

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: «Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ»**

ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ: ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΦΑΝΟΥΡΑΚΗ (Α.Μ.: 4042202002052)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΛΙΑΡΓΚΟΒΑΣ

ΤΡΙΠΟΛΗ 2022

**«THE CONTRIBUTION OF TOURISM TO THE
DEVELOPMENT OF PELOPONNESE REGION»**



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ



ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΠΜΣ στην Οργάνωση και Διοίκηση Δημοσίων Υπηρεσιών, Δημοσίων Οργανισμών και Επιχειρήσεων

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: «Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ»**

ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ: ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΦΑΝΟΥΡΑΚΗ (Α.Μ: 4042202002052)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΛΙΑΡΓΚΟΒΑΣ

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Παναγιώτης Λιαργκόβας

Μέλος Επιτροπής

Καθηγητής (Επιβλέπων)

Ευαγγελόπουλος Παναγιώτης

ΤΡΙΠΟΛΗ 2022

Δήλωση μη λογοκλοπής

Δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις κυρώσεις του Ν. 2121/1993 περί πνευματικής ιδιοκτησίας, ότι η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία είναι εξ' ολοκλήρου αποτέλεσμα δικής μου ερευνητικής εργασίας, δεν αποτελεί προϊόν αντιγραφής ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (κάθε είδους, μορφής και προέλευσης) για τη συγγραφή της περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία.

Φανουράκη Ευαγγελία

Ευχαριστίες

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια των μεταπτυχιακών μου σπουδών στο ΠΜΣ στην Οργάνωση και Διοίκηση Δημοσίων Επιχειρήσεων, Δημοσίων Οργανισμών και Επιχειρήσεων του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέπων καθηγητή μου και Καθηγητή του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου κο. Παναγιώτη Λιαργκόβα για την καθοδήγηση και τις συμβουλές του, καθώς και για τη στήριξη και το αμέριστο ενδιαφέρον καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας.

Επίσης είμαι ευγνώμων στον σύζυγό μου και στους γονείς μου για τη στήριξη και την προτροπή τους να συνεχίσω τις σπουδές μου.

Αφιερώνω αυτή την εργασία στα δυο μου παιδιάκια, την Ιωάννα και τον Γιώργο, τα οποία θα είναι πάντα ο λόγος που θα προσπαθώ να εξελίσομαι.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία ασχολείται με την συμβολή του τουρισμού στην περιφέρεια Πελοποννήσου. Ο τουρισμός ως μια από τις πιο σημαντικές βιομηχανίες της χώρας αλλά και της Ε.Ε., δεν θα μπορούσε να μην αποτελεί σημαντικό κομμάτι για την οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη της περιφέρειας Πελοποννήσου. Η συμβολή του τουρισμού αποτυπώνεται σε πολλούς τομείς, όπως για παράδειγμα στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην αντιμετώπιση του συναλλαγματικού προβλήματος, στον περιορισμό των περιφερειακών ανισοτήτων.

Φυσικά η ραγδαία ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος δημιούργησε και μερικές ζημιογόνες καταστάσεις στην κοινωνία και στο περιβάλλον. Εξάντληση φυσικών πόρων, καταστροφή φυσικού πλούτου, εγκατάλειψη περιοχών με μειωμένο τουριστικό ενδιαφέρον και συσσώρευση πληθυσμού στις μεγαλουπόλεις καθώς και μονομερή ανάπτυξη σε περιοχές που παρουσίαζαν τουριστικό ενδιαφέρον.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου διαθέτει αξιόλογους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους που χρήζουν ανάδειξης από τους τοπικούς φορείς και από το κράτος. Η οικονομική κρίση αλλά και η πανδημία του covid-19 δημιούργησαν σημαντικά προβλήματα αλλά και καθυστερήσεις στην τουριστική ανάπτυξη. Στόχος είναι να παρουσιαστούν τα προβλήματα και οι αδυναμίες που ανακύπτουν, καθώς η αειφορία και η ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού θα επιτευχθεί μέσα από τη συνεργασία των τοπικών φορέων και του κράτους, ώστε να δημιουργηθούν προγράμματα ανάπτυξης με μεγάλο χρονικό ορίζοντα.

Λέξεις-κλειδιά: Τουρισμός, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Περιφερειακή Ανάπτυξη, Τουριστική Ανάπτυξη, Εναλλακτικός Τουρισμός, Τουριστική Πολιτική

Abstract

This thesis deals with the contribution of tourism in the region of Peloponnese. Tourism as one of the most important industries of the country and of the EU, it could not but be an important part for the economic and cultural development of the Peloponnese region. The contribution of tourism is reflected in many areas such as job creation, dealing with the foreign exchange problem, limiting regional disparities.

There is no doubt, the rapid development of the tourist product also created some loss-making situations in society and in the environment. Exhaustion of natural resources, destruction of natural wealth, abandonment of areas with reduced tourist interest and population accumulation in megacities as well as unilateral development in areas located in the center of tourist interest.

The Region of Peloponnese has valuable natural and cultural resources that need to be highlighted by local agencies and the state. The economic crisis and the covid-19 pandemic created significant problems and delays in tourism development. The aim is to present the problems and weaknesses that arise, as sustainability and development in the tourism sector will be achieved through the cooperation of local bodies and the state in order to create development programs with a long time horizon.

Keywords: Tourism, Peloponnese Region, Regional Development, Tourism Development, alternative tourism, tourism policy

Πίνακας περιεχομένων

Ευχαριστίες.....	viii
Περίληψη.....	x
Abstract	xii
Εισαγωγή.....	1
Κεφάλαιο 1	2
1.1 Η έννοια του τουρισμού	2
1.2 Η συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση	4
1.3 Οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού.....	6
1.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση για τουρισμό	10
1.5 Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού	11
Κεφάλαιο 2	13
2.1 Περιφερειακές ανισότητες	13
2.2 Ο εναλλακτικός τουρισμός	14
2.3 Οι αναπτυξιακοί νόμοι για την περιφερειακή ανάπτυξη.....	17
2.4 Ο τουρισμός στις περιφέρειες της Ελλάδας	19
Κεφάλαιο 3	22
3.1 Η Περιφέρεια Πελοποννήσου	22
3.2 Σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου	24
3.2.1 Αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία.....	24
3.2.2 Θαλάσσια σπορ, κολύμβηση, ιαματικά νερά.....	26
3.2.3 Αστικά κέντρα και παραδοσιακοί οικισμοί.....	26
3.3 Επιπτώσεις του τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.....	27
Κεφάλαιο 4	30
4.1 Οι απειλές και τα προβλήματα στον ελληνικό τουρισμό	30
4.2 Η πολιτική της Ελλάδας για τον τουρισμό.....	31
4.3 Η τουριστική ανάπτυξη και οι παράγοντες που την επηρεάζουν	35
Κεφάλαιο 5	39
5.1 Στατιστικά αποτελέσματα δημογραφικών ερωτήσεων	39
5.2 Στατιστικά αποτελέσματα αξιολόγησης της υφιστάμενης κατάστασης	42
5.3 Στατιστικά αποτελέσματα για τις προτάσεις ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου	46
Συμπεράσματα	49
Βιβλιογραφία.....	52
Παράρτημα.....	56

Εισαγωγή

Η Ελλάδα και ο τουρισμός, αποτελούν εδώ και πολλά χρόνια δύο λέξεις άρρηκτα συνδεδεμένες, καθώς ακόμη και κάτω από δύσκολες συνθήκες η Ελλάδα παραμένει ένας από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς. Ειδικά σε δύσκολες περιόδους όπως της βαθιάς οικονομικής ύφεσης αλλά και της πρόσφατης πανδημίας που έπληξε οικονομικά και όχι μόνο όλο τον πλανήτη, ο τουρισμός υπήρξε ένας από τους βασικούς πυλώνες στους οποίους στηρίχθηκε η οικονομία και η ανάπτυξη της χώρας σε τοπικό, περιφερειακό αλλά και εθνικό επίπεδο. Είναι εμφανές πως η Ελλάδα κατέχει συγκριτικά πλεονεκτήματα που βοηθούν στην τουριστική ανάπτυξη αλλά δίνουν και περιθώρια για περαιτέρω εξέλιξή της. Στην παρούσα διπλωματική εργασία θα προσπαθήσουμε να παρουσιάσουμε τους παράγοντες που συντελούν στην τουριστική και συνάμα στην οικονομική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Θα μελετήσουμε την Περιφέρεια Πελοποννήσου καθώς συνδυάζει πολλά και διαφορετικά είδη τουρισμού λόγω της μορφολογίας και της γεωγραφικής της θέσης.

Τα τελευταία χρόνια έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη και αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών μέσω των αναπτυξιακών νόμων με απώτερο σκοπό την συνολική οικονομική ευημερία. Υπάρχουν βέβαια διάφορες κατηγορίες επιδράσεων που δημιουργεί ο τουρισμός, οι οποίες σε κάποιες περιπτώσεις είναι αρνητικές, δημιουργώντας περιφερειακές ανισότητες και ανάπτυξη μόνο σε περιφέρειες με συγκεκριμένα γεωγραφικά χαρακτηριστικά.

Μέσω της μελέτης στην βιβλιογραφία γίνεται αντιληπτό το πόσο άμεσα συμβάλλει στην οικονομία της χώρας ο τουρισμός, δημιουργώντας έναν σημαντικό αριθμό θέσεων εργασίας, αλλά και αποτελώντας πόλο έλξης για την δημιουργία πολλών επενδύσεων κάνοντας την Ελλάδα υπολογίσιμη δύναμη στο κομμάτι του τουρισμού. Δυστυχώς εκτός από την οικονομική κρίση, μπήκε στο κάδρο και η πανδημία του covid-19 να ταραξεί τα νερά στην ήδη πληγωμένη οικονομία της Ελλάδας.

Στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα είναι να αναδειχθούν οι τρόποι μέσα από τους οποίους θα ξεπεραστούν τα όποια προβλήματα και οι ανισότητες που δημιουργούνται σε περιφερειακό επίπεδο, αλλά και ο τρόπος που θα ενισχυθεί η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων που στηρίζονται από τον τουρισμό της χώρας.

Κεφάλαιο 1

1.1 Η έννοια του τουρισμού



Η ιστορία του τουρισμού ξεκινά από το 1811 ίσως και νωρίτερα, ενώ σαν ορισμός εμπλουτίζεται όλο και περισσότερο με τα χρόνια. Στην αρχαιότητα σαν τουρισμός εννοούταν ως επί των πλείστων, η μετακίνηση

ταξιδιωτών για εμπορικούς, θρησκευτικούς και ιατρικούς λόγους. Αργότερα ο κόσμος ξεκίνησε να ταξιδεύει περισσότερο για προσωπική ευχαρίστηση και ξεκούραση, ενώ κατά τον 19ο αιώνα παρουσιάζεται η μεγαλύτερη άνθηση, καθώς εξελίσσεται πια η μετακίνηση από θάλασσα και στεριά. Για να χαρακτηριστεί μια μετακίνηση ως τουρισμός θα πρέπει η μετακίνηση να γίνεται εκτός του τόπου μόνιμης διαμονής αλλά και να διαρκεί περισσότερο από ένα εικοσιτετράωρο, αλλιώς χαρακτηρίζεται ως εκδρομή.

