόδι σου με τη σανίδα όπως επίσης η σανίδα και τα κύματα όπως προαναφέρθηκαν.

SUP (Stand Up Paddle surfing) ή όρθια σανιδοκωπηλασία:

Το SUP είναι ίσως το πιο προσιτό από όλα διότι μπορεί να το δοκιμάσει ο κάθε ένας ανεξαρτήτως ηλικίας είτε σε θάλασσα είτε σε λίμνη είτε σε ποτάμι κλπ. Στην Ελλάδα εμφανίστηκε πριν από 10 χρόνια περίπου και μέχρι σήμερα έχει αναπτυχθεί αρκετά. Μερικοί μάλιστα το συνδυάζουν με yoga πάνω στη σανίδα.

Θαλάσσιο σκι:

Σε ένα άρθρο σε ιστοσελίδα της 'Καθημερινής' αναφέρεται ότι το θαλάσσιο σκι είναι αναμφίβολα μία από τις πιο αξιόλογες καλοκαιρινές δραστηριότητες και ιδιαίτερα στη χώρα μας που ο αθλητής μπορεί να απολαύσει το φυσικό κάλλος των ελληνικών ακτών, των νησιών και, παράλληλα, να νιώσει την αδρεναλίνη και τον ενθουσιασμό του να ανεβαίνουν στα ύψη, ενώ αυτός θα στηρίζεται στη μια μικρή επιφάνεια των πέλδων σκι. Πριν παρουσιαστεί σαν άθλημα αναψυχής ,δηλαδή στην πρώτη του μορφή (θαλασσοδρομία) ο αθλητής γλιστρούσε στο νερό πάνω σε μια σανίδα δεμένη πίσω από ένα «ταχύπλοο» σκάφος.

Σκάφη ταχύπλοα:

Ταχύπλοα σκάφοι πολλών ειδών μπορούν να ενοικιαστούν για μια εξόρμηση σε κάποιο μέρος ή νησί. Ημερήσιες εκδρομές μπορούν να γίνουν ή απλά για μια αποβίβαση από κάποια παραλία ή ενοικίαση για μια εβδομάδα και περισσότερο.

Jet ski:

Στην ιστοσελίδα της Wikipedia αναφέρεται ότι το Jet Ski είναι το εμπορικό σήμα ενός προσωπικού σκάφους (PWC) που κατασκευάζεται από την ιαπωνική εταιρεία Kawasaki . Ο όρος χρησιμοποιείται συχνά γενικά για να αναφέρεται σε οποιοδήποτε τύπο ατομικού σκάφους που χρησιμοποιείται κυρίως για αναψυχή και χρησιμοποιείται επίσης ως ρήμα για να περιγράψει τη χρήση οποιουδήποτε τύπου PWC.

Ένα στυλ PWC τύπου runabout φέρει συνήθως 1-3 άτομα που κάθονται σε μια διαμόρφωση όπως ένα τυπικό ποδήλατο ή μοτοσικλέτα.

Το "Jet Ski" είναι το ουσιαστικό όνομα και το εμπορικό σήμα του Kawasaki. Το stand-up Kawasaki Jet Ski ήταν το πρώτο "εμπορικά επιτυχημένο" ατομικό σκάφος στην Αμερική, αφού κυκλοφόρησε το 1972 (αφού έφτασε σε συμφωνία αδείας με τον εφευρέτη του Sea-Doo, Clayton Jacobson II όταν έληξε η άδεια χρήσης του με την Bombardier). Το Kawasaki Jet Ski ήταν το μόνο εμπορικό επιτυχημένο PWC για σχεδόν 16 χρόνια, από την εισαγωγή του WSAA τον Οκτώβριο του 1972 με την επανεισαγωγή του καθιστικού, στυλ runabout Bombardier Sea-Doo το 1988.

Kite surfing:

Στο άρθρο των Ειδήσεων αναφέρεται ότι το Kite surfing είναι ένα από τα τελευταία θαλάσσια σπορ που ήρθαν στο προσκήνιο τα τελευταία χρόνια και έχει αποκτήσει τεράστια απήχηση σε ένα πολύ μεγάλο κοινό που ασχολείται με τα θαλάσσια σπορ. Ένας από τους λόγους που έχει γίνει τόσο δημοφιλές στην Ελλάδα είναι για τις όμορφες παραλίες, τις υψηλές θερμοκρασίες και φυσικά τον αέρα που είναι απαραίτητος .

Kite boarding:

Στο λεξικό της Wikipedia αναφέρεται ότι το Kiteboarding είναι ένα αθλητικό γεγονός που συνδυάζει πτυχές wakeboarding, snowboarding, windsurfing, surfing, αλεξίπτωτο πλαγιάς, skateboarding και ιστιοπλοΐα σε ένα ακραίο άθλημα. Ένας kiteboarder εκμεταλλεύεται τη δύναμη του ανέμου με ένα μεγάλο ελεγχόμενο χαρταετή δύναμη για να προωθείται στο νερό, στη γη ή στο χιόνι. Στο νερό, χρησιμοποιείται ένα kiteboard, παρόμοιο με ένα wakeboard ή μια μικρή σανίδα του surf , με ή χωρίς πόδια ή δεσμούς. Το Kitesurfing είναι ένα στυλ kiteboarding ειδικά για την οδήγηση κύματος, το οποίο χρησιμοποιεί πρότυπες σανίδες ιστιοσανίδας ή σανίδες ειδικά σχεδιασμένες για το σκοπό αυτό. Στη γη, χρησιμοποιείται ένα ορεινό σκάφος ή ποδοκίνητο buggy ενώ τα σκι ή οι snowboards μπορούν να χρησιμοποιηθούν στο χιόνι.

Υπάρχουν διαφορετικά στυλ kiteboarding, όπως freestyle, freeride, ταχύτητα, αγωνιστικά μαθήματα, wakestyle, big air, πάρκο και surfing.

Με την ανάπτυξη αγορών Internet για χρησιμοποιημένα αντικείμενα, ο χρησιμοποιημένος αλλά αξιόπιστος εξοπλισμός kiteboarding έχει γίνει πολύ λιγότερο δαπανηρός, μειώνοντας σημαντικά το εμπόδιο στην υιοθέτηση του αθλήματος. Επιπλέον, το άθλημα είναι εξαιρετικά βολικό όσον αφορά τη μεταφορά και την αποθήκευση, καθώς οι χαρταετούς είναι πτυσσόμενοι και οι σανίδες είναι μικρότερες από τις περισσότερες σανίδες surfboard και paddling.

Σε σύγκριση με τα άλλα αθλήματα ιστιοπλοΐας, η kiteboarding είναι μεταξύ των λιγότερο δαπανηρών και πιο βολική. Είναι επίσης μοναδικό στο γεγονός

ότι συλλέγει την αιολική ενέργεια από έναν πολύ μεγαλύτερο όγκο ατμόσφαιρας, σε σύγκριση με το μέγεθος του πανιού.

Ερασιτεχνική αλιεία:

Στην ιστοσελίδα της Βικιπαίδεια αναφέρει ότι με τον όρο αλιεία, κοινώς ψάρεμα, χαρακτηρίζεται γενικά τόσο η άγρα όσο και η τέχνη (τρόπος) της όλης δραστηριότητας, με την οποία γίνεται η σύλληψη και απόσπαση των ιχθύων και άλλων υδροβίων ζώων από τον βιότοπό τους, (θάλασσες, λίμνες, ποτάμια, ιχθυογενετικούς σταθμούς κλπ), είτε για τροφή είτε για βιομηχανικούς σκοπούς (παραγωγή ιχθυαλεύρων, ελαίων, λιπασμάτων κλπ.).

Στην ιστοσελίδα της Ελληνικής Δημοκρατίας και Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιώτικης Πολιτικής και Αρχηγείο Λιμενικό Σώματος – Ελληνικής Ακτοφυλακής, αναφέρει ότι η ερασιτεχνική - αθλητική αλιεία διέπεται από τις διατάξεις του Π.Δ. 373/85 (131 Α'), καθώς και από τον Καν.(ΕΚ)1967/2006. Η ερασιτεχνική - αλιευτική αλιεία είναι η αλιεία που σκοπό έχει τη ψυχαγωγία ή την άθληση και όχι το βιοπορισμό ή την απόκτηση εισοδήματος. Οι ερασιτέχνες αλιείς πρέπει να είναι εφοδιασμένοι με ατομική αστυνομική άδεια αλιείας που εκδίδεται από τη Λιμενική Αρχή. Από την υποχρέωση αυτή εξαιρούνται οι ερασιτέχνες αλιείς που αλιεύουν από την ξηρά (άρθρο 232 Γενικός Κανονισμός Λιμένα).

Game fishing:

Στην ιστοσελίδα της Wikipedia αναφέρεται ότι τα ψάρια θηραμάτων είναι ψάρια που επιδιώκονται από ψαράδες αναψυχής . Μπορούν να είναι ψάρια γλυκού νερού ή αλμυρού νερού. Το ψάρι μπορεί να καταναλωθεί μετά τη σύλληψή του. Ορισμένα ψάρια θηραμάτων στοχεύουν επίσης στο εμπόριο , ιδίως ο σολομός.

Υποβρύχιο ψάρεμα:

Στην ιστοσελίδα της Βικιπαίδεια αναφέρεται ότι το υποβρύχιο ψάρεμα ή αλλιώς ψαροτούφεκο είναι η πιο φιλική προς το περιβάλλον μέθοδος καθώς μπορείς να είσαι επιλεκτικός αλλά και δεν αφήνεις πίσω κατάλοιπα κατά καιρούς όπως οι άλλες μέθοδοι αλιείας.

Γενικά με τον όρο υποβρύχια αλιεία, κοινώς υποβρύχιο ψάρεμα, χαρακτηρίζεται το είδος εκείνο της αλιείας που επιχειρείται από καταδυόμενο ερασιτέχνη αλιεία (ψαρά). Είναι γεγονός πως η εξέλιξη του αθλητικού πνεύματος αλλά και η μανία για νέες υποβρύχιες περιπέτειες της σύγχρονης εποχής είχαν ως αποτέλεσμα να δημιουργηθεί σε μεγάλη έκταση ένα ενδιαφέρον άθλημα, η υποβρύχια αλιεία, με κύριο αλιευτικό εργαλείο είναι το ψαροτούφεκο. Σε παγκόσμιο επίπεδο η υποβρύχια αλιεία έχει αναγνωριστεί

επίσημα ως άθλημα με τη δημιουργία εθνικών ομοσπονδιών και διοργανώνονται σε ετήσια βάση εθνικά ή διεθνή πρωταθλήματα.

Η υποβρύχια αλιεία αποτελεί ιδιαίτερη αλιευτική τέχνη, με ιδιαίτερο εξοπλισμό, που βασίζεται κυρίως στις ατομικές δυνάμεις και στη καλή γνώση αφενός του υποβρύχιου περιβάλλοντος, όσο και της συμπεριφοράς των ψαριών. Προϋποθέτει καλή κολυμβητική ικανότητα, φυσική αντοχή, ταχύτητα αντίληψης, και σταθερότητα κινήσεων, βάσει των οποίων και στη συνέχεια με την εξάσκηση αναπτύσσεται η σχετική εμπειρία που θα παίζει πάντα τον προκαθοριστικό ρόλο του επιτυχούς αποτελέσματος.

Σε γενικές γραμμές η υποβρύχια αλιεία ως μορφή ελεύθερης κατάδυσης εμπεριέχει πολύ περισσότερους κινδύνους από άλλες μορφές κατάδυσης, εξαιτίας της ιδιαιτερότητας του αλιεύματος ως κυνηγετικού στόχου. Στη διαδικασία της υποβρύχιας αλιείας σημαντικό ρόλο παίζει η διατήρηση σχετικής ηρεμίας και η μη έκκριση αδρεναλίνης, καθώς έτσι κινητοποιούνται φυσιολογικοί μηχανισμοί που επισπεύδουν την κατανάλωση του οξυγόνου στους ιστούς του σώματος. Ασφαλώς και πολλά είναι τα θέλητρα που προσφέρει το είδος αυτό της αλιείας, ωστόσο είναι αρκετοί οι κίνδυνοι που εγκυμονούνται κατά την άσκησή της. Όλοι όσοι σχετίζονται με τη θάλασσα, αναγνωρίζουν την ναυτική αρχή: «Η θάλασσα σέβεται μόνο εκείνους που τη σέβονται.»

Καταδύσεις:

Η κατάδυση είναι ένα από τα πιο μαγικά σπορ που μπορεί να επιλεγεί σαν χόμπι, ιδιαίτερα στη χώρα μας που έχει την τύχη να είναι περιτριγυρισμένη από θάλασσα και μαγικούς υποβρύχιους τόπους. Χρειάζεται εκπαίδευση σε σχολή που ακολουθεί προγράμματα σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα έτσι ώστε ο εκπαιδευόμενος να πιστοποιηθεί ως δύτες.

Υποβρύχια περιήγηση:

Το υποβρύχιο είναι είδος σκάφους που έχει τη δυνατότητα να κινείται επί και υπό την επιφάνεια της θάλασσας. Προσπερνώντας τις διάφορες απόπειρες, από την αρχαιότητα, κατασκευής υποβρυχίων που όμως δεν τελεσφόρησαν λόγω τεχνικής ανεπάρκειας, τα πρώτα υποβρύχια κατασκευάστηκαν τον 17ο και τον 18ο αιώνα και έμοιαζαν περισσότερο με μεταλλικούς κώδωνες που φιλοξενούσαν συνήθως ένα άτομο και στηρίζονταν για την κίνησή τους στη μυϊκή του δύναμη. Τα υποβρύχια σκάφη που χρησιμοποιούνται για ερευνητικούς σκοπούς αλλά και για αναψυχή, συνήθως λέγονται βαθυσκάφη.

2.2 ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί κλάδο του τριτογενούς παραγωγικού τομέα και αναπτύχθηκε πολύ αργότερα από τους υπόλοιπους τομείς της ελληνικής οικονομίας. Σήμερα, ο τουρισμός δείχνει να είναι ο κλάδος της οικονομίας που ξεπερνά την οικονομική κρίση παρουσιάζοντας αυξητικούς ρυθμούς τα τελευταία χρόνια. Η Ελλάδα έχει ένα μεγάλο πλεονέκτημα συγκριτικά με άλλες χώρες, ειδικά στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού. Ο κλάδος του τουρισμού ωστόσο επηρεάζει και έμμεσα τόσο το ύψος του ΑΕΠ όσο και την ανάπτυξη άλλων παραγωγικών κλάδων. Στις περιοχές που χαρακτηρίζονται ως τουριστικοί προορισμοί εκτός από τις επιχειρήσεις υποδοχής τουριστών αναπτύσσονται και πλήθος άλλων επιχειρήσεων. Τέτοιες επιχειρήσεις είναι :

- ✓ Κλάδος διατροφής
- ✓ Κλάδος ψυχαγωγίας
- ✓ Λιανικό εμπόριο
- ✓ Μεταφορικά μέσα

Για τους λόγους που προαναφέρθηκαν εκτός την αύξηση του ΑΕΠ σαν θετικά αποτελέσματα από τη συνεισφορά του τουρισμού, μπορούν και αναπτύσσονται πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις σχεδόν σε όλους τους κλάδους ακόμα και αυτές που δεν εξυπηρετούν άμεσα τους τουρίστες . Με την κατανάλωση διάφορων προϊόντων οι τουριστικές επιχειρήσεις απευθύνονται σε άλλες επιχειρήσεις για την προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών για την εκπλήρωση των απαιτήσεων των τουριστών. Με τον τρόπο αυτό μέσω του τουρισμού υπάρχει αύξηση της παραγωγής και των πωλήσεων και λοιπών επιχειρήσεων άσχετων με τον τουρισμό.

Ένας ακόμα σημαντικός παράγοντας είναι η μείωση της ανεργίας . Οι τουριστικές επιχειρήσεις απασχολούν ένα σημαντικό μερίδιο ανθρώπων, έστω και για ένα διάστημα κάποιων μηνών. Ακόμα μέσω του τουρισμού αυξάνεται η απασχόληση και στις υπόλοιπες επιχειρήσεις που αυξάνουν τις πωλήσεις τους.

Τέλος ένα ακόμα στοιχείο που είναι και πολύ σημαντικό για την οικονομία της χώρας είναι η κατανομή του. Η ανάπτυξη του τουρισμού δεν πραγματοποιείται μόνο στα μεγάλα αστικά κέντρα αλλά πραγματοποιείται και σε έναν πολύ μεγάλο βαθμό και στην περιφέρεια . Με τον τρόπο αυτό αναπτύσσονται και άλλες περιοχές που δεν θα είχαν τη δυνατότητα για ανάπτυξη. Συγκεκριμένα για το Ναύπλιο υπάρχουν στατιστικά στοιχεία ανάπτυξης στο επόμενο κεφάλαιο.

2.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΣΠΟΡ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο θαλάσσιος τουρισμός και συγκεκριμένα ο κλάδος της κρουαζιέρας και του γιότινγκ έχει τη μοναδικότητα να συνδυάζει τη ναυτιλιακή δραστηριότητα ταυτόχρονα με την τουριστική και, συνεπώς, τα κέρδη και τα οφέλη είναι διπλά. Στον τομέα της βιομηχανίας (ναυπήγηση, επισκευή, κατασκευές), των εισαγωγών, των εξαγωγών, του εμπορίου, των υπηρεσιών (μεταφορές, εκδρομές, ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, αεροδρόμια, ιατρικές υπηρεσίες, υπηρεσίες ασφάλειας), της απασχόλησης (πλήρωμα πλοίων, εργαζόμενοι σε πρακτορεία, τουριστικά μαγαζιά).

- Καταδύσεις

Οι καταδύσεις είναι μια ιδιαίτερη θαλάσσια δραστηριότητα που η ανάπτυξή της μπορεί να έχει πολλαπλά οφέλη για την τοπική οικονομία αλλά και για την στήριξη των θαλάσσιων βιότοπων οι οποίοι είναι υπέραλιευμένοι. Η Ελλάδα, με το σπάνιο φυσικό θαλάσσιο περιβάλλον της και τους ενδιαφέροντες βυθούς, γεμάτους υφάλους, σπήλαια, ναυάγια, πόλεις κάτω από το νερό αλλά και το πλήθος βραχονησίδων, μπορεί να συγκροτήσει έναν ιδιαίτερα αξιόλογο πόλο θαλάσσιου τουρισμού. Καταδυτικά πάρκα είναι εκτάσεις θαλάσσιων περιοχών, όπου απαγορεύεται η αγκυροβολία και η αλιεία και επιτρέπεται μόνο η κατάδυση για λόγους αναψυχής. Τα καταδυτικά πάρκα εκτός από τα σημαντικά έσοδα που μπορούν να αποφέρουν συμβάλουν στην αποκατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΝΑΥΠΛΙΟ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ

3.1 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΝΟΜΟΥ.

Με πρωτεύουσα το Ναύπλιο, (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ) ο νομός Αργολίδας συγκεντρώνει ποσοστό 1% του πληθυσμού της χώρας και το 17,1% του πληθυσμού της περιφέρειας Πελοποννήσου με τάση μείωσης, αφού η φυσική μείωση του πληθυσμού των ετών 1996 και 1997 (υπεροχή γεννήσεων/1.000 κατοίκους:-0,9) επιταχύνθηκε τα επόμενα έτη φθάνοντας το -1,34 το 2001. Συνολικά στο νομό κατοικούν 105.770 κάτοικοι (απογραφή 2001), με πυκνότητα 49,1 κάτ/χμ² και περιλαμβάνει δυο αστικά κέντρα: το Άργος με 24.239 κατοίκους και το Ναύπλιο με 13.822 κατοίκους περίπου, σχεδόν δηλαδή το 1/3 του συνολικού πληθυσμού του νομού (απογραφή 2001). Σε σχέση με την απογραφή του 1991 παρουσιάζεται μια αύξηση κατά 8% στο νομό (8,2% για τους άνδρες, 7,9% για τις γυναίκες) και μαζί με το νομό Κορινθίας αποτελούν τους μοναδικούς νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου, όπου υπάρχει μια αύξηση πληθυσμού. Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται πληθυσμιακά στοιχεία του Ν. Αργολίδας σε σχέση με το σύνολο της χώρας.

Έτος	Ν. Αργολίδας	Συν. Χώρας
1951	85389	7632801
1961	90145	8388553
1971	88698	87648641
1981	93020	9740417
1991	97636	10264156
1994	100560	10409605
2001	105770	10934097

Πίνακας 1.

Κατά τη δεκαετία 1951-1961 παρατηρείται αύξηση του συνολικού πληθυσμού του νομού αλλά με μικρότερο ρυθμό αύξησης από αυτόν της χώρας. Κατά την επόμενη δεκαετία, λόγω εξωτερικής μετανάστευσης, αλλά και μετακίνησης προς τα αστικά κέντρα, ο συνολικός πληθυσμός του νομού μειώθηκε κατά 1,6% περίπου. Στη συνέχεια κατά τη δεκαετία 1971-1981 ο πληθυσμός του νομού αυξάνεται κατά 4,9% περίπου, ενώ κατά τη δεκαετία 1981-1991 παρατηρείται αύξηση του συνολικού πληθυσμού με ρυθμό περίπου ίσο με τον αντίστοιχο ρυθμό της χώρας ($\approx 5\%$). Τέλος στην τριετία 1991-1994 ο πληθυσμός αυξάνει κατά 3% περίπου, φτάνει δηλαδή τους 100.560

κατοίκους. Το 2001 ο πληθυσμός ανέρχεται σε 105.770 κ. και η πυκνότητά του είναι 49,1 κάτοικοι/km² καταλαμβάνοντας έτσι την 28η θέση σε εθνικό επίπεδο. Μεταξύ των απογραφών 1991 και 2001 ο πληθυσμός του νομού αυξήθηκε 8,3%, αποδεικνύοντας έτσι τον αναπτυξιακό δυναμισμό του. Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι οι νομοί Αργολίδας και Κορινθίας είναι οι μόνοι από την Περιφέρεια Πελοποννήσου όπου υπερτερεί ο αστικός πληθυσμός πλέον, έναντι του αγροτικού.

Ο δείκτης γήρανσης για το νομό Αργολίδας βρίσκεται πολύ κοντά στη μέση τιμή του δείκτη για το σύνολο της χώρας (1,12), ενώ ο νομός Λακωνίας παρουσιάζει τη μεγαλύτερη απόκλιση, με τιμή 1,74 για το 2001. Σημειώνεται ότι στο σύνολο της η περιφέρεια Πελοποννήσου έχει αρνητική φυσική αύξηση πληθυσμού. Με βάση τα πληθυσμιακά στοιχεία του 1999, ο δείκτης γήρανσης στην Ε.Ε. των 15 διαμορφώνεται στο 0,94, ενώ στα 12 νέα κράτη είναι 0,70.

Τοπική αυτοδιοίκηση

Ο νομός Αργολίδας διαιρείται σε 3 επαρχίες: Επαρχία, Άργους, Ναυπλίας και Ερμιονίδας. Στις τρεις αυτές επαρχίες υπήρχαν 14 δήμοι και 2 Κοινότητες, που απεικονίζονται στο Χάρτη.

1 Δήμος Ναυπλίου, 2 Δήμος Άργους, 3 Δήμος Ασίνης, 4 Δήμος Ασκληπιείου, 5 Δήμος Επιδαύρου, 6 Δήμος Ερμιόνης, 7 Δήμος Κουτσοποδίου, 8 Δήμος Κρανιδίου, 9 Δήμος Λέρνας, 10 Δήμος Λυρκείας, 11 Δήμος Μιδέας, 12 Δήμος Μυκηναίων, 13 Δήμος Νέας Κίου, 14 Δήμος Νέας Τίρυνθας, 15 Κοινότητα Αλέας, 16 Κοινότητα Αχλαδοκάμπου.



Χάρτης. Τοποθεσία Δήμων στο Νομό Αργολίδας.

Ο πληθυσμός του κάθε δήμου δίνεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2. Ο πληθυσμός και η πυκνότητα αυτού σε κάθε δήμο του Ν. Αργολίδας

Δήμος	Πραγματικός Πληθυσμός 2001	Πληθυσμός ανά τ.χλμ
ΔΗΜΟΣ ΑΡΓΟΥΣ	29.228	212
ΔΗΜΟΣ ΝΑΥΠΛΙΟΥ	16.885	502
ΔΗΜΟΣ ΚΡΑΝΙΔΙΟΥ	10.347	41
ΔΗΜΟΣ ΜΙΔΕΑΣ	6.724	38
ΔΗΜΟΣ ΑΣΙΝΗΣ	6.117	45
ΔΗΜΟΣ ΑΣΚΛΗΠΕΙΟΥ	4.804	27
ΔΗΜΟΣ ΕΡΜΙΟΝΗΣ	4.554	27
ΔΗΜΟΣ ΕΠΙΔΑΥΡΟΥ	4.471	28
ΔΗΜΟΣ ΜΥΚΗΝΑΙΩΝ	4.349	27
ΔΗΜΟΣ ΝΕΑΣ ΤΙΡΥΝΘΑΣ	3.680	89
ΔΗΜΟΣ ΝΕΑΣ ΚΙΟΥ	3.646	640
ΔΗΜΟΣ ΚΟΥΤΣΟΠΟΔΙΟΥ	3.575	30
ΔΗΜΟΣ ΛΕΡΝΑΣ	3.042	36
ΔΗΜΟΣ ΛΥΡΚΕΙΑΣ	2.901	12
ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΑΛΕΑΣ	793	6
ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΑΧΛΑΔΟΚΑΜΠΟΥ	654	6
ΣΥΝΟΛΟ ΝΟΜΟΥ	105.770	

(Πηγή: ΕΣΥΕ απογραφή 2001)

Μετά τη καθιέρωση του Σχεδίου Καλλικράτη οι δήμοι του νομού Αργολίδας συγχωνεύονται σε 4 από τους 16. Οι δήμοι αυτοί, είναι:

1. Δήμος Ναυπλιέων με έδρα το Ναύπλιο αποτελούμενος από τους δήμους Ναυπλιέων, Νέας Τίρυνθας, Μιδέας και Ασίνης, οι οποίοι καταργούνται
2. Δήμος Ερμιονίδας με έδρα το Κρανίδι αποτελούμενος από τους δήμους Ερμιόνης και Κρανιδίου, οι οποίοι καταργούνται
3. Δήμος Επιδαύρου με έδρα το Ασκληπιείο και ιστορική έδρα την Αρχαία Επίδαυρο αποτελούμενος από τους δήμους Ασκληπιείου και Επιδαύρου, οι οποίοι καταργούνται
4. Δήμος Άργους – Μυκηνών με έδρα το Άργος και ιστορική έδρα τις Μυκήνες αποτελούμενος από τους δήμους Άργους, Νέας Κίου, Λέρνας, Μυκηναίων, Κουτσοποδίου, Λυρκείας και τις κοινότητες Αχλαδόκαμπου και Αλέας οι οποίοι καταργούνται.

Απογραφή Πληθυσμού - Κατοικιών 2011. ΜΟΝΙΜΟΣ Πληθυσμός		
Γεωγραφικός κωδικός Καλλικράτη	Περιγραφή	Μόνιμος Πληθυσμός
41	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ (Έδρα: Ναύπλιον,το)	97.044
4102	ΔΗΜΟΣ ΑΡΓΟΥΣ - ΜΥΚΗΝΩΝ (Έδρα: Άργος,το, Ιστορική έδρα: Μυκίνας,αι)	42.022
410202	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΛΕΑΣ	660
41020202	Τοπική Κοινότητα Αγίου Νικολάου	140
4102020202	Άγιος Νικόλαος,ο	7
4102020203	Εξοχή,η	30
4102020201	Πλατάνιον,το	103
41020203	Τοπική Κοινότητα ΑΛέας	103
4102020301	Αλέα,η	103
41020201	Τοπική Κοινότητα Σκοτεινής	347
4102020101	Σκοτεινή,η	347
41020204	Τοπική Κοινότητα Φρουσιούνας	70
4102020401	Φρουσιούνα,η	70
410201	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΓΟΥΣ	27.050
41020101	Δημοτική Κοινότητα Άργους	22.602
4102010102	Άκοβα,η	167
4102010101	Άργος,το	22.209
4102010103	Κόκλα,η	153
4102010104	Τημένιον,το	73
41020102	Τοπική Κοινότητα Δαλαμανάρας	877
4102010201	Δαλαμανάρα,η	877
41020103	Τοπική Κοινότητα Ελληνικού	410
4102010302	Ελληνικόν,το	378
4102010303	Ζόγκα,η	17
4102010304	Κρύα Βρύση,η	12
4102010301	Κρυονέριον,το	0
4102010305	Τουρνίκιον,το	3
41020104	Τοπική Κοινότητα Ήρας	369
4102010401	Ήρα,η	369
41020105	Τοπική Κοινότητα Ινάχου	738
4102010501	Ίναχος,ο	622
4102010502	Τρίστρατον,το	116
41020106	Τοπική Κοινότητα Κεφαλαρίου	800
4102010601	Κεφαλάριον,το	677
4102010602	Μαγούλα,η	123
41020107	Τοπική Κοινότητα Κουρτακίου	296
4102010701	Κουρτάκιον,το	296
41020108	Τοπική Κοινότητα Λάλουκα	540
4102010801	Λάλουκας,ο	540
41020109	Τοπική Κοινότητα Πυργέλλας	418
4102010901	Πυργέλλα,η	418
410203	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΧΛΑΔΟΚΑΜΠΟΥ	497
41020301	Τοπική Κοινότητα Αχλαδοκάμπου	497
4102030101	Αχλαδοκάμπος,ο	497
410204	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΟΥΤΣΟΠΟΔΙΟΥ	3.272
41020401	Δημοτική Κοινότητα Κουτσοποδίου	2.177
4102040102	Αγία Αικατερίνη,η	49
4102040103	Αεροδρόμιο,το	111
4102040101	Κουτσοπόδιον,το	1.857
4102040104	Πανόραμα,το	137
4102040105	Σύνορο,το	23
41020402	Τοπική Κοινότητα Βρουστίου	292
4102040202	Βρούστιον,το	19
4102040201	Σταθαίικα,τα	240
4102040203	Χαντάκια,τα	33
41020403	Τοπική Κοινότητα Μαλαντρενίου	498
4102040301	Μαλαντρένιον,το	498
41020404	Τοπική Κοινότητα Σχινοχωρίου	305
4102040401	Σχινοχώριον,το	305
4102040402	Χέλμης,ο	0
410205	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΕΡΝΑΣ	2.319
41020502	Τοπική Κοινότητα Ανδρίτσας	33

4102050201	Ανδρίτσα,η	33
41020503	Τοπική Κοινότητα Κιβερίου	1.029
4102050302	Βελανιδιά,η	79
4102050301	Κιβέριον,το	911
4102050303	Σπηλιωτάκης,ο	39
41020501	Τοπική Κοινότητα Μύλων	741
4102050102	Καλαμάκιον,το	100
4102050103	Κουγαίικα,τα	31
4102050101	Μύλοι,οι	610
41020504	Τοπική Κοινότητα Σκαφιδακίου	516
4102050402	Αλμυρός,ο	11
4102050403	Διχάλα,τα	67
4102050401	Σκαφιδάκιον,το	438
410206	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΥΡΚΕΙΑΣ	2.058
41020602	Τοπική Κοινότητα Γυμνού	319
4102060201	Γυμνόν,το	306
4102060202	Τσιρίστρα,η	13
41020603	Τοπική Κοινότητα Καπαρελλίου	299
4102060301	Καπαρέλλιον,το	299
41020604	Τοπική Κοινότητα Καρυάς	676
4102060402	Άγιος Γεώργιος,ο	14
4102060403	Αγριλίτσα,η	149
4102060404	Αρία,η	13
4102060405	Γαλαναίικα,τα	25
4102060406	Γαλάτιον,το	43
4102060401	Καρυά,η	165
4102060407	Μποζιονελαίικα,τα	39
4102060408	Σπαναίικα,τα	85
4102060409	Στραβή Ράχη,η	19
4102060410	Χούνη,η	124
41020605	Τοπική Κοινότητα Κεφαλοβρύσου	129
4102060502	Δούκα Βρύση,η	76
4102060501	Κεφαλόβρυσον,το	53
41020601	Τοπική Κοινότητα Λυρκείας	319
4102060101	Λύρκεια,η	319
41020606	Τοπική Κοινότητα Νεοχωρίου	63
4102060601	Νεοχώριον,το	63
41020607	Τοπική Κοινότητα Στέρνας	125
4102060701	Στέρνα,η	125
41020608	Τοπική Κοινότητα Φρεγκαίνης	128
4102060802	Άγιος Στέφανος,ο	12
4102060803	Μερκούριον,το	58
4102060801	Φρέγκαϊνα,η	58

(ΠΗΓΗ: ΕΛΣΤΑΤ)

3.2. ΔΗΜΟΣ ΝΑΥΠΛΙΕΩΝ.