Στο παρελθόν η έννοια του τουρισμού έχει προσεγγιστεί από πολλές πλευρές, καθώς όντας ένα σύνθετο φαινόμενο η πλήρη ερμηνεία και απόδοσή του θα ήταν δύσκολο να αναπτυχθεί μέσα σε λίγες γραμμές. Σαν έννοια υφίσταται από πολύ παλιά και έχει μελετηθεί εκτενώς στην βιβλιογραφία, συνεπώς έχουν δοθεί πολλοί και διαφορετικοί ορισμοί προκειμένου να καλυφθεί όσο γίνεται περισσότερο η έννοια και να δοθεί ένας πλήρης ορισμός. Έχει αποδειχθεί αρκετά δύσκολο να δοθεί μια πλήρης ερμηνεία του φαινομένου που ονομάζεται τουρισμός, καθώς εγείρονται πολλά ερωτήματα όπως για παράδειγμα ποιος ονομάζεται τουρίστας εκείνος που ταξιδεύει για διασκέδαση, για αναψυχή, για επαγγελματικούς σκοπούς; Πρέπει να βρίσκεται μακριά και πόσο από τον τόπο κατοικίας του;

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) αποδίδει την έννοια τουρισμός ως: «Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (π.χ. τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους) και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον έναν χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.ά.» Ακόμη μια από τις πρώτες προσεγγίσεις της έννοιας του τουρισμού έγινε από τους Hunziker και Krapf το 1942

όπου ο τουρισμός αποτελούσε «ένα σύνολο σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από τα ταξίδια και τη διαμονή των μη κατοίκων μιας περιοχής, στην περίπτωση που η παραμονή δεν οδηγεί στη μόνιμη κατοικία και δεν συνδέεται με οποιαδήποτε μόνιμη ή προσωρινή επικερδή δραστηριότητα». Αρκετό ενδιαφέρον παρουσιάζει και η εννοιολογική προσέγγιση του Λαγού 2005, όπου ο τουρισμός παρουσιάζεται ως ένα «πολυπρισματικό οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, που συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής, με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχοσωματικών τους αναγκών και πνευματικών περιεργειών. Τα άτομα μετακινούνται πρόσκαιρα και συνειδητά και αποκλειστικά για τον λόγο που προαναφέρθηκε σε ξένο γεωγραφικό χώρο, παραμένουν εκεί για χρονικό διάστημα μέχρι ένα έτος και αναπτύσσουν συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής, διακοπών, επιχειρηματικές κλπ.».

Ο τουρισμός μπορεί να χωριστεί σε κατηγορίες ανάλογα με το τι εξυπηρετεί κάθε φορά. Η διάκριση μπορεί να γίνει ανάλογα με το σκοπό του ταξιδιού, τα άτομα που συμμετέχουν, τον τόπο διαμονής κ.ά. Σαν γενικές έννοιες μπορούμε να διακρίνουμε τον εγχώριο τουρισμό που σημαίνει πως τα άτομα ταξιδεύουν εντός των ορίων της χώρας στην οποία ζουν, τον εξερχόμενο τουρισμό που αφορά τα άτομα μιας χώρας που ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα, τον εισερχόμενο δηλαδή τα άτομα από άλλες χώρες που επισκέπτονται μια συγκεκριμένη χώρα και τον διεθνή τουρισμό που αποτελείται από το σύνολο του εξερχόμενου και εισερχόμενου τουρισμού. Επίσης ο εσωτερικός τουρισμός που αποτελείται από τον εγχώριο και εισερχόμενο τουρισμό καθώς και ο εθνικός τουρισμός αποτελούμενος από τον εγχώριο και εξερχόμενο τουρισμό. Ποιο νέα μορφή τουρισμού αποτελεί ο εναλλακτικός τουρισμός, ο οποίος προσπαθώντας να συνδεθεί και με μια βιώσιμη ανάπτυξη οδήγησε στην εξέλιξη δραστηριοτήτων που προωθούσαν τον σεβασμό προς το περιβάλλον.

Μέχρι την δεκαετία του 1970 ο τουρισμός αποτελούσε έναν τομέα χωρίς κάποια ιδιαίτερη οικονομική και πολιτισμική σημασία, έκτοτε μετατράπηκε σε ζωτικής σημασίας παράγοντα για την οικονομική ευημερία και ανάπτυξη των χωρών. Ο 19^{ος} αιώνας με την εμφάνιση του σιδηρόδρομου και την ναυπήγηση του ατμόπλοιου, αποτελεί αιτία για την ανάπτυξη του τουρισμού, οι μετακινήσεις έγιναν πιο γρήγορες και ασφαλείς ενώ μειώθηκε και το κόστος. Ο 20^{ος} αιώνας φέρνει μεγάλες αλλαγές καθώς πλέον η Ευρώπη αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς, ο

μαζικός τουρισμός βρίσκεται σε μεγάλη άνθηση και στον τομέα των μετακινήσεων χρησιμοποιούνται πλέον το αυτοκίνητο και το αεροπλάνο.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός είναι μια τεράστια βιομηχανία ίσως και η μεγαλύτερη σε όλο τον κόσμο. Παράγοντες αυτής της βιομηχανίας είναι οι αεροπορικές και ακτοπλοϊκές εταιρίες, οι ξενοδοχειακές μονάδες, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, τα καταστήματα με τουριστικά είδη κ.ά.

Μελετώντας την βιβλιογραφία μπορούμε να διακρίνουμε κάποια κοινά χαρακτηριστικά που παρουσιάζουν οι περισσότερες ερμηνείες για τον τουρισμό. Ενδεικτικά θα αναφέρουμε τα εξής:

- Η μετακίνηση των ατόμων έχει βραχυχρόνιο χαρακτήρα και σκοπός τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους.
- Η διανυκτέρευση γίνεται σε ξενοδοχεία, ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια κλπ.
- Εφόσον μιλάμε για μονοήμερο ταξίδι δεν υπάρχει διανυκτέρευση.
- Σκοπός της μετακίνησης είναι η διασκέδαση, η αγορά προϊόντων ή η επίσκεψη σε κάποιο συγγενικό ή φιλικό άτομο.
- Εκπαιδευτικοί, θρησκευτικοί και επαγγελματικοί λόγοι συγκαταλέγονται στους λόγους μετακίνησης.

Αναμφίβολα λοιπόν ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς τομείς σε παγκόσμια κλίμακα, καθώς υπολογίζεται πως αντιπροσωπεύει το 10 με 12% του παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος, ενώ οι επιπτώσεις του είναι ορατές στην κοινωνία, στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

1.2 Η συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση



Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε την σημαντικότερη επίδραση που ασκεί ο τουρισμός στο κομμάτι της απασχόλησης του εργατικού δυναμικού μιας χώρας και αυτός είναι ένας από τους λόγους που δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην ανάπτυξή του, καθώς

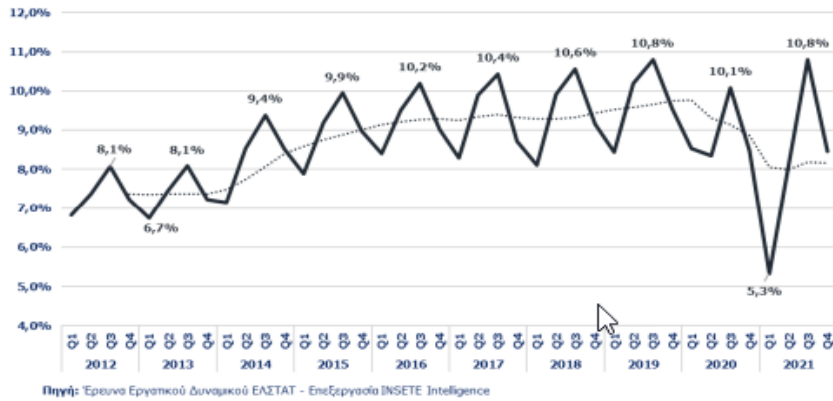
συμπαράσχει και την αύξηση της οικονομικής δραστηριότητας των χωρών. Αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα στον οποίο στηρίζονται κυρίως οι αναπτυσσόμενες χώρες για την οικονομική τους ανάπτυξη και μεγέθυνση. Ο τουρισμός για πολλές χώρες συγκαταλέγεται μέσα στις τρεις σημαντικότερες βιομηχανίες που επηρεάζουν την ανάπτυξή τους. Αρχικά δεν είχε δοθεί η απαιτούμενη σημασία, καθώς θεωρούσαν πως δεν υπήρχε κάποια ιδιαίτερη σύνδεση με την ανάπτυξη της βιομηχανίας και της παραγωγής, αλλά αντιθέτως, οι τουρίστες αντιμετωπίζονταν ως οι «εισβολείς» που έφταναν σε ένα μέρος με μόνο σκοπό να διασκεδάσουν και να προκαλέσουν φθορές στο πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον του κάθε τόπου. Φυσικά αυτή η νοοτροπία άλλαξε μετά από το 1970 και άρχισε να αντιμετωπίζεται από τους κατοίκους και από τους οικονομολόγους που μελετούσαν το φαινόμενο, ως ένας σημαντικός οικονομικός κλάδος και σαν μια υπολογίσιμη πηγή εισοδήματος.

Από το 1991 ο τουρισμός χαρακτηρίστηκε ως ο μεγαλύτερος παραγωγικός κλάδος στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ αποτελεί και την μεγαλύτερη εξαγωγική βιομηχανία στον κόσμο σύμφωνα με έρευνα του 1992. Στην Ελλάδα ο τουρισμός συμμετέχει με ένα πολύ μεγάλο ποσοστό της τάξης του 20,8% στην διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας, ενώ η συνολική συμμετοχή στην απασχόληση φτάνει το 21,7% (πηγή sete.gr για το έτος 2019). Είναι κοινώς αποδεκτό πως η ανεργία στην Ελλάδα περιορίζεται, ειδικά κατά την θερινή περίοδο, λόγω των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται από επιχειρήσεις που συνδέονται με τον τουριστικό κλάδο. Ο τομέας του τουρισμού δημιουργεί θέσεις εργασίας που μπορούν να απασχολήσουν όχι μόνο άτομα με πολύ υψηλό μορφωτικό επίπεδο, αλλά και άτομα χωρίς κάποια ειδίκευση, όπως μετανάστες και ανειδίκευτους νέους.

Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται ευνοούν το εμπόριο, τις κατασκευές, τις μεταφορές αλλά και πολλούς ακόμη κλάδους που επηρεάζονται από τον τουρισμό. Είναι γεγονός πως η εξέλιξη της τεχνολογίας δημιουργεί σε πολλές περιπτώσεις συρρίκνωση θέσεων εργασίας, όμως ο τουρισμός παραμένει ένας τομέας που χρειάζεται την προσωπική εξυπηρέτηση και την ανθρώπινη επικοινωνία. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη που δημοσιεύθηκε τον Ιούνιο του 2022 από το INSETE, σχετικά με την απασχόληση στα καταλύματα και την εστίαση καθώς και τους λοιπούς κλάδους για τα έτη 2012-2021, από το παρακάτω γράφημα φαίνεται πως υπάρχει αύξηση κατά +19,2 % στην εστίαση και στα καταλύματα ενώ οι υπόλοιποι κλάδοι παρουσιάζουν

μικρότερη αύξηση κατά +5,3 %. Την περίοδο 2012-2013 αλλά και 2019-2021 η απασχόληση εμφάνισε μείωση. Μόνο το 2021 ο αριθμός των απασχολούμενων στα καταλύματα και στην εστίαση έφτασε στις 445,1 χιλιάδες.

Πίνακας 1: Απασχόληση στις δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης επί του συνόλου ανά τρίμηνο 2012-2021



1.3 Οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού



Ο τουρισμός στην Ελλάδα ανέρχεται ετησίως περίπου στα 30 εκατομμύρια επισκέπτες. Αναμφίβολα λοιπόν αποτελεί μια από τις πιο μεγάλες βιομηχανίες, στις οποίες στηρίζεται η οικονομία της χώρας. Φυσικό επακόλουθο βέβαια είναι πως μαζί με τα πολλά πλεονεκτήματα υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα.

Αρχικά όπως είδαμε και προηγουμένως, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας καθώς είτε άμεσα είτε έμμεσα χρειάζεται ανθρώπινο δυναμικό για να καλύψει τις ανάγκες σε προϊόντα και υπηρεσίες που δημιουργούνται με την άφιξη των τουριστών. Όπως αναφέρει και ο Διεθνής Οργανισμός Τουρισμού το έμμεσο προϊόν του τουρισμού είναι ίσης ποιότητας με το προϊόν που παράγουν οι άμεσα σχετιζόμενοι οικονομικοί φορείς. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να αυξάνεται η ζήτηση σε συναφείς κλάδους και επιχειρήσεις, αλλά και να βελτιώνονται οι υποδομές της χώρας όπως λιμάνια, αεροδρόμια, δρόμοι. Παράδειγμα άμεσης απασχόλησης αποτελεί η εργασία σε

ξενοδοχειακές μονάδες, ενώ έμμεση απασχόληση μπορεί να θεωρηθεί η εργασία σε μια κατασκευαστική εταιρεία που επηρεάζεται και αυτή με τη σειρά της από την τουριστική δραστηριότητα. Ακόμη το κράτος μπορεί να εισπράττει όχι μόνο άμεσα αλλά και έμμεσα τους φόρους από τον εισερχόμενο τουρισμό, μέσω των φόρων που εμπεριέχονται στα τρόφιμα και στις υπηρεσίες. Η δημιουργία πολλών νέων θέσεων εργασίας προσελκύει φτηνό εργατικό δυναμικό όπως είναι οι μετανάστες και οι αλλοδαποί, όπου συνήθως αποτελούν έναν μεγάλο αριθμό ανειδίκευτων ατόμων που δεν θα ήταν δυνατό να απασχοληθούν σε κάποιο άλλο εργασιακό τομέα. Ειδικά στις μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, που αποτελούν μεγάλο κομμάτι στον τομέα του τουρισμού, παρατηρείται έλλειψη σε εξειδικευμένη γνώση όπως μεταπτυχιακές σπουδές σε κλάδους του τουρισμού, καθώς επικρατεί η αντίληψη πως η μάθηση προέρχεται από την απόκτηση εμπειρίας. Αυτό βέβαια θα μπορούσε να αποτελέσει ένα πλήγμα στην ανταγωνιστικότητα της χώρας, καθώς η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας.