Η ιστοσελίδα του Δήμου Ναυπλιέων αναφέρει ότι το Ναύπλιο ή Ανάπλι, πρωτεύουσα του νομού Αργολίδος, αποτελεί μία από τις πλέον γνωστές και όμορφες πόλεις της Ελλάδος. Εκτός από διοικητικό είναι και σημαντικό τουριστικό κέντρο, με συνεχή κίνηση σε όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Σύμφωνα με τη μυθολογία, η πόλη οφείλει το όνομά της στον οικιστή της Ναύπλιο, γιο του θεού Ποσειδώνα και της Αμμώνης. Κατά την αρχαιότητα το Ναύπλιο βρισκόταν ουσιαστικά στη σκιά του Άργους, χρησιμεύοντας ως λιμάνι του από τον 7ο αιώνα π.Χ.



Παλιά Πόλη - Ακροναυπλία - Αρβανιτιά

Στους βυζαντινούς χρόνους και από τον 11ο αιώνα η σπουδαιότητα του Ναυπλίου ως εμπορικού κέντρου συνεχώς αυξανόταν. Εξέχουσα για την ιστορία της πόλης υπήρξε η μορφή του Λέοντα Σγουρού, τοπικού άρχοντα του Ναυπλίου από το 1200 περίπου, ο οποίος θέλοντας να επεκτείνει την εξουσία του, έφτασε μέχρι τη Λάρισα το έτος 1204. Την προέλασή του ανέκοψαν οι Σταυροφόροι της Τέταρτης Σταυροφορίας, οι οποίοι κατέλαβαν τελικά όλες τις περιοχές που είχε κατακτήσει, μαζί και το Ναύπλιο, γύρω στο 1210-1212.

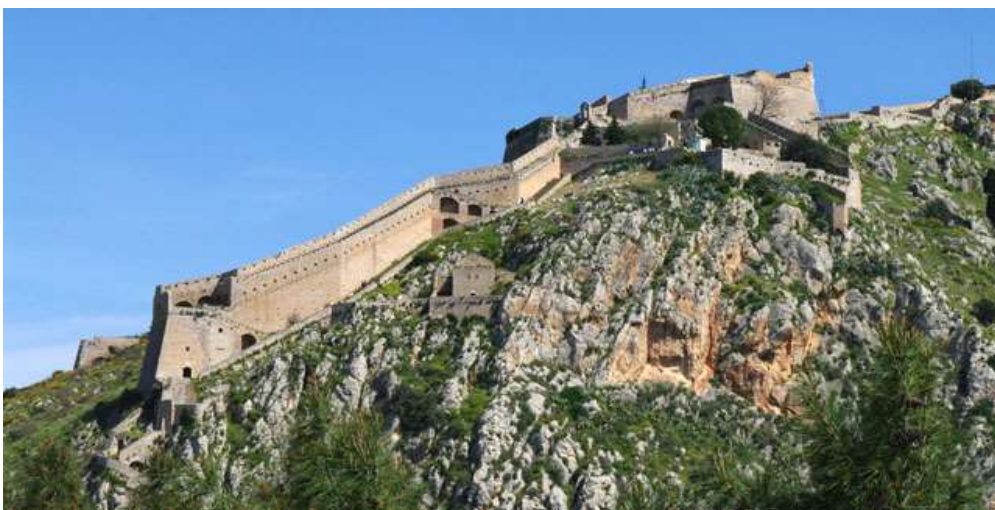
Έκτοτε το Ναύπλιο δοκίμασε την κατοχή διαφόρων κατακτητών, πρώτα των Φράγκων, κατόπιν των Ενετών και στη συνέχεια των Τούρκων, με ένα μικρό «διάλειμμα», αυτό της Δεύτερης Ενετοκρατίας.



Μπούρτζι.

Η πόλη του Ναυπλίου, η Napoli di Romania των Βενετών, διαμορφώθηκε κυρίως από τα χρόνια της Πρώτης Ενετοκρατίας, όταν, προς το τέλος του 15ου αιώνα, σχηματίστηκε με τεχνητές προσχώσεις μέσα στη θάλασσα η κάτω πόλη, η οποία ταυτίζεται με το σημερινό ιστορικό κέντρο του Ναυπλίου. Μέχρι τότε η κατοίκηση περιοριζόταν ουσιαστικά στον βράχο της Ακροναυπλίας. Σπουδαία έργα της πρώτης Ενετοκρατίας είναι το Κάστρο των Τόρων και το Μπούρτζι.

Το 1540, ύστερα από τρίχρονη πολιορκία, το Ναύπλιο παραδόθηκε στους Τούρκους. Κατά την περίοδο της Πρώτης Τουρκοκρατίας της πόλης, που διήρκεσε από το 1540 ως το 1686, το Ναύπλιο φαίνεται ότι απολάμβανε πολλών προνομίων και δικαιωμάτων, ιδίως μέχρι τα μέσα του 17ου αιώνα. Μάλιστα έγινε πρωτεύουσα της Πελοποννήσου και έδρα του Τούρκου διοικητή Μόρα-πασά.



Παλαμήδι.

Το 1686, οι Ενετοί, υπό τον ικανότατο αρχιστράτηγό τους Φραντσέσκο Μοροζίνι, ανακατέλαβαν την πόλη, την οποία έμελλε να κρατήσουν για

σύντομο διάστημα, έως το 1715. Το Ναύπλιο απέκτησε μέγιστη σπουδαιότητα αυτή την περίοδο ως πρωτεύουσα του Βασιλείου του Μορέως. Το σπουδαιότερο έργο της δεύτερης Ενετοκρατίας είναι αναμφισβήτητα η οχύρωση του Παλαμηδιού.

Το 1715, ακολούθησε η σκληρότερη δεύτερη τουρκική κατοχή του Ναυπλίου, οπότε η πόλη άρχισε να παρακμάζει, κυρίως μετά τη μεταφορά της έδρας του πασά στην Τρίπολη. Σύμφωνα με τις μαρτυρίες των ξένων περιηγητών, η πόλη κατοικείτο κυρίως από Τούρκους και λιγοστούς Χριστιανούς, οι οποίοι περιορίζονταν στην περιοχή του Ψαρομαχαλά. Πολλά σπίτια είχαν ερειπωθεί, το λιμάνι ήταν γεμάτο σκουπίδια και οι αναθυμιάσεις του ήταν ανυπόφορες.

Τη νύχτα της 29ης προς 30ης Νοεμβρίου του 1822, ύστερα από πολύμηνη πολιορκία, το Παλαμήδι έπεσε στα χέρια των Ελλήνων με αιφνιδιασμό, υπό την αρχηγία του Σταΐκου Σταϊκόπουλου. Έκτοτε η πόλη άρχισε να αναπτύσσεται με ταχύ ρυθμό ενώ κατακλύστηκε από πλήθος προσφύγων από τις περιοχές που τελούσαν ακόμη υπό τουρκικό ζυγό. Την κατάσταση που επικρατούσε στην πόλη περιγράφει γλαφυρά ο Δημήτριος Βυζάντιος στο δημοφιλές θεατρικό του έργο «Βαβυλωνία», που διαδραματίζεται στο Ναύπλιο το 1827.



Πλατεία Φιλελλήνων.

Η πόλη έφτασε στο απόγειο της ακμής της όταν έγινε πρωτεύουσα του ελληνικού κράτους, από το 1827 ως το 1834. Στις 8 Ιανουαρίου του 1828

αποβιβάστηκε στο Ναύπλιο ο πρώτος κυβερνήτης της νεότερης Ελλάδος, Ιωάννης Καποδίστριας. Την εποχή εκείνη στην πόλη υπήρχαν κυρίως καφενεία, ενώ στα σαλόνια των διακεκριμένων οικογενειών λάμβαναν χώρα χοροεσπερίδες ή και φιλολογικές βραδιές. Επιπλέον ιδρύθηκαν τυπογραφεία και για σύντομο διάστημα Φιλολογικό Σπουδαστήριο.

Στις 27 Σεπτεμβρίου του 1831, ο Καποδίστριας δολοφονήθηκε έξω από την εκκλησία του Αγίου Σπυρίδωνα και στις 25 Ιανουαρίου του 1833 οι Ναυπλιείς υποδέχτηκαν τον πρώτο βασιλιά της Ελλάδας Όθωνα, ο οποίος παρέμεινε στην πόλη για σύντομο χρονικό διάστημα, ως τα τέλη περίπου του 1834, οπότε η πρωτεύουσα του ελληνικού κράτους μεταφέρθηκε στην Αθήνα.



Παραλία Ναυπλίου.

Το Ναύπλιο βρέθηκε για τελευταία φορά στο επίκεντρο των γεγονότων, με τη Ναυπλιακή Επανάσταση κατά του Όθωνα, που ξέσπασε τον Φεβρουάριο του 1862, και έμεινε γνωστή ως «Ναυπλιακά».

Μετά τα «Ναυπλιακά» άρχισε η παρακμή της πόλης. Έκτοτε το Ναύπλιο αποτελεί μια επαρχιακή πόλη, που τα τελευταία χρόνια έχει εξελιχθεί σε αγαπημένο προορισμό τόσο των Ελλήνων όσο και των ξένων ταξιδιωτών.



Άποψη της Νέας πόλης του Ναυπλίου και του Αργολικού κόλπου.

3.3 ΝΑΥΠΛΙΟ.

Το Ναύπλιο ή Ανάπλι, πόλη της Πελοποννήσου πρωτεύουσα του νομού Αργολίδος και ο κυριότερος λιμένας της ανατολικής Πελοποννήσου αποτελεί μία από τις πλέον γνωστές και όμορφες πόλεις της Ελλάδος. Σύμφωνα με την τελευταία απογραφή (2011) έχει 33.356 κατοίκους. Είναι μια απ' τις πιο γραφικές πόλεις της χώρας και υπήρξε πρωτεύουσα του ελληνικού κράτους κατά την περίοδο 1828 - 1833. Σύμφωνα με τη μυθολογία, η πόλη οφείλει το όνομά της στον οικιστή της Ναύπλιο, γιο του θεού Ποσειδώνα και της Αμυμώνης. Κατά την αρχαιότητα το Ναύπλιο βρισκόταν ουσιαστικά στη σκιά του Άργους, χρησιμεύοντας ως λιμάνι του από τον 7ο αιώνα π. Χ.

Το Ναύπλιο είναι γνωστό για το Μπούρτζι, μικρό φρούριο χτισμένο σε νησίδα μέσα στο λιμάνι, για το Παλαμήδι, ενετικό φρούριο που δεσπόζει στην πόλη, για την Ακροναυπλία έτερο φρούριο ενετικό, επί της ομώνυμης χερσονησίδας, καθώς και ως τόπος δολοφονίας του Ιωάννη Καποδίστρια.

Εκτός από διοικητικό είναι και σημαντικό τουριστικό κέντρο, με συνεχή κίνηση σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Με το πέρασμα των χρόνων μάλιστα φαίνεται να αναπτύσσεται ολοένα και περισσότερο, καθώς τα ποσοστά τουριστών, διανυκτερεύσεων και χρηματικών ποσών που σπαταλάνε συνεχώς αυξάνονται, όπως θα δούμε αναλυτικότερα και παρακάτω.

Γιατί όμως να επιλέξουν οι τουρίστες το Ναύπλιο; Οι αφίξεις των ημεδαπών μπορούν να γίνουν πολύ εύκολα καθώς είναι μόνο 138 χιλιόμετρα από την Αθήνα με το αμάξι (σχεδόν 2 ώρες) . Τους καλοκαιρινούς μήνες ιδίως

συνηθίζεται σαν μονοήμερη εκδρομή από πολλούς διότι μπορεί να συνδυάσει πολλούς και διαφορετικούς τρόπους διασκέδασης, ψυχαγωγίας και χαλάρωσης.

3.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ

Οι αφίξεις τουριστών στο Ναύπλιο την πενταετία 2012-2016 φαίνεται να είναι ανοδική. Αυτό συμβαίνει βέβαια σε πολλές πόλεις οι οποίες προτείνονται για εναλλακτικό τουρισμό, καθώς τραβάνε το ενδιαφέρον των ανθρώπων που σκοπεύουν να τις επισκεφθούν έχοντας πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες από πόλεις και νησιά που είναι ήδη πολύ γνωστά και έχουν συνεχώς ανοδικά ποσοστά επισκεπτών (Κρήτη, Ρόδος, Σαντορίνη, Πάρος, Μύκονος κτλ.) .

Οι αφίξεις των ημεδαπών **κατά το έτος 2012** ανέρχονται στους 89.872 και των αλλοδαπών στους 70.407. Στο σύνολο οι αφίξεις των τουριστών του Ναυπλίου για το έτος 2012 ήταν στους 160.279 . Οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών για το έτος 2012 σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου (πλην κάμπινγκ) ανέρχεται στους 185.111 και των αλλοδαπών στους 144.217 . Στο σύνολο οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου για το έτος 2012 ήταν στις 329.326 .

Οι αφίξεις των ημεδαπών **κατά το έτος 2013** ανέρχονται στους 99.608 και των αλλοδαπών στους 76.912. Στο σύνολο οι αφίξεις των τουριστών του Ναυπλίου για το έτος 2013 ήταν στους 176.520 . Οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών για το έτος 2013 σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου (πλην κάμπινγκ) ανέρχεται στους 208.963 και των αλλοδαπών στους 191.597 . Στο σύνολο οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου για το έτος 2013 ήταν στις 380.560 .

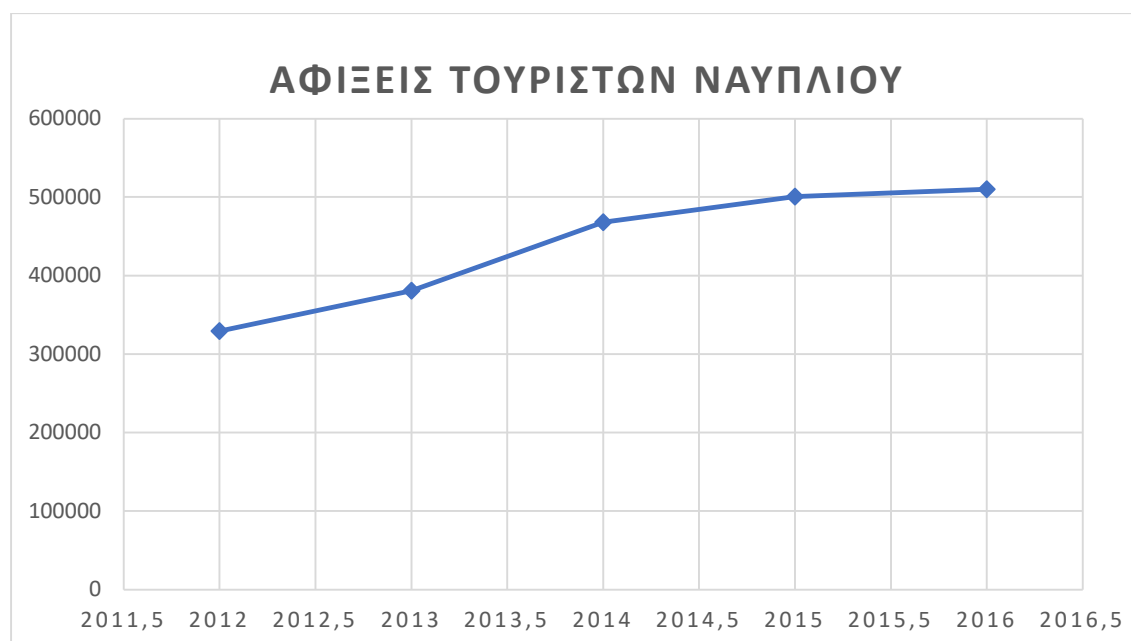
Οι αφίξεις των ημεδαπών **κατά το έτος 2014** ανέρχονται στους 110.645 και των αλλοδαπών στους 110.769. Εδώ βλέπουμε ότι είναι η πρώτη χρονιά όπου οι αλλοδαποί ξεπερνούν τους Έλληνες τουρίστες. Στο σύνολο οι αφίξεις των τουριστών του Ναυπλίου για το έτος 2014 ήταν στους 221.411 . Οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών για το έτος 2014 σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου (πλην κάμπινγκ) ανέρχεται στους 219.721 και των αλλοδαπών στους 248.270 . Στο σύνολο οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου για το έτος 2014 ήταν στις 467.991 .

Οι αφίξεις των ημεδαπών **κατά το έτος 2015** ανέρχονται στους 111.645 και των αλλοδαπών στους 116.454. Στο σύνολο οι αφίξεις των τουριστών του Ναυπλίου για το έτος 2015 ήταν στους 228.099 . Οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών για το έτος 2015 σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου (πλην κάμπινγκ)

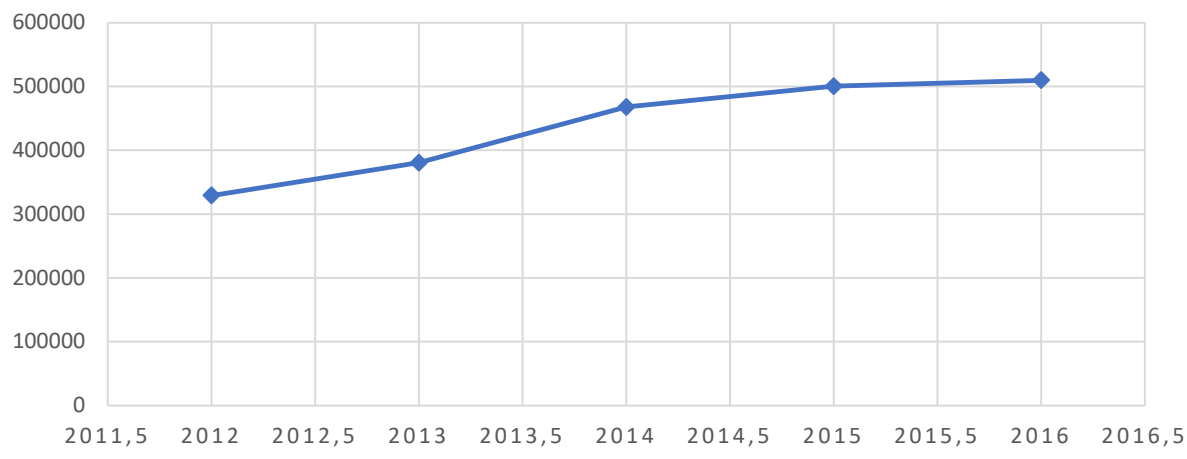
ανέρχεται στους 224.600 και των αλλοδαπών στους 275.959 . Στο σύνολο οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου για το έτος 2015 ήταν στις 500.559 .

Οι αφίξεις των ημεδαπών **κατά το έτος 2016** ανέρχονται στους 115.213 και των αλλοδαπών στους 100.120. Στο σύνολο οι αφίξεις των τουριστών του Ναυπλίου για το έτος 2016 ήταν στους 215.333 . Οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών για το έτος 2016 σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου (πλην κάμπινγκ) ανέρχεται στους 237.897 και των αλλοδαπών στους 272.051 . Στο σύνολο οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία του Ναυπλίου για το έτος 2016 ήταν στις 509.948 . Σε αυτό το διάστημα 2015-2016 ο τουρισμός σε όλη την Ελλάδα πέρασε μια δύσκολη στιγμή καθώς υπήρξαν πτώσεις στις δαπάνες και τις διανυκτερεύσεις στους περισσότερους προορισμούς των τουριστών .

Παρακάτω παρουσιάζονται και τα αντίστοιχα σχεδιαγράμματα :



ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΝΑΥΠΛΙΟΥ (ΠΛΗΝ ΚΑΜΠΙΝΓΚ)



Παρατηρούμε ότι τα ποσοστά είναι ανοδικά, αν και την τελευταία χρονιά δείχνει μία σταθερότητα. Αυτό βέβαια είναι αλληλένδετο με τις αφίξεις των τουριστών γενικά στην Ελλάδα. Μετά το 2016 μέχρι και φέτος βλέπουμε ότι υπάρχει και πάλι ανοδική πορεία στις αφίξεις, τις διανυκτερεύσεις αλλά και τις δαπάνες τουριστών σε όλη την Ελλάδα, με αποτέλεσμα αυτού να σημαίνει πως υπάρχει ανοδική πορεία και για τον τουρισμό του Ναυπλίου. Δυστυχώς δεν υπάρχουν περεταίρω στοιχεία για τις επόμενες χρονιές (2017-2018).

3.3 ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ ΣΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ

Αν και το Ναύπλιο φημίζεται για τα ιστορικά του στοιχεία, δεν θα μπορούσε να λείπει και η δράση. Αγώνες τριάθλου, τρεξίματος (Παλαμήδειος Άθλος) αλλά και ποδηλάτου (Bike Challenge Tour) δίνουν μια άλλη νότα στην πόλη. Επίσης ούτε εδώ λείπουν τα θαλάσσια σπορ όπως kite surf, τα οποία δίνουν την ευκαιρία τόσο στους μικρούς όσο και τους μεγάλους φίλους του αθλήματος να διασκεδάσουν στην θέα της πανέμορφης αυτής πόλης. Επιπλέον, ένα από τα πιο δημοφιλέστερα αθλήματα στη χώρα μας είναι το καγιάκ το οποίο υπάρχει και στο Ναύπλιο (rapexpeditions). Τέλος, δε θα μπορούσαν να λείπουν τα θαλάσσια σπορ, το fly board και η Ιστιοπλοΐα και φυσικά το Mediterranean Yacht Show στο Ναύπλιο.

Συγκεκριμένα:

Αγώνες τριάθλου



Στην ιστοσελίδα του Nafplio energytriathlon αναφέρει ότι ο Δήμος Ναυπλιέων – Δ.Ο.Π.Π.Α.Τ, η Περιφερειακή Ενότητα Αργολίδας και η Ελληνική Ομοσπονδία Τριάθλου διοργάνωσαν και προκήρυσσαν, με συνδιοργανωτές τους αθλητικούς συλλόγους Ν.Ο.ΝΑΥΠΛΙΟΥ & Κ.Ο.ΝΑΥΠΛΙΟΥ «ΕΥΡΟΣ» αγώνες Τριάθλου – Multisports με την επωνυμία «ΝΑΦΠΛΙΟ Energy Triathlon», οι οποίοι λάμβαναν χώρα μέσα στην παλιά ιστορική πόλη του Ναυπλίου και είναι ανοιχτοί προς όλους τους αθλητές και αθλούμενους.

Οι αγώνες είναι:

1)Αγώνας Olympic Triathlon (standard distance 1500μ κολύμβησης – 40χλμ ποδηλασίας – 10χλμ τρεξίματος) και Triathlon Relay (σκυταλοδρομία τριάθλου standard, 2 ή 3 ατόμων).

Εκκίνηση: Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Τερματισμός : Πλατεία Φιλελλήνων – Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Διαδρομές:

Κολύμβηση (διαδρομή ορισμένη με σημαδούρες, 2 κύκλοι x 750μ)

Ποδηλασία (2 κύκλοι x 20 χλμ)

Τρέξιμο (4 κύκλοι x 2,5 χλμ)

Κατηγορίες:

Ατομικό

– Γενική Ανδρών 18+ ετών

– Γενική Γυναικών 18+ ετών

Ηλικιακές κατηγορίες – Age Group:

Ανδρών 18-29, 30-39, 40-49, 50 και άνω

Γυναικών 18-39, 40-49, 50 και άνω

Ομαδικό/Σκυταλοδρομίες (2 ή 3 αθλητών)

2) Αγώνας Sprint Triathlon (750μ κολύμβησης – 20χλμ ποδηλασίας – 5χλμ τρεξίματος) και Triathlon Relay (σκυταλοδρομία τριάθλου sprint, 2 ή 3 ατόμων).

Εκκίνηση: Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Τερματισμός : Πλατεία Φιλελλήνων – Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Διαδρομές:

Κολύμβηση (διαδρομή 750μ ορισμένη με σημαδούρες)

Ποδηλασία (1 κύκλος x 20 χλμ)

Τρέξιμο (2 κύκλοι x 2,5 χλμ)

Κατηγορίες:

Ατομικό

- Γενική Ανδρών 16+ ετών
- Γενική Γυναικών 16+ ετών

Ηλικιακές κατηγορίες – Age Group:

Ανδρών έως 24 ετών, 25-29, 30-34, 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 60 και άνω

Γυναικών έως 29 ετών, 30-39, 40-49, 50 και άνω

Ομαδικό/Σκυταλοδρομίες (2 ή 3 αθλητών)

3) Αγώνας Super Sprint Triathlon (300μ κολύμβησης – 10χλμ ποδηλασίας – 2,5χλμ τρέξιματος).

Εκκίνηση: Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Τερματισμός : Πλατεία Φιλελλήνων – Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Για το τμήμα της ποδηλασίας διευκρινίζεται πως θα ισχύσουν κανονισμοί που επιτρέπεται το drafting και ΔΕΝ θα επιτραπούν ποδήλατα τύπου Ατομικής Χρονομέτρησης “ΤΤ” (θα επιτραπεί κάθε άλλος τύπος ποδηλάτου εφόσον πληρεί τις προδιαγραφές ασφαλείας)

Διαδρομές:

Κολύμβηση (διαδρομή 300μ ορισμένη με σημαδούρες)

Ποδηλασία (1 κύκλος x 10 χλμ)

Τρέξιμο (1 κύκλος x 2,5 χλμ)

Κατηγορίες:

Ατομικό

- Ανδρών 20+ ετών
- Γυναικών 20+ ετών
- Παίδων – Κορασίδων Β (12-13 ετών)
- Παίδων – Κορασίδων Α (14-15 ετών)
- Εφήβων – Νεανίδων (16-19 ετών)

4) Αγώνας Aquathlon (750μ κολύμβησης – 5χλμ τρεξίματος)

Εκκίνηση: Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Τερματισμός : Πλατεία Φιλελλήνων – Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Διαδρομές:

Κολύμβηση (τριγωνική διαδρομή ορισμένη με σημαδούρες)

Τρέξιμο (2 κύκλοι x 2,5 χλμ)

Ατομικό

– Γενική Ανδρών 16+ ετών

– Γενική Γυναικών 16+ ετών

5) Αγώνας Aquathlon kids (150μ κολύμβησης – 1χλμ τρεξίματος).

Διαδρομές:

Κολύμβηση (σε ευθεία γραμμή από το μέσον του λιμανιού, τερματισμός στο «Π»)

Τρέξιμο (1 κύκλος x 1 χλμ)

Κατηγορίες:

– Παμπαίδων Α 10-11 ετών (γεν 2007-2008) και Παμπαίδων Β 8-9 ετών (γεν 2009-2010)

– Παγκορασίδων Α 10-11 ετών (γεν 2007-2008) και Παγκορασίδων Β (γεν 2009-2010) 8-9ετών

6) Energy swim 800μ

Εκκίνηση: Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Τερματισμός : Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Διαδρομές:

Κολύμβηση (τριγωνική διαδρομή ορισμένη με σημαδούρες)

Συμμετοχή για γεννηθέντες έτους 2006 και πριν

Κατηγορίες-Βραβεύσεις:

Ατομικό

– Γενική Ανδρών 12+ ετών

– Γενική Γυναικών 12+ ετών

7) Energy swim 2,5χλμ

Εκκίνηση: Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Τερματισμός : Λιμάνι Ναυπλίου, θέση «Π»

Διαδρομές:

Κολύμβηση (τριγωνική διαδρομή ορισμένη με σημαδούρες)

Συμμετοχή για γεννηθέντες έτους 2002 και πριν

Κατηγορίες-Βραβεύσεις:

Ατομικό

– Γενική Ανδρών 16+ ετών

– Γενική Γυναικών 16+ ετών

Παλαμήδειος Άθλος



Στην ιστοσελίδα του Παλαμήδειου Άθλου αναφέρεται ότι ο Δήμος Ναυπλιέων (ΔΟΠΠΑΤ) σε συνεργασία με την Περιφερειακή Ενότητα Αργολίδας, το Κέντρο Ελληνικών Σπουδών (Ελλάδος) του Πανεπιστημίου Harvard, το αθλητικό σωματείο ΓΕ Αργολίδας και υπό την αιγίδα του ΕΟΤ και της Συμμαχίας για την Ελλάδα προκηρύσσουν τον αγώνα: «Παλαμήδειος Άθλος».

Η Διοργάνωση περιλαμβάνει τα αγωνίσματα:

-Παλαμήδειος Άθλος.

-10 χλμ.

-3 χλμ.

-1,5 χλμ.

Στόχος της Διοργάνωσης είναι:

-να δημιουργήσει ένα μοναδικό στο είδος του αθλητικό γεγονός προσελκύοντας δρομείς από ολόκληρη την Ελλάδα και το εξωτερικό.

-να προβάλλει το Ναύπλιο και τις ομορφιές του καθώς και τη μακρά και αξιοσημείωτη πολιτιστική του κληρονομιά και παράδοση.

-να «ανοίξει» έναν διάλογο για την παρουσία και τη σύνδεση των μνημείων με το σήμερα.

Bike Challenge Tour 2017



TOLO
29 April 2017



Στην ιστοσελίδα του Bike Challenge Tour αναφέρεται ότι ο Π.Ο. Διομήδης Άργους, η Περιφερειακή Ενότητα Αργολίδας, οι δήμοι Ναυπλιέων, Επιδαύρου, Τροιζηνίας – Μεθάνων, ο Σύλλογος Επαγγελματιών Τολού και η whynot, διοργάνωσαν υπό την αιγίδα της Ελληνικής Ομοσπονδίας Ποδηλασίας, το Ποδηλατικό Αγώνα Δρόμου Bike Challenge Tour 2017.

Ο OPEN αυτός αγώνας διεξάχθηκε από 29/4 έως 1/5 (το 3ήμερο της Πρωτομαγιάς), ήταν από τους μεγαλύτερους Ποδηλατικούς Αγώνες Δρόμου που έχουν γίνει στην Ελλάδα, ενώ οι προδιαγραφές της διοργάνωσης βρίσκονταν σε υψηλό επίπεδο.

178 αγωνιστικά χιλιόμετρα αγώνων αντοχής και χρονομέτρου, και 35 ακόμα για μικρούς διασυλλογικούς αθλητές των κατηγοριών Μίνι μικρά και μεγάλα, παμπαίδων και παγκορασίδων.

Βουνό, θάλασσα, δάση, τεχνικά κομμάτια, γρήγορες ευθείες, απαιτητικές ανηφόρες, συνθέτουν όλα μαζί ένα απίστευτο σκηνικό.

Από το Τολό, στον Γαλατά Τροιζηνίας και από εκεί στη Νέα Επίδαυρο και στο Λυγουριό δίπλα στο Αρχαίο Θέατρο της Επιδαύρου.

Στο Τολό ο αγώνας πραγματοποιήθηκε το Σάββατο 29 Απριλίου 2017 με ώρα έναρξης 13:30.

Πρόγραμμα:

Παρασκευή 28 Απριλίου 2017, Τολό Παραλία Ψιλής Άμμου

13:00 Έναρξη γραμματειακής υποστήριξης και πληροφοριών για τούς αθλητές

15:00 - 16:30 Γυμναστική και παιχνίδια στην άμμο για όλους με την γυμνάστρια Ειρήνη Λάμπρου

16:30 - 18:00 Power yoga για όλους

18:00 - 21:00 Πάρτι στη παραλία με DJ για όλους

Σάββατο 29 Απριλίου 2017, Τολό

10.00 – 12.00 : Λειτουργία γραμματείας στην αυλή του ξενοδοχείου John & George,

11:30 – 12:15 : Συνέντευξη Τύπου στο ξενοδοχείο John & George

12.15 – 13.15 : Τεχνικό συνέδριο (αίθουσα του Ξενοδοχείου John & George,)

13.00: Τεχνικός έλεγχος

13.45: Έναρξη Αγώνα (μπροστά στο Σχολείο Τολού).

13:45 Διασυλλογικός ποδηλατικός Αγώνας μικρών κατηγοριών

14.30: Εκκίνηση Ποδηλατικού Αγώνα Bike Challenge Tour 2017, Διαδρομή 1 (Τολό, ατομική χρονομέτρηση)

17.00 (Κατ' εκτίμηση): Τελετή Απονομής Ποδηλατικών Αγώνων στην εκκίνηση του αγώνα.

Kite surf

Στην ιστοσελίδα του rocket-guide αναφέρει ότι ανεξάρτητα από την ηλικία και την φυσική κατάσταση κάθε συμμετέχοντα, το kite surf είναι ένα άθλημα στο οποίο μπορεί να μνηθεί οποιοσδήποτε, γρήγορα και οικονομικά. Οι θερμικοί άνεμοι και τα ρηχά νερά του Αργολικού κόλπου αποτελούν ιδανικό προορισμό για γρήγορη εκμάθηση, από τα μέσα Απριλίου έως τα τέλη Οκτωβρίου κάθε έτους.

Πιστοποιημένοι εκπαιδευτές σε έναν άρτια οργανωμένο χώρο αναλαμβάνουν να εκπαιδεύσουν με απόλυτη ασφάλεια τον εκπαιδευόμενο πάνω στα κύματα αξιοποιώντας τα ιδανικά καιρικά φαινόμενα της περιοχής.

Διάρκεια: 2,5 ώρες

Κόστος: 55€ (Η τιμή είναι κατ' άτομο, με ελάχιστο αριθμό ατόμων ανά γκρουπ τα 2 άτομα).

Περιλαμβάνονται:

- Όλες οι μετακινήσεις
- Το κόστος εκμάθησης kite Surf

- Όλος ο εξοπλισμός του Kite Surf (Σωσίβιο, κράνος, αετός, ζώνη, σανίδα κλπ.)
- Όλοι οι φόροι

Απαραίτητος Εξοπλισμός:

- Μαγιό
- Γυαλιά ηλίου
- Πετσέτα θαλάσσης
- Αντηλιακό

Καγιάκ

Εταιρία: PanExpeditions



Στην ιστοσελίδα της PanExpeditions αναφέρεται ότι είναι μια μικρή ομάδα με πάθος στο μεγάλο Outdoors και όλα όσα έρχονται με αυτό. Με την εμπειρία στο Wilderness Living Skills (bushcraft), στοχεύουν να προσφέρουν εμπειρίες που θα αλλάξουν τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε το φυσικό περιβάλλον, δείχνοντας πόσο ευημερούσα στη φύση είναι ένας συνδυασμός γνώσης, εξοπλισμού και της κατάστασης του νου.

Η PanExpeditions, μια νέα επιχείρηση, απαρτίζεται από μια συνεχώς αυξανόμενη ομάδα με περισσότερα από 10 χρόνια εμπειρίας και πολύ πάθος για όλα όσα έρχονται με αυτήν, που ειδικεύονται σε διάφορους τομείς όπως καθοδήγηση, καθοδήγηση περιοδεία, προγραμματισμό εκδηλώσεων και πολλά περισσότερα. Με γνώση και εμπειριστατωμένο υπόβαθρο στη μάθηση Wilderness Living Skills (Bushcraft). Επιδιώκουν να αλλάξουν την αντίληψη και την ευαισθητοποίηση για την άγρια φύση και το περιβάλλον, μοιράζοντας τις γνώσεις τους και παρέχοντας εμπειρίες για το πώς θα αναπτυχθεί ο άνθρωπος στη φύση σε κάθε είδους συνθήκες.

Βρίσκονται στην πρώτη πρωτεύουσα της σύγχρονης Ελλάδας, μετά την ελληνική επανάσταση του 1821 στο Ναύπλιο, και προσφέρουν μια σειρά από

υπαίθριες δραστηριότητες στη θάλασσα, τα δάση και τα βουνά, τις εξορμήσεις / περιηγήσεις Ifrom, στον Αγρο-Σαρωνικό κόλπο και περιοχή Αργολίδος - Πελοποννήσου. Ειδικεύονται σε κάθε είδους αποστολές με θαλάσσια καγιάκ, 4x4, ποδήλατα βουνού ή με τα πόδια, για να διαχειριστούν και να φτάσουν στα παρθένα μέρη που έχει να προσφέρει η Ελλάδα. Όλες οι εκδρομές τους εμπλουτίζονται με δεξιότητες διαβίωσης στην άγρια φύση, βιωματικές δραστηριότητες μάθησης, παρέχοντας αξέχαστες εμπειρίες και χρήσιμες γνώσεις. Οι περισσότερες εκδρομές εμπλουτίζονται επίσης με ιστορικές και μυθολογικές ιστορίες. Η αποστολή τους είναι να εξασφαλίσουν την απόλυτη ικανοποίηση του πελάτη, στη βροχή ή στη λάμψη, με τη φιλοσοφία ότι δεν πρόκειται ποτέ για τον πραγματικό προορισμό αλλά για το ταξίδι.

1. Sea kayak

- Περιηγήσεις ημέρας

Προσφέρουν Day Tours, από 4 ώρες έως 6 ώρες σε διάρκεια, σε έναν αρκετά χαλαρό ρυθμό με πολλές στάσεις για να εξασφαλίσουν ότι έχουν αρκετό χρόνο για χαλάρωση, κολύμβηση με αναπνευστήρα, ηλιοθεραπεία, παιχνίδι, εξερεύνηση ή απλά απολαμβάνοντας την ομορφιά γύρω τους. Αυτός ο χαλαρός ρυθμός κάνει τις εμπειρίες τους ανοικτές σε όλες τις ηλικίες και τα επίπεδα εμπειρίας. Η γη αυτή είναι τόσο γεμάτη ιστορία που καθιστά την κάθε ημέρα μοναδική, προσφέροντας διαφορετικές πτυχές του πολιτισμού και της φυσικής ομορφιάς της Ελλάδας.

Ανάλογα με τη διάρκεια της κάθε ημέρας, η εμπειρία είναι πλήρως εξοπλισμένη, προσφέροντας πρωινό, σνακ και για μεγαλύτερες εκδρομές, ένα πλήρες, σπιτικό και παραδοσιακά μαγειρεμένο μεσημεριανό γεύμα. Είναι επίσης σε θέση να φιλοξενήσουν ειδικές διαιτητικές απαιτήσεις και περιορισμούς στα τρόφιμα.

Ανάλογα με την περιοχή που θα επισκεφθεί ο πελάτης είναι και τι αντίστοιχο κόστος.

- Εκδρομές

Οι αποστολές είναι αυτό που αγαπούν περισσότερο. είναι αυτό στο οποίο ειδικεύονται!

Κατά τη διάρκεια 7 ημερών, έχουν το χρόνο να εμπλουτίσουν πραγματικά τη δραστηριότητα με πράγματα που γνωρίζουν. Οι αποστολές που προσφέρουν μπορούν να περιλαμβάνουν ένα τεράστιο ποσό γνώσεων που μοιράζονται μαζί σας, όπως για την ιστορία και τη μυθολογία των τόπων που επισκέπτονται, τη θάλασσα και την άγρια ζωή της, την άγρια τροφή από τη θάλασσα για να προσθέσουν στο μενού του πελάτη.

2. Πεζοπορία στο Ναύπλιο

- Η εμπειρία

Το Ναύπλιο, η πρώτη πρωτεύουσα της σύγχρονης Ελλάδας, με τέσσερα διαφορετικά φρούρια κατά την άποψή τους, είναι αρκετά πλούσια σε ιστορίες και λαογραφικές ιστορίες από την αρχαιότητα έως τη μεσαιωνική και πιο πρόσφατη εποχή. Η γραφική παλιά πόλη της και η ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος, σε συνδυασμό με πολιτιστικές και ιστορικές πληροφορίες, την καθιστούν ιδανική τοποθεσία για εύκολη περιπάτους και πεζοπορίες.

Μαζί τους θα κάνετε μια πολιτιστική πεζοπορία, εμπλουτισμένη με εκπληκτικές προσθήκες που θα ικανοποιούν και τις 5 αισθήσεις. Οι μυρωδιές του θυμαριού, της ρίγανης και της θάλασσας, ο ήχος των κυμάτων και οι εκπληκτικές ιστορίες τους που θέλουν να μοιραστούν, τη γεύση των σπιτικών παραδοσιακών σνακ που προσφέρουν στις περιηγήσεις τους, την αίσθηση της θαλασσινής αύρας στο πρόσωπό τους, και όχι μόνο, αλλά να ανταμειφτούν με την εκπληκτική θέα των κυρίαρχων βράχων και τα διάφορα Μεσαιωνικά Φρούρια κατά την άποψή τους.

Μαζί του ο πελάτης πρέπει να έχει γυαλιά και καπέλο, αντηλιακό, πετσέτα, μαγιό, παπούτσια για πεζοπορία και διάθεση.

3. Ποδηλασία

- Εμπειρία

Η γραφική παλιά πόλη και η ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος, σε συνδυασμό με πολιτιστικές και ιστορικές πληροφορίες, την καθιστούν ιδανική τοποθεσία για εύκολη περιήγηση με ποδήλατο.

Μαζί τους θα ζήσει ο πελάτης μια πολιτιστική περιοδεία ποδηλασίας, εμπλουτισμένη με εκπληκτικές προσθήκες που θα ικανοποιούν και τις 5 αισθήσεις. Οι μυρωδιές του θυμαριού, της ρίγανης και της θάλασσας, ο ήχος των κυμάτων και οι εκπληκτικές ιστορίες τους, τη γεύση των σπιτικών παραδοσιακών σνακ που προσφέρουμε στις περιηγήσεις μας, την αίσθηση της θαλασσινής αύρας στο πρόσωπό τους, και όχι μόνο, αλλά και να ανταμειφτούν με την εκπληκτική θέα των κυρίαρχων βράχων και τα διάφορα Μεσαιωνικά Φρούρια κατά την άποψή τους θα κάνουν την ιδανική αυτή δραστηριότητα κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στο Ναύπλιο.

Θαλάσσια σπορ

Τα Θαλάσσια σπορ έρχονται για να ανεβάσουν την αδρεναλίνη του πελάτη στα ύψη. Εκείνος μπορεί να επιλέξει από ποικιλίες θαλάσσιων φουσκωτών.

Κάποια από αυτά είναι η μπανάνα, το ringo, ο καναπές, το fly fish, το θαλάσσιο σκι, το wakeboard, το κανό, το sur, θαλάσσιο ποδήλατο κ.α.

Το κάθε από αυτά έχει διαφορετική τιμή, ανάλογα με την ώρα που θέλει να διασκεδάσει ο πελάτης.

Flyboard

Στην ιστοσελίδα του αναγνώστη αναφέρεται για την θαλάσσια απογείωση στις παραλίες του Ναυπλίου και συγκεκριμένα αναφέρει ότι είναι η νέα καλοκαιρινή δραστηριότητα και δεν θα μπορούσε να λείπει και από τις παραλίες της Αργολίδας. Έκσταση και αδρεναλίνη στα ύψη εκτοξεύονται όταν κάποιος φορέσει την συσκευή του flyboard και βλέπει τη θάλασσα από ύψος 18 μέτρων εκτελώντας θεαματικά back flip και στριφογυριστά barrel role.

Το Flyboard αποτελείται από 2 μπότες οι οποίες πατάνε πάνω σε μια σανίδα με δύο τουρμπίνες που πετάνε νερό (από τη φτέρνα). Από τις τουρμπίνες φεύγει μια μακριά σωλήνα η οποία ενώνεται με την τουρμπίνα του jet ski.

Ιστιοπλοΐα



Στην ιστοσελίδα του Airbnb για τα ιστιοπλοϊκά αναφέρεται ότι προσφέρεται:

- Πλοίο: 6 επισκέπτες, 3 υπνοδωμάτια, 3 κρεβάτια, 1 μπάνιο
- Superhost: Οι Superhost είναι έμπειροι οικοδεσπότες με υψηλή αξιολόγηση, οι οποίοι φροντίζουν να παρέχουν μια υπέροχη διαμονή σε κάθε επισκέπτη.
- Αστραφτερή καθαριότητα: 8 πρόσφατοι επισκέπτες δήλωσαν ότι αυτό το σπίτι άστραφτε από καθαριότητα.
- Πρωινό: Αυτό είναι ένα από τα λίγα σπίτια στην περιοχή με αυτό το χαρακτηριστικό.

Σας προσφέρουν μια ξεχωριστή διαμονή στην πόλη του Ναυπλίου, μια μοναδική εμπειρία ζωής στο σκάφος τους. Μπορούν να φιλοξενήσουμε από έναν ταξιδιώτη σε μια ομάδα φίλων ή οικογένειας, παρέχοντας όλες τις ανέσεις που θα βρείτε σε ένα ξενοδοχείο.

Η τοποθεσία είναι ιδανική, ακριβώς στην καρδιά της πόλης, κοντά σε όλα τα σημεία ενδιαφέροντος.

Το πρωί, αν θέλετε, μπορείτε να πετάξετε μαζί τους στον Αργολικό Κόλπο για ημερήσια κρουαζιέρα, συμπεριλαμβανομένων θαλάσσιων σπορ, κολύμβησης και φυσικά χαλάρωσης! (Η τιμή δεν περιλαμβάνεται)

Πρόσβαση επισκεπτών:

Έχετε πρόσβαση σε κάθε χώρο του γιοτ!

Mediterranean Yacht Show 2019.



2018:

Στην ιστοσελίδα στο [protothema](#) αναφέρεται ότι έγινε προσέλκυση επαγγελματιών του κλάδου από όλο τον κόσμο, το Mediterranean Yacht Show επέστρεψε στην Ελλάδα για την πέμπτη του έκδοση με μια άλλη λαμπερή βιτρίνα των super yachts.

Προβλεπόμενη για να συμπέσει με την έναρξη της καλοκαιρινής εποχής, το Μεσογειακό Yacht Show του 2018 πραγματοποιήθηκε από τις 28 Απριλίου έως την 1η Μαΐου. Μια σημαντική ημερομηνία στο ημερολόγιο του κλάδου, το γεγονός ξεχώρισε λόγω της φιλόξενης ατμόσφαιρας και της ειδυλλιακής θέσης στο λιμάνι του Ναυπλίου .

Διοργανώθηκε από τον Ελληνικό Σύνδεσμο Θαλαμηγών (GYA), η εκδήλωση μόνο για τη βιομηχανία πρόσφερε την ιδανική ευκαιρία στους επαγγελματίες

ναυαγοσώστες να μάθουν περισσότερα για τα ναυλωτικά σκάφη που διατίθενται στην Ελλάδα και στους γύρω προορισμούς της Μεσογείου κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών.

Επιπλέον, υπήρξε μια ολόκληρη σειρά εκδηλώσεων δικτύωσης και ένα ποικίλο κοινωνικό πρόγραμμα για τους θεατές που απόλαυσαν. Υπήρχαν και διαγωνισμοί των chefs.

"Είναι πολύ σημαντικό ότι πάνω από το 90% των σκαφών έχουν ελληνική σημαία. Ελάχιστα είναι με ξένη σημαία, αλλά και αυτά είναι ελληνικών συμφερόντων", δηλώνει στο protothema.gr ο Λιμενάρχης Ναυπλίου Σπύρος Μαρίνος

Με ρεκόρ αφίξεων τουριστικών σκαφών αναψυχής πραγματοποιείται στο Ναύπλιο για πέμπτη συνεχόμενη χρονιά το Mediterranean Yacht Show. Οι εκθέσεις πολυτελών σκαφών προσελκύουν μεσίτες, τους αποκαλούμενους brokers, από όλο τον κόσμο. Από την Ιαπωνία μέχρι το Τέξας και από τη Σουηδία μέχρι τη Νότια Αφρική εκατοντάδες brokers, έφτασαν και φέτος στο Ναύπλιο για να "παζαρέψουν", με τους ιδιοκτήτες ή τους διαχειριστές των πολυτελών σκαφών, με στόχο να ναυλώσουν το κατάλληλο πλεούμενο για τους πελάτες τους.

"Φέτος το Ναύπλιο κέρδισε τη Βαρκελώνη" λέει στο protothema.gr ο Δήμαρχος της πόλης Δημήτρης Κωστούρος ο οποίος δεν κρύβει την ικανοποίησή του για την επιτυχία που έχει για την όμορφη πόλη του Αργολικού κόλπου αυτή η έκθεση. "Σκεφτείτε ότι στη Βαρκελώνη στην αντίστοιχη έκθεση έλαβαν μέρος 75 σκάφη κι εδώ φέτος φτάσαμε στα 107" τόνισε ο κ. Κωστούρος. Το Ναύπλιο μπαίνει πλέον στην κορυφή στη λίστα των εκθέσεων τουριστικών σκαφών, όχι μόνο στη Μεσόγειο αλλά και σε όλο τον κόσμο.

Εκτός από την ομορφιά που προσδίδουν στο λιμάνι της γραφικής πόλης τα πανέμορφα σκαριά, υπάρχει έστω και για λίγες ημέρες, μια ποιοτική αναβάθμιση στον τουρισμό και πολλαπλάσια έσοδα για τις επιχειρήσεις. Ακόμη, θα πρέπει να υπολογίζεται και η υπεραξία που εισπράττει το Ναύπλιο ως προορισμός, από τα σχόλια και τη διαφήμιση που ταξιδεύει σε όλο τον κόσμο με όχημα τους επαγγελματίες της συγκεκριμένης αγοράς.

"Είναι πολύ σημαντικό ότι πάνω από το 90% των σκαφών έχουν ελληνική σημαία. Ελάχιστα είναι με ξένη σημαία, αλλά και αυτά είναι ελληνικών συμφερόντων", δηλώνει στο protothema.gr ο Λιμενάρχης Ναυπλίου Σπύρος Μαρίνος. Αποκαλύπτει μάλιστα ότι "ήδη φέτος τρία παιδιά από την περιοχή έπιασαν δουλειά σε σκάφη αναψυχής με 8μηνη σύμβαση και μισθούς πάνω από 1600 ευρώ". Να λοιπόν άλλο ένα όφελος από την έκθεση Mediterranean Yacht Show.

"Του χρόνου στην έκθεση Mediterranean Yacht Show του 2019 θα λάβει μέρος και το μεγαλύτερο σκάφος αναψυχής του οποίου το χτίσιμο ολοκληρώνεται στα Ναυπηγεία Σκαραμαγκά, από ελληνικά χέρια και με ελληνικά υλικά", σημειώνει ο κ. Μαρίνος. "Πρόκειται για ένα σκάφος 84ων

μέτρων το οποίο ο ιδιοκτήτης εφοπλιστής το παράγγειλε μετά από την πώληση ενός άλλου μεγάλου σκάφους, το οποίο είχε λάβει μέρος στην έκθεση Mediterranean Yacht Show το 2016 στο Ναύπλιο. Εκείνο το είχε ναυλώσει σε μέλη της βασιλικής οικογένειας της Σαουδικής Αραβίας και τελικά το αγόρασαν", μας λέει ο Λιμενάρχης Ναυπλίου.

Με αυτές τις εικόνες είναι αυτονόητο πόσο θα αλλάξει η ποιότητα του τουρισμού στο Ναύπλιο με τη δημιουργία μαρίνας. Ήρθε ο καιρός για μια μαρίνα στο λιμάνι του Ναυπλίου λένε όλοι οι παράγοντες της πόλης. Ας σημειωθεί πάντως ότι ο Περιφερειάρχης Πελοποννήσου Πέτρος Τατούλης την εξήγγειλε για τρίτη συνεχόμενη χρονιά.

2019:

Στην ιστοσελίδα για το 6^ο Μεσογειακό Yacht Show αναφέρει ότι, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Θαλαμηγών (GYA) με χαρά σας ενημερώνει ότι η διάρκεια του 6ου Μεσογειακού Yacht Show, που θα πραγματοποιηθεί και πάλι στο Ναύπλιο, έχει επεκταθεί σε πέντε ημέρες! Οι ημερομηνίες για την επικείμενη ετήσια γιορτή του τουρισμού στην Ελλάδα έχουν επιβεβαιωθεί και είναι 04-08 Μαΐου 2019.

Η πρωτοφανής επιτυχία του 5ου Μεσογειακού Yacht Show, όπου 107 από τα καλύτερα σκάφη πληρώματος για ναυλωμένα πλοία επισκέφτηκαν περισσότεροι από 400 επαγγελματίες ιστιοπλοΐας από όλες τις γωνίες του κόσμου, την κήρυξαν ως το μεγαλύτερο γεγονός αυτού του είδους στην Ανατολική Μεσόγειο. Η GYA αναμένει έναν ακόμα μεγαλύτερο αριθμό εγγραφών στο γιοτ για το επόμενο έτος και μετά από συζητήσεις με συμμετέχοντες και συμμετέχοντες και προσεκτική συζήτηση από το διοικητικό συμβούλιο, αποφάσισε να αυξήσει τον αριθμό των ημερών που θα διεξαχθούν. Με περίπου 120 ιστιοφόρα που συμμετέχουν το 2019, οι διαμεσολαβητές και οι διαχειριστές τσάρτερ θα χρειάζονται λίγο περισσότερο χρόνο για να δουν και να αξιολογήσουν τα σκάφη που τους ενδιαφέρουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ.

Το Ναύπλιο κατ επέκταση η Αργολίδα και η Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν φυσικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και αυτά είναι η εκτεταμένη ακτογραμμή και η εγγύτητα με το θαλάσσιο χώρο του Αιγαίου και των περιοχών της Μεσογείου.

Γενικά:

Στην ιστοσελίδα του ΣοφοκλέουςIn αναφέρει η Κουντουρά: Στρατηγικός στόχος η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού.

Την εθνική στρατηγική για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και των μαρινών, που βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη, παρουσίασε η Υπουργός Τουρισμού, Έλενα Κουντουρά, στην ομιλία της στην έναρξη του Παγκόσμιου Συνεδρίου Μαρινών του Διεθνούς Συμβουλίου Ενώσεων Ναυτικής Βιομηχανίας, ICOMIA στην Αθήνα.

Η κ. Κουντουρά τόνισε ότι ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί προτεραιότητα της κυβέρνησης. Για πρώτη φορά υπάρχει στρατηγική που βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξή και την ισχυροποίηση της θέσης της Ελλάδας στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Όπως επίσης για πρώτη φορά, υπήρξε και υλοποιείται συγκεκριμένη πολιτική στον τουρισμό για την ανάπτυξη των μαρινών και την ανάδειξη της Ελλάδας ως πόλος έλξης στον τουρισμό με σκάφη αναψυχής στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Μεσογείου και της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

Προσκαλώντας τους ενδιαφερόμενους επενδυτές να διερευνήσουν τις νέες ευκαιρίες που ανοίγονται στην Ελλάδα, η Υπουργός τόνισε ότι η κυβέρνηση στηρίζει επενδυτικές προσπάθειες με στόχο την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Παρουσίασε τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας, αλλά και το έργο του Υπουργείου Τουρισμού να ενθαρρύνει επενδύσεις με επίκεντρο το θαλάσσιο τουρισμό και τις μαρίνες, που συμβάλλουν στην υψηλή ποιότητα της εθνικής τουριστικής προσφοράς, στην ανάδειξη νέων ελληνικών προορισμών, στην αύξηση των εσόδων και την ενίσχυση της εθνικής οικονομίας.

Στο Ναύπλιο:

- 8 Οκτωβρίου 2017

Στην ιστοσελίδα της EPT αναφέρεται η Παρουσία της Γενικής Διευθύντριας Λιμένων, Λιμενικής Πολιτικής και Ναυτιλιακών Επενδύσεων Αιμιλίας Χριστοδουλόπουλου, που εκπροσώπησε τον Υπουργό Ναυτιλίας και

Νησιωτικής πολιτικής Παναγιώτη Κουρουμπλή, πραγματοποιήθηκε στο Ναύπλιο συνέδριο για τον θαλάσσιο τουρισμό που οργάνωσε η Ένωση Εφοπλιστών Κρουαζιερόπλοιων και Φορέων Ναυτιλίας, ο Δήμος Ναυπλιέων και η Περιφερειακή Ενότητα Αργολίδος στον πολυχώρο Φουγάρο του Ναυπλίου.

Η Αργολίδα και η Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν φυσικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου είδους τουρισμού και αυτά είναι η εκτεταμένη ακτογραμμή και η εγγύτητα με το θαλάσσιο χώρο του Αιγαίου και των περιοχών της Μεσογείου.

Στο συνέδριο, σημαντικά ονόματα από τον χώρο του τουρισμού μετέφεραν εμπειρίες και απόψεις από την πορεία και την εξέλιξη με το πέρασμα των χρόνων, του θαλάσσιου τουρισμού.

Βουλευτές Αργολίδας, ο περιφερειάρχης Πελοποννήσου, ο Αντιπεριφερειάρχης Αργολίδας, δήμαρχοι του νομού και εκπρόσωποι φορέων συμφώνησαν ότι το συνέδριο μπορεί να είναι η απαρχή μιας στενότερης συνεργασίας για να προβληθεί η Αργολίδα σε όλες τις εκθέσεις που διοργανώνονται και να γίνει γνωστή σε όλους τους λάτρεις του θαλάσσιου τουρισμού.

Στο στρατηγικό σχεδιασμό και στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Περιφέρειας Πελοποννήσου, η σύνδεση του τουρισμού με τον θαλάσσιο τουρισμό, αποτελεί μοχλό για την αναπτυξιακή της προοπτική τόνισε ο Πέτρος Τατούλης, περιφερειάρχης Πελοποννήσου. «Αρκεί ο τουρισμός να είναι στοχευμένος», είπε χαρακτηριστικά.

Επιστέγασμα του συνεδρίου ότι οι λιμενικές υποδομές της Περιφέρειας Πελοποννήσου, της Αργολίδας, τόσο αυτές των μεταφορών όσο και του ελλιμενισμού τουριστικών και αλιευτικών σκαφών, μπορούν να αναγνωριστούν ως υποδομές εθνικού και διεθνούς επιπέδου και να προσφέρουν πολλαπλά οφέλη στην τοπική κοινωνία.

- 11 Οκτωβρίου 2017

Στις αργολικές ειδήσεις αναφέρθηκε ότι ο θαλάσσιος τουρισμός μοχλός ανάπτυξης για το Ναύπλιο, την Αργολίδα και την Πελοπόννησο.

Στο συνέδριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό που πραγματοποιήθηκε στο Ναύπλιο στις 8 Οκτωβρίου παρουσία της Γενικής Διευθύντριας Λιμένων, Λιμενικής Πολιτικής και Ναυτιλιακών Επενδύσεων Αιμιλίας Χριστοδουλόπουλου, που εκπροσώπησε τον Υπουργό Ναυτιλίας και Νησιωτικής πολιτικής Παναγιώτη Κουρουμπλή, και οργάνωσε η Ένωση Εφοπλιστών Κρουαζιερόπλοιων και Φορέων Ναυτιλίας, ο Δήμος Ναυπλιέων και η Περιφερειακή Ενότητα Αργολίδος στον πολυχώρο Φουγάρο του Ναυπλίου, σημαντικά ονόματα από τον χώρο του τουρισμού μετέφεραν εμπειρίες και απόψεις από την πορεία και την εξέλιξη με το πέρασμα των χρόνων, του θαλάσσιου τουρισμού.

Βουλευτές Αργολίδας, ο περιφερειάρχης Πελοποννήσου, ο Αντιπεριφερειάρχης Αργολίδας, δήμαρχοι του νομού και εκπρόσωποι φορέων συμφώνησαν ότι το συνέδριο μπορεί να είναι η απαρχή μιας στενότερης συνεργασίας για να προβληθεί η Αργολίδα σε όλες τις εκθέσεις που διοργανώνονται και να γίνει γνωστή σε όλους τους λάτρεις του θαλάσσιου τουρισμού.

Στο βίντεο:

Αντώνης Καλούδης, εκπρόσωπος ένωσης εφοπλιστών. «Η Πελοπόννησος έχει πολλά ενδιαφέροντα ιδιαίτερα το Ναύπλιο, που συμβαίνει να είναι και η πατρίδα μου, και γ' αυτό προσπαθούμε να τα αναδείξουμε, να γίνουν γνωστά στα εκατομμύρια τουριστών.»

Αναστάσιος Χειβιδόπουλος, Αντιπεριφερειάρχης Αργολίδας. «Στόχος μας η Αργολίδα να καταστεί, και τα τελευταία χρόνια το επιτυγχάνουμε, ένας από τους πιο προσελκύεις προορισμούς για θαλασσοτουρισμού.»

4.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Η προτεινόμενη στρατηγική συνάδει με τους στόχους της Περιφερειακής Πολιτικής. Οι στόχοι αυτοί ανά κατηγορία περιοχών εξειδικεύονται ως ακολούθως:

A. Θύλακες ώριμης ανάπτυξης

Στους θύλακες ώριμης ανάπτυξης, κύριο χαρακτηριστικό είναι ο μαζικός, κυρίως θαλάσσιος αλλά και ο πολιτιστικός τουρισμός, καθώς και η έντονη σχετικά παρουσία παραθεριστικής κατοικίας. Χαρακτηριστικά αυτής της κατηγορίας των περιοχών είναι οι πιέσεις που δέχονται λόγω της αυξημένης τουριστικής κίνησης και ο σχετικός κορεσμός που έχει επέλθει σε κάποιες παραμέτρους, με παράλληλη υποβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών και των προσφερόμενων υπηρεσιών. Στις περιοχές αυτές οι επιμέρους στόχοι της τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθοι:

A1. Αναβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών

Είναι συχνό φαινόμενο σε περιοχές αυτού του τύπου να υπάρχει μία σταδιακή - αλλά σε μεγάλη έκταση- υποβάθμιση των υποδομών λόγω της μαζικής και όχι υψηλών προδιαγραφών τουριστικής ζήτησης, δημιουργώντας ένα φαύλο κύκλο περαιτέρω τουριστικής υπανάπτυξης και «γήρανσης» των περιοχών αυτών. Η αναβάθμιση των προσφερομένων υποδομών αποτελεί, άρα, βασική παράμετρο στην προσπάθεια να αποφευχθούν φαινόμενα περαιτέρω συρρίκνωσης της στοχευόμενης ποιοτικής και ποσοτικής ζήτησης. Η βελτίωση

συνεπάγεται, αφενός εκσυγχρονισμό, αφετέρου επέκταση στην προσφορά νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

A2. Εμπλουτισμός και αναδιάρθρωση των βασικών χαρακτηριστικών του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και διάχυση της ανάπτυξης.