Πίνακας 2: Έμμεσα οφέλη του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Κατηγορία Δαπάνης	2020, € εκ.	2021, € εκ.	%Δ
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	4.310	10.420	141,8%
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	9	130	1370,7%
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	2	36	1370,7%
Αερομεταφορές	582	990	70,0%
Θαλάσσιες Μεταφορές	49	66	35,2%
Εγχώριος Τουρισμός	1.409	1.545	9,7%
Άμεση Επίπτωση Τουρισμού	€6.361	€13.186	107,3%
ως % ΑΕΠ	3,8%	7,2%	
πολλαπλασιαστής IOBE	2,2	2,2	
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€13.993	€29.010	107,3%
ως % ΑΕΠ	8,5%	15,9%	
πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65	2,65	
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€16.855	€34.944	107,3%
ως % ΑΕΠ	10,2%	19,1%	
ΑΕΠ	€165.326	€182.830	10,6%

Πηγή: INSETE Intelligence

Παραδοσιακά το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της χώρας μας είναι ελλειμματικό (Πατσουράτης Β.Α, 2002). Ως μια από τις κυριότερες πηγές εσόδων εμφανίζεται και η συμβολή του τουρισμού στην εξισορρόπηση του ισοζυγίου πληρωμών. Η ανοδική αυτή τάση βέβαια όπως φαίνεται και από τον παραπάνω πίνακα

διακόπηκε, καθώς κατά τα έτη 2020-2021 μειώθηκε σημαντικά η ζήτηση για ταξίδια λόγω της πανδημίας.

Στον περιφερειακό και δημογραφικό τομέα, ειδικά σε τοπικές κοινωνίες της υπαίθρου παρατηρείται μια μεταστροφή των κατοίκων στον εργασιακό κλάδο, καθώς η πλειοψηφία εξαρτιόνταν οικονομικά από τον πρωτογενή τομέα όπως την αλιεία, την κτηνοτροφία, την γεωργία. Πλέον, καθώς η ζήτηση στον τουρισμό αυξάνεται και υπάρχουν πιο κερδοφόρες και ανταγωνιστικές επιχειρήσεις παρατηρείται αύξηση αλλά και παραμονή του ντόπιου πληθυσμού στον τόπο του, με σκοπό την κατάρτιση και την εξειδίκευση στον κλάδο των τουριστικών επαγγελμάτων. Η επαφή των ντόπιων με νέους λαούς από διαφορετικές χώρες καθώς και η ανταλλαγή γνώσεων και πληροφοριών, αλλά και η εκμάθηση ξένων γλωσσών, διευρύνει τους ορίζοντες και δημιουργεί γνώση πολύτιμη για εξέλιξη. Τα χρήματα που αποφέρει ο τουρισμός στην περιφέρεια, εξισορροπούν την διαφορά που υπάρχει ανάμεσα στο εισόδημα των κατοίκων στα αστικά κέντρα και των κατοίκων της περιφέρειας. Συνάμα χρηματοδοτούνται οι δαπάνες για την συντήρηση αρχαιολογικών και ιστορικών μνημείων αλλά και η ανάπλαση του φυσικού πλούτου.

Στον αντίποδα εμφανίζονται και οι αρνητικές συνέπειες του τουρισμού, για παράδειγμα ο παραγκωνισμός περιοχών που δεν παρουσίαζαν μεγάλο τουριστικό ενδιαφέρον όπως απαιτούσε το πρότυπο του μαζικού τουρισμού. Αυτή η δυσαναλογία λοιπόν στην ανάπτυξη των νησιωτικών περιοχών έναντι των ηπειρωτικών, δημιούργησε πολλά προβλήματα στην πολιτική της τουριστικής αποκέντρωσης. Η συνεχής ανάγκη για ικανοποίηση όλο και περισσότερων τουριστικών επιθυμιών, ελλοχεύει τον κίνδυνο ο πολιτισμός ενός τόπου να μετατραπεί σε εμπόρευμα. Πολύ συχνά ο τοπικός πολιτισμός μιας περιοχής μετατρέπεται σε τουριστικό προϊόν, όπως χαμηλής ποιότητας προϊόντα, που δεν αποδίδουν πιστά τα χαρακτηριστικά του πολιτισμού και της τοπικής παράδοσης. (Κοκκώσης Χάρης και Τσάρτας Πάρις σελ.238-241)

Συχνά στην προσπάθειά τους να παρουσιάσουν στον τουρίστα κάτι καινούργιο και οικείο σε αυτόν, οι ντόπιοι χάνουν ένα κομμάτι της ταυτότητας του τόπου τους και αλλοιώνεται με τα χρόνια η πολιτιστική κληρονομιά της χώρας μας. Παραδείγματα όπως το φαγητό που προσφέρεται στους χώρους διαμονής που θα μπορούσε να διαφημίζει τις ντόπιες δημιουργίες αντί να ακολουθεί τα ευρωπαϊκά πρότυπα

διατροφής, αλλά και στον τομέα της αρχιτεκτονικής, όπου θα μπορούσαν οι ξενοδοχειακές μονάδες να ακολουθούν το αρχιτεκτονικό μοτίβο της εκάστοτε περιοχής αντί για γιγάντιες ξενοδοχειακές μονάδες που καταστρέφουν το φυσικό τοπίο.

Με την συνεχώς αυξανόμενη προσέλευση των τουριστών δυστυχώς παρατηρούνται σημαντικές φθορές σε ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους. Μεγάλη βέβαια επίδραση φαίνεται να έχει δεχτεί και το φυσικό περιβάλλον. Η μη συμμόρφωση με το νομοθετικό πλαίσιο από τις επιχειρήσεις, αλλά και η ελαστικότητα που παρουσιάζει το νομοθετικό πλαίσιο, έχει δημιουργήσει μόλυνση στους υδάτινους πόρους, στο έδαφος και στο υπέδαφος της χώρας. Ακόμη, η ανάγκη για επικοινωνία με τους τουρίστες από άλλες χώρες και η διαφορετική γλώσσα οδήγησε στην αλλοίωση της τοπικής διαλέκτου της εκάστοτε περιοχής. Όπως αναφέρει και ο Λαγός (1998), οι στόχοι σε περιφερειακό επίπεδο πρέπει να είναι περισσότερο συγκεκριμένοι και να λαμβάνουν υπόψη τους πόρους κάθε περιοχής, χωρίς να αποτελούν αντιγραφή του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης που χρησιμοποιήθηκε, γιατί δεν θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες αυτής της τοποθεσίας.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω είναι εμφανής ο θετικός ρόλος του τουρισμού που προβάλλει και προωθεί την Ελλάδα σε όλο τον κόσμο, προκαλώντας σε παγκόσμιο επίπεδο θαυμασμό για τον πολιτιστικό της πλούτο. Από την άλλη όμως, η εμπορευματοποίηση του τόπου δημιουργεί αλλοιώσεις στην κουλτούρα και στα τοπικά ήθη και έθιμα. Οι ντόπιοι μετατρέπονται σε “υπαλλήλους” των tour operators προκειμένου να εξυπηρετήσουν την διασκέδαση και την ψυχαγωγία των τουριστών, που ουδεμία σχέση έχουν με την παράδοση και τον πολιτισμό. Σε αρκετές αναπτυσσόμενες χώρες όπου ο τουρισμός καταλαμβάνει μεγάλο κομμάτι του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος και αποτελεί προτεραιότητα στο σχεδιασμό της ανάπτυξης, ως αποτέλεσμα εμφανίζεται η όλο και μεγαλύτερη εξάρτηση από τον τουρισμό και ο παραγκωνισμός από την γεωργία, την αλιεία και γενικώς τον πρωτογενή τομέα. Σημαντικό ζήτημα λοιπόν, αποτελεί η ανάγκη να ελεγχθεί το πρότυπο της τουριστικής ανάπτυξης σε εθνικό αλλά και σε τοπικό επίπεδο, καθώς η πίεση της διεθνούς ζήτησης συγκεκριμένων τουριστικών προτύπων αλλά και οι προδιαγραφές του μαζικού τουρισμού οδηγούν στην αλλοίωση των τοπικών και εθνικών χαρακτηριστικών.

1.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση για τουρισμό

Όπως είδαμε και παραπάνω, τα οφέλη καθώς και οι οικονομικές απολαβές από τον τουρισμό θεωρήθηκαν τόσο σημαντικά ώστε αποτέλεσαν αντικείμενο για μελέτη και ανάλυση από τους οικονομολόγους αλλά και από επιστήμονες άλλων κλάδων, καθώς ο αντίκτυπος επηρέαζε μεγάλο κομμάτι της κοινωνίας. Ο τουρισμός λοιπόν ως κοινωνικό και όχι μόνο φαινόμενο, επηρεάστηκε από κάποιους παράγοντες ώστε να φτάσει να εξελίσσεται ραγδαία.

Σημαντικό, και ίσως και το μεγαλύτερο, ρόλο να έπαιξε η δημιουργία περισσότερου ελεύθερου χρόνου. Από την μεταπολεμική περίοδο και ύστερα, παρατηρήθηκε μια μεγάλη αλλαγή στον ελεύθερο χρόνο των εργαζομένων τόσο στις αναπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Παράλληλα βέβαια δημιουργήθηκε και αύξηση των εισοδημάτων. Η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος δημιούργησε και την δυνατότητα για αποταμίευση, καθώς και οι γυναίκες πλέον είχαν εισέλθει στην αγορά εργασίας αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο και το οικογενειακό εισόδημα. Ο κόσμος ξεκίνησε να εργάζεται, να αποταμιεύει και στη συνέχεια να χρησιμοποιεί μέρος των αποταμιεύσεων για διασκέδαση, καθώς και να καταναλώνει περισσότερα αγαθά που του προσέθεταν ικανοποίηση.

Η ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς υπήρξε ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας για την εξέλιξη του τουρισμού. Η εξέλιξη της τεχνολογίας στις αερομεταφορές, στις θαλάσσιες συγκοινωνίες καθώς και στις αυτοκινητοβιομηχανίες, συνετέλεσαν στο να αναπτυχθεί ο τουρισμός και ειδικά ο μαζικός τουρισμός καθώς πλέον η χώρα προέλευσης με την χώρα υποδοχής εκμηδένιζαν τις αποστάσεις. Ακόμη το οδικό δίκτυο έγινε πιο προσβάσιμο καθώς δημιουργήθηκαν μεγάλοι αυτοκινητόδρομοι και εθνικές οδοί, που συνέδεαν τα αστικά κέντρα με την επαρχία και τους τουριστικούς προορισμούς.

Η προώθηση και η διαφήμιση που κάνει μια κυβέρνηση ώστε να προσελκύσει περισσότερο κόσμο αλλά και τα προγράμματα που προωθούν και ενισχύουν τον τουρισμό όπως ο Κοινωνικός Τουρισμός ή ο Τουρισμός για Όλους, συμβάλλουν θετικά στην ανάπτυξη του τουρισμού και από κοινωνικές ομάδες οικονομικά ασθενέστερες. Λόγω της μεγάλης συσσώρευσης στα αστικά κέντρα και στις μεγαλουπόλεις δημιουργήθηκε πιο έντονα με τα χρόνια η ανάγκη για διέξοδο και χαλάρωση μακριά

από το άγχος και την πίεση της καθημερινότητας. Η επαφή με το περιβάλλον και τη φύση έγινε πλέον ανάγκη καθώς η ποιότητα ζωής υποβαθμίστηκε σημαντικά στα αστικά κέντρα. Το επίπεδο των τιμών που επικρατεί στην χώρα, οι τιμές του συναλλάγματος, η υπάρχουσα φορολογική πολιτική καθώς και το διαθέσιμο εισόδημα συνυπολογίζονται από τους τουρίστες ώστε να αποφασίσουν τελικά την χώρα που θα επισκεφθούν.