Ο μαζικός οργανωμένος τουρισμός διακοπών, ο παραθερισμός και ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελούν τρεις βασικούς τύπους τουρισμού, οι οποίοι συγκροτούν την ζήτηση και αντίστοιχα διαμορφώνουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες αυτών των περιοχών. Η προσπάθεια όμως να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν οι τουριστικές δραστηριότητες σε αυτές τις περιοχές της Περιφέρειας Πελοποννήσου στον εντεινόμενο ανταγωνισμό, επιβάλλει την αναβάθμιση και αναδιάρθρωση της τουριστικής δραστηριότητας, με επέκταση σε νέους τύπους ανάπτυξης (π.χ. συνεδριακός τουρισμός, οργανωμένος θαλάσσιος τουρισμός, θαλάσσια sports κ.λπ.) ή με συνεργασίες με γειτονικές περιοχές για τη διάχυση της ανάπτυξης – του συνολικά προσφερόμενου τουριστικού τους προϊόντος, ώστε να είναι μακροπρόθεσμα βιώσιμο.

A3. Δυναμική προώθηση της διαφημιστικής τους εικόνας.

Οι περιοχές αυτές, αν και παραδοσιακά γνωστές, με μια πιθανά υποβαθμισμένη σταδιακά εικόνα, δεν έχουν μία επαρκή και κυρίως μία δυναμική διαφημιστική προβολή, κυρίως για τα θετικά τους σημεία, τόσο στο εσωτερικό όσο και στις διεθνείς αγορές. Το γεγονός αυτό έχει αναμφίβολα συμβάλει στην υποβάθμιση της ποιότητας της ζήτησης με αρνητικά αποτελέσματα και στην προσφορά. Εκ των πραγμάτων η αναβάθμιση και η διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος αυτών των περιοχών πρέπει να υποστηριχθεί με μία δυναμική προώθηση της διαφημιστικής τους εικόνας στις διεθνείς και στην εθνική αγορά.

B. Δυναμικές Ζώνες

Πρόκειται για περιοχές με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, αλλά και ελλείψεις στον σχεδιασμό και τον προγραμματισμό αυτής της ανάπτυξης. Το κύριο χαρακτηριστικό των περιοχών αυτών είναι η μέχρι σήμερα χαμηλή ανάπτυξη μαζικού, κυρίως θαλάσσιου, αλλά και πολιτιστικού τουρισμού, η ένταση των οποίων όμως δεν έχει επιφέρει κάποιας μορφής κορεσμό στις εν λόγω περιοχές. Στις περιοχές αυτές οι επιμέρους στόχοι για την τουριστική ανάπτυξη είναι οι ακόλουθοι:

B1. Συγκρότηση των βασικών χαρακτηριστικών του τουριστικού προϊόντος

Τα πολλαπλά και ποικίλα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και οι αντίστοιχα διαφορετικοί τύποι προσφερόμενων τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών δημιουργούν μία πολυσυλλεκτική αλλά συγχρόνως και ασαφή εικόνα των βασικών χαρακτηριστικών αυτών των περιοχών. Προκειμένου να εστιασθεί σε συγκεκριμένο τύπο τουριστικής ανάπτυξης η όλη προσπάθεια,

θα πρέπει να επιλεγούν τα πλέον πρόσφορα κατά περίπτωση χαρακτηριστικά του προϊόντος και να ενισχυθούν ώστε ανάλογα να επιδιωχθεί η προσέλκυση των αντίστοιχων "ομάδων-στόχων" μέσω του μάρκετινγκ από τη διεθνή και εθνική ζήτηση (π.χ. σχετικών με τις Ειδικές Μορφές Τουρισμού).

B2. Σχεδιασμός και Προγραμματισμός της βιώσιμης ανάπτυξης

Σε συνέχεια της παραπάνω αναφερόμενης διαδικασίας, για αυτού του είδους τις περιοχές, θα πρέπει να ενισχυθούν οι αναπτυξιακές διαδικασίες, αλλά και οι συνέργιες, οι οποίες έχουν ως κοινό στόχο μία σχεδιασμένη και προγραμματισμένη ανάπτυξη στις περιοχές αυτές. Στην αντίθετη περίπτωση είναι ορατός ο κίνδυνος να αυξηθούν άμεσα οι πιέσεις και οι εντάσεις στον χώρο, με αποτέλεσμα να υπάρχουν επιπτώσεις παρόμοιες με αυτές του άναρχου και ανοργάνωτου μαζικού τουρισμού.

B3. Επιλεκτικό Μάρκετινγκ με βάση προτεραιότητες της βιώσιμης τουριστικής Ανάπτυξης.

Θα πρέπει να υπάρχουν συγκεκριμένες προτεραιότητες στο Μάρκετινγκ, οι οποίες θα συμβάλουν στην προσέλκυση δυναμικών ομάδων πελατών με στόχο, αφενός, τη βιώσιμη ανάπτυξη και αφετέρου, την ποιοτική ζήτηση. Τέτοιες περιπτώσεις ομάδων πελατών για τις περιοχές αυτές είναι: ο εσωτερικός τουρισμός, ο παραθερισμός, οι τουρίστες του πολιτιστικού τουρισμού, ο οικογενειακός παραθεριστικός τουρισμός.

Γ. Αναξιοποίητες περιοχές

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ενός σημαντικού αριθμού αναξιοποίητων περιοχών (ορεινών και παραθαλάσσιων), με σημαντικές προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης, εφόσον υπάρξουν οι κατάλληλες ενέργειες. Το κύριο χαρακτηριστικό των περιοχών αυτών είναι το πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και η μικρή παρουσία ή παντελής απουσία τουριστικών υποδομών.

Οι επιμέρους στόχοι κατά περίπτωση είναι:

Γ1. Η προώθηση ενός βιώσιμου προτύπου τουριστικής ανάπτυξης με έμφαση στον εναλλακτικό τουρισμό.

Οι περιοχές αυτές διαθέτουν πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους, αλλά χαρακτηρίζονται, είτε από δυσκολίες πρόσβασης, είτε από γεωγραφική απομόνωση, είτε τέλος, από την έλλειψη υποδομών υψηλών προδιαγραφών. Στο πλαίσιο αυτό είναι σημαντικό το προτεινόμενο μοντέλο ανάπτυξης να λάβει υπόψη τις προδιαγραφές και τα χαρακτηριστικά της ποιοτικής κλασικής τουριστικής δραστηριότητας, στις περιπτώσεις των

παραθαλάσσιων περιοχών καθώς και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, σε ορεινές / εσωτερικές περιοχές, η ανάπτυξη των οποίων συμβάλλει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Γ2. Έμφαση στην προστασία του πολιτιστικού, καθώς και του δομημένου και φυσικού περιβάλλοντος.

Οι περιοχές αυτές διαθέτουν πλούσιους πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς πόρους, οι οποίοι θα πρέπει, αφενός να αναδειχθούν και να αξιοποιηθούν, αφετέρου να προστατευθούν. Έχει αποδειχθεί από τη διεθνή εμπειρία, άλλωστε, ότι η πολιτική προστασίας τέτοιων περιοχών, αφενός συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη του συνόλου μιας Περιφέρειας και αφετέρου προσελκύει ποιοτικούς εναλλακτικούς τουρίστες, αλλά και τουρίστες από γειτονικές παραθεριστικές περιοχές, οι οποίοι έρχονται εδώ, έστω για μικρότερο χρονικό διάστημα.

Γ3. Συγκρότηση μιας διαφημιστικής εκστρατείας, η οποία να προβάλλει το πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού.

Ο εναλλακτικός τουρισμός ως τουριστικό προϊόν έχει τις ειδικές ομάδες-στόχους, στις οποίες απευθύνεται και οι οποίες τον επιλέγουν. Οι περιοχές αυτές θα αποκτήσουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης μόνον εφόσον γίνουν προσπάθειες για προσέλκυση αυτών των ομάδων-στόχων. Κατά συνέπεια, στο πλαίσιο του Μάρκετινγκ της Περιφέρειας θα πρέπει να υπάρξει εξειδικευμένη προβολή των πόρων αυτών των περιοχών.

Γ4. Η χωροθέτηση νέων τουριστικών υποδομών

Η επιλεκτική χωροθέτηση νέων τουριστικών υποδομών σε κάποιες αναξιοποίητες περιοχές πρέπει να εξετασθεί σοβαρά μετά από τον κατάλληλο χωροταξικό, αναπτυξιακό και τουριστικό σχεδιασμό.

4.1.1. ΠΡΟΤΥΠΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ – ΣΕΝΑΡΙΑ ΑΝΑ ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

4.1.1.1 Μεθοδολογία για την κατάρτιση των σεναρίων της προτεινόμενης τουριστικής ανάπτυξης

Οι διαδικασίες και τα πρότυπα ανάπτυξης, τόσο της Περιφέρειας Πελοποννήσου συνολικά, όσο και των επιμέρους τουριστικών περιοχών της, σε σχέση με το σημερινό επίπεδο ανάπτυξης και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής, ποικίλουν σημαντικά, τόσο από πλευράς δυνατότητας, όσο και από πλευράς σκοπιμότητας. Για κάθε είδος / κατηγορία / τύπο τουριστικής περιοχής μπορούν να υπάρξουν περισσότερα του ενός σενάρια ανάπτυξης, τα οποία όμως προσδιορίζονται από ποικίλες παραμέτρους, που με τη σειρά τους καθορίζουν το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Με δεδομένο όμως ότι η στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας έχει καθορισθεί στο πλαίσιο του αναπτυξιακού σχεδιασμού για αυτή την προγραμματική περίοδο και η οποία συμβαδίζει με τη γενικότερη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Χώρας, η επιλογή του καταλληλότερου σεναρίου ανά κατηγορία / τυπολογία τουριστικής περιοχής είναι σχεδόν προκαθορισμένη, αποσκοπώντας στην ήπια, ορθολογική, αειφόρο και λελογισμένη τουριστική ανάπτυξη με βασικές παραμέτρους την προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, στην παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών, καθώς και στην ανάπτυξη συμπληρωματικών ως προς τον τουρισμό δραστηριοτήτων.

Με βάση τα παραπάνω, η κατάρτιση των σεναρίων τουριστικής ανάπτυξης γίνεται ανά τυπολογία τουριστικής ενότητας.

Για το σχεδιασμό μιας μήτρας (ενός Πίνακα) προκειμένου να επιλεγεί το κατάλληλο σενάριο ανάπτυξης ανά τυπολογία περιοχής, λαμβάνονται υπόψη οι παρακάτω παράγοντες, που θεωρούνται σημαντικοί:

α) Οι στρατηγικοί στόχοι για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Οι βασικοί στόχοι για κάθε τουριστική περιοχή, στο πλαίσιο της ευρύτερης τυπολογίας όπου αυτή εντάσσεται, παρουσιάστηκαν στο Κεφάλαιο 1.2.1.

β) Η διατήρηση και προστασία της φυσιογνωμίας των περιοχών.

γ) Η διατήρηση, η διεύρυνση ή η αλλαγή του βασικού τουριστικού προτύπου.

Με βάση τους στρατηγικούς στόχους που έχουν τεθεί για κάθε κατηγορία περιοχής, επιλέγεται διαφορετική στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης, σε σχέση με τη διατήρηση του υφιστάμενου τουριστικού προτύπου ή τη διεύρυνση και αλλαγή του.

Αφού γίνει η κατάρτιση των σεναρίων, τα σενάρια αξιολογούνται με βάση το κατά πόσο μπορούν να συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί για κάθε περιοχή, ούτως ώστε να γίνει η τελική επιλογή του πλέον κατάλληλου σεναρίου. Κατόπιν τούτων, ακολουθεί η παρουσίαση των σεναρίων ανά κατηγορία περιοχής.

4.1.1.2. Παρουσίαση, αξιολόγηση και επιλογή σεναρίου ανά τυπολογία περιοχής.

Σύμφωνα με τα όσα έχουν προαναφερθεί, ανά τυπολογία περιοχής επιλέγονται κάποια από τα ακόλουθα σενάρια τουριστικής ανάπτυξης, ως πλέον κατάλληλα και αξιολογούνται ως προς τους στόχους που έχουν τεθεί.

Σενάριο 1^ο: Εξέλιξη / προβολή υφιστάμενων τάσεων ανάπτυξης.

Σενάριο 2^ο: Ενίσχυση της βιωσιμότητας του βασικού προτύπου ανάπτυξης μέσω της αναβάθμισης και του εμπλουτισμού του και της υιοθέτησης κανονιστικών πλαισίων ελέγχου και ρύθμισης της ανάπτυξης.

Σενάριο 3^ο: Ριζική διαφοροποίηση προτύπων ανάπτυξης / προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Σενάριο 4^ο: Έλεγχος της ανάπτυξης με περιβαλλοντικά κριτήρια αξιοποίησης των πόρων.

Σενάριο 5^ο: Εφαρμογή κανόνων αυστηρής προστασίας.

Για κάθε τυπολογία τουριστικής περιοχής, μπορούν να εξετασθούν ορισμένα από τα παραπάνω σενάρια, ως ρεαλιστικά και με βάση τους προαναφερόμενους στόχους επιλέγεται ως καταλληλότερο ένα από αυτά.

A. ΘΥΛΑΚΕΣ ΩΡΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Με βάση τα χαρακτηριστικά των περιοχών που εντάσσονται σε αυτήν την τυπολογία και σύμφωνα με τη μεθοδολογία κατάρτισης των σεναρίων, για τους θύλακες ώριμης ανάπτυξης επιλέγονται τρία σενάρια.

Το πρώτο σενάριο υιοθετεί τη λογική της εξέλιξης της περιοχής με βάση τις υπάρχουσες τάσεις. Στην περίπτωση αυτή, καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει η τουριστική αγορά, δηλαδή η προσφορά και ζήτηση για το τουριστικό προϊόν των περιοχών.

Το σενάριο αυτό θεωρείται ότι δεν μπορεί να συμβάλει στην επίτευξη των στρατηγικών στόχων που έχουν τεθεί για αυτή την κατηγορία περιοχών, αλλά και της Περιφέρειας γενικότερα, καθώς κάποιες περιοχές έχουν υποστεί έντονο κορεσμό, με τη μεγέθυνση μιας «γηράσκουσας» και υποβαθμισμένης ποιοτικά τουριστικής δραστηριότητας, ενώ κάποιες άλλες αναμένεται να κορεστούν αν η τουριστική ανάπτυξη ακολουθήσει τα ίδια πρότυπα και τον ίδιο ρυθμό.

Στο δεύτερο σενάριο η επίτευξη των στρατηγικών στόχων γίνεται, μέσω της αντιμετώπισης των αδυναμιών των περιοχών, διατηρώντας το ίδιο τουριστικό πρότυπο. Στο πλαίσιο του σεναρίου αυτού λαμβάνουν χώρα δυναμικές θεσμικές ρυθμίσεις για την επίλυση των προβλημάτων του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (περιβαλλοντικές, χωροταξικές κλπ.) που έχει προκαλέσει η μέχρι σήμερα τουριστική ανάπτυξη και παράλληλα για τον έλεγχο της περαιτέρω ανάπτυξης, ενώ λαμβάνουν χώρα παρεμβάσεις για τη διατήρηση, αναβάθμιση και ήπια ενίσχυση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος, όπως βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών, υποστηρικτικά έργα για τη βελτίωση των βασικών / τεχνικών υποδομών, έργα για την προστασία και αναβάθμιση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, με λελογισμένη και αυστηρά προγραμματισμένη και ελεγχόμενη αύξηση της τουριστικής προσφοράς σε κλίνες και λοιπές υπηρεσίες υψηλού ποιοτικού επιπέδου.

Το τρίτο σενάριο περιλαμβάνει παρεμβάσεις οι οποίες αφορούν αφενός στην αναδιάρθρωση του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή στο «άνοιγμα» προς νέες μορφές τουρισμού, (ειδικού και εναλλακτικού) με παράλληλη προστασία και αναβάθμιση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος, τόσο σε σχέση με το περιβάλλον ως τουριστικού πόρου όσο και σε σχέση με τις τουριστικές υποδομές αυτές καθαυτές. Πρόκειται για το πλέον δυναμικό σενάριο, όπου επιδιώκεται η εκ των έσω ριζική ανακατανομή πόρων και δυνάμεων των τουριστικών περιοχών, προς μια νέα κατεύθυνση τουριστικής δραστηριότητας, ξένη προς τα μέχρι σήμερα δεδομένα της κάθε περιοχής.

Τα σενάρια παρουσιάζονται συνοπτικά στον Πίνακα που ακολουθεί:

	1ο σενάριο	2ο σενάριο	3ο σενάριο
ΣΕΝΑΡΙΑ	<i>Σενάριο των τάσεων</i>	<i>Σενάριο της διατήρησης & αναβάθμισης του τουριστικού προτύπου</i>	<i>Σενάριο της αλλαγής του τουριστικού προτύπου</i>
ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ	Ίδιος ρυθμός τουριστικής ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για την προστασία του περιβάλλοντος	Θεσμικές ρυθμίσεις για την προστασία του περιβάλλοντος
	Οι περιοχές αφήνονται να λειτουργήσουν με βάση την αγορά	Ήπιες παρεμβάσεις για τη διατήρηση και ενίσχυση του υφιστάμενου τουριστικού προτύπου	Ενίσχυση παρεμβάσεων για την ανάπτυξη νέων / ειδικών μορφών τουρισμού
	Ίδιο τουριστικό πρότυπο	Προβολή του τουριστικού προϊόντος	Προβολή του νέου τουριστικού προϊόντος
		Ρυθμίσεις προστασίας	

Στην περίπτωση των τουριστικών περιοχών που ανήκουν στην κατηγορία των θυλάκων ώριμης ανάπτυξης, το πρώτο σενάριο απορρίπτεται για τους λόγους που προαναφέρθηκαν. Παράλληλα όμως, θα πρέπει να απορριφθεί και το τρίτο σενάριο, το οποίο προβλέπει ριζική αναδιάρθρωση του υφιστάμενου τουριστικού προτύπου με την επιλογή μιας εντελώς νέας κατεύθυνσης της

τουριστικής δραστηριότητας. Η απόρριψη του σεναρίου αυτού οφείλεται στο γεγονός ότι σε μια τέτοια περίπτωση, απαξιώνεται ένα πολύ μεγάλο μέρος του μέχρι σήμερα επενδεδυμένου κεφαλαίου, αδρανοποιείται η μέχρι σήμερα ελκυστικότητα και προβολή της περιοχής και τέλος, απαξιώνεται η μέχρι σήμερα εμπειρία και οι δεξιότητες του ανθρώπινου δυναμικού της περιοχής, το οποίο έχει προσανατολισθεί σε ένα συγκεκριμένο τύπο τουριστικής επιχειρηματικότητας. Κατόπιν τούτων, είναι προφανές ότι το καταλληλότερο προς επιλογή σενάριο είναι το δεύτερο, το οποίο αξιοποιεί τις μέχρι σήμερα θετικές παραμέτρους τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, ενώ αναβαθμίζει τις υποδομές και τις προσφερόμενες υπηρεσίες, προστατεύοντας και βελτιώνοντας το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, δημιουργώντας μια βελτιωμένη εικόνα της περιοχής για προσέλκυση υψηλού επιπέδου τουριστών, με στόχο την αναβάθμιση αλλά και διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Είναι εμφανές επίσης, ότι συμπληρωματικά προς τις δράσεις / παρεμβάσεις που προβλέπονται στο δεύτερο σενάριο, εφαρμόζονται και παρεμβάσεις του πέμπτου σεναρίου, ήτοι εφαρμογή κανόνων αυστηρής προστασίας των τουριστικών πόρων της περιοχής σε περίπτωση περιοχών ή υποπεριοχών που παρατηρείται υψηλός κίνδυνος κορεσμού ή απαξίωσης των πόρων λόγω υπέρμετρης τουριστικής δραστηριότητας.

B. ΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ/ ΖΩΝΕΣ

Σύμφωνα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και με τη μεθοδολογία κατάρτισης των σεναρίων, για τις δυναμικές περιοχές / ζώνες εξετάζονται τέσσερα σενάρια:

Στο πλαίσιο του πρώτου σεναρίου όπως και στην προηγούμενη κατηγορία, οι περιοχές ακολουθούν τον μέχρι σήμερα ισχύοντα ρυθμό τουριστικής ανάπτυξης, διατηρώντας παράλληλα το ίδιο τουριστικό πρότυπο. Στην περίπτωση αυτή, σημαντικός είναι ο ρόλος της αγοράς, η οποία ρυθμίζει από μόνη της την τουριστική ανάπτυξη των συγκεκριμένων περιοχών. Το σενάριο αυτό δεν θεωρείται ικανό να συμβάλει στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί για τις περιοχές αυτής της κατηγορίας, καθώς αν αφεθούν οι τάσεις της αγοράς να ρυθμίσουν την τουριστική ανάπτυξη, οι περιοχές πιθανότατα να μην αξιοποιήσουν αποτελεσματικά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν και να συνεχίσουν να λειτουργούν στο ασαφές τουριστικό πρότυπο που τις χαρακτηρίζει, παραμένοντας ευάλωτες στον έντονο ανταγωνισμό άλλων περιοχών, εντός Περιφέρειας ή / και εκτός Περιφέρειας / Χώρας, οι οποίες λαμβάνουν δραστικά μέτρα τουριστικής ανάπτυξης.

Στο δεύτερο σενάριο η επίτευξη των στρατηγικών στόχων και η εξασφάλιση της βιωσιμότητας του τουρισμού επιδιώκονται μέσω της ενίσχυσης και αναβάθμισης του ισχύοντος τουριστικού προτύπου, όπως διαμορφώνεται αυτό για κάθε περιοχή. Παράλληλα, έμφαση δίνεται στον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης, μέσω θεσμικών κυρίως παρεμβάσεων, οι οποίες θα είναι ικανές να ελέγξουν και να προσανατολίσουν την τουριστική ανάπτυξη.

Το τρίτο σενάριο περιλαμβάνει παρεμβάσεις οι οποίες αφορούν αφενός στην αναδιάρθρωση του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή στο «άνοιγμα» προς νέες μορφές τουρισμού, (ειδικού και εναλλακτικού) με παράλληλη προστασία και αναβάθμιση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος, τόσο σε σχέση με το περιβάλλον ως τουριστικού πόρου όσο και σε σχέση με τις τουριστικές υποδομές αυτές καθαυτές. Πρόκειται για το πλέον δυναμικό σενάριο, όπου επιδιώκεται η εκ των έσω ριζική ανακατανομή πόρων και δυνάμεων των τουριστικών περιοχών, προς μια νέα κατεύθυνση τουριστικής δραστηριότητας, ξένη προς τα μέχρι σήμερα δεδομένα της κάθε περιοχής.

Το τέταρτο σενάριο αφορά κυρίως σε ορεινές περιοχές και προβλέπει τον έλεγχο της ανάπτυξης με περιβαλλοντικά κριτήρια.

Η παρουσίαση των τεσσάρων σεναρίων για τις δυναμικές περιοχές γίνεται στον Πίνακα που ακολουθεί:

ΣΕΝΑΡΙΑ	1ο σενάριο	2ο σενάριο	3ο σενάριο	4ο σενάριο
	<i>Σενάριο των τάσεων</i>	<i>Σενάριο της διατήρησης και αναβάθμισης του τουριστικού προτύπου</i>	<i>Σενάριο της αλλαγής του τουριστικού προτύπου</i>	<i>Έλεγχος ανάπτυξης με περιβαλλοντικά κριτήρια</i>
ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ	Ίδιος ρυθμός ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο και προσανατολισμό της ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο και προσανατολισμό της ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο της ανάπτυξης
	Οι περιοχές αφήνονται να λειτουργήσουν με βάση την αγορά	Δυναμική ενίσχυση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος	Εμπλουτισμός και διεύρυνση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος	Παρεμβάσεις χαμηλής έντασης
	Ίδιο τουριστικό πρότυπο	Προβολή του υφιστάμενου προϊόντος	Προβολή του νέου προϊόντος	

Προκειμένου να επιτευχθούν οι τεθέντες στόχοι τουριστικής ανάπτυξης των περιοχών αυτών της Περιφέρειας, σε συνδυασμό με τη γενικότερη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, ως καταλληλότερο σενάριο είναι το δεύτερο, εκείνο δηλαδή που αναφέρεται στην ενίσχυση της βιωσιμότητας του βασικού προτύπου ανάπτυξης, με αναβάθμιση και εμπλουτισμό του ισχύοντος έστω τουριστικού προϊόντος, αξιοποιώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα κάθε περιοχής και υιοθετώντας παράλληλα κανόνες ρύθμισης της τουριστικής δραστηριότητας με στόχο την προστασία, βελτίωση και ανάδειξη / αξιοποίηση των υφιστάμενων φυσικών και πολιτιστικών πόρων κάθε περιοχής.

Παράλληλα όμως, ανάλογα με την περιοχή και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, θα πρέπει να εφαρμοσθούν μέρος / συνιστώσες του τρίτου αλλά και του τέταρτου σεναρίου, οι οποίες αναφέρονται αντίστοιχα στη μερική διαφοροποίηση του τουριστικού προτύπου, με εμπλουτισμό του τουριστικού

προϊόντος, μέσω της ανάπτυξης νέων συμπληρωματικών τουριστικών δραστηριοτήτων και με έλεγχο / ρύθμιση της τουριστικής ανάπτυξης, μέσω εφαρμογής / θέσπισης περιβαλλοντικών κριτηρίων αξιοποίησης των φυσικών και πολιτιστικών πόρων κάθε περιοχής.

Γ. ΑΝΑΞΙΟΠΟΙΗΤΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ/ ΖΩΝΕΣ

Οι περιοχές αυτές διαφοροποιούνται σε σχέση με τις δύο προηγούμενες κατηγορίες, καθώς πρόκειται στην ουσία για περιοχές (ορεινές ή παραθαλάσσιες) που χαρακτηρίζονται από ελάχιστη παρουσία ή παντελή απουσία τουριστικής δραστηριότητας. Εδώ, βασικός στόχος είναι η διαφύλαξη του χαρακτήρα των περιοχών αυτών και η ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων με την αξιοποίηση των ιδιαίτερων συγκριτικών της πλεονεκτημάτων. Ως εκ τούτου, εξετάζονται τρία σενάρια:

Το πρώτο σενάριο, όπως και στις δύο προηγούμενες κατηγορίες περιοχών, διατηρεί τις υπάρχουσες τάσεις, οι οποίες όμως δεν φαίνεται να προάγουν την τουριστική αξιοποίηση των περιοχών. Η τουριστική αγορά, για διάφορους λόγους, δεν παρουσιάζει ζήτηση για τις περιοχές αυτές, που στην πραγματικότητα δεν έχουν αναπτύξει τουριστική δραστηριότητα.

Το δεύτερο σενάριο υιοθετεί ένα ήπιο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης, με σεβασμό στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους των περιοχών αυτών. Ειδικότερα, περιλαμβάνει θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο και προσανατολισμό της τουριστικής ανάπτυξης και στην ουσία προλαμβάνει και προσδιορίζει το τουριστικό πρότυπο, ενώ παράλληλα ενσωματώνει τη στήριξη και ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού, με παρεμβάσεις για μικρής κλίμακας τουριστικές υποδομές. Στην περίπτωση αυτή, προκειμένου οι συγκεκριμένες περιοχές να αποκτήσουν μια δυναμική τουριστικής ανάπτυξης, απαιτείται η έντονη δραστηριοποίηση των δημόσιων φορέων για ενίσχυση / δημιουργία των κατάλληλων βασικών υποδομών, την εφαρμογή κινήτρων κινητοποίησης του ιδιωτικού τομέα για ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, με παράλληλες ρυθμιστικές / θεσμικές και διοικητικές παρεμβάσεις για προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων των περιοχών αυτών.

Η εφαρμογή του τρίτου σεναρίου περιλαμβάνει επιλεκτικές έντονες παρεμβάσεις τουριστικής ανάπτυξης τόσο στις παραθαλάσσιες περιοχές, όσο και στις ορεινές, η κλίμακα και η ένταση των οποίων θα προσδιορισθεί στο πλαίσιο ενός ολοκληρωμένου χωροταξικού, αναπτυξιακού και τουριστικού σχεδιασμού. Οι παρεμβάσεις αυτές θα προσδιορίσουν εκ νέου την αναπτυξιακή κατεύθυνση των περιοχών αυτών, αναπροσανατολίζοντας πιθανά το όποιο τουριστικό ή αναπτυξιακό πρότυπο διαφαίνεται.

Τα σενάρια για τις αναξιοποίητες περιοχές παρουσιάζονται συνοπτικά στον Πίνακα που ακολουθεί:

ΣΕΝΑΡΙΑ	1ο σενάριο	2ο σενάριο	3ο σενάριο
ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ	<i>Σενάριο των τάσεων</i>	<i>Σενάριο της διαφύλαξης και διατήρησης του χαρακτήρα των περιοχών</i>	<i>Επιλεκτικές παρεμβάσεις τουριστικής ανάπτυξης</i>
	Ίδιος ρυθμός ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο και προσανατολισμό της ανάπτυξης	Χωροταξικός και τουριστικός σχεδιασμός
	Οι περιοχές αφήνονται να λειτουργήσουν με βάση την αγορά	Ενίσχυση ήπιων παρεμβάσεων για δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού	Νέες τουριστικές υποδομές
		Προβολή του τουριστικού προϊόντος	Προβολή του νέου τουριστικού προϊόντος

Κατόπιν αυτών, για την τουριστική ανάπτυξη αυτής της τυπολογίας περιοχών της Περιφέρειας Πελοποννήσου, το πλέον κατάλληλο είναι το δεύτερο σενάριο, τουλάχιστον για τις περισσότερες περιοχές, με εφαρμογή έντονων παράλληλων παρεμβάσεων για προώθηση / ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας μέσα στο πλαίσιο του μέχρι σήμερα αναπτυξιακού προτύπου των περιοχών αυτών, σύμφωνα με τα συγκριτικά πλεονεκτήματα καθεμιάς από αυτές, με παράλληλα αυστηρά μέτρα ρύθμισης και ελέγχου της αναπτυξιακής διαδικασίας. Σε ειδικές περιπτώσεις μπορεί να εφαρμοσθεί το τρίτο σενάριο με επιλογή τέτοιων δράσεων σημαντικής έντασης, οι οποίες διαφοροποιούν ριζικά το μέχρι σήμερα αναπτυξιακό πρότυπο των συγκεκριμένων περιοχών.