Βέβαια υπάρχουν και παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την ζήτηση για τουρισμό. Μερικοί από αυτούς είναι ο εποχιακός χαρακτήρας του τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς η μεγαλύτερη τουριστική κίνηση παρατηρείται κατά τους θερινούς μήνες, ενώ τον υπόλοιπο χρόνο δυστυχώς δεν έχουμε καταφέρει να προσελκύσουμε τόσο μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Αυτό έχει και σαν αποτέλεσμα να εμφανίζονται περιφερειακές ανισότητες, ένα πρόβλημα στο οποίο είναι ανάγκη να σταθούμε και να βελτιώσουμε, ώστε να φανούμε εξίσου ανταγωνιστικοί με τις άλλες χώρες.

1.5 Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού

Ο τομέας του τουρισμού στην Ελλάδα φαίνεται πως κατέχει μια ξεχωριστή θέση στην οικονομία της χώρας, εξαιτίας των σοβαρών προοπτικών για μελλοντική ανάπτυξη. Από την εκτενή μελέτη που έχει γίνει πάνω στον τουρισμό διακρίνονται κάποια χαρακτηριστικά που θα αναλύσουμε παρακάτω.

Εμφανίζεται μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων που ενώ δίνει την δυνατότητα στον τουρίστα για περισσότερες επιλογές, ταυτόχρονα δημιουργεί μεγάλο ανταγωνισμό με αποτέλεσμα να μειώνονται τα περιθώρια κέρδους στον κλάδο (Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ., 2002). Ειδικά στην Ελλάδα η τουριστική βιομηχανία εμφανίζει πολύ μεγάλο αριθμό μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων οι οποίες συνήθως χαρακτηρίζονται από ελλιπή οργάνωση σε θέματα προβολής και αξιοποίηση της τεχνολογίας, έλλειψη μακροχρόνιας στρατηγικής και ανεπαρκή οργάνωση σε θέματα ανταγωνισμού.

Η τουριστική βιομηχανία χαρακτηρίζεται ως εύθραυστη, καθώς υπάρχουν μερικοί παράγοντες που την επηρεάζουν, όπως αναφέραμε το γεγονός πως υπάρχουν πολλές μικρές επιχειρήσεις, πως έχει εποχιακό χαρακτήρα, πως η τουριστική ζήτηση είναι ένας

παράγοντας που δεν μπορεί να προβλεφθεί αλλά και το γεγονός πως το τουριστικό προϊόν έχει το στοιχείο της μόδας και της φθαρτότητας. Ένα ακόμη χαρακτηριστικό φαίνεται πως είναι η πολύ μεγάλη εξάρτηση από τον διεθνή τουρισμό.

Τα τελευταία χρόνια λόγω φυσικά και του μεγάλου ανταγωνισμού, εμφανίζεται το φαινόμενο της κάθετης ενοποίησης των επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου. Ειδικά στον τομέα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων πραγματοποιούνται εξαγορές και συγχωνεύσεις με σκοπό να διεισδύσουν και σε άλλες αγορές, γεγονός βέβαια που απειλή το μέλλον των ξενοδοχειακών μονάδων.

Κεφάλαιο 2

2.1 Περιφερειακές ανισότητες

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναδείξουμε το πρόβλημα των περιφερειακών ανισοτήτων έτσι ώστε να υπάρξει μια ισότιμη ανάδειξη των χαρακτηριστικών που έχουν οι διάφορες περιφερειακές ενότητες. Για να φτάσουμε να μιλάμε για ανάπτυξη της χώρας, θα πρέπει να έχει επιτευχθεί και το κομμάτι της περιφερειακής ανάπτυξης. Το μέρος της νησιωτικής Ελλάδας μαζί με την Αττική, κατέχουν κατά κεφαλήν ακαθάριστο εγχώριο προϊόν μεγαλύτερο από αυτό του μέσου όρου της χώρας. Υπάρχει μεγάλο κομμάτι της περιφέρειας που χρήζει αξιοποίησης, ώστε να ενισχυθεί όπως είχαμε αναφέρει προηγουμένως και ο τουρισμός εκτός των θερινών μηνών. Ο πρωτογενής τομέας μπορεί εκτός από μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας, να αποτελέσει πόλο έλξης για τον τουρίστα ώστε να δει και να γνωρίσει την μορφολογία, το κλίμα αλλά και τις δυνατότητες παραγωγής του κάθε τόπου. Δυστυχώς περιοχές που βασίζονται κυρίως στον πρωτογενή τομέα, παρουσιάζουν λιγότερο τουριστικό ενδιαφέρον από περιοχές που στηρίζονται στον παραθαλάσσιο τουρισμό.

Πίνακας 3: Περιφερειακή κατανομή και συμβολή ανά Περιφέρεια 2021

Περιφέρεια	% κατανομή εσόδων εισερχόμενου τουρισμού 2021	αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2021 - σε € εκ.	ΑΕΠ Περιφερειών 2021* - σε εκ.	% ΑΕΠ στο οποίο αντιστοιχεί η τουριστική δαπάνη	κατά κεφαλήν ΑΕΠ 2019 - σε €
Ν. Αιγαίο	30%	3.985	6.372	63%	18.655
Κρήτη	23%	3.058	9.221	33%	14.695
Αττική	14%	1.872	87.227	2%	23.341
Ιόνια Νησιά	13%	1.656	3.287	50%	16.147
Κεντ. Μακεδονία	10%	1.292	25.105	5%	13.430
Πελοπόννησος	2%	319	8.261	4%	14.421
Θεσσαλία	2%	229	9.378	2%	13.071
Αν. Μακεδονία & Θράκη	1%	171	6.961	2%	11.639
Ήπειρος	1%	162	4.023	4%	12.093
Δυτ. Ελλάδα	1%	164	8.092	2%	12.450
Στερεά Ελλάδα	1%	144	8.575	2%	15.463
Β. Αιγαίο	1%	87	2.542	3%	11.271
Δυτ. Μακεδονία	0%	48	3.786	1%	14.284
Σύνολο Χώρας	100%	13.186	182.830	7,2%	17.092

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Από τα στοιχεία που παρουσιάζονται στον παραπάνω πίνακα είναι εμφανής η συντριπτική διαφορά που υπάρχει στα ποσοστά των εσόδων του εισερχόμενου

τουρισμού στο Ν. Αιγαίο, την Κρήτη, τα Ιόνια νησιά και την Αττική έναντι των περιφερειών της υπόλοιπης Ελλάδας.

2.2 Ο εναλλακτικός τουρισμός



Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εμφανίζονται ως μια σανίδα σωτηρίας για την ανάπτυξη του περιφερειακού τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια γίνονται σημαντικές προσπάθειες ώστε οι τοπικοί φορείς να συνεργαστούν με τους κρατικούς οργανισμούς για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η αξιοποίηση αυτών των περιοχών βασίζεται ως επί των πλείστον στον πολιτιστικό και φυσικό πλούτο της κάθε περιοχής, τον οποίο προσπαθούν να προβάλλουν πολλές φορές διοργανώνοντας συμπόσια, εκδηλώσεις, παραστάσεις και επιστημονικά συνέδρια. Σκοπός του εναλλακτικού τουρισμού είναι να μετριάσει τον συνεχώς αυξανόμενο μαζικό τουρισμό και να προσπαθήσει να τον καταστεί σε απομακρυσμένες και ορεινές περιοχές της χώρας. Μάλιστα οι επικριτές του μαζικού τουρισμού τον χαρακτηρίζουν ως ζημιογόνο, με βραχυπρόθεσμα οικονομικά οφέλη και σοβαρές ζημιές στο περιβάλλον και στους πολιτισμικούς πόρους. Οι αρνητικές συνέπειες που επέφερε ο μαζικός τουρισμός ειδικά στο περιβάλλον, είχαν σαν αποτέλεσμα την υιοθέτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού φιλικότερων προς το περιβάλλον που χρειάζονται πιο ελαφριές υποδομές και που κερδίζουν ολοένα και μεγαλύτερο κοινό. Όπως αναφέρει και ο Smith (2011) η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού έχει ως κύριο χαρακτηριστικό την επικοινωνία ανάμεσα στους γηγενείς πληθυσμούς και τουρίστες, ενώ παράλληλα δίνεται έμφαση στο σεβασμό προς το περιβάλλον. Οι υπηρεσίες που παρέχονται χαρακτηρίζονται από υψηλή εξειδίκευση καθώς οι απαιτήσεις και οι ανάγκες του κοινού θα πρέπει να εναρμονίζονται με τον σεβασμό προς τον πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον. Ο τουρίστας που επιλέγει την συγκεκριμένη μορφή τουρισμού, έχει τελείως διαφορετικές απαιτήσεις από εκείνες του μαζικού τουρισμού. Επικεντρώνεται στην επαφή με τη φύση, την επικοινωνία με τους ντόπιους καθώς και την ανταλλαγή γνώσεων και

πληροφοριών. Σύμφωνα με τον Laarman, (1987) ο εναλλακτικός τουρίστας έχει κάποια συγκεκριμένα στοιχεία. Αρχικά ταξιδεύει μόνος ή η ομάδα του αποτελείται από λίγα άτομα, ενδιαφέρεται για την επαφή με την φύση και αποφεύγει την επαφή με τον πολιτισμό καθώς τον εξιτάρει το αίσθημα της περιήγησης και της ανακάλυψης. Συνήθως είναι άτομα με μεγαλύτερο εισόδημα από το μέσο όρο, καθώς χρειάζεται να έχουν κάποιες ειδικές γνώσεις αλλά και οι υπηρεσίες που απολαμβάνουν έχουν μεγαλύτερο από το σύνθετο κόστος. Ακόμη, ενδιαφέρεται για την ανταλλαγή πληροφοριών και την συλλογή γνώσεων καθώς και την επικοινωνία με τους ντόπιους. Η διάρκεια παραμονής του στον τόπο που επισκέπτεται είναι συνήθως μεγαλύτερη από αυτή ενός απλού τουρίστα.

Παρακάτω θα αναφέρουμε μερικά από τα είδη του εναλλακτικού τουρισμού:

- Οικοτουρισμός: περιλαμβάνει τις δραστηριότητες εκείνες των τουριστών που γίνονται στην φύση, με απόλυτο σεβασμό προς το περιβάλλον. Σκοπός είναι η αλληλεπίδραση του επισκέπτη με την χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής. Τα άτομα που απασχολούνται και παρέχουν υπηρεσίες σχετικές με τον οικοτουρισμό, είναι συνήθως γνώστες ή και κάτοικοι της περιοχής. Η Ελλάδα με την σπάνια γεωμορφολογία που διαθέτει θα μπορούσε να είναι ο κορυφαίος προορισμός για αυτού του είδους τις δράσεις.
- Χειμερινός/χιονοδρομικός τουρισμός: πραγματοποιείται κατά τους χειμερινούς μήνες Νοέμβριο έως Μάρτιο και περιλαμβάνει δραστηριότητες που γίνονται υπό συγκεκριμένες κλιματολογικές συνθήκες. Οι επισκέψεις γίνονται σε χιονοδρομικά κέντρα και χειμερινά καταφύγια με σκοπό κυρίως αθλητικά γεγονότα όπως χιονοδρομίες, παγοδρομίες και άλλα χειμερινά αθλήματα.
- Ορειβατικός/Ορεινός τουρισμός: το συγκεκριμένο είδος περιλαμβάνει την περιήγηση σε ορεινές περιοχές και δραστηριότητες όπως ανάβαση, ορειβασία και κατάβαση σε βατές ή και δύσβατες περιοχές του βουνού όπου απαιτείται ειδικός εξοπλισμός και πιο εξειδικευμένη γνώση.
- Θρησκευτικός τουρισμός: περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι τουριστικές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε μνημεία, σε αρχαιολογικούς χώρους, σε ναούς και γενικότερα σε μέρη με

θρησκευτική σημασία. Ο θρησκευτικός τουρισμός βέβαια δεν είναι κάτι καινούργιο σαν έννοια, καθώς από την αρχαιότητα τα αίτια της μετακίνησης των ανθρώπων ήταν σε μεγάλο βαθμό θρησκευτικά.