4.2. ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Παρακάτω αναφέρεται η μελέτη του gnto. Με βάση τους γενικούς στόχους που τίθενται τόσο σε εθνικό, όσο και σε περιφερειακό επίπεδο και τον προσδιορισμό των ειδικών στόχων ανά κατηγορία περιοχής όπως αναλύθηκε στην προηγούμενη ενότητα (4.1) οι Άξονες Δράσης και τα Μέτρα Πολιτικής του τουρισμού για την Περιφέρεια Πελοποννήσου διαμορφώνονται αναλυτικά ως εξής:

1. Αναβάθμιση, Διεύρυνση / Μεγέθυνση της Τουριστικής Προσφοράς

Στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής το τουριστικό προϊόν αντιπροσωπεύεται από την τουριστική προσφορά της συγκεκριμένης περιοχής, δηλαδή το σύνολο των τουριστικών πόρων που τη χαρακτηρίζουν, όπως οι τουριστικές υποδομές, οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι, το ανθρώπινο δυναμικό κ.λπ.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου παρουσιάζει πολλές και σημαντικές δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης λόγω του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου που διαθέτει. Ο συνδυασμός της θάλασσας και των φυσικών τοπίων με τα πλούσια αρχαιολογικά, ιστορικά και άλλα πολιτιστικά μνημεία αποτελούν τους παράγοντες προσέλκυσης και μετακίνησης του τουρίστα προς την Περιφέρεια. Παρ' όλα αυτά τα σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτει, ο τουρισμός στην Περιφέρεια δεν έχει αναπτυχθεί στο βαθμό που θα μπορούσε. Αυτό ανάμεσα σε άλλα οφείλεται:

- 1 στο χαμηλό επίπεδο της ξενοδοχειακής υποδομής, το οποίο σε κάποιες περιοχές υποβαθμίζεται περαιτέρω τα τελευταία χρόνια,
- 2 στην έλλειψη υπηρεσιών υψηλής ποιότητας προς τους τουρίστες, και
- 3 στην ύπαρξη πολλών αναξιοποίητων περιοχών, τόσο στον ορεινό, όσο και στον παραθαλάσσιο χώρο.

Παράλληλα, η απουσία καλής οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων και η έλλειψη επαρκώς εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού επιβαρύνουν επιπλέον την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος.

Με βάση τα παραπάνω προβλήματα και την γενικότερη τουριστική στρατηγική σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, μέσω του πρώτου Άξονα επιχειρείται η αναβάθμιση, η διεύρυνση αλλά και η μεγέθυνση της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Πελοποννήσου, μέσω:

- 1 της αναβάθμισης και του εκσυγχρονισμού των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων (ξενοδοχεία Γ' τάξης, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, κάμπινγκς κ.α.) με την αναβάθμιση τους σε ανώτερη κατηγορία.
- 2 της δημιουργίας νέων τουριστικών καταλυμάτων υψηλής ποιότητας, ειδικά στις περιοχές με χαρακτηριστικά δυναμικής τουριστικής ανάπτυξης.
- 3 της ενίσχυσης της μετατροπής των παραδοσιακών και αρχιτεκτονικών κτισμάτων που παρουσιάζουν ενδιαφέρον σε τουριστικά καταλύματα υψηλής ποιότητας με έμφαση στις ορεινές περιοχές που παρουσιάζουν ιδιαίτερα αρχιτεκτονικά στοιχεία και αξιόλογα φυσικά χαρακτηριστικά.
- 4 με την ενσωμάτωση επιπρόσθετων υπηρεσιών, την εισαγωγή και χρήση νέων τεχνολογιών, τη δημιουργία αναγκαίων έργων για την προστασία του περιβάλλοντος, τη χρήση συστημάτων ποιότητας και ελέγχου των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Παράλληλα, στο πλαίσιο του άξονα επιδιώκεται η ενίσχυση του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων (πλην ξενοδοχείων) που δραστηριοποιούνται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου με δράσεις που αφορούν, στον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού τους, στην αναβάθμιση των υπηρεσιών τους μέσω της υιοθέτησης συστημάτων διασφάλισης ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και ελέγχου αυτών, της χρήσης νέων τεχνολογιών, της ανταλλαγής και διάδοσης καλών πρακτικών μέσω δικτυώσεων ή χρήσης άλλων μεθόδων όπως συναντήσεις, ημερίδες και συνέδρια και της εκπόνησης μελετών για εντοπισμό των αναγκών τους και την προσαρμογή τους στα νέα

διεθνή δεδομένα. Όλα τα παραπάνω συνθέτουν ένα πλέγμα αξιοποιήσιμων δυνατοτήτων για την αναβάθμιση του προσφερόμενου προϊόντος και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό, αλλά και διεθνές επίπεδο.

Η επίτευξη των παραπάνω στόχων μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από εξειδικευμένα Μέτρα Πολιτικής. Ειδικότερα προβλέπεται:

- Η ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία υψηλής ποιότητας τουριστικών καταλυμάτων.
- Η ενίσχυση του εκσυγχρονισμού και της αναβάθμισης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων.
- Η ενθάρρυνση και ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα.
- Η ενίσχυση της αναβάθμισης της οργάνωσης και λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων.

2. Προώθηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Η αντίληψη που υπήρχε την περασμένη δεκαετία για την ικανοποίηση των βασικών αναγκών του τουρίστα (διανυκτέρευση και διατροφή) δεν ισχύει πια. Η τουριστική μετακίνηση πραγματοποιείται συχνά και για έναν συγκεκριμένο σκοπό έτσι ώστε ο τουρίστας αφενός επωφελείται από τους τουριστικούς πόρους της συγκεκριμένης περιοχής, αφετέρου επιθυμεί την πραγματοποίηση μιας σειράς ειδικών δραστηριοτήτων.

Η ανάπτυξη κυρίως των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, λόγω των πλούσιων πόρων που διαθέτει η Περιφέρεια Πελοποννήσου, μπορεί να αποτελέσει βασικό στοιχείο της τουριστικής προσφοράς είτε συμπληρώνοντας το προϊόν που ήδη υπάρχει (π.χ. θαλάσσιος τουρισμός), είτε δημιουργώντας ένα αυτοδύναμο προϊόν, μέσω της δημιουργίας κατάλληλων υποδομών (π.χ. οικολογικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, συνεδριακός τουρισμός).

Στόχος των δράσεων του Άξονα είναι η προώθηση των ειδικών μορφών τουρισμού και η ενσωμάτωσή τους στο υφιστάμενο προϊόν. Η πραγματοποίηση του στόχου αυτού μπορεί να επιτευχθεί μέσω της δημιουργίας κατάλληλων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού, όπως για παράδειγμα υποδομές για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας (ιαματικά κέντρα, κέντρα υγείας), του επαγγελματικού τουρισμού (συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα), του εναλλακτικού τουρισμού (αγροτουριστικές μονάδες, ορειβατικά ή περιπατητικά μονοπάτια, οικοτουρισμός), του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων (ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ, του τουρισμού περιπέτειας, άθλησης). Η υλοποίηση αυτών των δράσεων μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε από δημόσιους φορείς, είτε από ιδιώτες επενδυτές. Παράλληλα η ενίσχυση και η βελτίωση των αναγκαίων τουριστικών υποδομών όπως τα χιονοδρομικά κέντρα, οι μαρίνες, τα αγκυροβόλια βοηθούν περαιτέρω την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού, όπως ο χιονοδρομικός, ο ιστιοπλοϊκός (yachting) εμπλουτίζοντας επιπλέον το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας.

Προϋπόθεση για την ανάπτυξη των νέων αυτών μορφών τουρισμού είναι καταρχήν η ευαισθητοποίηση των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων προκειμένου να γνωρίσουν τις νέες μορφές τουρισμού και να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματά τους, η ενίσχυση των ιδιωτών επενδυτών / επιχειρήσεων για ανάληψη πρωτοβουλίας εφαρμογής και υλοποίησης των ειδικών μορφών τουρισμού και η προώθησή τους μέσω της προσέλκυσης ειδικών ομάδων τουρισμού ή «ομάδων-στόχου».

Ειδικότερα τα Μέτρα Πολιτικής που υλοποιούν τους στόχους του εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος αφορούν στα εξής:

- a. Στην ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού.
- b. Στην ανάπτυξη των δημόσιων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού.
- c. Στην ευαισθητοποίηση, ενημέρωση και υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού.

Οι στόχοι που τίθενται στον δεύτερο Άξονα Δράσης και στα αντίστοιχα Μέτρα Πολιτικής που υιοθετούνται, ανταποκρίνονται στους στόχους τόσο της εθνικής, όσο και της περιφερειακής πολιτικής που αναφέρονται στον εμπλουτισμό, στην σύνθεση και στην διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Ταυτόχρονα, επιτυγχάνεται ο στόχος της μείωσης της εποχικότητας του προσφερόμενου προϊόντος, μέσω της δημιουργίας προϋποθέσεων για κατανάλωση ετερογενών τουριστικών προϊόντων, τα οποία ανταποκρίνονται σε ειδικά ενδιαφέροντα / ειδικές ομάδες - στόχους που ενεργοποιούνται με βάση τα κίνητρά τους και τα οποία μπορούν να καταναλωθούν καθ' όλη την διάρκεια του έτους και δεν περιορίζονται στην κλασική τουριστική περίοδο που χαρακτηρίζει τη χώρα μας, αλλά και την Περιφέρεια Πελοποννήσου.

3. Ρύθμιση της Ανάπτυξης και Προστασία και Ανάδειξη των Τουριστικών Πόρων

Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι αποτελούν βασικά στοιχεία που προσελκύουν τους τουρίστες να παραμείνουν σε μία περιοχή για να περάσουν τις διακοπές τους. Εννοιολογικά το προσφερόμενο αυτό προϊόν χαρακτηρίζεται ως «πρωτογενές» και περιλαμβάνει κάθε φυσικό στοιχείο (π.χ. θάλασσα, ακτές, κλίμα, περιοχές με ιδιαίτερο φυσικό ενδιαφέρον – υδροβιότοποι κ.α.), ανθρώπινη δραστηριότητα ή προϊόν της ανθρώπινης δραστηριότητας (πολιτισμός, μνημεία, μουσεία, ήθη και έθιμα, παραδοσιακοί οικισμοί κ.α.) που είναι σε θέση να προκαλέσουν την τουριστική μετακίνηση.

Η τουριστική ανάπτυξη μέσω ενεργειών και παρεμβάσεων ρύθμισης και μέσω της διατήρησης και ανάδειξης των πόρων αυτών σε συνδυασμό με τις κατάλληλες δράσεις προβολής θα επιτύχουν τους στόχους της αειφόρου

διαχείρισης, του εμπλουτισμού της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος και της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

Στόχος του Άξονα είναι να προβλεφθούν όλα τα αναγκαία μέτρα, θεσμικά και διοικητικά, για την προστασία αλλά και την ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, μέσω δράσεων όπως η θεσμοθέτηση προστατευόμενων περιοχών, η κήρυξη παραδοσιακών οικισμών, ο προσδιορισμός των κατάλληλων φορέων για την διαχείριση των φυσικών πόρων ή την εκμετάλλευση των πολιτιστικών πόρων, ο καθορισμός απαιτούμενων προδιαγραφών για τον τρόπο ανάδειξης των πόρων αυτών. Επιπρόσθετα η εκπόνηση μέτρων σχεδιασμού και χωροταξίας που αφορούν στο δομημένο περιβάλλον, διαχειριστικών σχεδίων και μελετών, αναπτυξιακών μελετών ή/και περιβαλλοντικών μελετών ενισχύουν επιπρόσθετα τους στόχους του Άξονα.

Η ενίσχυση δράσεων υπέρ της προστασίας και ανάδειξης των πόρων που παρουσιάζουν τουριστικό ενδιαφέρον είτε από δημόσιους φορείς, είτε από ιδιώτες επενδυτές αποτελούν το σημαντικότερο παράγοντα για την διατήρηση του «υγιούς περιβάλλοντος», το οποίο αποτελεί σήμερα την σημαντικότερη μεταβλητή της τουριστικής ανάπτυξης. Μέσω του παρόντος Άξονα προτείνεται η ενεργοποίηση δημόσιων επενδύσεων για την προστασία και ανάδειξη συγκεκριμένων φυσικών τόπων και μνημείων της φύσης, του δασικού πλούτου και της παραλιακής ζώνης, καθώς και η προστασία και αξιοποίηση πολιτιστικών μνημείων και τόπων με ιστορικό ενδιαφέρον, τα οποία αποτελούν σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα για την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας. Προς την αυτή κατεύθυνση προβλέπεται η ενίσχυση και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας για την ανάληψη δράσεων προστασίας ιδιωτικών δασών, αποκατάστασης αξιόλογων ιδιωτικών ιστορικών κτισμάτων ή μνημείων και την αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος της Περιφέρειας και των κατά τόπου περιοχών.

Με βάση τα όσα αναλύθηκαν παραπάνω διατυπώνονται Μέτρα Πολιτικής για την προστασία και την ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων τα οποία αφορούν στα εξής:

- 1) Στην εκπόνηση των αναγκαίων μελετών ρύθμισης και ελέγχου της ανάπτυξης και στη λήψη των απαιτούμενων θεσμικών και διοικητικών ρυθμίσεων.
- 2) Στην χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών πόρων.
- 3) Στην χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων
- 4) Στην ενίσχυση ενεργειών και πρωτοβουλιών για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.

Ο σχεδιασμός και η στρατηγική του συγκεκριμένου Άξονα Δράσης για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας Πελοποννήσου, ως προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα, εξυπηρετεί τους στόχους της εθνικής και περιφερειακής στρατηγικής και σε

συνδυασμό με τις υπόλοιπες δράσεις και μέτρα που προβλέπονται να εφαρμοστούν, ενισχύουν την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας.

3. Ανάπτυξη / Βελτίωση Βασικών Τεχνικών, Κοινωνικών Υποδομών και Υπηρεσιών

Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι θα στερούνταν τουριστικής χρησιμότητας εάν δεν υπήρχε η δυνατότητα καταρχήν μετακίνησης προς αυτούς και κατά δεύτερο «διευκόλυνσης», δηλαδή κάλυψης βασικών αναγκών (διαμονή-διατροφή) και δευτερογενών αναγκών - αλλά εξίσου σημαντικών - (μετακινήσεις, αστικές υποδομές, κοινωνικές υποδομές, επικοινωνίες, γραφεία πληροφόρησης / εξυπηρέτησης, κ.α.). Η «δευτερογενής» τουριστική προσφορά αποτελεί δυναμικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος και ενεργοποιεί θετικά την τουριστική ζήτηση.

Για παράδειγμα το μεταφορικό δίκτυο (δρόμοι, λιμάνια, σιδηροδρομικές και άλλες μεταφορές), τα δίκτυα ύδρευσης, ηλεκτροδότησης, αποχέτευσης, συλλογής απορριμμάτων, οι τηλεπικοινωνίες και τα ταχυδρομεία, οι διοικητικές υπηρεσίες, οι υπηρεσίες ασφάλειας και το σύστημα υγείας διευκολύνουν και επιτρέπουν σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων, χωρίς κατά ανάγκη να αναφέρονται σε αυτές. Κρίνονται όμως απαραίτητες για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και γίνονται επιτακτικές σε περιοχές όπου παρουσιάζονται περίοδοι αιχμής της τουριστικής δραστηριότητας.

Στόχος του τέταρτου Άξονα Δράσης είναι η κάλυψη των ελλείψεων που παρουσιάζουν οι τεχνικές και κοινωνικές υποδομές της Περιφέρειας που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό και η κάλυψη της ανεπάρκειας παροχής βασικών υπηρεσιών προς τον τουρίστα / επισκέπτη.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών μετακινείται προς και μέσα στην Περιφέρεια οδικώς. Η βελτίωση του εθνικού αλλά κυρίως του επαρχιακού οδικού δικτύου που συνδέει τους τουριστικούς πόρους αποτελεί βασικό παράγοντα τουριστικής ανάπτυξης. Η συμπλήρωση και ενίσχυση των λιμενικών και σιδηροδρομικών μεταφορών, η σύνδεση και η εύκολη πρόσβαση προς και από τους τουριστικούς πόρους βελτιώνουν την ελκυστικότητα του προσφερόμενου προϊόντος και επιτυγχάνουν τη συγκέντρωση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών.

Παράλληλα η βελτίωση των αστικών υποδομών και η αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων, όπως προαναφέρθηκαν και παραπάνω, ιδιαίτερα στις περιοχές με αυξημένη τουριστική κίνηση στις περιόδους αιχμής, θεωρείται απαραίτητη προκειμένου ο τουρίστας να νιώθει ότι περιβάλλεται από ένα ποιοτικό τρόπο ζωής και ταυτόχρονα η ζώνη ή περιοχή υποδοχής να μπορεί να «ανεχθεί» το βάρος και να εξυπηρετήσει τον μεγάλο αριθμό τουριστών χωρίς την δημιουργία δυσφορίας στους κατοίκους. Με τον τρόπο αυτό είναι δυνατό να επιτευχθεί η σύζευξη των σχέσεων μεταξύ των δύο κοινοτήτων (τουριστών και ντόπιου πληθυσμού), η οποία αποτελεί

βασικό παράγοντα προσέλκυσης του τουρίστα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα των πρόσφατων ερευνών για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής.

Προς την ίδια κατεύθυνση και με στόχο την προσφορά καλών υπηρεσιών στους τουρίστες σχεδιάζεται η ενίσχυση των κοινωνικών υπηρεσιών με έμφαση στον τομέα της υγείας (πρωτοβάθμια), στον τομέα των διοικητικών υπηρεσιών (ταχυδρομείο, τουριστική αστυνομία κ.α.) και στην δημιουργία συγκοινωνιακών δικτύων και συνδέσεων (μεταφορικών, ακτοπλοϊκών, σιδηροδρομικών) για την εύκολη πρόσβαση στους τουριστικούς πόρους. Επιπρόσθετα, με στόχο την εξυπηρέτηση του τουρίστα προβλέπεται η δημιουργία και η ανάπτυξη συστημάτων πληροφόρησης και σταθμών αυτοεξυπηρέτησης σε κομβικά σημεία της Περιφέρειας.

Οι στόχοι του Άξονα αναμένεται να υλοποιηθούν μέσω ειδικότερων Μέτρων Πολιτικής που αφορούν:

- Στη ενίσχυση της βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών.
- Στην ενίσχυση της βελτίωσης των αστικών τεχνικών υποδομών.
- Στην αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων.
- Στην ενίσχυση της βελτίωσης των κοινωνικών υποδομών.
- Στην ενίσχυση της βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η ενίσχυση των βασικών τεχνικών και κοινωνικών υποδομών και υπηρεσιών αποτελούν βασικό παράγοντα της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου και εξυπηρετούν το σύνολο των στόχων που τίθενται στην εθνική και περιφερειακή τουριστική πολιτική.

4. Προβολή και Προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος

Η βελτίωση της εικόνας της Περιφέρειας Πελοποννήσου ως τουριστικού προϊόντος αποτελεί στόχο του πέμπτου Άξονα Δράσης της στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Η αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του περιφερειακού τουριστικού προϊόντος, η διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς με βάση τις τάσεις της ζήτησης, όπως διαμορφώνονται ανταγωνιστικά σε εθνικό, αλλά κυρίως σε διεθνές επίπεδο, ο προσδιορισμός και η προσέλκυση νέων ή αποδοτικότερων αγορών και ομάδων – στόχου, η τόνωση του εσωτερικού τουρισμού, η ενθάρρυνση της συμμετοχής των τοπικών ή/και επαγγελματικών φορέων αποτελούν επιμέρους στόχους του Άξονα.

Η υλοποίηση των παραπάνω στόχων μπορεί να επιτευχθεί μέσω της κατάρτισης ενός στρατηγικού σχεδίου προβολής τόσο σε βραχυχρόνιο, όσο και σε μακροχρόνιο επίπεδο, όπου αξιοποιώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα θα ορίσει τις ομάδες – στόχο και τα χαρακτηριστικά τους, προκειμένου να τις συνδέσει με το συγκεκριμένο προσφερόμενο προϊόν ανά περιοχή υποδεικνύοντας τις επιμέρους δράσεις και ενέργειες προβολής (εκδόσεις, διαφημιστικές καμπάνιες, διοργάνωση εκδηλώσεων – εκθέσεων κ.λπ.).

Η ενίσχυση της συμμετοχής των φορέων και των μηχανισμών της Περιφέρειας που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και των αντίστοιχων δράσεων προβολής θα συμβάλλουν επιπρόσθετα στην διαμόρφωση της στρατηγικής μάρκετινγκ και στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού.

Τα Μέτρα Πολιτικής που προβλέπεται να προωθήσουν την διαδικασία προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας αναφέρονται στα εξής:

- Στον σχεδιασμό της στρατηγικής για την προβολή / προώθηση του τουριστικού προϊόντος.
- Στην ενίσχυση και ανάπτυξη φορέων και μηχανισμών προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος.
- Στην ενίσχυση δράσεων προβολής / προώθησης του τουριστικού προϊόντος.

Ο στόχος του Άξονα βρίσκεται σε άμεση συνέργια με τους στόχους και την στρατηγική που τίθενται από τα εθνικά και περιφερειακά όργανα και αναφέρονται στην ενίσχυση της προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με στόχο την προσέλκυση νέων τουριστών και κυρίως την μείωση της εποχικότητας.

5. Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και προώθηση της απασχόλησης.

Η αύξηση της απασχολησιμότητας και της προσαρμοστικότητας του εργατικού δυναμικού, μέσω της βελτίωσης και της προσαρμογής των δεξιοτήτων τους στις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται, τόσο στον τουριστικό τομέα, όσο και στους τομείς του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος και η προώθηση τους σε νέες θέσεις εργασίας αποτελούν στόχο του τελευταίου Άξονα Δράσης.

Η κατάρτιση, τόσο των εργαζομένων και των αυτοαπασχολούμενων, όσο και των ανέργων με ενδιαφέρον και γνώση για τον τουριστικό τομέα και η προώθηση στην απασχόληση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού ικανού να ανταποκριθεί στις υψηλές απαιτήσεις του αναβαθμισμένου μοντέλου που επιχειρείται να αναπτυχθεί στη Περιφέρεια Πελοποννήσου, ενισχύει το στόχο της ποιοτικής αναβάθμισης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Ταυτόχρονα, η ενδυνάμωση του ανθρώπινου δυναμικού μέσω δράσεων κατάρτισης (εργαζομένων, αυτοαπασχολούμενων και ανέργων) σε αντικείμενα που αφορούν τις ειδικές μορφές τουρισμού και η προώθηση των ανέργων σε νέες θέσεις που θα δημιουργηθούν από την υλοποίηση των αντίστοιχων έργων αποσκοπούν σε καλύτερες προσφερόμενες υπηρεσίες ενδυναμώνοντας το εργατικό δυναμικό και διευκολύνοντας την πρόσβασή του στην τουριστική αγορά εργασίας.

Η συμβολή εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού θεωρείται απαραίτητη για την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και επιτυγχάνεται μέσω δράσεων κατάρτισης σε αντίστοιχα θεματικά αντικείμενα.

Προβλέπεται τόσο η κατάρτιση των εργαζομένων σε τουριστικές επιχειρήσεις, φορείς του δημοσίου τομέα (π.χ. Δήμοι, Νομαρχίες), σε άλλα συλλογικά όργανα ή οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στους αντίστοιχους τομείς του τουρισμού, όσο και ανέργων. Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ως εκροή της υλοποίησης των έργων που αφορούν στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και η στελέχωσή τους με ικανό / εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί επίσης στόχο του Άξονα.

Επίσης η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μέσω των δράσεων της αυτοαπασχόλησης στους επιμέρους κλάδους του τουρισμού σε συνδυασμό με την κατάρτισή τους σε αντίστοιχα πεδία θα ενισχύσει περαιτέρω την ποιοτική αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Οι στόχοι του Άξονα αναμένεται να υλοποιηθούν μέσω δύο Μέτρων Πολιτικής. Ειδικότερα προβλέπεται:

1. Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού.
2. Προώθηση των ανέργων σε δράσεις απασχόλησης.

Τα Μέτρα Πολιτικής του συγκεκριμένου Άξονα Δράσης βρίσκονται σε άμεση συνάφεια με τους στόχους και της εθνικής και της περιφερειακής στρατηγικής που αφορούν στην αναδιάρθρωση της αρχικής και επαγγελματικής κατάρτισης, μέσω των δράσεων κατάρτισης και προώθησης της απασχόλησης στον τομέα του τουρισμού.

Οι προτεινόμενοι Άξονες Δράσης και τα Μέτρα Πολιτικής της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, όπως έχει ήδη προαναφερθεί, παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.2 της παρούσας ενότητας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2

ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

A/A ΑΞΟΝΑ	ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ	A/A ΜΕΤΡΟΥ	ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
1	Αναβάθμιση, Διεύρυνση / Μεγέθυνση της Τουριστικής Προσφοράς	1	Ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία/ίδρυση υψηλής ποιότητας/τάξης τουριστικών καταλυμάτων
		2	Ενίσχυση του εκσυγχρονισμού και της αναβάθμισης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων
		3	Ενθάρρυνση και ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα
		4	Ενίσχυση της αναβάθμισης της οργάνωσης και λειτουργίας όλων των τουριστικών επιχειρήσεων
2	Πρόωθηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού	1	Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού
		2	Ανάπτυξη δημοσίων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού
		3	Ευαισθητοποίηση / ενημέρωση και υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού
3	Ρύθμιση της Ανάπτυξης και Προστασία & Ανάδειξη των Τουριστικών Πόρων	1	Μελέτες - Θεσμικές και διοικητικές ρυθμίσεις
		2	Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών πόρων
		3	Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων
		4	Ενίσχυση ενεργειών και πρωτοβουλιών για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων
4	Ανάπτυξη / Βελτίωση Βασικών Τεχνικών, Κοινωνικών Υποδομών και Υπηρεσιών	1	Ενίσχυση της βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών
		2	Ενίσχυση της βελτίωσης των βασικών τεχνικών αστικών υποδομών
		3	Αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων
		4	Ενίσχυση της βελτίωσης των κοινωνικών υποδομών
		5	Ενίσχυση της βελτίωσης των υπηρεσιών
5	Προβολή και Προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος	1	Σχεδιασμός της στρατηγικής για την προβολή / προώθηση του τουριστικού προϊόντος
		2	Ενίσχυση / Ανάπτυξη Φορέων / Μηχανισμών Προβολής και Προώθησης του Τουριστικού Προϊόντος
		3	Ενίσχυση δράσεων προβολής / προώθησης του τουριστικού προϊόντος
6	Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και προώθηση της απασχόλησης	1	Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού
		2	Προώθηση της απασχόλησης των ανέργων

4.3. ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η μελέτη ανατέθηκε από τον Ε.Ο.Τ. τον Ιανουάριο 2002 στα συνεργαζόμενα γραφεία μελετών Α. Κοτζαμπόπουλου και Γ. Παυλάκη, ύστερα από δημόσια πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος. Στο πρώτο μέρος της μελέτης γίνεται διάγνωση του δυναμικού της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας, η οποία περιλαμβάνει αξιολόγηση των υφιστάμενων πόρων, της τουριστικής προσφοράς και της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος, καθώς και εκτίμηση της φέρουσας ικανότητας ειδικών περιοχών. Στη συνέχεια αναλύονται τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες της σημερινής τουριστικής ανάπτυξης, επισημαίνονται οι ευκαιρίες και οι απειλές που αντιμετωπίζει το τουριστικό δυναμικό της περιφέρειας και διερευνάται η δυνητική ζήτηση. Στο δεύτερο μέρος προτείνεται η στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας, καθορίζονται στόχοι και άξονες προτεραιότητας και καταστρώνεται πρόγραμμα δράσης.

4.3.1 ΔΙΑΓΝΩΣΗ ΤΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Σύμφωνα με τη μελέτη της Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Πελοποννήσου αναφέρονται τα παρακάτω (Οκτώβριος 2003).

4.3.1.1 Αξιολόγηση των υφιστάμενων τουριστικών πόρων.

Οι αξιολογοί φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της Περιφέρειας Πελοποννήσου αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα συγκριτικά πλεονεκτήματά της πάνω στα οποία πρέπει να βασιστεί η τουριστική της ανάπτυξη. Αυτοί κατατάσσονται ως εξής:

ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

Ακτές.

Το μήκος των ακτών που προσφέρεται για κολύμβηση, στο σύνολο της Περιφέρειας (1.200 χλμ) φθάνει τα 333,7 χλμ ήτοι το 27,8% του συνολικού μήκους της ακτογραμμής της. Το μεγαλύτερο σχεδόν μήκος των παραπάνω ακτών χαρακτηρίζονται ως πολύ καλές, ενώ στο σύνολο αυτών οι περισσότερες χαρακτηρίζονται ως άριστες.

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν θεσμοθετηθεί 15 περιοχές ως τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Οι περιοχές αυτές έχουν μεγάλη αισθητική αξία, ενώ προσφέρονται για αναψυχή και ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων, με ταυτόχρονη όμως, ανάγκη προστασίας τους. Τα 14 μνημεία φύσης της Περιφέρειας Πελοποννήσου έχουν εξ ορισμού ιδιαίτερη παλαιοντολογική, γεωμορφολογική και ιστορική αξία. Έχουν καταμετρηθεί 42 βιότοποι CORINE (και 32 υγρότοποι). Οι περιοχές αυτές είναι σημαντικές για τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, ενώ ταυτόχρονα συνθέτουν τους φυσικούς πόλους έλξης επισκεπτών στην Περιφέρεια. Μεγάλος αριθμός αυτών των βιοτόπων είναι επισκέψιμος και ήδη εντάσσεται σε δίκτυα περιήγησης περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος. Στο δίκτυο Natura 2000 έχουν ενταχθεί 26 περιοχές. Η αξιοποίηση των περιοχών αυτών, μέσω της ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων, γίνεται πάντα με γνώμονα την προστασία τους. Στο Νομό Λακωνίας υπάρχει ένα από τα πιο όμορφα λιμναία σπήλαια στην Ελλάδα, το σπήλαιο του Διρού. Τα υπόλοιπα σπήλαια που έχουν εντοπιστεί στην Περιφέρεια αν και είναι επισκέψιμα δεν είναι κατάλληλα αξιοποιημένα και οργανωμένα για την υποδοχή επισκεπτών.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

Παραδοσιακοί Οικισμοί.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό θεσμοθετημένων παραδοσιακών οικισμών οι οποίοι σε πολλές περιπτώσεις αποτελούν τη βάση ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού. Η μεγαλύτερη συγκέντρωση θεσμοθετημένων παραδοσιακών οικισμών παρατηρείται στη Λακωνική Μάνη.

Αρχαιολογικοί Χώροι.

Τα σημαντικότερα σε πολιτιστική αξία και μέγεθος μνημεία της Περιφέρειας είναι της Αρχαίας Επιδαύρου, των Μυκηνών, της Αρχαίας Κορίνθου, της Αρχαίας Μεσσήνης, της Αρχαίας Τίρυνθας καθώς, κλπ. Ο συνολικός αριθμός των αρχαιολογικών χώρων της Περιφέρειας ανέρχεται στους 60 περίπου. Στα μνημεία αυτά έχουν γίνει έργα αναστήλωσης και ανάδειξης αλλά, λόγω της μεγάλης κλίμακας δεν έχουν ολοκληρωθεί σε όλους τους αρχαιολογικούς χώρους.

Μουσεία.

Ο συνολικός αριθμός μουσείων στην Περιφέρεια φθάνει στα είκοσι (20). Σε αυτά περιλαμβάνονται αρχαιολογικά, βυζαντινά, λαογραφικά και θεματικά μουσεία και συλλογές. Τα σπουδαιότερα αρχαιολογικά μουσεία είναι της Επιδαύρου, του Ναυπλίου, της Τρίπολης, της Κορίνθου, της Νεμέας, της Σπάρτης, της Χώρας Μεσσηνίας και της Πύλου. Τα πιο σημαντικά βυζαντινά μουσεία είναι του Μυστρά και η βυζαντινή συλλογή της Μονεμβασιάς. Από τα λαογραφικά μουσεία τα πιο παραπάνω μουσεία υπάρχουν αξιόλογα θεματικά

μουσεία όπως της Υδροκίνησης στη Δημητσάνα και του Σιδηροδρόμου στην Καλαμάτα.

Βυζαντινά και Μεταβυζαντινά μνημεία.

Από τη βυζαντινή και μεταβυζαντινή περίοδο έχει διασωθεί μεγάλος αριθμός αξιόλογων μνημείων, τα οποία έχουν ανακηρυχθεί και ως προστατευόμενα μνημεία από την πολιτεία. Αυτά αφορούν κυρίως εκκλησίες, ιερές μονές, κάστρα, φρούρια, οχυρωματικά τείχη πόλεων, οικισμούς και πύργους. Ο πιο πλούσιος και ίσως σημαντικότερος Νομός σε μνημεία των βυζαντινών και μεταβυζαντινών χρόνων είναι ο Ν. Λακωνίας.

Ιστορικά διατηρητέα μνημεία και έργα τέχνης.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου διαθέτει και ένα σημαντικό αριθμό μνημείων της νεώτερης ιστορίας. Αυτά αφορούν κυρίως σε δημόσια κτίρια και οικίες επιφανών προσώπων με μεγάλη ιστορική και αρχιτεκτονική αξία. Πολλές φορές τα μνημεία δεν είναι μεμονωμένα αλλά συνθέτουν οικιστικά σύνολα, όπως το Ναύπλιο, το Γύθειο και η Πύλος.

Τοπικές Εκδηλώσεις – Εορτές.

Το πιο δημοφιλές με παγκόσμια ακτινοβολία Φεστιβάλ είναι της 'Επιδαύρου' που διοργανώνεται στο αρχαίο θέατρο της Επιδαύρου.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ - 2003							
ΤΑΞΗ	ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ	Ε	ΣΥΝΟΛΟ
ΜΟΝΑΔΕΣ	6	53	92	258	66	24	499
ΔΩΜΑΤΙΑ	988	2.690	5.041	6.504	898	258	16.379
ΚΛΙΝΕΣ	1.918	5.183	9.648	12.279	1.147	497	31.272

4.3.1.2. Αξιολόγηση της υφιστάμενης τουριστικής προσφοράς και της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας.

Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (Π.Ο.Τ.Α.).

Προβλέπεται η δημιουργία μιας Περιοχής Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΕ) στο Ν, Μεσσηνίας. Το έργο αυτό συνίσταται στην προγραμματισμένη δημιουργία ενός νέου ποιοτικού και προσανατολισμένου σε ειδικές μορφές τουριστικού προορισμού, που θα αποτελεί από μόνος του μια νέα τοπική αγορά υψηλής στάθμης.

Χιονοδρομικά Κέντρα.

Αν και η Περιφέρεια Πελοποννήσου χαρακτηρίζεται για τον έντονο ορεινό ανάγλυφό της, δεν έχουν γίνει επενδύσεις σε υποδομές χειμερινών αθλημάτων, με εξαίρεση μόνο το μοναδικό χιονοδρομικό κέντρο στο όρος Μαίναλο του Ν. Αρκαδίας.

Ορεινές διαδρομές.

Η γεωμορφολογία της Περιφέρειας Πελοποννήσου, με τον έντονα ορεινό χαρακτήρα, ενδείκνυται για περιηγητικές και ορειβατικές διαδρομές. Στους ορεινούς όγκους της Ζήρειας, του Μαινάλου, των Γορτυνιακών Βουνών, του Πάρνωνα και του Ταυγέτου πραγματοποιούνται οι κυριότερες διαδρομές από ορειβατικούς συλλόγους.

Rafting και Kayak

Μόνο στο Ν. Αρκαδίας οργανώνονται διαδρομές Rafting και Kayak, στους ποταμούς Λούσιο και Αλφειό, οι οποίες συγκεντρώνουν κόσμο από διάφορα μέρη της Ελλάδας.

Ιαματικές Πηγές

Οι μοναδικές οργανωμένες υποδομές αυτού του τύπου είναι οι εγκαταστάσεις ιαματικού τουρισμού στο Λουτράκι, οι οποίες είναι πολύ διαδεδομένες και αποτελούν ένα από τους λόγους που βοήθησαν στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Μαρίνες – τουριστικά αγκυροβόλια

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου υπάρχουν λιμενικές εγκαταστάσεις υποδοχής και σταθμοί ανεφοδιασμού για ιδιωτικά σκάφη αναψυχής. Αυτού του είδους οι υποδομές εντοπίζονται σε όλους τους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Δεν παρέχουν όμως όλες το ίδιο επίπεδο εξυπηρητήσεων. Υπάρχει επομένως, η ανάγκη αναβάθμισής τους και σε ορισμένες περιπτώσεις και η δημιουργία νέων.

Περιοχές Καταδύσεων

Ο φυσικός θαλάσσιος πλούτος της Περιφέρειας Πελοποννήσου μπορεί να καλύψει δραστηριότητες αυτού του είδους καθώς υπάρχουν οι κατάλληλες περιοχές σε όλους τους Νομούς, όπου είναι δυνατή η ελεύθερη κατάδυση.

Περιοχές τουριστικής ανάπτυξης

1. Αστικές Περιοχές
 11. Θύλακες ώριμης Ανάπτυξης: Ναύπλιο, Λουτράκι.
 12. Δυναμικές Ζώνες: Σπάρτη, Καλαμάτα.

2. Παραθαλάσσιες περιοχές (μη αστικές)
 21. Θύλακες ώριμης τουριστικής ανάπτυξης
 - 21.1. Αμιγής τουριστική αγορά: Ξενοδοχειακές κλίνες και Ενοικιαζόμενα δωμάτια:
Τύπου Α: -Πόρτο χέλι –Ερμιόνη

Τύπου Β: -Τολό –Ασίνη –Δρέπανο –Γύθειο –Μαυροβούνι –
Νεοχώρι –Καρδαμύλη –Στούπα

Τύπου Γ: -Μονεμβασιά

21.2. Έντονη παραθεριστική κατοικία μέσα και γύρω από
ημιαστικά κέντρα:

-Ξυλόκαστρο –Μελίσσι –Συκιά –Κιάτο –Βραχάτι –Άγιοι
Θεόδωροι

22. Δυναμικές Ζώνες

-Παλιά –Νέα Επίδαυρος

-Άστρος –Τυρός –Λεωνίδιο

-Ίσθμια –Σολυγία (Κόρφος, Σοφικό) –Σαρωνικός (Γαλατάκι)

-Νεάπολη –Ελαφώνησος

-Δυρός –Αερόπολη –Οίτυλο

-Πύλος –Μεθώνη –Φοινικούντα

-Πεταλίδι –Κορώνη –Αιπεία

23. Αναξιοποίητες περιοχές

-Κότρωνας –Κοκκάλα στο Δυτικό Λακωνικό Κόλπο

-Ελίκα –Αρχάγγελος στον Ανατολικό Λακωνικό Κόλπο

-Γερολιμένας –Βάθεια στην Νοτιοδυτική Λακωνία

-Κιτριές Αβίας στο Μεσσηνιακό Κόλπο

-Άγιος Φωκάς –Καστανιά –Βελανίδα –Αγ. Νικόλαος στην Ν.Α.
Λακωνία

-Μαραθόπολη –Φιλιατρά –Κυπαρισσία –Καλό Νερό στο Ιόνιο

3. Ορεινές Ζώνες

31. Γνωστές, Δυναμικές, Αυθύπαρκτες Περιοχές:

-Γορτυνία –Βόρεια Μαντινεία

32. Αναξιοποίητες Περιοχές με δυνατότητες Θεματικού τουρισμού:

-ορεινού, περιβαλλοντικού –οικολογικού: Φαλαισία, Ανατολική
Λακωνία, (Ζάρακας), ίσως τμήμα της Βόρειας Μεσσηνίας, Κορινθία
(Στυμφαλία)

-περιοχές σε δρόμους του κρασιού (Νεμέα, Μαντινεία)

33. Περιοχές ενταγμένες σε δίκτυα περιήγησης – διημέρευσης –
επίσκεψης:

-Μυστράς, Μάνη

34. Περιοχές εξαρτώμενες από Παράλια:

-Ορεινή Δυτική Κορινθία, Ανατολική Αρκαδία (Αγ. Πέτρος, Καστανίτσα,
Κοσμάς)

**4.3.1.3. Εκτίμηση της ‘φέρουσας ικανότητας’ συγκεκριμένων
περιοχών της περιφέρειας ως προς τη βιώσιμη τουριστική
ανάπτυξη.**

Η ποσοτική ανάλυση, η οποία προέκυψε με βάση την επιλεγείσα μεθοδολογία οδηγεί στα ακόλουθα συνοπτικά συμπεράσματα:

- Ο Δήμος Ασίνης εμφανίζει τη μεγαλύτερη τουριστική εξειδίκευση και συγκέντρωση.
- Η Ζώνη Κρανιδίου Ερμιονίδας. Εμφανίζει πολύ υψηλή τουριστική συγκέντρωση και εξειδίκευση και ειδικότερα στη Θερμησία και στο Πόρτο Χέλι.
- Ο Δήμος Απόλλωνος (Τυροσαπουνακαίικα) , εμφανίζει υψηλούς δείκτες τουριστικής εξειδίκευσης αλλά σχετικά χαμηλό δείκτη τουριστικής συγκέντρωσης.
- Το Λουτράκι Περαχώρας εμφανίζει πολύ υψηλό δείκτη τουριστικής συγκέντρωσης. Επιπρόσθετα, δεδομένου ότι αποτελεί αστικό κέντρο, πολύ υψηλή κρίνεται η τιμή του δείκτη τουριστικής εξειδίκευσης και του δείκτη Πληθυσμού Αιχμής προς Μόνιμο Πληθυσμό.
- Το Γύθειο –Νεοχώρι εμφανίζει σχετικά υψηλούς δείκτες τουριστικής συγκέντρωσης και εξειδίκευσης, αλλά υπολείπεται ως προς τα μεγέθη αυτών των δεικτών σε σχέση με τις άλλες περιοχές που εξετάζονται.
- Τέλος, το Λεύκτρο εμφανίζει πολύ υψηλό δείκτη τουριστικής συγκέντρωσης με δεδομένο το μικρό πληθυσμιακό μέγεθος και υψηλό δείκτη τουριστικής εξειδίκευσης.

4.3.1.4. Ανάλυση των ευρύτερων επιπτώσεων του τουρισμού στην οικονομία, την τοπική κοινωνία, τον πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον της περιφέρειας.

Το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας να παρουσιάζει μικρές τάσεις μείωσης, με Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής κατά την περίοδο 1990-1999 -0,3%. Η μείωση που παρατηρείται στο απόλυτο μέγεθος του τουριστικού “τομέα” κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90, έχει ως άμεση συνέπεια τη μείωση της συμμετοχής του τουριστικού προϊόντος στη διαμόρφωση του προϊόντος του τριτογενή τομέα αλλά και του συνολικού ακαθάριστου προϊόντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Ο τουρισμός συμβάλει για το 1999 μόλις κατά 3,3% στη διαμόρφωση του συνολικού Ακαθάριστου Προϊόντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Επίσης, φαίνεται να επιδρά και να επηρεάζει ένα σύνολο δραστηριοτήτων. Η περισσότερο ισχυρή συσχέτιση του τουρισμού παρατηρείται ως προς τις δραστηριότητες των μεταφορών και του εμπορίου, για προφανείς λόγους, ενώ λιγότερο ισχυρή συσχέτιση παρατηρείται με τη μεταποιητική δραστηριότητα.

Όσον αφορά στην ιδιωτική κατανάλωση, ο τουρισμός στην Περιφέρεια Πελοποννήσου δεν φαίνεται να την επηρεάζει ιδιαίτερα. Γενικά διαπιστώνεται ότι κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90 η ιδιωτική κατανάλωση αν και ακολουθεί αυξητικές τάσεις, επηρεάζεται σε πολύ μικρό βαθμό από τον τουρισμό.

Όσον αφορά την διάρθρωση της απασχόλησης στον τριτογενή τομέα, παρουσιάζεται συγκέντρωση της απασχόλησης σε επιχειρήσεις που σχετίζονται με τουριστικές δραστηριότητες (εμπόριο –εστιατόρια –ξενοδοχεία) σε ποσοστό 17,3% του συνόλου των απασχολούμενων και ακολουθούν ο κλάδος των Υπηρεσιών σε ποσοστό 16,8% του συνόλου των απασχολούμενων και ο κλάδος των Τραπεζών σε ποσοστό του 4,3%. Από την ανάλυση που προηγήθηκε, προκύπτει ότι η απασχόληση στις τουριστικές επιχειρήσεις κρατά την πρώτη θέση στους τομείς απασχόλησης της Περιφέρειας, εντούτοις για το έτος 2001 παρουσίασε μικρή μείωση της τάξης του 0,3%.

4.3.1.5. Ανάλυση των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών της σημερινής τουριστικής ανάπτυξης.

Πλεονεκτήματα

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Περιφέρειας Πελοποννήσου αναφορικά με την τουριστική ανάπτυξη, εστιάζονται κυρίως στα εξής:

- Ισχυρή ιστορική, αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά.
- Σημαντικά μνημεία της φύσης.
- Μεγάλη ποικιλία χλωρίδας και πανίδας.
- Καλές κλιματολογικές συνθήκες.
- Πολλαπλές επιλογές διαφορετικού τύπου τουριστικών προορισμών.
- Πλούσια ιστορική και λαογραφική παράδοση.
- Γεινίαση με τη μητροπολιτική περιοχή της πρωτεύουσας.
- Δυνατότητες του πρωτογενή τομέα για παραγωγή υψηλής ποιότητας παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων.
- Χαμηλοί δείκτες κορεσμού.
- Ακτογραμμή πολλών χιλιομέτρων καθ' όλη την περίμετρο.

Αδυναμίες

Τα μειονεκτήματα/αδυναμίες της Περιφέρειας αναφορικά με την τουριστική ανάπτυξη επικεντρώνονται στα εξής:

- Συγκριτικά χαμηλό επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών.

- Ανεπάρκεια υποστηρικτικών υποδομών αναψυχής (γκολφ, μαρίνες, θεματικά πάρκα).
- Σχετικά χαμηλό Επίπεδο Τεχνικών Υποδομών.
- Ανεπαρκής συντήρηση και αξιοποίηση χώρων αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.
- Η υπερκάλυψη της φέρουσας ικανότητας ορισμένων τουριστικών περιοχών.
- Συγκοινωνιακή απομόνωση των νότιων άκρων της Πελοποννήσου.
- Καθυστέρηση στην εισαγωγή και εφαρμογή νέων τεχνολογιών δικτυακής υποδομής και e-commerce από επιχειρήσεις και φορείς.
- Ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό και managers.

4.3.1.6. Διερεύνηση των ευκαιριών και των δυνατοτήτων αξιοποίησης, αναβάθμισης και προβολής του τουριστικού δυναμικού της περιφέρειας.

Ευκαιρίες και Δυνατότητες

- Η Ελλάδα ως μέλος της ΕΕ (ισχυρή οικονομία, οικονομική στήριξη).
- Η Διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.
- Ασφαλής τουριστικός προορισμός.
- Αναπτυξιακά κίνητρα για τον τουρισμό.
- Ενδυνάμωση της τάσεις Εγχώριου Τουρισμού.
- Βιώσιμη αξιοποίηση των τουριστικών πόρων.
- Σχεδιασμός/ προγραμματισμός υποδομών επί των οποίων μπορούν να αναπτυχθούν οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Ευνοϊκές επενδυτικές τάσεις στον σταθερά αναπτυσσόμενο τουριστικό κλάδο.

4.3.1.7 Εξέταση των απειλών και εντοπισμός προβληματικών ζωνών και τομέων.

Απειλές

- Ισχυρός ανταγωνισμός
- Προσέλκυση σημαντικού μέρους των επενδύσεων σε ήδη ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές.
- Χρονοβόρες διαδικασίες ολοκλήρωσης των τουριστικών επενδυτικών σχεδίων.
- Χρονοβόρες και δύσκολες διαδικασίες στη δανειοδότηση των επιχειρήσεων.

- Έλλειψη συντονισμού κρατικών φορέων και ιδιωτών για την προβολή του τουριστικού προϊόντος.

4.3.1.8. Διερεύνηση της δυνητικής ζήτησης, τόσο στις ξένες αγορές όσο και στο εσωτερικό.

Οι παράμετροι που επηρεάζουν την δυνητική ζήτηση είναι οι ακόλουθες:

- Ο τουρισμός από την αλλοδαπή και ιδιαίτερα ο περιηγητικός τουρισμός που αποτελεί μια ειδική αγορά που συγκεντρώνει τα τελευταία χρόνια το ενδιαφέρον τουριστών από την αλλοδαπή, οι οποίοι έχουν ποιοτικά χαρακτηριστικά και ειδικά ταξιδιωτικά ενδιαφέροντα. Σύμφωνα με τη μέχρι σήμερα εξέλιξη της τουριστικής αγοράς της αλλοδαπής, η προέλευση των τουριστών εντοπίζεται κυρίως στις μεσογειακές χώρες αλλά και σε χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Θετικές προοπτικές φαίνεται να έχει η τουριστική αγορά των πρώην Ανατολικών χωρών και της Ιαπωνίας. Επίσης, η ενδυνάμωση της τουριστικής κίνησης από Αμερική και ιδιαίτερα από ΗΠΑ, είναι εφικτή λόγω του έντονου μεταναστευτικού ρεύματος που υπήρξε από την Πελοπόννησο στις ΗΠΑ και την ύπαρξη πλέον δεύτερης και τρίτης γενιάς μεταναστών.
- Τα ταξίδια μικρής διάρκειας, τα οποία γίνονται τόσο κατά τους θερινούς, όσο και κατά τους χειμερινούς. Τα ταξίδια αυτά γίνονται, τόσο από τουρίστες της ημεδαπής (κυρίως σαββατοκύριακα), όσο και της αλλοδαπής. Η κατάλληλη υποδομή διευκολύνει την προσπελασιμότητα προς τους τουριστικούς τόπους. Προς την κατεύθυνση αυτή υπάρχουν μεγάλες δυνατότητες διεύρυνσης της τουριστικής αγοράς και ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού (π.χ. αγροτουρισμού, ορεινού και χειμερινού τουρισμού) που λόγω του γεωγραφικού ανάγλυφου της Πελοποννήσου παρέχουν συγκριτικό πλεονέκτημα στην προώθησή τους. Γίνεται ήδη φανερό ότι τα ταξίδια μικρής διάρκειας έχουν ως προορισμό τους κυρίως τη Βόρεια Πελοπόννησο (Κορινθία και Αργολίδα), περιοχές που ικανοποιούν τους όρους των μικρών χρονοαποστάσεων από την πρωτεύουσα. Ως εκ τούτου, φαίνεται να είναι καθοριστικός παράγοντας η βελτίωση του οδικού δικτύου προς το νότο, έτσι ώστε να μειωθούν οι χρονοαποστάσεις και να είναι ευχάριστο και ασφαλές το ταξίδι αναψυχής.

- Ο παραθεριστικός τουρισμός. Η ζήτηση για παραθεριστικό τουρισμό εκτιμάται ότι θα διευρυνθεί τα προσεχή χρόνια, αφενός λόγω της γειννίασης της Πελοποννήσου αλλά και της ευκολότερης σύνδεσης με τη μητροπολιτική περιφέρεια της Αττικής, αφετέρου λόγω της εξέλιξης της Πελοποννήσου ως τουριστικού τόπου της Χώρας.
- Οι νέες αγορές της αλλοδαπής αποτελούν νέες τουριστικές αφετηρίες, καθώς κάθε τουρίστας θέλει να γνωρίσει νέους τόπους, νέους πολιτισμούς και σε χαμηλό κόστος σχετικά. Όσον αφορά στην Πελοπόννησο σε αυτή τη διαδικασία και τάση θα συμβάλουν οι οδικοί άξονες όπως του ΠΑΘΕ, της Εγνατίας, του Ρίου – Αντιρρίου κλπ.
- Οι νέες αγορές της ημεδαπής εκφράζονται ως η νέα τάση για ταξίδια μικρής διάρκειας ή διημέρευσης αλλά και για τουρισμό διακοπών, που έχουν φυσικά ή τεχνητά θέλγητρα και συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον των τουριστών της ημεδαπής. Ο κοινωνικός τουρισμός, ο τουρισμός για νέους, αλλά και ο τουρισμός από αγορές άλλοτε απομακρυσμένες, από τις οποίες όμως τώρα διευκολύνεται η πρόσβαση λόγω των τεχνικών / οδικών υποδομών, συνιστούν τις νέες αγορές της χώρας. Νέοι εν δυνάμει τουριστικοί προορισμοί που προσφέρονται κυρίως για τουρισμό διακοπών στην Περιφέρεια Πελοποννήσου εντοπίζονται κυρίως στο Ανατολικό τμήμα της και ειδικότερα στην παραλιακή ζώνη του Νομού Αρκαδίας (Λεωνίδιο, Άστρος, Παραλία Τυρού), στο Λακωνικό κόλπο (περιοχή Νεοχωρίου, Νεάπολης) και στην παράλια ζώνη του Νομού Μεσσηνίας προς το Ιόνιο (Πύλος, Μεθώνη, Φοινικούντα, Γαργαλιάνοι, Κυπαρισσία). Η ορεινή Πελοπόννησος προσφέρεται για τουρισμό περιπέτειας, ενώ για τουρισμό διημέρευσης προσφέρονται οι περιοχές της Βόρειας Πελοποννήσου, κυρίως η Αργολίδα και η Κορινθία.
- Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να αξιοποιηθούν στην Πελοπόννησο είναι:

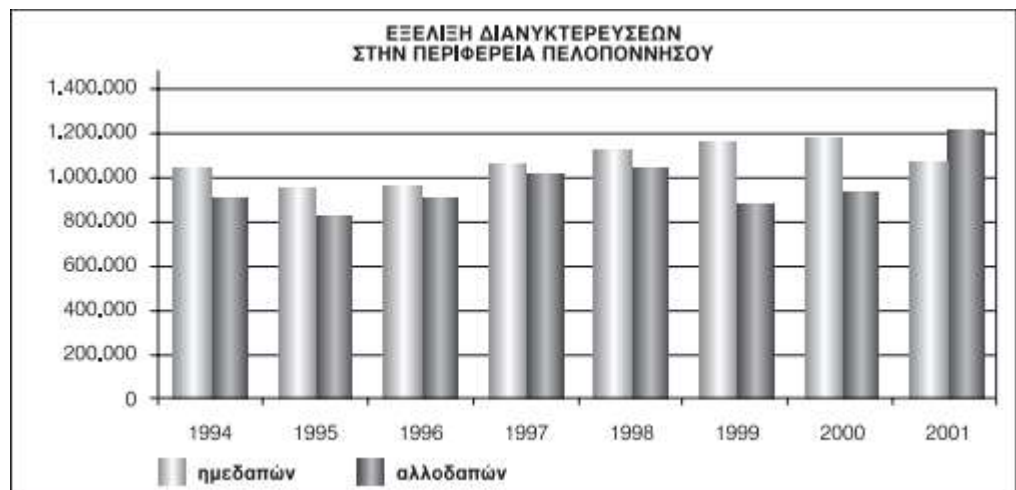
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Ο πολιτιστικός τουρισμός εμφανίζει διεθνώς ανοδικές τάσεις και περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις – μελέτες ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, ταξίδια με σκοπό την

παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων, κινηματογραφικών και μουσικών φεστιβάλ, κ.α. Στην Πελοπόννησο υπάρχουν παγκόσμιοι τουριστικοί προορισμοί όπως Επίδαυρος, Αρχαία Μεσσήνη, Μυστράς, Μονεμβασιά, Ναύπλιο, Μυκήνες, κλπ., καθώς και αρχαιολογικοί χώροι που προκαλούν το ενδιαφέρον των επισκεπτών.

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ / ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Στη μορφή αυτή τουρισμού, μπορεί να ενταχθεί η περιήγηση σε παραδοσιακούς οικισμούς, βιότοπους, εθνικούς δρυμούς, πεζοπορικά μονοπάτια, φαράγγια, σπήλαια κ.α. Η Πελοπόννησος διαθέτει οικοτουριστικά θέλγητρα που προσελκύουν τους τουρίστες και αποτελούν σημαντικά κίνητρα για κάλυψη της τουριστικής ζήτησης των ατόμων που έχουν "εν δυνάμει" τη θέληση για άσκηση τουριστικής δραστηριότητας.

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού άθλησης είναι η δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων κυρίως σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και η στελέχωσή τους με εξειδικευμένο προσωπικό. Σε αρκετές πόλεις της Πελοποννήσου βρίσκονται σε εξέλιξη αθλητικά κέντρα και έχουν προγραμματιστεί να γίνουν μια σειρά από αθλητικές / πολιτιστικές εκδηλώσεις μέσα στο πλαίσιο της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ: Η Πελοπόννησος, με την ιδιαιτερότητα του φυσικού της περιβάλλοντος, έχει μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη τουρισμού ήπιας ή ακραίας περιπέτειας, που διευρύνει την τουριστική αγορά και καλύπτει την δυνητική ζήτηση.



4.3.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

4.3.2.1. Καθορισμός στρατηγικής για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Οι στόχοι της Περιφέρειας ανά κατηγορία περιοχών, όπως αυτές αναφέρθηκαν κατά την Α' Φάση της μελέτης, εξειδικεύονται ως ακολούθως:

α. Θύλακες ώριμης ανάπτυξης.

Στους θύλακες ώριμης ανάπτυξης, κύριο χαρακτηριστικό είναι ο μαζικός, κυρίως θαλάσσιος αλλά και ο πολιτιστικός τουρισμός, καθώς και η έντονη σχετικά παρουσία παραθεριστικής κατοικίας.

Στις περιοχές αυτές οι επιμέρους στόχοι της τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθοι:

- Αναβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών.
- Εμπλουτισμός και αναδιάρθρωση των βασικών χαρακτηριστικών του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και διάχυση της ανάπτυξης.
- Δυναμική προώθηση της διαφημιστικής τους εικόνας.

β. Δυναμικές Ζώνες

Πρόκειται για περιοχές με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, αλλά και ελλείψεις στον σχεδιασμό και τον προγραμματισμό αυτής της ανάπτυξης. Οι επιμέρους στόχοι για την τουριστική Ανάπτυξη είναι οι ακόλουθοι:

- Συγκρότηση των βασικών χαρακτηριστικών του τουριστικού προϊόντος.
- Σχεδιασμός και Προγραμματισμός της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.
- Επιλεκτικό Μάρκετινγκ με βάση προτεραιότητες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

γ. Αναξιοποίητες Περιοχές

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ενός σημαντικού αριθμού αναξιοποίητων περιοχών (ορεινών και παραθαλάσσιων), με σημαντικές προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης, εφόσον υπάρξουν οι κατάλληλες ενέργειες. Οι επιμέρους στόχοι κατά περίπτωση είναι:

- Η προώθηση ενός βιώσιμου προτύπου τουριστικής ανάπτυξης με έμφαση στον εναλλακτικό τουρισμό.
- Έμφαση στην προστασία του πολιτιστικού, καθώς και του δομημένου και φυσικού περιβάλλοντος.

- Συγκρότηση μιας διαφημιστικής εκστρατείας, η οποία να προβάλλει το πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού.
- Η χωροθέτηση νέων τουριστικών υποδομών.

ΤΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑ ΑΞΟΝΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ

Με βάση τους γενικούς στόχους που τίθενται τόσο σε εθνικό, όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, καθώς και των ειδικών στόχων ανά κατηγορία περιοχής προσδιορίζονται οι Άξονες Δράσης του προτεινόμενου Προγράμματος Ανάπτυξης του Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου και διαμορφώνεται ως εξής:

1. Αναβάθμιση, Διεύρυνση / Μεγέθυνση της Τουριστικής Προσφοράς.
Μέσω του πρώτου Άξονα επιχειρείται η αναβάθμιση, η διεύρυνση αλλά και η μεγέθυνση της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Ειδικότερα προβλέπεται η αναβάθμιση και ο εκσυγχρονισμός των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων με την αναβάθμισή τους σε ανώτερη κατηγορία, η δημιουργία νέων τουριστικών καταλυμάτων υψηλής ποιότητας, η ενίσχυση της μετατροπής των παραδοσιακών και αρχιτεκτονικών κτισμάτων που παρουσιάζουν ενδιαφέρον σε τουριστικά καταλύματα υψηλής ποιότητας, η ενσωμάτωση επιπρόσθετων υπηρεσιών, όπως η εισαγωγή και χρήση νέων τεχνολογιών, η δημιουργία αναγκαίων έργων για την προστασία του περιβάλλοντος, η χρήση συστημάτων ποιότητας και ελέγχου των προσφερόμενων υπηρεσιών και η ενίσχυση των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων για τη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των προσφερόμενων υπηρεσιών.
2. Πρώθηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού
Στόχος των δράσεων του Άξονα είναι η προώθηση των ειδικών μορφών τουρισμού και η ενσωμάτωση τους στο υφιστάμενο προϊόν. Η πραγματοποίηση του στόχου αυτού μπορεί να επιτευχθεί μέσω της δημιουργίας κατάλληλων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού, όπως για παράδειγμα υποδομές για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας (ιαματικά κέντρα, κέντρα υγείας), του επαγγελματικού τουρισμού (συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα), του εναλλακτικού τουρισμού (αγροτουριστικές μονάδες, ορειβατικά ή περιπατητικά μονοπάτια, οικοτουρισμός), του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων (ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ, του τουρισμού περιπέτειας, άθλησης). Η υλοποίηση αυτών των δράσεων μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε από δημόσιους φορείς, είτε από ιδιώτες επενδυτές. Παράλληλα η ενίσχυση και η βελτίωση των αναγκαίων τουριστικών υποδομών όπως τα χιονοδρομικά κέντρα, οι μαρίνες, τα αγκυροβόλια βοηθούν περαιτέρω την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού. Προϋπόθεση για την ανάπτυξη των νέων αυτών μορφών τουρισμού είναι καταρχήν η ευαισθητοποίηση των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων και η

ενίσχυσή τους για την ανάληψη πρωτοβουλίας για εφαρμογή, υλοποίηση και προώθηση δράσεων ειδικών μορφών τουρισμού.

3. Ρύθμιση της Ανάπτυξης και Προστασία και Ανάδειξη των Τουριστικών Πόρων.

Στόχος του Άξονα είναι να προβλεφθούν όλα τα αναγκαία μέτρα, θεσμικά και διοικητικά, για την προστασία αλλά και την ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, μέσω δράσεων όπως η θεσμοθέτηση προστατευόμενων περιοχών, η κήρυξη παραδοσιακών οικισμών, ο προσδιορισμός των κατάλληλων φορέων για την διαχείριση των φυσικών πόρων ή την εκμετάλλευση των πολιτιστικών πόρων, ο καθορισμός απαιτούμενων προδιαγραφών για τον τρόπο ανάδειξης των πόρων αυτών. Επιπρόσθετα η εκπόνηση μέτρων σχεδιασμού και χωροταξίας που αφορούν στο δομημένο περιβάλλον, διαχειριστικών σχεδίων και μελετών, αναπτυξιακών μελετών ή/και περιβαλλοντικών μελετών ενισχύουν επιπρόσθετα τους στόχους του Άξονα.

4. Ανάπτυξη / Βελτίωση Βασικών Τεχνικών, Κοινωνικών Υποδομών και Υπηρεσιών.