- Πολιτιστικός τουρισμός: συνήθως συνδυάζεται με κάποιο άλλο είδος τουρισμού και χαρακτηρίζεται από την επαφή με τα πολιτιστικά στοιχεία όπως γράμματα, τέχνες, εκδηλώσεις, ήθη και έθιμα του κάθε τόπου.
- Συνεδριακός/Επαγγελματικός τουρισμός: σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνονται επαγγελματικά ταξίδια όπου πραγματοποιούνται συνέδρια, διεθνείς συναντήσεις με σκοπό την ανταλλαγή γνώσεων και εμπειριών και η διάρκεια του ταξιδιού είναι περίπου 3 με 4 ημέρες.
- Επιστημονικός/Εκπαιδευτικός τουρισμός: Ο εκπαιδευτικός τουρισμός απευθύνεται σε μαθητές και φοιτητές όπου σκοπό έχουν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους, συνδυάζοντας την εκπαίδευση με την ψυχαγωγία. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει επισκέψεις σε εκπαιδευτικά ιδρύματα, εκπαιδευτικές δραστηριότητες στα πλαίσια ευρωπαϊκών ή διεθνών προγραμμάτων, εκμάθηση ξένων γλωσσών καθώς και επίσκεψη σε εκπαιδευτικές και ερευνητικές εγκαταστάσεις. Ο επιστημονικός τουρισμός έχει ως κύριο στόχο την απόκτηση ειδικών γνώσεων, την διεύρυνση της πολιτιστικής κληρονομιάς και την συμπλήρωση της ακαδημαϊκής μόρφωσης.
- Αστικός τουρισμός: αφορά τους επισκέπτες που θέλουν να γνωρίσουν κυρίως τον πολιτισμό, την ιστορία και τον τρόπο ζωής σε διάφορες πόλεις. Περιλαμβάνονται οι επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, ξεναγήσεις, πολιτιστικά φεστιβάλ καθώς και διεθνείς εκθέσεις.
- Αγροτουρισμός: μορφή τουρισμού κατά την οποία ο επισκέπτης κατοικεί σε κάποιο αγρόκτημα και ακολουθεί τον τρόπο ζωής των ατόμων που κατοικούν εκεί και συμμετέχουν στις αγροτικές εργασίες. Στις δραστηριότητες περιλαμβάνονται η πεζοπορία, το ράφτινγκ, η επίσκεψη σε υδροβιότοπους, η εκμάθηση αργαλειού κ.ά.
- Γαστρονομικός τουρισμός: κυρίαρχο στοιχείο αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού είναι η κουλτούρα της τοπικής κουζίνας. Η Ελλάδα έχει θέσει τις πιο ισχυρές βάσεις της μεσογειακής διατροφής καθώς σε

αυτήν εμπεριέχονται πολύτιμα συστατικά όπως το ελαιόλαδο, τα τυροκομικά είδη, τα χόρτα, τα όσπρια κ.ά. Τα άτομα που επιλέγουν το συγκεκριμένο είδος τουρισμού είναι λάτρεις της υψηλής γαστρονομίας. Όταν ο επισκέπτης μείνει ευχαριστημένος, είναι διατεθειμένος να δαπανήσει μεγαλύτερα ποσά με σκοπό να δοκιμάσει περισσότερα εδέσματα.

- Τουρισμός για άτομα τρίτης ηλικίας: τα άτομα τρίτης ηλικίας συνήθως έχουν εισόδημα μεγαλύτερο από ότι οι νεότεροι, συνεπώς έχουν την δυνατότητα να ξοδεύουν περισσότερα για αναψυχή. Συνήθως επιλέγουν πιο μακρινούς προορισμούς και απολαμβάνουν υπηρεσίες καλύτερης ποιότητας.
- Τουρισμός υγείας: είναι μια ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζει διακοπές με θεραπεία και αποκατάσταση ψυχικών και σωματικών νόσων. Περιλαμβάνει επίσκεψη σε ιαματικούς τόπους, ιατρική και φαρμακευτική θεραπεία σε κάποιο εξειδικευμένο κέντρο ή νοσοκομείο.

Ο εναλλακτικός τουρισμός λοιπόν περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών που απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στον περιορισμό της εποχικότητας του τουρισμού και της περιφερειακής ανάπτυξης.

2.3 Οι αναπτυξιακοί νόμοι για την περιφερειακή ανάπτυξη

Ως περιφερειακή ανάπτυξη εννοούμε την αναγκαιότητα σύγκλισης των διαφόρων περιοχών μιας χώρας προς τον εθνικό μέσο όρο ενός η περισσότερων κριτηρίων, τα οποία ορίζονται από τους φορείς άσκησης πολιτικής στην χώρα ή είναι το αποτέλεσμα διεργασιών που εκκινούν από την βάση και προωθούνται προς τα πάνω. Η ισότιμη ανάπτυξη των περιφερειών έχει αποτελέσει έναν από τους βασικούς στόχους για πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Μέσο για την επίτευξη αυτού του στόχου αποτελούν οι χρηματοδοτήσεις καθώς και τα φορολογικά μέτρα, ώστε να προωθηθούν και να ενισχυθούν οι επενδύσεις και να μειωθούν οι περιφερειακές ανισότητες. Το κράτος για να καταφέρει να εφαρμόσει τα παραπάνω μέτρα εφαρμόζει μια σειρά από αναπτυξιακούς νόμους. Ενδεικτικά θα αναφέρουμε μια σειρά νόμων που συνέβαλαν

στην προσπάθεια για μια αειφόρο ανάπτυξη της χώρας και στην όσο το δυνατόν ισότιμη περιφερειακή ανάπτυξη.

Ο **Νόμος 2601/1998** αφορούσε στην ενίσχυση νέων επιχειρηματικών σχεδίων για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας, αλλά και την επέκταση ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων που επιθυμούσαν να αυξήσουν και να εκσυγχρονίσουν την παραγωγική τους διαδικασία. Άμεσος στόχος ήταν να αναπτυχθούν οι επενδύσεις στην Ελλάδα ώστε να επιτευχθούν η αύξηση των θέσεων εργασίας, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, η επίτευξη των στόχων για περιφερειακή ανάπτυξη, η εξοικονόμηση ενέργειας και η προστασία του περιβάλλοντος καθώς και η αναδιάρθρωση κλάδων και τομέων της παραγωγής.¹ Τα κίνητρα που δίνονταν για επενδύσεις είχαν ως στόχο την αύξηση της απόδοσης των επιχειρήσεων και της ανταγωνιστικότητας και την μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου ειδικά σε περιοχές με χαμηλή οικονομική ανάπτυξη.

Ο **Νόμος 3299/2004** κωδικοποιημένος με τον **Ν.4635/2019** είχε σκοπό να δώσει κίνητρα για την ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για την περιφερειακή σύγκλιση και την οικονομική ανάπτυξη. Ο νόμος παρείχε μια σειρά ενισχύσεων που περιλάμβαναν επιχορήγηση από το δημόσιο ώστε να καλυφθεί τμήμα της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου, φορολογική απαλλαγή επί των μη διανεμόμενων κερδών από το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης της πρώτης δεκαετίας, επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης καθώς και επιδότηση της απασχόλησης για μια διετία που δημιουργούνταν από το επενδυτικό σχέδιο.²

Ο **Νόμος 3522/2006** που αποτελεί τροποποίηση του **Ν.3299/2004** είχε ως κύρια αλλαγή τον διαχωρισμό της χώρας σε τρεις περιοχές ενίσχυσης επενδυτικών σχεδίων έναντι τεσσάρων και τα ποσοστά ενισχύσεων ανάλογα με το ύψος της επένδυσης της κάθε περιοχής. Ακόμη, ενοποιούνται οι πέντε κατηγορίες επενδυτικών σχεδίων σε δύο, δίνονται νέα ποσοστά ενίσχυσης για επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης και επιδοτείται το κόστος δημιουργούμενης απασχόλησης.

Ο **Νόμος 4399/2016** αποτέλεσε το θεσμικό πλαίσιο για τη σύσταση καθεστώτων ενισχύσεων ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας. Μερικές από τις επιδιώξεις του νόμου ήταν η εξοικονόμηση φυσικών πόρων, η

¹ <https://www.e-nomothesia.gr/kat-oikonomia/n-2601-1998.html>

² <https://www.taxheaven.gr/law/3299/2004>

εκβιομηχάνιση της χώρας, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και του τεχνολογικού επιπέδου, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας κυρίως εκπαιδευμένου εργατικού δυναμικού, η υποστήριξη περιοχών με μειωμένη αναπτυξιακή δύναμη για τη μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων, η προσέλκυση άμεσων ξένων επενδύσεων καθώς και η διαμόρφωση μιας νέας εξωστρεφούς εθνικής ταυτότητας.³

Ο νέος αναπτυξιακός **Νόμος 4887/2022** προβλέπει επιχορήγηση για την κάλυψη επιλέξιμων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου, φορολογική απαλλαγή επί των πραγματοποιημένων προ φόρου κερδών, επιδότηση του κόστους δημιουργούμενης απασχόλησης χρηματοδότηση επιχειρηματικού κινδύνου για τις επιχειρήσεις στο καθεστώς «Νέο Επιχειρείν» καθώς και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης. Κύριοι στόχοι να προωθηθούν οι μεγάλες επενδύσεις, να προωθηθούν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, να υπάρξει επιχειρηματική εξωστρέφεια καθώς και να αναβαθμιστούν οι επιχειρήσεις στα πλαίσια της πράσινης και περιβαλλοντικής μετάβασης.⁴

Κοινός γνώμονας των αναπτυξιακών νόμων λοιπόν είναι να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας και να χρησιμοποιηθούν όλα τα διαθέσιμα εργαλεία, ώστε να επιτευχθεί μια όσο το δυνατόν μεγαλύτερη εξωστρεφής οικονομική δραστηριότητα. Σημαντικό κομμάτι της ανάπτυξης αποτελεί η χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ο περιορισμός της γραφειοκρατίας, η δημιουργία φιλικού περιβάλλοντος για την επιχειρηματικότητα αλλά και η ενίσχυση της διαφάνειας στον ιδιωτικό και στον δημόσιο τομέα.

2.4 Ο τουρισμός στις περιφέρειες της Ελλάδας

Ο τουρισμός είναι γεγονός πως αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης για μια χώρα, ενώ ταυτόχρονα συμμετέχει ενεργά στην κοινωνική της ανάπτυξη. Για την Ελλάδα έχει ιδιαίτερη σημασία η κοινωνική συνεισφορά του τουρισμού στην περιφερειακή, οικονομική και κοινωνική της ανάπτυξη. Είναι γεγονός πως ο κύριος όγκος των επισκεπτών επιλέγει την ελληνική περιφέρεια και αυτό αποτελεί μια σημαντική ώθηση για ανάπτυξη σε όλους τους τομείς.

³ <https://www.espa.gr/el/Pages/InvestmentLaw.aspx>

⁴ <https://www.taxheaven.gr/law/4887/2022>

Απαραίτητη κρίνεται η συμβολή μιας ρεαλιστικής περιφερειακής πολιτικής από την πολιτική εξουσία, έτσι ώστε να παραχθεί τη σωστή στιγμή το τουριστικό προϊόν που είναι πρόθυμοι να αγοράσουν οι τουρίστες. Ο στόχος της περιφερειακής τουριστικής πολιτικής είναι να διαχυθούν τα οφέλη σε περιοχές που δεν είναι τουριστικά ανεπτυγμένες, καθώς και να προσαρμόζεται στις ιδιαιτερότητες και στα χαρακτηριστικά των επιμέρους περιφερειών. Παράλληλα χρειάζεται να ενισχυθεί η επενδυτική δραστηριότητα στις δημόσιες επενδύσεις ώστε να δημιουργηθεί μια σωστή τουριστική υποδομή και να προωθηθούν οι επενδύσεις στην ιδιωτική πρωτοβουλία. (Inskeep, 1991)

Παρά την δύσκολη τουριστική περίοδο λόγω της υγειονομικής κρίσης, υπήρξαν περιφέρειες που κατάφεραν να πιάσουν τους στόχους τους. Από τα διαθέσιμα στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ για το 2021, η τουριστική δραστηριότητα σημείωσε σημαντική αύξηση της μέσης δαπάνης ανά επίσκεψη σε σχέση με το 2019, και σε αυτό συνετέλεσε και το γεγονός πως το διαθέσιμο εισόδημα των τουριστών εμφανίστηκε αυξημένο, λόγω και του πολύμηνου εγκλεισμού λόγω της πανδημίας του covid-19. Συνέπεια όλων των παραπάνω ήταν να αυξηθεί και η μέση διάρκεια παραμονής, αυξάνοντας έτσι και την δαπάνη ανά επίσκεψη σε κάθε περιφέρεια.