Μέσω του Άξονα προβλέπεται η ενίσχυση των βασικών τεχνικών και κοινωνικών υποδομών και υπηρεσιών που αποτελούν βασικό παράγοντα της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου και εξυπηρετούν το σύνολο των στόχων που τίθενται στην εθνική και περιφερειακή τουριστική πολιτική. Ειδικότερα προβλέπεται η ενίσχυση της βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών (οδικών, σιδηροδρομικών, λιμενικών), των αστικών τεχνικών υποδομών (δίκτυα αποχέτευσης, ύδρευσης, διευθέτησης απορριμμάτων κλπ.), η αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων (αναπλάσεις, συγκοινωνιακές και κυκλοφοριακές ρυθμίσεις κλπ.), η βελτίωση των κοινωνικών υποδομών (κυρίως η πρωτοβάθμια περίθαλψη), καθώς και η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών (διοικητικών και άλλων) που στόχο έχουν την εξυπηρέτηση του τουρίστα – επισκέπτη.

5. Προβολή και Προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος.

Η βελτίωση της εικόνας της Περιφέρειας Πελοποννήσου ως τουριστικού προϊόντος αποτελεί στόχο του πέμπτου Άξονα Δράσης της στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, ο οποίος μπορεί να επιτευχθεί μέσω της κατάρτισης ενός στρατηγικού σχεδίου προβολής τόσο σε βραχυχρόνιο, όσο και σε μακροχρόνιο επίπεδο, όπου αξιοποιώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα θα ορίσει τις ομάδες – στόχο και τα χαρακτηριστικά τους, προκειμένου να τις συνδέσει με το συγκεκριμένο προσφερόμενο προϊόν ανά περιοχή υποδεικνύοντας τις επιμέρους δράσεις και ενέργειες προβολής (εκδόσεις, διαφημιστικές καμπάνιες, διοργάνωση εκδηλώσεων – εκθέσεων κλπ.). Η ενίσχυση της συμμετοχής των φορέων και των μηχανισμών της Περιφέρειας που

δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και των αντίστοιχων δράσεων προβολής θα συμβάλλουν επιπρόσθετα στην διαμόρφωση της στρατηγικής μάρκετινγκ και στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού.

6. Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και προώθηση της απασχόλησης.

Η αύξηση της απασχολησιμότητας και της προσαρμοστικότητας του εργατικού δυναμικού, μέσω της βελτίωσης και της προσαρμογής των δεξιοτήτων τους σε νέες συνθήκες που διαμορφώνονται, τόσο στον τουριστικό τομέα, όσο και στους τομείς του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος και η προώθησή τους σε νέες θέσεις εργασίας αποτελούν στόχο του τελευταίου Άξονα Δράσης.

4.3.2.2. Προσδιορισμός των προτεραιοτήτων και των αξόνων παρέμβασης των δημόσιων φορέων.

Οι μορφές παρέμβασης των φορέων του Δημόσιου τομέα σε "τομείς" ή κατηγορίες δράσεων ανά Άξονα Δράσης και μέτρο Πολιτικής του προτεινόμενου Προγράμματος Δράσης, μπορούν να αντιμετωπιστούν:

- α) ως φορείς αρμόδιοι για το Σχεδιασμό ή/και την Εξειδίκευση της εφαρμογής των δράσεων.
- β) ως αποδέκτες των δράσεων, όπου η δραστηριοποίησή τους εμπλέκει και τα τρία επίπεδα εκπροσώπησής τους, κεντρικό, περιφερειακό και τοπικό.

Σε γενικές γραμμές η παρέμβαση ανά φορέα και Άξονα Δράσης έχει ως ακολούθως:

- Η Περιφέρεια Πελοποννήσου έχει κυρίαρχο ρόλο και εμπλέκεται σε όλους τους Άξονες Δράσης και στα αντίστοιχα Μέτρα Πολιτικής.
- Το Υπουργείο Ανάπτυξης δύναται να εμπλακεί στις δράσεις των Αξόνων 1,2,3,5 και 6.
- Το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών πρωτεύοντα ρόλο έχει στην ενίσχυση των δράσεων των Αξόνων 1 και 2.
- Το ΥΠΕΧΩΔΕ δύναται να εμπλακεί στον σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων των Αξόνων 3 και 4.
- Το Υπουργείο Πολιτισμού δραστηριοποιείται στον σχεδιασμό και την υλοποίηση του τρίτου Άξονα Δράσης και στις Αντίστοιχες δράσεις αρμοδιότητές τους.

- Το Υπουργείο εργασίας συμμετέχει στον σχεδιασμό των δράσεων του έκτου Άξονα Δράσης.
- Το Υπουργείο Γεωργίας μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στους Άξονες 2,3 και 5.
- Τα Υπουργεία Εσωτερικών, Δημόσιας Τάξης και Μεταφορών και Επικοινωνιών μπορούν να συμμετέχουν στο σχεδιασμό των αντίστοιχων δράσεων του Άξονα 4.

Τέλος, οι φορείς της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης διαδραματίζουν ενεργό ρόλο ως αποδέκτες των ενεργειών του Προγράμματος Δράσης.

4.3.2.3. Πρόταση για τους άξονες και τις μορφές κινητοποίησης των φορέων του ιδιωτικού τομέα και των αναγκαίων κοινών δράσεων των δημόσιων και των ιδιωτικών φορέων.

Οι κατηγορίες ιδιωτών επενδυτών καθώς και των αρμόδιων φορέων εκπροσώπησής τους που δραστηριοποιούνται ή δύναται να δραστηριοποιηθούν σε επενδύσεις και δράσεις που αφορούν στην τουριστική δραστηριότητα διακρίνονται κατά βάση σε τρεις κατηγορίες:

α. Επαγγελματικοί και Συλλογικοί Φορείς

Οι φορείς αυτοί αναλαμβάνουν σημαντική δράση στον τομέα της προώθησης – προβολής του τουριστικού προϊόντος, στη διεθνή συνεργασία καθώς και στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πρωτοβάθμιων μελών τους, μέσω δράσεων όπως ενημερώσεις σχετικά με τα ζητήματα και εξελίξεις που αφορούν στα μέλη τους, οργανώσεις επιμορφωτικών σεμιναρίων, συνεργασίας με ξενοδοχειακές οργανώσεις του εξωτερικού, οργανώσεις ξενοδοχειακών εκθέσεων στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό και συμμετοχή σε αυτές, οργανώσεις τοπικών ή πανελληνίων συνεδρίων ξενοδοχειακού ενδιαφέροντος.

Το πλέον σημαντικό όμως πεδίο στο οποίο δραστηριοποιούνται οι φορείς (ΞΕΕ, ΠΟΞ, ΣΕΕΔΔΕ), σε κεντρικό επίπεδο κυρίως, είναι αφενός, ο τομέας της χάραξης της στρατηγικής για τον τουρισμό, αφετέρου, η ενεργός συμμετοχή κάποιων από αυτούς, ως Τελικοί Δικαιούχοι, σε διάφορα Επιχειρησιακά Προγράμματα του Γ'ΚΠΣ, κυρίως Περιφερειακά, όπως το ΠΕΠ Πελοποννήσου. Σε τοπικό επίπεδο δραστηριοποιούνται οι Τοπικές Ενώσεις των κεντρικών φορέων, η δράση των οποίων όμως δεν είναι ιδιαίτερα έντονη, αποσκοπούν στην ενημέρωση των μελών τους και δευτερευόντως στην προβολή του τουριστικού προϊόντος της περιοχής τους.

β. Επιχειρήσεις

Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε ένα ευρύ φάσμα, με αφετηρία την επενδυτική δραστηριότητα και το κέρδος, είτε σε υφιστάμενες, είτε σε νέες υποδομές και υπηρεσίες. Προβάλουν το

τουριστικό προϊόν της περιοχής και δίνουν έμφαση στον τομέα της ανάπτυξης των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού τους. Οι παραπάνω φορείς είναι κατά βάση αποδεκτές / άμεσα ωφελούμενοι των δράσεων που υλοποιούνται ή εφαρμόζονται στο πλαίσιο του Γ'ΚΠΣ.

γ. Ειδικοί Φορείς και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις

Οι ειδικοί φορείς αναλαμβάνουν δράση σε εξειδικευμένα πεδία, συντελώντας στην προβολή του τουριστικού προϊόντων με έμφαση στις ειδικές μορφές τουρισμού, με στόχο την προώθηση ενός νέου τουριστικού προτύπου και την προβολή νέων τουριστικών προορισμών. Αναλαμβάνουν ενεργό δράση μέσω της συμμετοχής τους σε έργα / ενέργειες για την προστασία και αναβάθμιση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, στην οργάνωση και προβολή ειδικών μορφών τουρισμού, συμβάλλουν στην επίλυση οικολογικών και πολιτιστικών προβλημάτων, στη διαχείριση πολιτιστικών και περιβαλλοντικών υποδομών, καθώς και στη περιβαλλοντική εκπαίδευση.

Οι παραπάνω ιδιωτικοί φορείς μπορούν να εμπλακούν σχεδόν στο σύνολο των δράσεων του Προγράμματος Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου ως αποδέκτες / ωφελούμενοι με εξαίρεση των Άξονα 4 που αφορά σε έργα δημόσια, πέραν βέβαια των δράσεων που αφορούν στην εκπόνηση των μελετών.

4.3.2.4. Πρόγραμμα δράσης.

Ανά Άξονα Δράσης προτείνονται Μέτρα Πολιτικής και εφαρμόζονται με μία σειρά επιμέρους ενεργειών και έργων που σκοπό έχουν την επίτευξη των στόχων ανά Άξονα Δράσης και σε γενικό επίπεδο την υποστήριξη και την αναβάθμιση του τουριστικού τομέα της Περιφέρειας. Ειδικότερα, ανά Μέτρο Πολιτικής αναφέρονται οι στόχοι του, κατηγορίες έργων και ενεργειών που περιλαμβάνονται σε αυτό, οι τελικοί δικαιούχοι και οι δυνητικοί αποδέκτες των έργων/ενεργειών, ο βαθμός προτεραιότητας, ο οποίος προκύπτει από μία σειρά μεταβλητών και παραγόντων, ο χρονικός προγραμματισμός σε βραχυχρόνιο και μακροχρόνιο επίπεδο και τέλος οι επιπτώσεις και τα αποτελέσματα που προβλέπεται να επιφέρουν σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο οι προτεινόμενες δράσεις.

ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 1: ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ, ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ / ΜΕΓΕΘΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

ΜΕΤΡΟ 1.1: “Ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία/ίδρυση υψηλής ποιότητας/τάξης τουριστικών καταλυμάτων”.

Οι δράσεις προβλέπεται να υλοποιηθούν μέσω του αναπτυξιακού Νόμου και μετά από την εκτίμηση της ικανότητας υποδοχής των περιοχών που προβλέπεται η μεγέθυνση της τουριστικής προσφοράς.

ΜΕΤΡΟ 1.2: “Ενίσχυση του εκσυγχρονισμού και της αναβάθμισης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων”.

Οι δράσεις θα υλοποιηθούν είτε μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου, είτε μέσω του ΥΠΑΝ και στόχο έχουν καταρχήν την αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς των περιοχών που χαρακτηρίζονται θύλακες ώριμης τουριστικής ανάπτυξης.

ΜΕΤΡΟ 1.3: “Ενθάρρυνση και ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα”.

ΜΕΤΡΟ 1.4: “Ενίσχυση της αναβάθμισης της οργάνωσης και λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων”

Στόχος είναι μέσω της βελτίωσης της οργάνωσης – λειτουργίας η αύξηση της αποδοτικότητας και ανταγωνιστικότητας και η βελτίωση της θέσης τους σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 2: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΜΕΤΡΟ 2.1: “Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού”.

Μέσω του Μέτρου ενισχύονται δράσεις ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού (κυρίως μαρίνες), του επαγγελματικού – συνεδριακού τουρισμού, του τουρισμού αναψυχής, του τουρισμού υγείας, του εναλλακτικού τουρισμού και του οργανωμένου τουρισμού.

ΜΕΤΡΟ 2.2: “Ανάπτυξη των δημόσιων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού”.

Οι επιμέρους δράσεις που ενισχύονται είναι η δημιουργία τουριστικών αγκυροβολίων, η βελτίωση και ανάπτυξη των ιαματικών πηγών, η δημιουργία μονοπατιών και καταφυγιών σε ορεινούς όγκους, η βελτίωση της επισκεψιμότητας των τουριστικών πόρων και η προβολή των τουριστικών πόρων.

ΜΕΤΡΟ 2.3: “Ευαισθητοποίηση, ενημέρωση και υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού”.

Προβλέπονται δράσεις ενημέρωσης, πληροφόρησης των ιδιωτών / επενδυτών, καθώς και των Δημοτικών Επιχειρήσεων για την ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σχετικών με την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού.

ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 3: ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΠΟΡΩΝ.

ΜΕΤΡΟ 3.1: “Μελέτες – Θεσμικές και διοικητικές ρυθμίσεις”.

Στο πλαίσιο του Μέτρου περιλαμβάνονται κατηγορίες ενεργειών που αφορούν σε μελέτες ρύθμισης και ελέγχου της ανάπτυξης (μελέτες χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού, περιβαλλοντικές μελέτες σκοπιμότητας, κόστους – οφέλους), σε θεσμικές ρυθμίσεις (θεσμοθέτηση προστατευόμενων περιοχών και περιοχών φυσικού κάλλους, πολιτιστικών πόρων, θεσμοθέτηση του χωροταξικού σχεδιασμού κ.λπ.) και σε ίδρυση φορέων.

ΜΕΤΡΟ 3.2: “Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων ‘παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών πόρων”.

Ενδεικτικά προβλέπονται ενέργειες όπως, η προστασία και ανάδειξη / αξιοποίηση μνημείων της φύσης NATURA 2000 καθώς και τοπίων ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, υγροβιότοπων κλπ., η δημιουργία / βελτίωση διαδρομών πρόσβασης σε μνημεία της φύσης, παρεμβάσεις στην παραλιακή ζώνη της Περιφέρειας.

ΜΕΤΡΟ 3.3: “Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων”.

Οι ενέργειες που προβλέπονται στο Μέτρο αναφέρονται στη συντήρηση, ανάδειξη και προβολή των μνημείων και αρχαιολογικών χώρων της Περιφέρειας, στον εκσυγχρονισμό και δημιουργία μουσείων, σε παρεμβάσεις σε ιστορικούς οικισμούς, ανάπλαση ιστορικών κέντρων, στη δημιουργία και βελτίωση διαδρομών με ιστορικό ενδιαφέρον ή διαδρομών πρόσβασης σε μνημεία του πολιτισμού, στη βελτίωση, ανάδειξη και αξιοποίηση των κάστρων και σπηλαίων, στη βελτίωση, ανάδειξη και αξιοποίηση των αξιόλογων στοιχείων του οικιστικού περιβάλλοντος, στη δημιουργία δικτύων πολιτιστικών στοιχείων και διαδρομών πολιτιστικού τουρισμού.

ΜΕΤΡΟ 3.4: “Ενίσχυση των ενεργειών και πρωτοβουλιών για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων”.

Οι προβλεπόμενες ενδεικτικές κατηγορίες ενεργειών αναφέρονται στην υποστήριξη επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα αλλά και μη κερδοσκοπικών φορέων για την αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος (π.χ. καθιέρωση πολιτιστικών δράσεων και πρωτοβουλιών, αξιοποίηση παραδοσιακού πολιτισμού, διάδοση καθιέρωση της ελληνικής κουζίνας κλπ.) στην αποκατάσταση ιδιωτικών κτιρίων και μνημείων και στην προστασία και ανάδειξη ιδιωτικών δασών.

ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 4: ΑΝΑΠΤΥΞΗ / ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΤΕΧΝΙΚΩΝ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΜΕΤΡΟ 4.1: “Ενίσχυση της βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών”.

Οι κατηγορίες έργων που περιλαμβάνονται στο Μέτρο αφορούν σε έργα οδοποιίας σε τμήματα των εθνικών και επαρχιακών οδών, σε έργα στο σιδηροδρομικό δίκτυο και σε επέκταση / βελτίωση των υφιστάμενων έργων λιμενικής υποδομής, όπως προβλήτες, μόλοι, κρηπιδώματα κλπ ή/και κατασκευή νέων. Επίσης προβλέπεται η εκπόνηση των προαπαιτούμενων για την υλοποίηση των παραπάνω έργων, μελετών.

ΜΕΤΡΟ 4.2: “Ενίσχυση της βελτίωσης των βασικών τεχνικών αστικών υποδομών”.

Στο Μέτρο περιλαμβάνονται όλα εκείνα τα έργα / ενέργειες που βελτιώνουν την ποιότητα ζωής των κατοίκων και αφορούν σε έργα ύδρευσης, αποχέτευσης, βελτίωσης των υφιστάμενων εγκαταστάσεων επεξεργασίας λυμάτων, στην δημιουργία χώρων ελεγχόμενης διάθεσης απορριμμάτων. Επιπρόσθετα το Μέτρο προβλέπει την εκπόνηση των απαιτούμενων μελετών για την υλοποίηση των παραπάνω έργων.

ΜΕΤΡΟ 4.3: “Αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων”.

Στο Μέτρο περιλαμβάνεται η αναβάθμιση της λειτουργίας των κέντρων υγείας και των αγροτικών ιατρείων με έμφαση στις περιοχές που δέχονται μεγάλο αριθμό τουριστών.

ΜΕΤΡΟ 4.5: “Ενίσχυση της βελτίωσης των υπηρεσιών”.

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών προβλέπονται δράσεις που αφορούν στην δημιουργία κέντρων πληροφόρησης των τουριστών, στην

δημιουργία σταθμών αυτοεξυπηρέτησης και καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, στο σχεδιασμό ενός λειτουργικού δικτύου συγκοινωνιών και επικοινωνιών.

ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 5: ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.

ΜΕΤΡΟ 5.1: “Σχεδιασμός στρατηγικής προβολής”.

Μέσω του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής προβλέπεται η εκπόνηση Marketing plans για προβολή της Περιφέρειας ή περιοχών της, καθώς και για προβολή θεματικών τουριστικών προϊόντων, η εκπόνηση μελετών / ερευνών αγοράς για την ενίσχυση της Περιφέρειας στις τουριστικές αγορές της κ.α.

ΜΕΤΡΟ 5.2: “Ενίσχυση/ανάπτυξη φορέων/μηχανισμών προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος”.

Στο πλαίσιο του προτεινόμενου Μέτρου περιλαμβάνεται η ενεργοποίηση των υφιστάμενων φορέων της Περιφέρειας ή η δημιουργία / σύσταση νέων φορέων, οι οποίοι θα συμμετέχουν ενεργά στον σχεδιασμό της τουριστικής προβολής.

ΜΕΤΡΟ 5.3: “Ενίσχυση δράσεων προβολής”.

Οι επιμέρους κατηγορίες ενεργειών που περιλαμβάνονται στο Μέτρο αφορούν σε γενικές και ειδικές εκδόσεις πληροφόρησης, σε ενέργειες προώθησης- διαφήμισης μέσω του ηλεκτρονικού τύπου, στη δημιουργία δικτυακού τόπου προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, στη διοργάνωση τοπικών εκθέσεων για την προβολή του τουρισμού/συμμετοχή σε εκθέσεις εθνικής και διεθνούς εμβέλειας κ.α.

ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 6: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

ΜΕΤΡΟ 6.1: “Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού”.

Στο Μέτρο περιλαμβάνονται δράσεις κατάρτισης ανέργων, εργαζομένων, αυτοαπασχολούμενων, καθώς και στελεχών των φορέων που διαχειρίζονται τουριστικά προϊόντα με στόχο την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, την εφαρμογή και υλοποίηση ειδικών μορφών τουρισμού και την προστασία, ανάδειξη και διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας.

ΜΕΤΡΟ 6.2: “Προώθηση της απασχόλησης των ανέργων”.

Στο πλαίσιο του Μέτρου προβλέπονται δράσεις ενίσχυσης της αυτοαπασχόλησης, της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας και της απόκτησης επαγγελματικής / εργασιακής εμπειρίας στους επιμέρους κλάδους του τουρισμού.

4.3.2.5. Στρατηγική μάρκετινγκ και επικοινωνιακή στρατηγική.

Το σχέδιο Μάρκετινγκ της Περιφέρειας Πελοποννήσου, οφείλει να στηρίζεται και συνακόλουθα να παρέχει σε συνεχή βάση ένα πολύτιμο απόθεμα πληροφοριών, προκειμένου να υποστηρίξει την περιφερειακή τουριστική πολιτική σε ένα μεταβαλλόμενο και έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Παράλληλα οφείλει για λόγους αξιοπιστίας της χρησιμότητάς του να προσφέρει τις ακόλουθες δυνατότητες:

- τη συσχέτιση των δραστηριοτήτων με τις στοχευόμενες αγορές, χρησιμοποιώντας μια τμηματοποιημένη στρατηγική μάρκετινγκ.
- τη συνέπεια των στόχων και των προτεραιοτήτων ως προς τις στοχευόμενες αγορές.
- διαμόρφωση κοινής βάσης του Σχεδίου Μάρκετινγκ, για τη διευκόλυνση του συντονισμού των προσπάθειών όσων εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας.
- τη συνεχή αξιολόγηση και ανατροφοδότηση του σχεδίου.
- τη συνέχεια στο μακροπρόθεσμο σχεδιασμό.

Για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής απαιτείται η ίδρυση και λειτουργία ενός πολυμερούς θεσμού με συμμετοχή των περιφερειακών και τοπικών φορέων και με άκρως συντονιστικό και συνθετικό ρόλο την Διοίκηση της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Ο θεσμός αυτός προτείνεται να έχει τη δοκιμασμένη μορφή του Γαλλικού “Maison de France” σε περιφερειακό επίπεδο με τη συμμετοχή και των εκπροσώπων των τουριστικών επαγγελματικών φορέων της περιφέρειας και πρέπει να χρηματοδοτείται με χρονικό ορίζοντα δύο τουλάχιστον ετών. Για την ορθολογική εκπόνηση ενός κατάλληλου και αποτελεσματικού Σχεδίου Προβολής πρέπει να εφαρμοστεί η στρατηγική – ολοκληρωμένη μεθοδολογία marketing, η οποία αποτελείται από δύο φάσεις συνολικής διάρκειας 10-12 μηνών.

- **Πρώτη φάση:** η στρατηγική ανάλυση marketing, με μια ολοκληρωμένη καταγραφή, ανάλυση και αξιολόγηση όλων των παραμέτρων, στοιχείων και χαρακτηριστικών που συνθέτουν την τουριστική δραστηριότητα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου (προσφορά και ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών).
- **Δεύτερη φάση:** η εκπόνηση του επιχειρησιακού σχεδίου προβολής, με τους στόχους, τη στρατηγική επίτευξης των στόχων, τις δραστηριότητες προβολής, τις τεχνικές και τα εργαλεία προβολής και προώθησης σε

χρονικό προγραμματισμό (εκστρατεία προβολής με χρονοδιάγραμμα) και εκτίμηση του απαραίτητου προϋπολογισμού.

Το προβλεπόμενο χρονικό διάστημα εφαρμογής του Marketing Plan πρέπει να είναι τουλάχιστον 3 χρόνια. Το όλο έργο πρέπει να σχεδιασθεί σύμφωνα με τη θεώρηση του στρατηγικού σχεδιασμού και να συνδεθεί απόλυτα με την περιφερειακή αναπτυξιακή πολιτική.

Η εκπόνηση ενός σχεδίου Marketing και Επικοινωνίας για το τουριστικό προϊόν της Πελοποννήσου (Marketing Plan) πρέπει να στοχεύει:

- Στον επηρεασμό και την αύξηση της τουριστικής ζήτησης για το τουριστικό προϊόν της περιοχής, που όπως αναφέρθηκε είναι “Ο ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ”.
- Στην ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης και στην αύξηση της κατά κεφαλήν ημερήσιας τουριστικής δαπάνης.
- Στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας και των επιμέρους τουριστών προορισμών της.

4.4 ΜΕΓΑΛΗ Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΟΥ ΘΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΙ ΤΟ ΝΑΥΠΛΙΟ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ.



Σύμφωνα με την ιστοσελίδα του Δήμου Ναυπλιέων αναφέρεται ότι έγινε σύσκεψη για τον τουρισμό κρουαζιέρας πραγματοποιήθηκε στην αίθουσα πολλαπλών χρήσεων της περιφερειακής ενότητας Αργολίδας. Το θέμα ανέκυψε λόγω της αυξητικής τάσης που παρουσιάζει σε όλο τον κόσμο ο τουρισμός κρουαζιέρας.

Το Ναύπλιο, είναι ένας αγαπημένος προορισμός για τους ναυτικούς πράκτορες και τους επισκέπτες τόσο λόγω της γεωγραφικής και ιστορικής θέσης που κατέχει όσο και λόγω της συστηματικής προσπάθειας των φορέων για ανάπτυξης της περιοχής.

Σήμερα λόγω των έργων της εκβάθυνσης και των συστημάτων ασφαλείας που θα λειτουργήσουν στο λιμάνι, το Ναύπλιο κερδίζει όλο και μεγαλύτερο ενδιαφέρον. Θέμα της συζήτησης ήταν κυρίως οι λιμενικές υποδομές και ο ρόλος που θα επιτελέσουν στην προώθηση του Ναυπλίου ενώ αναφέρθηκαν και τα οφέλη της πόλης και της ευρύτερης περιοχής.

Στη σύσκεψη συμμετείχαν, εκπρόσωποι της Ένωσης Εφοπλιστών Κρουαζιέρας, ο δήμαρχος, Δημήτρης Κωστούρος, ο λιμενάρχης, ο υπολιμενάρχης, εκπρόσωπος της περιφέρειας, εκπρόσωπος του ΤΕΕ, εκπρόσωπος του Επιμελητηρίου καθώς και εκπρόσωποι τουριστικών φορέων, υπηρεσιακοί παράγοντες, εκπρόσωποι του Εμπορικού Συλλόγου, των τουριστικών πρακτόρων, των ξεναγών, των ενοικιαζομένων και των καταστημάτων εστίασης και τουρισμού.

Οι εκπρόσωποι της ένωσης εφοπλιστών ,ιδιαίτερα ευχαριστημένοι χαιρέτισαν την προσπάθεια βελτίωσης της λιμενικής υποδομή και μετά την ενημέρωση που είχαν από τον Δήμαρχο Ναυπλιέων Δημήτρη Κωστούρο και την διαβεβαίωση του, τόσο για την άμεση έναρξη των εργασιών όσο και για την

αυστηρή τήρηση των χρονοδιαγραμμάτων ολοκλήρωσης των έργων της εκβάθυνσης του λιμανιού και του ISPS, επεσήμαναν ότι οι προοπτικές ανάπτυξης της κρουαζιέρας είναι καλές και η αναβάθμιση του λιμανιού θα φέρει άλλη δυναμική στο Ναύπλιο.

Μεταξύ άλλων στη συνάντηση επισημάνθηκε ότι ,παρόλη την πτώση των ποσοστών του τουρισμού κρουαζιέρας στην Ανατολική Μεσόγειο λόγω διεθνών συγκυριών, το Ναύπλιο παρουσιάζει μικρή πτώση η οποία μάλιστα συνδέεται με αύξηση των επισκεπτών λόγω των μεγαλύτερων πλοίων που θα καταπλεύσουν φέτος. Και με αφορμή αυτό προτάθηκε να υπάρξει ουσιαστικότερη συνεργασία μεταξύ των φορέων ώστε να υπάρχει καλύτερη και πιο συντονισμένη υποδοχή, τόσο των επιβατών, όσο και των πληρωμάτων των κρουαζιερόπλοιων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑΤΙ

5.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για τη λήψη των απαντήσεων ήταν με τη χρήση ερωτηματολογίου . Η κατάρτιση του ερωτηματολογίου, λόγω των ιδιοτήτων που έχει, αποτελεί την πλέον κρίσιμη και λεπτή εργασία, καθοριστικής σημασίας για την επιτυχία μιας στατιστικής έρευνας. Πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα καθώς δώσαμε βάση σε αριθμητικά στοιχεία και αποτελέσματα. Ο λόγος που επιλέχθηκε ποσοτική έρευνα έναντι της ποιοτικής είναι γιατί είναι πιο δομημένο το ερωτηματολόγιο με επίσημα στατιστικά στοιχεία και εν τέλη πιο συγκεκριμένο .

Περιέχει ερωτήσεις τύπου ανοιχτές, δηλαδή ο ερωτώμενος μπορεί να εκφράσει την άποψή του ελεύθερα χωρίς περιορισμούς αλλά και ερωτήσεις κλειστού τύπου. Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι οι εξής: Διχοτομικές ερωτήσεις που απαντώνται με Ναι ή Όχι , βαθμολόγησης όπου ο ερωτώμενος μπορεί να απαντήσει μόνο σε μία από τις υπάρχουσες κατηγορίες, ερωτήσεις κατάταξης όπου ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει τις απαντήσεις με σειρά προτεραιότητας ανάλογα με το ποια απάντηση θεωρεί πιο σημαντική. Επίσης στις ερωτήσεις Διαβαθμισμένης κλίμακας ο ερωτώμενος ζητείται να βαθμολογήσει με μια συγκεκριμένη κλίμακα μια κατηγορία ερωτήσεων. Για παράδειγμα από το 1 έως το 5 πόσο σημαντικό είναι. Τέλος οι ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής όπου ο ερωτώμενος μπορεί να επιλέξει περισσότερες από 1 απαντήσεις.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία υπήρξε ερωτηματολόγιο το οποίο συμπληρώθηκε από το facebook. Επιπροσθέτως, η δομή της είναι τέτοια ώστε αυτός που συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο να μπορεί να κατανοήσει και να ανταπεξέλθει στα ερωτήματα.

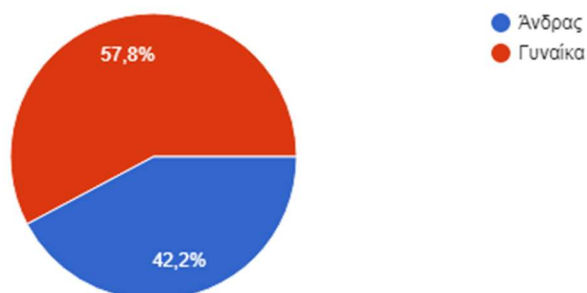
Λέγεται χαρακτηριστικά ότι "καμία στατιστική έρευνα δεν μπορεί να είναι καλύτερη από το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε σ' αυτή (Παρασκευόπουλος, 1993).

5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΕΣ

Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά οι απαντήσεις όσων συμμετείχαν στο ερωτηματολόγιο, ακριβώς όπως λήφθηκαν τα αποτελέσματα, για την ανάλυση και τα συμπεράσματα .