Πίνακας 4: Επισκέψεις 2021 και 2019

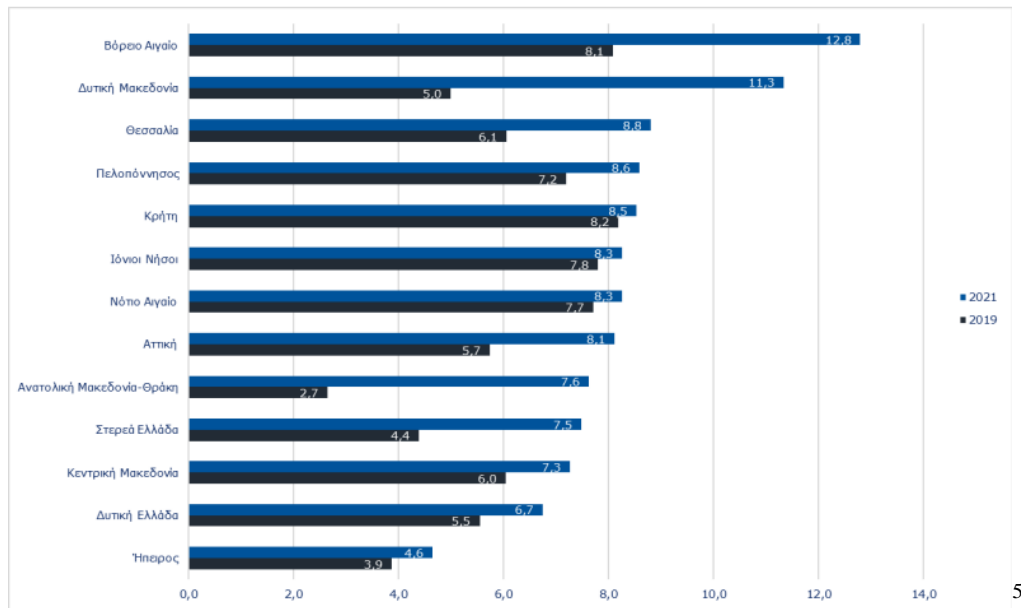
Θέση Κατάταξης 2021	Μεταβολή Θέσης Κατάταξης 2019-2021	Περιφέρειες	Επισκέψεις (σε χιλ.)		% Διαφορά 2021-2019
			2021	2019	
1	▬	Νότιο Αιγαίο	3.624	6.893	-47,4%
2	▲	Κρήτη	3.148	5.288	-40,5%
3	▼	Κεντρική Μακεδονία	2.934	6.761	-56,6%
4	▼	Αττική	2.640	5.923	-55,4%
5	▲	Ιόνια Νησιά	1.742	3.048	-42,8%
6	▲	Πελοπόννησος	477	899	-46,9%
7	▬	Ήπειρος	425	1.033	-58,9%
8	▲	Δυτική Ελλάδα	351	817	-57,0%
9	▼	Ανατολική Μακεδονία-Θράκη	333	3.833	-91,3%
10	▬	Θεσσαλία	274	806	-66,0%
11	▬	Στερεά Ελλάδα	240	679	-64,6%
12	▬	Βόρειο Αιγαίο	99	359	-72,4%
13	▬	Δυτική Μακεδονία	88	304	-70,9%
Σύνολο			16.376	36.643	-55,3%

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας - Επεξεργασία: INSETE Intelligence

Όπως βλέπουμε και από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα, οι επισκέψεις στις περιφέρειες της Ελλάδας διαμορφώθηκαν στις 16.376 χιλιάδες το 2021 μια μείωση της

τάξης του -55,3% συγκριτικά με το 2019. Βλέποντας τις επισκέψεις και στις 13 περιφέρειες φαίνεται πως όλες σημείωσαν σημαντική πτώση. Την πρώτη θέση παρά την πτώση φαίνεται πως συνεχίζει να διατηρεί η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου ενώ ακολουθούν η Κρήτη που κέρδισε έδαφος συγκριτικά με το 2019, η κεντρική Μακεδονία, η Αττική και τα Ιόνια νησιά. Όπως φαίνεται και από τον πίνακα το συντριπτικό ποσοστό του 86% πραγματοποιήθηκε στις πέντε πρώτες περιφέρειες, ενώ οι υπόλοιπες οχτώ περιφέρειες κατέχουν μόλις το 14% των επισκέψεων.

Πίνακας 5: Μέση διάρκεια παραμονής ανά περιφέρεια 2021-2019



⁵ Πηγή: INSETE

Κεφάλαιο 3

3.1 Η Περιφέρεια Πελοποννήσου



Στο παρόν κεφάλαιο θα μελετήσουμε ξεχωριστά την Περιφέρεια Πελοποννήσου η οποία αποτελεί έναν αξιόλογο πολιτιστικό και φυσικό πόρο της Ελλάδας. Τα τελευταία χρόνια έχει δοθεί ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην ανάπτυξή της από τους τοπικούς φορείς, καθώς διαθέτει πολλούς αναξιοποίητους θησαυρούς που θα μπορούσαν να βοηθήσουν ώστε να γίνει ανταγωνιστική τόσο εντός όσο και εκτός Ελλάδας.

Από γεωγραφικής άποψης η περιφέρεια Πελοποννήσου βρίσκεται στο νοτιοανατολικό άκρο της ηπειρωτικής Ελλάδας και αποτελεί το νοτιότερο χερσαίο άκρο της Ευρώπης. Ενδιαφέροντα χαρακτηριστικά της αποτελούν οι αρκετές ορεινές περιοχές, το μεγάλο μήκος της ακτογραμμής συγκριτικά με τις υπόλοιπες περιφέρειες καθώς και ένα κομμάτι πεδινών εκτάσεων όπως ο Κορινθιακός και ο Αργολικός κάμπος. Ο πληθυσμός της έπειτα από την απογραφή του 2021 ανέρχεται στους 538.366 κατοίκους σημειώνοντας πτώση συγκριτικά με την απογραφή του 2011 κατά -6,8%.⁶ Αποτελείται από πέντε (5) περιφερειακές ενότητες: Περιφερειακή Ενότητα Αργολίδας, Περιφερειακή Ενότητα Αρκαδίας, Περιφερειακή Ενότητα Κορινθίας, Περιφερειακή Ενότητα Λακωνίας και Περιφερειακή Ενότητα Μεσσηνίας. Διαθέτει ένα εκτεταμένο οδικό δίκτυο, κομμάτι του οποίου ανήκει στο Διευρωπαϊκό Δίκτυο Μεταφορών, όπου την συνδέει με την υπόλοιπη ηπειρωτική χώρα. Η πρόσβαση στην περιφέρεια μπορεί να γίνει από τα λιμάνια καθώς και από το αεροδρόμιο της Καλαμάτας. Στο βόρειο τμήμα καθοριστικό ρόλο στις μετακινήσεις έχει συντελέσει η λειτουργία του Προαστιακού Σιδηροδρόμου που συνδέει την Αττική με το Κιάτο (Κόρινθος) ενώ το υπόλοιπο σιδηροδρομικό δίκτυο της Πελοποννήσου έχει εγκαταλειφθεί. Στις θαλάσσιες μεταφορές τα σημαντικότερα λιμάνια είναι το λιμάνι της Καλαμάτας, το λιμάνι των Μεθάνων, το λιμάνι της Νεάπολης, το λιμάνι της Ερμιόνης καθώς και το λιμάνι της Ελαφονήσου.

⁶ https://elstat-outsourcers.statistics.gr/Census2022_GR.pdf



N	Σύνδεση
1	Αθήνας – Κορίνθου (Ε94)
2	Πρέβεζας – Πάτρας - Καλαμάτας (Ε55)
3	Κορίνθου - Καλαμάτας(Ε55)
4	Τρίπολης – Σπάρτης (Ε961)

Από το Αεροδρόμιο Αθηνών	
Κόρινθος:	1 ώρα, ~115 χλμ.
Ναύπλιο:	2 ώρες, ~170 χλμ.
Τρίπολη:	2 ώρες, ~190 χλμ.
Πάτρα:	3 ώρες, ~245 χλμ.
Καλαμάτα:	2,5 ώρες, ~270 χλμ.

Σημαντικός ήταν και ο ρόλος του ΕΣΠΑ στην ανάπτυξη των υποδομών για πρόσβαση στην περιφέρεια. Μερικά από τα έργα που έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα αφορούν την αναβάθμιση διαπεριφερειακών και ενδοπεριφερειακών συνδέσεων της περιφέρειας, την ανάπτυξη συστημάτων ακτοπλοΐας, την περιβαλλοντική βελτίωση των λιμενικών υποδομών, τη βελτίωση επικίνδυνων σημείων του εθνικού και περιφερειακού δικτύου κ.ά. Σημαντική κρίνεται και η συμβολή κάποιων πόλεων, καθώς αποτελούν τις πύλες εισόδου και εξόδου και βοηθούν στην προσβασιμότητα και στην συνδεσιμότητα της περιφέρειας. Η πόλη της Καλαμάτας θεωρείται σύμφωνα με το αναθεωρημένο Περιφερειακό Χωροταξικό Πλαίσιο, το σημαντικότερο οικιστικό κέντρο της περιφέρειας καθώς η θέση της στη νοτιοδυτική πλευρά της Πελοποννήσου αλλά και τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά της, την καθιστούν κόμβο διαπεριφερειακής σύνδεσης με δυνατότητες ανάπτυξης διεθνών συνδέσεων. Στόχος είναι να μετατραπεί η Καλαμάτα σε ένα κέντρο υποστήριξης θαλάσσιου τουρισμού και να αξιοποιηθούν το οδικό δίκτυο, η αναβάθμιση του αεροδρομίου αλλά και η αξιοποίηση του σιδηροδρόμου, ώστε να επιτευχθεί η δημιουργία εμπορευματικού κέντρου και η προσέλκυση της τουριστικής κίνησης.

Η πόλη της Κορίνθου διαθέτει βιομηχανική δραστηριότητα, ανεπτυγμένο πρωτογενή τομέα και περιοχές με τουριστικό ενδιαφέρον. Το λιμάνι των Αγίων Θεοδώρων εξυπηρετεί αρκετές βιομηχανικές δραστηριότητες της περιοχής, ενώ το λιμάνι της Κορίνθου απαιτεί σημαντικά έργα στις υποδομές του, καθώς και η επέκταση του προαστιακής γραμμής του σιδηροδρομικού δικτύου θα διευκολύνει την ενδοπεριφερειακή μετακίνηση.

Η Τρίπολη βρίσκεται σε κεντρική και κομβικής σημασίας θέση καθώς το οδικό δίκτυο που την διασχίζει, οδηγεί σε παράκτιες περιοχές και αστικά κέντρα που παρουσιάζουν αυξημένο τουριστικό ενδιαφέρον.

Ιδιαίτερη ποικιλία χαρακτηρίζει το κλίμα της περιφέρειας, καθώς υπάρχουν περιοχές με μεσογειακό κλίμα όπου επικρατούν ήπιοι χειμώνες, ηλιοφάνεια και έντονες βροχές αλλά και μέρη ορεινά με ξηρό κλίμα που έχουν πολλά χιόνια και πάγους. Αν και η περιφέρεια χαρακτηρίζεται από έντονα ορεινό χαρακτήρα, δυστυχώς δεν έχουν γίνει σημαντικές επενδύσεις σε χειμερινές υποδομές.

3.2 Σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου

Η τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας έχει στηριχθεί πάνω σε ένα από τα βασικότερα χαρακτηριστικά της που είναι οι αξιόλογοι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της ενώ σημαντικά πλεονεκτήματα αποτελούν:

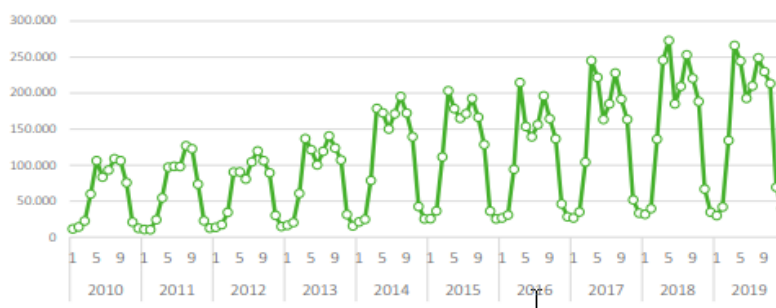
1. Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες.
2. Η μεγάλη ποικιλία σε χλωρίδα και πανίδα.
3. Η αρχαιολογική, ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά.
4. Τα σημαντικά μνημεία της φύσης.
5. Η κοντινή απόσταση από την πρωτεύουσα.
6. Η λαογραφική και ιστορική παράδοση.
7. Η μεγάλη επιλογή για διαφορετικού τύπου τουριστικούς προορισμούς.
8. Πρωτογενής τομέας με υψηλής ποιότητας παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων.
9. Μεγάλη ακτογραμμή περιμετρικά της Πελοποννήσου.

3.2.1 Αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία

Η ποικιλία στη μορφολογία του εδάφους σε συνδυασμό με τις καιρικές συνθήκες που επικρατούν σε κάθε περιοχή, δημιουργούν έναν τόπο με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και πολλές επιλογές που μπορεί να ικανοποιήσει ακόμη και τους πιο απαιτητικούς επισκέπτες.

Ξεκινώντας από τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μουσεία, που αποτελούν μεγάλο κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιφέρειας καθώς πρόκειται για πολιτιστικούς πόρους υψηλής ποιότητας και αξίας. Από την UNESCO καταγράφονται 3 Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς. Οι **Μυκήνες** στην περιοχή της Αργολίδας που αποτέλεσαν μια από τις σημαντικότερες κοιτίδες του αρχαίου Μυκηναϊκού πολιτισμού μαζί με το Άργος, με έναν σπουδαίο αρχαιολογικό χώρο όπου περιλαμβάνονται ταφικά και οικιστικά συγκροτήματα της αρχαίας εποχής. Το κάστρο αποτελούσε ένα ισχυρό στρατιωτικό φρούριο που δέσποζε στη νότια Ελλάδα. Ο **Μυστράς** στη Λακωνία, υπήρξε από τα πιο σημαντικά θρησκευτικά και διοικητικά κέντρα του Μεσαίωνα. Στο εσωτερικό του έβρισκε κανείς εκκλησίες, παρεκκλήσια, μονές, οικίες αλλά και παλάτια. Τέλος ο αρχαιολογικός χώρος **Ασκληπιείου Επιδαύρου** ήταν χώρος αφιερωμένος στους θεούς της ίασης και αποτελούσε θεραπευτικό κέντρο για όλο το ρωμαϊκό και ελληνικό κόσμο. Πλήθος αρχαιολογικών μνημείων συναντώνται σε όλη την περιφέρεια Πελοποννήσου όπως η αρχαία Σπάρτη, η αρχαία Κόρινθος, η αρχαία Μεσσήνη, ενώ οι ανασκαφές έχουν φέρει στο φως πολύ σημαντικά ευρήματα της ιστορικής περιόδου τα οποία εκτίθενται σε περίπου 20 μουσεία, όπως της Επιδαύρου, της Νεμέας, της Τρίπολης, του Μυστρά, της Καλαμάτας, της Μονεμβασιάς, του Ναυπλίου. Αξιόλογα είναι και τα θεματικά μουσεία, όπως αυτό της Δημητσάνας με θέμα την υδροκίνηση αλλά και της Καλαμάτας με θέμα το σιδηρόδρομο. Τέλος, στην Πελοπόννησο απαντάται και πλήθος αρχαιολογικών χώρων εκκλησιαστικού ενδιαφέροντος όπως η Μονή Λουκούς Κυνουρίας, η Μονή Φιλοσόφου στον Λούσιο, η Μονή Αγίου Γεωργίου Φενεού, ο Ναός της Οδηγήτριας, η Ιερά Μονή Παναγίας του Βράχου κ.ά.⁷

Πίνακας 6: Αριθμός επισκέψεων στους αρχαιολογικούς χώρους της Περιφέρειας Πελοποννήσου 2010-2019



πηγή: insete

⁷ https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12_Peloponnese-2.pdf

3.2.2 Θαλάσσια σπορ, κολύμβηση, ιαματικά νερά

Η Πελοπόννησος διαθέτει συνολικά 1.200 χλμ. ακτογραμμή όπου τα 333,7 χλμ. είναι κατάλληλα για κολύμβηση και για θαλάσσια σπορ. Το 2020 η Περιφέρεια Πελοποννήσου βραβεύτηκε με γαλάζια σημαία για 31 παραλίες εκ των οποίων οι περισσότερες βρίσκονται στην περιφερειακή ενότητα Λακωνίας και Κορινθίας. Ενδεικτικά θα αναφέρουμε τις παραλίες στο Λουτράκι, στο Βραχάτι, στο Ξυλόκαστρο, στη Νεάπολη, στο Σκουτάρι, στο Ξηροπήγαδο, στο Τολό, στην Πλάκα, στην Καραθώνα, στο Κονδύλι, στον Ατσίγγανο κ.ά.

Οι ιαματικές πηγές που χαρίζουν θεραπευτική δράση χάρη στα νερά που πηγάζουν μέσα από τα πετρώματα και μεταφέρουν μεταλλικά στοιχεία, βρίσκονται σε τρεις περιοχές: στην περιοχή Λουτρακίου Περαχώρας, στα Λουτρά της Ωραίας Ελένης και στην Πηγή Λουτρακίου των Αγίων Θεοδώρων.

Στην ενότητα των θαλάσσιων σπορ θα συναντήσουμε τις καταδύσεις, μια δραστηριότητα που κερδίζει όλο και μεγαλύτερο κοινό και προσελκύει τους λάτρεις της θάλασσας να ανακαλύψουν τον θαλάσσιο πλούτο της Πελοποννήσου. Στην περιφερειακή ενότητα της Μεσσηνίας υπάρχουν δύο καταδυτικά πάρκα. Το kayak-rafting προσφέρεται για τους λάτρεις του εναλλακτικού τουρισμού και ο Λούσιος ποταμός καθώς και η λίμνη του Λάδωνα προσφέρονται για τέτοιου είδους δραστηριότητες.

3.2.3 Αστικά κέντρα και παραδοσιακοί οικισμοί

Στα αστικά κέντρα του κάθε νομού συγκεντρώνονται συνήθως οι περισσότερες διοικητικές, οικονομικές και πολιτισμικές λειτουργίες. Αρκετές από τις τουριστικές πόλεις όπως η Καλαμάτα, το Ναύπλιο, το Λουτράκι διοργανώνουν φεστιβάλ όπως το φεστιβάλ της Καλαμάτας, το φεστιβάλ του Ναυπλίου, το γνωστό Αναπλιώτικο καρναβάλι ενώ κάθε καλοκαίρι γίνονται θεατρικές παραστάσεις, χορευτικές εκδηλώσεις, μουσικές συναυλίες και πολλά άλλα δρώμενα. Οι δύο πόλεις με την μεγάλη αγορά που διαθέτουν, προσελκύουν κόσμο που θέλει να κάνει τις αγορές του στα μαγαζιά καθώς διαθέτουν πληθώρα επιλογών.

Σημαντικό κομμάτι βέβαια της περιφέρειας αποτελούν οι περίπου 149 παραδοσιακοί οικισμοί, οι περισσότεροι από τους οποίους έχουν ιδιαίτερο ιστορικό, κοινωνικό και λαογραφικό χαρακτήρα. Ειδικά κατά τους καλοκαιρινούς μήνες οι τοπικές κοινωνίες διοργανώνουν συναυλίες αλλά και πανηγύρια, καλώντας τον κόσμο, ντόπιους και επισκέπτες να απολαύσουν τοπικά εδέσματα και να διασκεδάσουν μαζί τους, γνωρίζοντας ταυτόχρονα τις παραδόσεις του κάθε τόπου.

3.3 Επιπτώσεις του τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου

Μελετώντας όλες τις θετικές επιπτώσεις του τουρισμού, θα αναλύσουμε παρακάτω το πόσο και σε ποιους τομείς επηρεάζουν την περιφέρεια Πελοποννήσου. Με βάση τα στοιχεία που καταγράφηκαν το 2020 για τις επισκέψεις στην Ελλάδα, η περιφέρεια φαίνεται πως συγκεντρώνει το 3% των επισκέψεων. Την περίοδο 2016-2019 καταγράφηκε αύξηση των επισκέψεων κατά +7% ενώ το διάστημα 2019-2020 σημειώθηκε πτώση κατά -69%.

Πίνακας 7:Επισκέψεις ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Πελοποννήσου το διάστημα 2016-2020

Κατανομή επισκέψεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά (σε χιλ.), 2016-2020					
Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2020	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2020
Γερμανία	82	117	46	42%	-60%
Ην. Βασίλειο	91	57	29	-37%	-49%
Γαλλία	59	78	28	32%	-64%
ΗΠΑ	80	105	(:)	32%	
Λοιπές	610	542	174	-11%	-68%
Σύνολο	843	899	278	7%	-69%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETE - Intelligence

Το σύμβολο (:) υποδηλώνει στοιχεία μη-δημοσιευμένα λόγω μικρής αντιπροσωπευτικότητας

Από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα φαίνεται να υπάρχει μια προτίμηση επισκεπτών από τη Γερμανία καθώς το 2020 αντιπροσωπεύουν το 17% των επισκέψεων, ακολουθεί το Ην. Βασίλειο με 11%, η Γαλλία με 10% και οι υπόλοιπες χώρες με 63%.

Κατέχοντας το 4% των διανυκτερεύσεων η περιφέρεια σημείωσε την περίοδο 2016-2019 αύξηση στις διανυκτερεύσεις κατά +12%, ενώ την περίοδο 2019-2020 καταγράφηκε μείωση κατά -57% όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 8: Διανυκτερεύσεις ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Πελοποννήσου την περίοδο 2016-2020

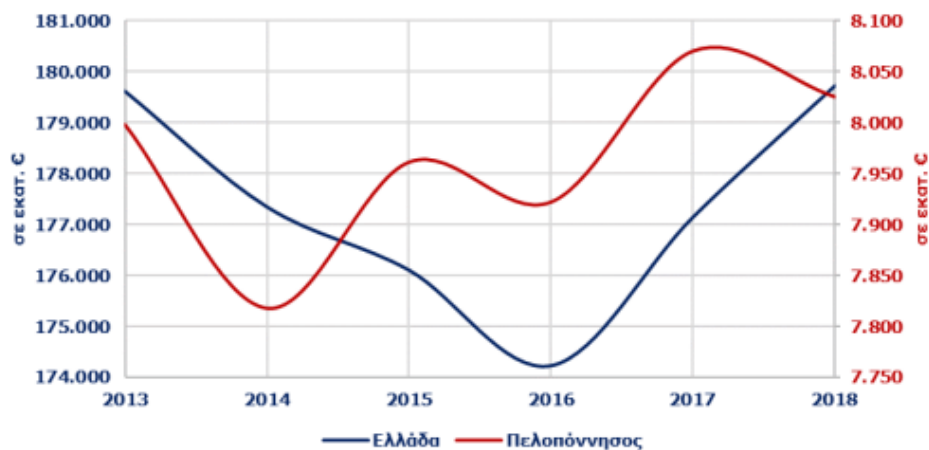
Κατανομή διανυκτερεύσεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά (σε χιλ.), 2016-2020						
Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2020	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2020	
Γερμανία	887	998	575	12%	-42%	
Ην. Βασίλειο	608	444	316	-27%	-29%	
Γαλλία	413	637	240	54%	-62%	
ΗΠΑ	461	738	(:)	60%		
Λοιπές	3.392	3.650	1.635	8%	-55%	
Σύνολο	5.760	6.466	2.766	12%	-57%	

Πηγή: ΤΥΕ - Επεξεργασία INSETE - Intelligence

Το σύμβολο (:) υποδηλώνει στοιχεία μη-δημοσιευμένα λόγω μικρής αντιπροσωπευτικότητας

Οι θετικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης είναι φυσικό να έχουν αντίκτυπο και στα έσοδα των περιφερειών καθώς οι δαπάνες που πραγματοποιούνται σε κάθε περιφέρεια, τόσο από τον εσωτερικό όσο και από τον εξωτερικό τουρισμό συμβάλλουν στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας. Όπως φαίνεται και από τον παρακάτω πίνακα, το ΑΕΠ της περιφέρειας Πελοποννήσου ακολουθεί την ίδια τάση με το ΑΕΠ της χώρας. Την περίοδο 2013-2018 το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της περιφέρειας σημείωσε αύξηση κατά +2%. Από στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ τα έσοδα της περιφέρειας από τον τουρισμό αντιπροσώπευαν το 3% των συνολικών εσόδων της χώρας, ενώ το ΑΕΠ της σημείωσε μείωση κατά -8%.