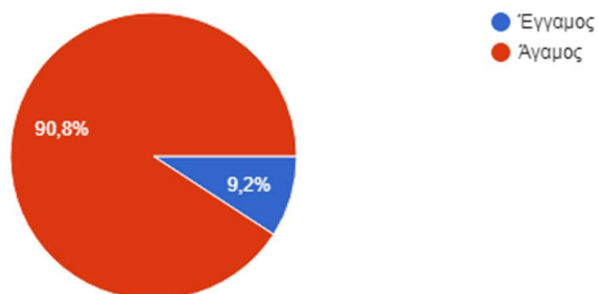
1. Φύλο:

109 απαντήσεις



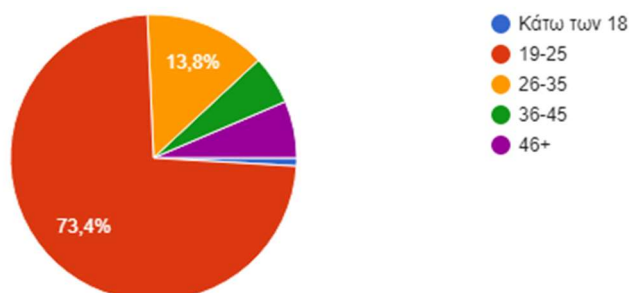
2. Είστε:

109 απαντήσεις



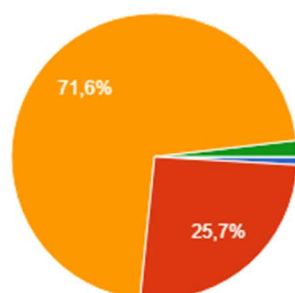
3. Ηλικία:

109 απαντήσεις



4. Επίπεδο εκπαίδευσης:

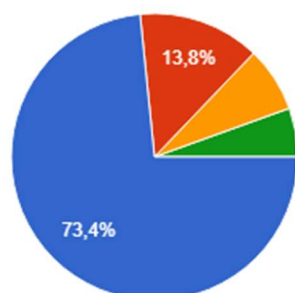
109 απαντήσεις



- Πρωτοβάθμια
- Δευτεροβάθμια
- Ανώτατη εκπαίδευση
- Μεταπτυχιακός τίτλος
- Διδακτορικός

5. Τι εισόδημα έχετε το μήνα;

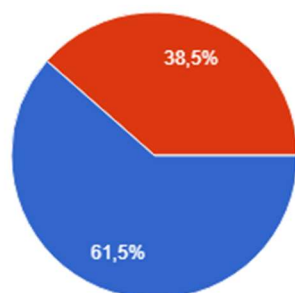
109 απαντήσεις



- 300 €-700 €
- 701€-1000€
- 1001€-1500€
- 1501€+

6. Έχετε κάνει ποτέ κάποιο θαλάσσιο σπορ;

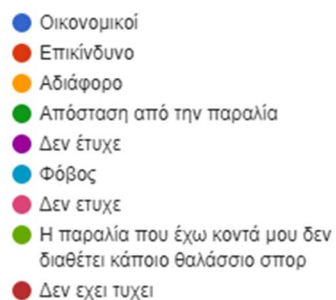
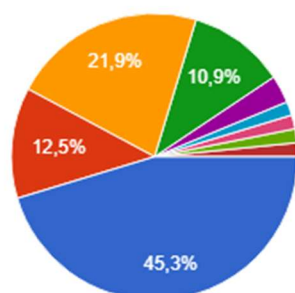
109 απαντήσεις



- Ναι
- Όχι

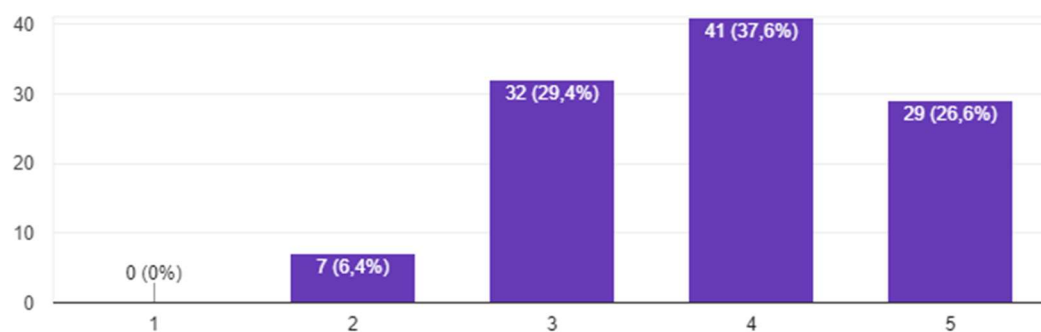
7. Εάν δεν έχετε κάνει κάποιο θαλάσσιο σπορ, ποιοι είναι οι λόγοι;

64 απαντήσεις



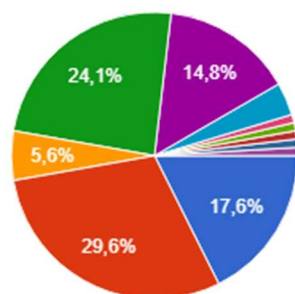
8. Πόσο σημαντικό θεωρείτε να υπάρχουν σε μια περιοχή θαλάσσια σπορ;

109 απαντήσεις



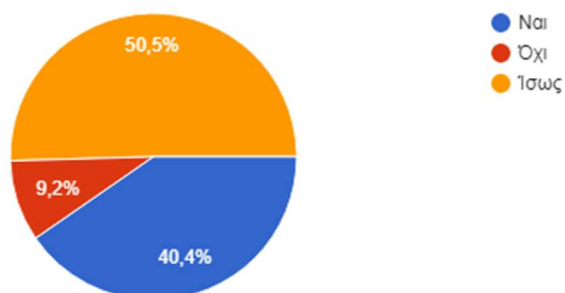
9. Ποια από τα παρακάτω θαλάσσια σπορ προτιμάτε;

108 απαντήσεις



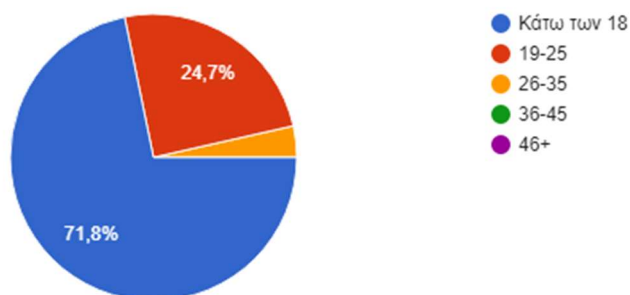
10. Έχετε σκοπό να κάνετε κάποιο θαλάσσιο σπορ αυτό το καλοκαίρι;

109 απαντήσεις



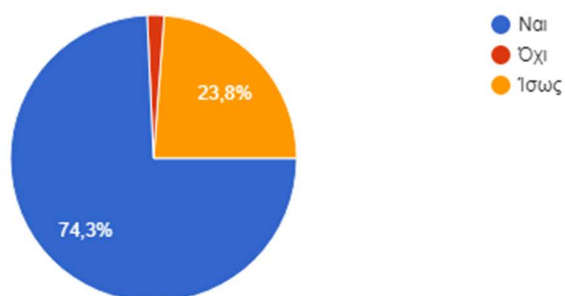
11. Από ποια ηλικία ξεκινήσατε τα θαλάσσια σπορ;

85 απαντήσεις



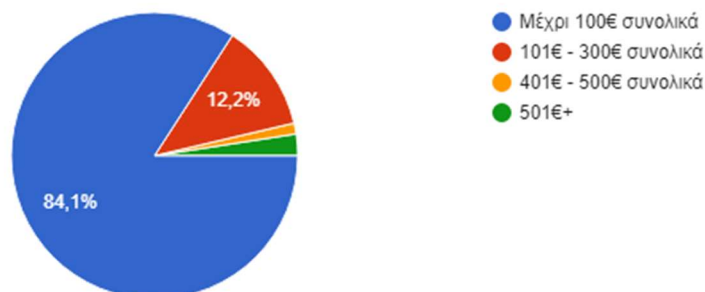
12. Εάν κάποιος φίλος σας δεν έχει κάνει ποτέ θαλάσσια σπορ θα του το προτείνετε;

105 απαντήσεις



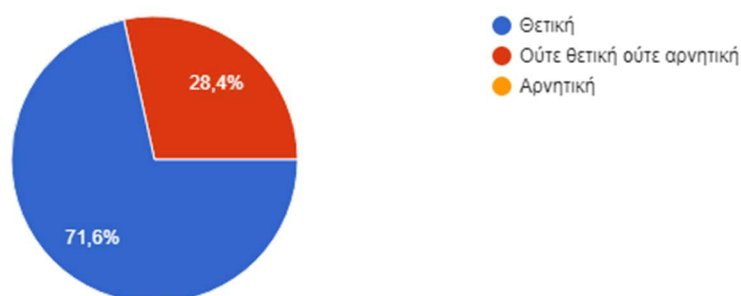
13. Πόσα χρήματα ξοδεύεται σε μια καλοκαιρινή περίοδο (Ιούνιος-Σεπτέμβρης) για θαλάσσια σπορ;

82 απαντήσεις



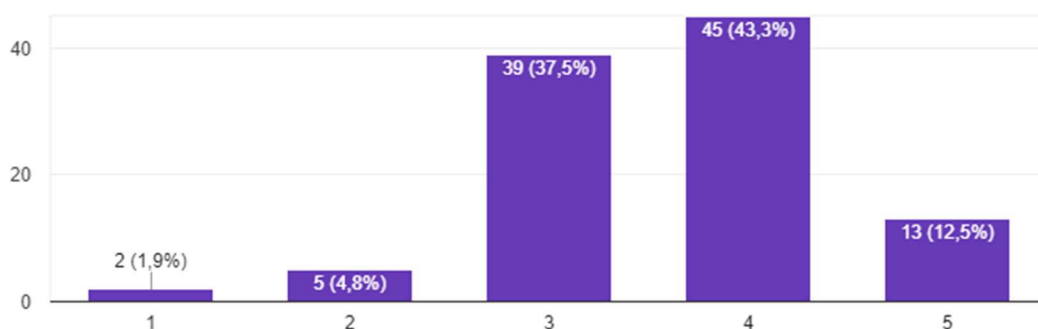
14. Ποια είναι η στάση σας σχετικά με την υποστήριξη της προώθησης των θαλάσσιων σπορ στη διεθνή αγορά;

109 απαντήσεις



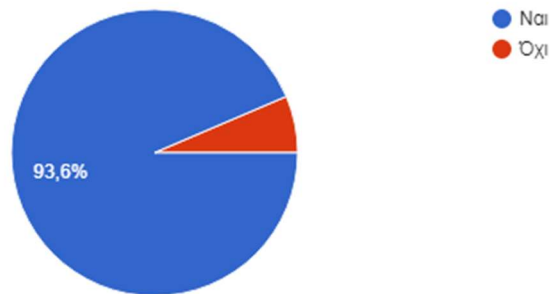
15. Πως θα χαρακτηρίζατε την τιμή των θαλάσσιων σπορ;

104 απαντήσεις



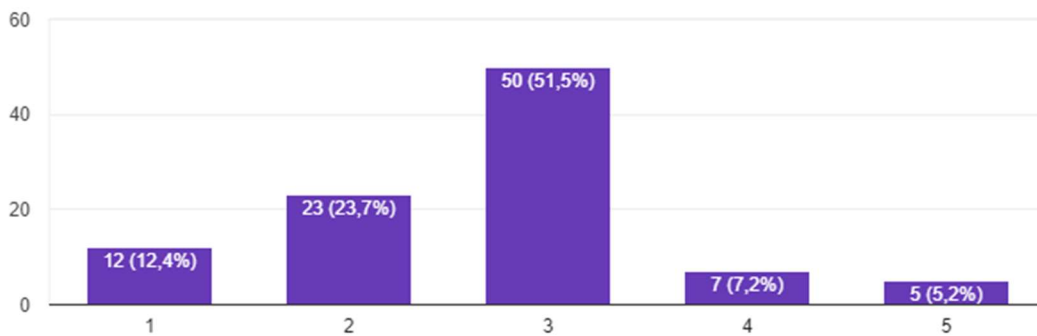
16. Έχετε επισκεφθεί το Ναύπλιο;

109 απαντήσεις

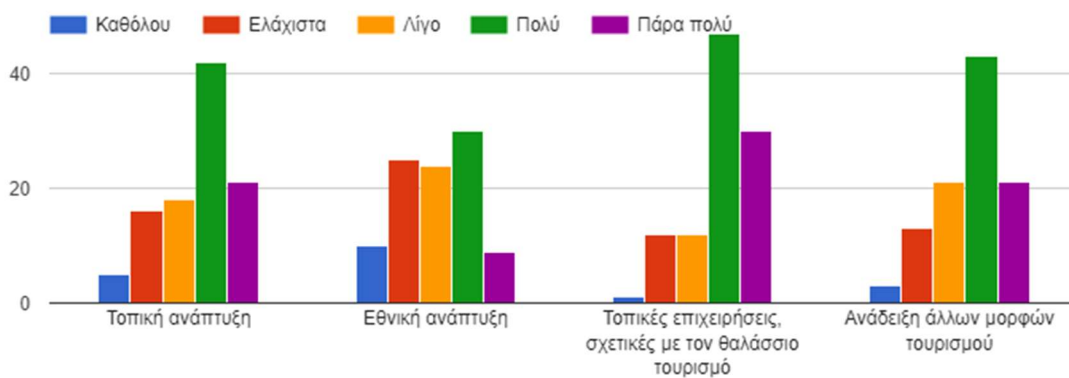


17. Θεωρείτε ότι τα κέντρα με θαλάσσια σπορ στο Ναύπλιο είναι:

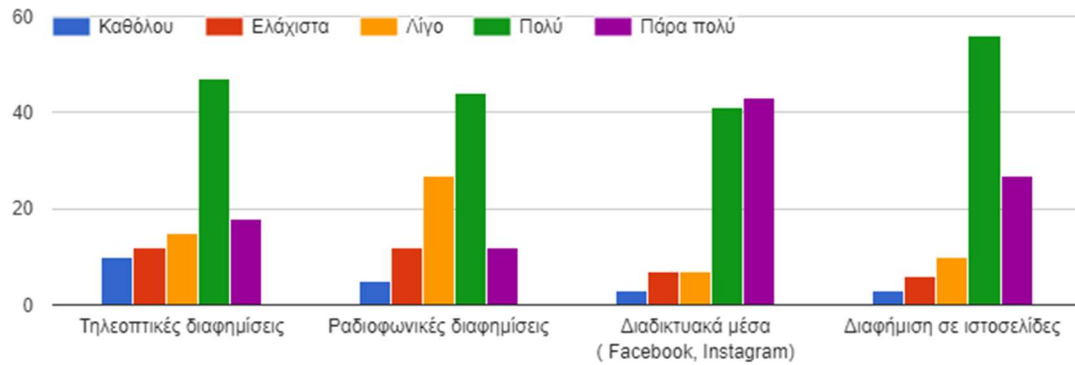
97 απαντήσεις



18. Πόσο μπορούν να συνεισφέρουν τα θαλάσσια σπορ στο Ναύπλιο στα παρακάτω χαρακτηριστικά;

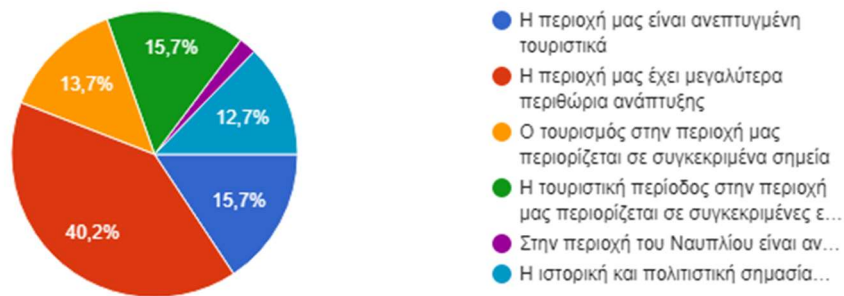


19. Πόσο μπορούν να συμβάλλουν οι παρακάτω παράγοντες στην προώθηση του ελληνικού θαλάσσιου τουρισμού στο Ναύπλιο;



20. Ποια πιστεύετε ότι είναι η γενική κατάσταση του τουρισμού σήμερα στην περιοχή του Ναυπλίου;

102 απαντήσεις



21. Ο τόπος κατοικίας σας:

Ναύπλιο: 44

Αθήνα: 19

Πάτρα: 15

Άργος: 3

Καλαμάτα: 3

Λουτράκι: 2

Θεσσαλονίκη: 2

Ναύπακτος: 1
Ιωάννινα: 1
Πουλακίδα: 1
Καρπενήσι: 1
Μυτιλήνη: 1
Λευκάδα: 2
Νεμέα: 1
Κόρινθος: 3
Δρέπανο Αργολίδας: 1
Ασίνη: 1
Αμαλιάδα: 1
Αλιβέρι: 1
Μεσσηνία: 1
Πειραιάς: 1
Πεντέλη: 1
Αττική: 1
Λήμνος: 1
Τρίπολη: 1

5.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου (109 απαντήσεις) κατά το οποίο απαντήθηκε στην πλειοψηφία από άτομα σχεδόν συνομήλικά μας, πήραμε τα παραπάνω αποτελέσματα (5.2) και καταλήξαμε στα εξής συμπεράσματα .

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο είναι άγαμοι (90,8%) και σε ηλικία 19-25 (73,4%), επίπεδο εκπαίδευσης: ανώτατη εκπαίδευση (71,6%) και μηνιαίο εισόδημα 300-700 € (73,4%) .

Το μεγαλύτερο ποσοστό έχει κάνει κάποιο θαλάσσιο σπορ τουλάχιστον μία φορά (61,5%) ενώ οι υπόλοιποι (38,5%) δεν έχουν κάνει για τους εξής λόγους: οικονομικοί (45,3%) , επικίνδυνο (12,5%) , απόσταση από παραλία: (10,9%), αδιάφορο (21,9%) και τέλος δεν έτυχε (9,6%). Παρατηρούμε πως ένα σημαντικό ποσοστό (20,4%) παρά την επιθυμία και τη δυνατότητά τους να κάνουν κάποιο θαλάσσιο σπορ δεν μπορούν λόγω απόσταση από την παραλία ή δεν έχουν βρεθεί σε κάποια παραλία που να υπάρχει η δυνατότητα χρήσης των θαλάσσιων σπορ.

Το μεγαλύτερο ποσοστό κρίνει πως είναι αρκετά σημαντικό να υπάρχει κάποιο θαλάσσιο σπορ (σε οποιαδήποτε περιοχή). Αυτά που προτιμούν περισσότερο είναι το τζετ σκι με το μεγαλύτερο ποσοστό (29,6%) , αμέσως μετά τα φουσκωτά με (24,1%), ακολουθεί το θαλάσσιο ποδήλατο με ποσοστό (17,6%) , κανό με (14,8%) , θαλάσσιο σκι με (5,6%) , sup stand up με (3,7%) και άλλα (4,6%) .

Το 71,8% των ερωτηθέντων έχουν κάνει για πρώτη φορά κάποιο θαλάσσιο σπορ πριν τα 18 τους χρόνια. Το ¼ σχεδόν (24,7%) από 19-25 και το υπόλοιπο (3,5%) στα 26-35 χρόνια . Περισσότεροι από τους μισούς απάντησαν : Ίσως , στην ερώτηση αν έχουν σκοπό να κάνουν κάποιο θαλάσσιο σπορ αυτό το καλοκαίρι (2018) σε ποσοστό (50,5%) , θα έκαναν σίγουρα (40,4%) και οι υπόλοιποι (9,2%) στην ίδια ερώτηση απάντησαν : Όχι .

Το (74,3%) θα πρότεινε σε κάποιον φίλο ή γνωστό που δεν έχει κάνει κάποιο θαλάσσιο σπορ να κάνει ενώ το υπόλοιπο (23,8%) απάντησε ίσως. Οι υπόλοιποι (1,9%) απάντησαν όχι .

Το (84,1%) ξοδεύουν μέχρι 100€ σε μια καλοκαιρινή περίοδο (Ιούνιο-Σεπτέμβριο) . Το (12,2%) ξοδεύουν από 101-300 € . Υπάρχουν όμως και οι λάτρεις των αθλημάτων που δεν αρκούνται στις λίγες φορές και ξοδεύουν από 401-500 € (1,2%) και 500+ € με ποσοστό (2,4%) .

Με ποσοστό (71,6%) των ερωτηθέντων υποστηρίζουν πως έχουν θετική στάση για την προώθηση των θαλάσσιων σπορ στη διεθνή αγορά ενώ το (28,4%) απάντησαν ούτε θετική ούτε αρνητική.

Η τιμή για τα θαλάσσια σπορ από την πλειοψηφία απάντησαν πως είναι Μέτρια προς Ακριβή , ενώ πολύ μικρά είναι τα ποσοστά που λένε ότι είναι πολύ φθηνή (1,9%) , φθηνή (4,8%) και λίγο μεγαλύτερα που υποστηρίζουν πως είναι πολύ ακριβή (12,5%).

Σχετικά με το Ναύπλιο από τα άτομα που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο με ποσοστό (93,6%) έχουν επισκεφθεί το Ναύπλιο ή κατοικούν εκεί , ενώ αυτοί που δεν το έχουν επισκεφθεί δεν ξεπερνούν το ποσοστό (6,4%).

Στην ερώτηση, κατά πόσο θεωρούν ότι τα θαλάσσια κέντρα στο Ναύπλιο είναι επαρκή η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησαν μέτρια , με αποτέλεσμα να μας δείχνει πως τα κέντρα θα πρέπει να αναπτυχθούν ακόμα περισσότερο, για να μπορούν να καλύψουν και τις ανάγκες και των πιο απαιτητικών πελατών.

Το βασικό ερώτημα βέβαια είναι κατά πόσο θα βοηθηθεί το Ναύπλιο , οι τοπικές επιχειρήσεις , η εθνική αλλά αργότερα και η διεθνή ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησαν πως σε *τοπική ανάπτυξη* θα μπορούσαν να συνεισφέρουν πολύ τα θαλάσσια σπορ. Σημαντικό ποσοστό απάντησαν πάρα πολύ στην ίδια ερώτηση ενώ ελάχιστα καθόλου και λίγο τα μικρότερα ποσοστά. Στην ίδια ερώτηση για *εθνική ανάπτυξη* τα ποσοστά ελάχιστα και λίγο είναι αρκετά ισχυρά χωρίς βέβαια να αναδεικνύεται έναντι του πολύ καθώς και το πάρα πολύ έχει πολύ μικρά ποσοστά. Τα μεγαλύτερα ποσοστά απαντήσεων είναι για τις *τοπικές επιχειρήσεις* τα οποία ξεπερνούν το 78% και πιστεύουν ότι θα βοηθηθούν αρκετά , με τους περισσότερους να έχουν ψηφίσει πολύ και αμέσως μετά πάρα πολύ . Τέλος θετικοί είναι και για την ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού , με το μεγαλύτερο ποσοστό να απαντά πολύ . Στα ίδια ποσοστά είναι και αυτοί που απάντησαν λίγο και πάρα πολύ , καθώς ακόμα λιγότεροι αυτοί που απάντησαν ελάχιστα ή καθόλου.

Ανάλυση SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

5.4 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το παρόν ερωτηματολόγιο πρόκειται να χρησιμοποιηθεί για τη συλλογή πληροφοριών της πτυχιακής μου εργασίας, η οποία έχει θέμα τα θαλάσσια σπορ και τις δυνατότητες για ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στο Ναύπλιο. Παρακαλώ να συμπληρωθεί με ακριβή στοιχεία.

Ευχαριστώ εκ των προτέρων για τον χρόνο σας.

1. Φύλο: *
 - Άνδρας
 - Γυναίκα

2. Είστε: *
 - Έγγαμος
 - Άγαμος

3. Ηλικία: *
 - 18-25
 - 26-35
 - 36-45
 - 46-55
 - 56-65
 - 66+

4. Επίπεδο εκπαίδευσης: *
 - Πρωτοβάθμια
 - Δευτεροβάθμια
 - Ανώτατη εκπαίδευση
 - Μεταπτυχιακός τίτλος
 - Διδακτορικός

5. Τι εισόδημα έχετε το μήνα; *

- 300€-700€
- 701€-1000€
- 1001€-1500€
- 1500€+

6. Έχετε κάνει ποτέ κάποιο θαλάσσιο σπορ; *

- Ναι
- Όχι

7. Εάν δεν έχετε κάνει κάποιο θαλάσσιο σπορ, ποιοι είναι οι λόγοι;

- Οικονομικοί
- Επικίνδυνο
- Αδιάφορο
- Απόσταση από την παραλία
- Άλλο(.....)

8. Πόσο σημαντικό θεωρείτε να υπάρχουν σε μια περιοχή θαλάσσια σπορ; *

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	○	○	○	○	○	Πάρα πολύ

9. Ποια από τα παρακάτω θαλάσσια σπορ προτιμάτε;

- Θαλάσσιο ποδήλατο
- Τζετ σκι
- Θαλάσσιο σκι
- Φουσκωτά
- Κανό
- Sup
- Άλλο (συμπληρώστε:.....)

10. Έχετε σκοπό να κάνετε κάποιο θαλάσσιο σπορ αυτό το καλοκαίρι; *

- Ναι
- Όχι
- Ίσως

11. Από ποια ηλικία ξεκινήσατε τα θαλάσσια σπορ;

- Κάτω των 18
- 19-25

- 26-35
- 36-45
- 46++

12. Εάν κάποιος φίλος σας δεν έχει κάνει ποτέ θαλάσσια σπορ θα του το προτείνετε;

- Ναι
- Όχι
- Ίσως

13. Πόσα χρήματα ξοδεύεται σε μια καλοκαιρινή περίοδο (Ιούνιος-Σεπτέμβρης) για θαλάσσια σπορ;

- Μέχρι 100€ συνολικά
- 101€-300€ συνολικά
- 301€-500€ συνολικά
- 501€+

14. Ποια είναι η στάση σας σχετικά με την υποστήριξη της προώθησης των θαλάσσιων σπορ στη διεθνή αγορά; *

- Θετική
- Ούτε θετική ούτε αρνητική
- Αρνητική

15. Πως θα χαρακτηρίζατε την τιμή των θαλάσσιων σπορ;

1 2 3 4 5

Καθόλου ακριβό ○ ○ ○ ○ ○ Πάρα πολύ ακριβό

16. Έχετε επισκεφθεί το Ναύπλιο?

- Ναι
- Όχι

17. Θεωρείτε ότι τα κέντρα με θαλάσσια σπορ στο Ναύπλιο είναι:

1 2 3 4 5

Μη επαρκή ○ ○ ○ ○ ○ Επαρκή

18. Πόσο μπορούν να συνεισφέρουν τα θαλάσσια σπορ στο Ναύπλιο στα παρακάτω χαρακτηριστικά;

Καθόλου Ελάχιστα Λίγο Πολύ
Πάρα πολύ

Τοπική ανάπτυξη

Εθνική ανάπτυξη

Τοπικές επιχειρήσεις, σχετικές με τον θαλάσσιο τουρισμό.

Ανάδειξη άλλων μορφών τουρισμών

19. Πόσο μπορούν να συμβάλλουν οι παρακάτω παράγοντες στην προώθηση του ελληνικού θαλάσσιου τουρισμού στο Ναύπλιο;

Καθόλου Ελάχιστα Λίγο Πολύ Πάρα πολύ

Τηλεοπτικές διαφημίσεις

Ραδιοφωνικές διαφημίσεις

Διαδικτυακά μέσα (Facebook, Instagram)

Διαφήμιση σε ιστοσελίδες

20. Ποια πιστεύετε ότι είναι η γενική κατάσταση του τουρισμού σήμερα στην περιοχή του Ναυπλίου;

- Η περιοχή μας είναι ανεπτυγμένη τουριστικά
- Η περιοχή μας έχει μεγαλύτερα περιθώρια ανάπτυξης
- Ο τουρισμός στην περιοχή μας περιορίζεται σε συγκεκριμένα σημεία
- Η τουριστική περίοδος στην περιοχή μας περιορίζεται σε συγκεκριμένες εποχές
- Στην περιοχή του Ναυπλίου είναι ανεπτυγμένος σήμερα ο θαλάσσιος τουρισμός
- Η ιστορική και πολιτιστική σημασία της περιοχής αποτελεί σημαντικό προτέρημα για το τουριστικό προϊόν.

21. Ο τόπος κατοικίας σας.

.....

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλιογραφία

Δεν έχουν καριστεί πηγές στο τρέχον έγγραφο.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- http://www.visitgreece.gr/el/main_cities/nafplio
- http://www.visitgreece.gr/el/main_cities/nafplio
- Eurostat Statistics Explained(2017), Στατιστικές Τουρισμού. Link: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics/el
- Ελληνική Στατιστική Αρχή, <http://www.statistics.gr>
- Greece all time classic, link: <http://www.visitgreece.gr>
- Ειδήσεις, www.lifo.gr
- Καθημερινή, <http://www.kathimerini.gr>
- Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Jet_Ski
- Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Kiteboarding>
- Βικιπαίδεια, <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BB%CE%B9%CE%B5%CE%AF%CE%B1>
- Ελληνική Δημοκρατία, Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιώτικης Πολιτικής, Αρχηγείο Λιμενικού Σώματος – Ελληνικής Ακτοφυλακής, <http://www.hcg.gr/node/266>
- Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Game_fish
- Βικιπαίδεια, https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B2%CF%81%CF%8D%CF%87%CE%B9%CE%B1_%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%B5%CE%AF%CE%B1
- Δήμος Ναυπλιέων, <http://www.nafplio.gr/odimosmenu/denafplioumenu/nafpliomenu.html>
- Energy triathlon, <http://www.energyraces.gr/?event=nafplio-energy-triathlon-2018>
- Παλαμήδειος Άθλος, <https://www.nafpliocastlerun.gr/diorganosi/>
- Bike Challenge Tour, http://www.tolo.gr/gr/Events/Argolida/Tolo/Bike_Challenge_Tour_2017-315
- Pocket-guide, https://www.pocket-guide.gr/gr/Businesses/Argolida/Nafplio/Activities/Kite_surf-1636

- PanExpeditions, <https://www.panexpeditions.com/index.html>
- Anagnostis, <https://anagnostis.org/article/thalassia-apogeiose-stis-paralies-toy-nayplioy-vid>
- Airbnb, <https://www.airbnb.gr/rooms/24628548>
- Protothema, <https://www.protothema.gr/travelling/article/783051/to-nauplio-kerdise-ti-varkeloni-stin-afixi-touristikon-skafon-anapsuhis/>
- 6ο Μεσογειακό Yatch Show, <https://translate.google.gr/translate?hl=el&sl=en&u=https://www.mediterraneanyachtshow.gr/&prev=search>
- ΣοφοκλέουςIn, <https://www.sofokleousin.gr/kountoura-stratigiki-epilogi-i-anaptyksi-tou-thalassiou-tourismou>
- EPT, <http://www.ert.gr/perifereiakoi-stathmoi/tripoli/sto-vimatismo-tou-thalassiou-tourismou-argolida-ke-peloponnisos/>
- Αργολικές Ειδήσεις, https://www.argolikeseidhseis.gr/2017/10/blog-post_453.html
- Μελέτη του gnto, http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/meleti_B_fasi_peloponnisos.pdf , μελέτη του 2003.
- Μελέτη του gnto, http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/perilipsi_peloponnisos.pdf , μελέτη του 2003.
- Δήμος Ναυπλιέων, <http://www.nafplio.gr/neamenu/dimotikaneamenu/1596-megaliidinamikikrouazieraspou8aapoktiseitonafplio.html>
- <http://oikopress.gr>
- <http://altertourism.gr>
- <https://e-class.teilar.gr>
- <http://www.insete.gr>

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Γεώργιος δημ. Κολτσιδόπουλος(2010) Τουρισμός (θεωρητική προσέγγιση), εκδοτικός όμιλος ίων, εκδόσεις έλλην, δεύτερη έκδοση, Γ. ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.
- Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Κώστας Ν. Κραβαρίτης, Περικλής Ν. Λύτρας (1999), Εισαγωγή στον τουρισμό, Εκδοτικός οίκος 'INTERBOOKS'.
- ΧΑΡΗΣ ΚΟΚΚΩΣΗΣ – ΠΑΡΙΣ ΤΣΑΡΤΑΣ - ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΓΚΡΙΜΠΑ (Απρίλιος 2011), ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, εκδόσεις κριτική, τουρισμός και αναψυχή, 1η έκδοση.
- Δημήτρης Λαγός(2005), Τουριστική οικονομική, Εκδόσεις Κριτική
- Μανώλης Κων. Σφακιανάκης(2000), 'ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ', εκδόσεις 'ΕΛΛΗΝ'