Πίνακας 9: ΑΕΠ της Ελλάδας και της Περιφέρειας Πελοποννήσου το διάστημα 2013-2018



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Αν και ο τουρισμός, σύμφωνα με τους Lickorish and Jenkins (1999), είναι μια πολυσύνθετη δραστηριότητα που εκτείνεται σε πολλούς κλάδους και συνεπώς είναι δύσκολο να εκτιμηθεί επακριβώς ο αριθμός των απασχολούμενων σε αυτόν, παραμένει ένας τομέας που επηρεάζει θετικά την δημιουργία θέσεων εργασίας. Σύμφωνα με την

ΕΛΣΤΑΤ ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός της περιφέρειας φτάνει το 52% για το 2020, ενώ οι απασχολούμενοι στον κλάδο του τουρισμού φτάνουν τους 20.796, εκ των οποίων 74,9% είναι σε δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης και το υπόλοιπο 25,1% σε καταλύματα για το έτος 2019. Στον ακόλουθο πίνακα εμφανίζεται η εξέλιξη της ανεργίας στις περιφέρειες της χώρας από το 2015 έως το 2020. Για την περιφέρεια Πελοποννήσου φαίνεται πως παρουσιάζονται τάσεις μείωσης του ποσοστού ανεργίας ως προς τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό, καθώς από το 22% το 2015 έφτασε στο 12% και στο 11% τα έτη 2019 και 2020 αντίστοιχα κατατάσσοντας την στην πρώτη θέση με το χαμηλότερο ποσοστό ανεργίας ανάμεσα στις υπόλοιπες περιφέρειες.

Πίνακας 10: Εξέλιξη της ανεργίας στην Ελλάδα ανά περιφέρεια 2015-2020

Περιφέρεια	2015		2019		2020		%Δ	
	Αριθμός ανεργών (σε χιλ.)	% Ανέργων ως προς τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό	Αριθμός ανεργών (σε χιλ.)	% Ανέργων ως προς τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό	Αριθμός ανεργών (σε χιλ.)	% Ανέργων ως προς τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό	2015-2019	2019-2020
Αττική	449	25%	294	17%	240	14%	-35%	-18%
Κεντρική Μακεδονία	211	26%	157	20%	144	18%	-25%	-8%
Δυτική Ελλάδα	82	28%	68	24%	60	22%	-17%	-13%
Θεσσαλία	85	27%	58	19%	51	17%	-32%	-11%
Κρήτη	67	24%	33	12%	48	17%	-50%	45%
Στερεά Ελλάδα	63	26%	40	17%	45	19%	-36%	11%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	60	23%	41	16%	42	17%	-32%	2%
Πελοπόννησος	55	22%	29	12%	27	11%	-48%	-5%
Ήπειρος	34	25%	22	16%	24	18%	-35%	7%
Νότιο Αιγαίο	23	15%	21	14%	24	17%	-9%	12%
Δυτική Μακεδονία	36	31%	28	25%	21	20%	-21%	-25%
Βόρειο Αιγαίο	14	18%	16	18%	14	16%	12%	-10%
Ιόνια Νησιά	17	19%	11	12%	14	16%	-36%	25%
Σύνολο	1.197	25%	819	17%	755	16%	-32%	-8%

Πηγή: ΕΕΔ ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Κεφάλαιο 4

4.1 Οι απειλές και τα προβλήματα στον ελληνικό τουρισμό

Ο τουρισμός ως ένας τομέας που επηρεάζει την οικονομία και την κοινωνία εκτός από τα πολλά θετικά, σίγουρα παρουσιάζει και κάποια προβλήματα. Για την ανάπτυξη του τουρισμού υιοθετούνται κάποια μέτρα και πολιτικές, οι οποίες ωστόσο επηρεάζονται από μερικούς αρνητικούς παράγοντες όπως η εποχικότητα του τουρισμού, η υποβαθμισμένη ποιότητα, η έλλειψη υποδομών, το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού αλλά και η περιορισμένη ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε τις δυσκολίες και τα ασθενή σημεία που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στη χώρα μας, καθώς και τις απειλές από τους ανταγωνιστές του που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη και την εύρυθμη λειτουργία του.

Ένα από τα κυριότερα ίσως προβλήματα που θα συναντήσουμε σε όλη την επικράτεια είναι οι ανεπαρκείς υποδομές της χώρας. Η κακή κατάσταση στο οδικό δίκτυο και η μη συντήρησή του, η ανεπάρκεια και η κακή ποιότητα στις μεταφορές όπως τα μέσα μαζικής μεταφοράς, τα λιμάνια της χώρας που χρήζουν σοβαρής συντήρησης και εκσυγχρονισμού, οι αερομεταφορές που παρουσιάζουν πολλές φορές καθυστερήσεις ή και βλάβες στα αεροσκάφη. Ακόμη, πολλές φορές εμφανίζεται ανεπάρκεια όσον αφορά την προσφορά του τουριστικού προϊόντος, καθώς υπάρχει χαμηλό επίπεδο εξυπηρέτησης, ελλείψεις και χαμηλής ποιότητας ξενοδοχειακές υποδομές με αποτέλεσμα την δυσφήμιση του ελληνικού τουρισμού. Το πρόβλημα στον τομέα της παροχής υπηρεσιών είναι μείζονος σημασίας, καθώς για να υπάρξει ποσότητα πρέπει να υπάρχει και ποιότητα. Είναι σημαντικό ο επισκέπτης να μείνει ικανοποιημένος από την στιγμή που θα ταξιδέψει προς την Ελλάδα, από το περιβάλλον που θα φιλοξενηθεί, από την ιατρική περίθαλψη που μπορεί να χρειαστεί, ακόμη και από την ψυχαγωγία που θα του προσφερθεί ώστε να επιστρέψει πάλι στην Ελλάδα και να την αξιολογήσει θετικά. Σημαντικό πρόβλημα αποτελεί η έλλειψη σεβασμού προς το περιβάλλον και την προστασία του, η έντονη κυκλοφοριακή συμφόρηση στις μεγαλουπόλεις αλλά και οι ελλείψεις στην προβολή και διαφήμιση της πολιτιστικής μας κληρονομιάς, στα ήθη και έθιμα του τόπου. Ένα πολύ σημαντικό εμπόδιο για την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις διεθνείς αγορές, είναι η ανεπάρκεια που παρουσιάζει η χώρα λόγω της κατάστασης στην οποία βρίσκεται η οικονομία της τα τελευταία χρόνια και αδυνατεί να καλύψει το κενό στην αγορά. Είναι

αλήθεια πως για πολλά χρόνια, ο πόλος έλξης και η μόνη προώθηση που γινόταν στο κομμάτι του ελληνικού τουρισμού αφορούσε το τρίπτυχο 3s (sea-sun-sand), πλέον όμως ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) είναι ανάγκη να καταπολεμήσει όλες εκείνες τις αδυναμίες που δυσχεραίνουν το έργο του όπως η γραφειοκρατία, η έλλειψη μάρκετινγκ, η κακή ποιότητα διαφημιστικού υλικού, για να προβάλλει όλες τις πτυχές του τουρισμού και φυσικά όχι μόνο του εποχιακού, καθώς ο εναλλακτικός τουρισμός θα πρέπει να ενισχυθεί και να υποστηριχθεί.

Εκτός από τα προβλήματα, υπάρχουν και κάποιες σοβαρές απειλές τόσο εκ των έσω όσο και εκ των έξω, που χρήζουν προσοχής και είναι ανάγκη να αντιμετωπιστούν. Ενώ φαίνεται πως η Ελλάδα βρίσκεται σε καλό δρόμο όσον αφορά το προσφερόμενο προϊόν και την τιμή στην οποία αυτό προσφέρεται, τα τελευταία χρόνια πολλές χώρες όπως η Τουρκία, η Ισπανία και άλλες περιοχές της Μεσογείου έχουν γίνει αρκετά ανταγωνιστικές, προσφέροντας υψηλή ποιότητα στις παροχές τους κρατώντας τις τιμές τους σταθερές. Συνεπώς είναι ένα κομμάτι που θα πρέπει να δοθεί η δέουσα προσοχή και να εφαρμοστεί μια σωστή τιμολογιακή πολιτική ώστε να μην χαθεί το πλεονέκτημα. Είναι κοινώς αποδεκτό πως η παγκόσμια τουριστική κίνηση επηρεάζεται και καθοδηγείται κατά ένα πολύ μεγάλο ποσοστό από τους τουριστικούς πράκτορες (tour operators). Στόχος τους είναι να δημιουργούν πακέτα ελκυστικά στους τουρίστες προσπαθώντας να καλύψουν όσο το δυνατόν περισσότερες από τις απαιτήσεις και τις ανάγκες τους. Δίνουν μεγάλη προσοχή ώστε με λογικές τιμές να παρέχουν στον επισκέπτη ασφάλεια και διακοπές καλής ποιότητας. Συνεπώς η ελληνική πολιτεία είναι ανάγκη να βρίσκεται σε συνεργασία με τον συγκεκριμένο κλάδο, με σκοπό να επιτυγχάνεται η μέγιστη εισροή τουριστών στη χώρα μας. Τέλος είναι ανάγκη να κατανοήσουμε πως για να επιβιώσει ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να στηριχθεί πρωτίστως εκ των έσω. Ο δημόσιος τομέας και τα στελέχη που ανήκουν στον τομέα του τουρισμού, θα πρέπει να επιδείξουν την δέουσα σοβαρότητα, τον επαγγελματισμό και την οργάνωση που χρειάζεται η προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

4.2 Η πολιτική της Ελλάδας για τον τουρισμό

Η εξέλιξη της τουριστικής βιομηχανίας όπως έχει διαμορφωθεί τα τελευταία χρόνια, καθιστά άμεση την ανάγκη για χάραξη μιας μελετημένης και σωστά οργανωμένης πολιτικής. Η απότομη τουριστική ανάπτυξη αποδείχθηκε πως εμφάνισε κάποια προβληματικά σημεία, καθώς τα οφέλη της εξανεμίζονταν όταν αυτή γινόταν ανεξέλεγκτη και εκεί είναι που γεννιέται η έννοια της τουριστικής πολιτικής. Κύρια αποστολή του Υπουργείου Πολιτισμού είναι η χάραξη μιας τουριστικής πολιτικής, που οδηγεί στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας. Ο σκοπός επιτυγχάνεται μέσα από την κατάρτιση βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων προγραμμάτων για την ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος. Οι στόχοι του αρμόδιου υπουργείου επιγραμματικά είναι:

1. Η προώθηση του ελληνικού τουριστικού brand διεθνώς.
2. Η ενίσχυση της προστιθέμενης αξίας των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού παράγοντα στον τουρισμό.
3. Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.
4. Η προώθηση μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Η Ελλάδα παρά το μικρό της μέγεθος παρουσιάζει υπηρεσίες που της δίνουν ένα μεγάλο πλεονέκτημα στο ανταγωνιστικό παιχνίδι του τουρισμού. Τα δεδομένα βέβαια συνεχώς αλλάζουν, επισκέπτες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και οικονομικά επιφανείς πλέον έχουν ένα χαρακτηριστικό, είναι απαιτητικοί. Ζητούν ποιότητα και ποικιλία στις παροχές και αυτό πρέπει να ληφθεί κατά νου, σε αντίθετη περίπτωση κινδυνεύουμε να χάσουμε την υψηλή θέση που κατέχουμε στον χάρτη των τουριστικών προτιμήσεων.

Βασικός σκοπός του ελέγχου της πολιτικής εξουσίας στον τουρισμό είναι να ελεγχθούν ή και να προληφθούν ανεπιθύμητες εξελίξεις, αλλά και να υπάρξει μια σωστή ρύθμιση ώστε να λαμβάνονται τα σωστά μέτρα για να επιτευχθούν οι επιθυμητοί στόχοι. Προϋπόθεση για να ασκηθεί μια σωστή τουριστική πολιτική είναι να έχει ληφθεί υπόψη η ανάλυση της τουριστικής οικονομίας καθώς και η μελλοντική εξέλιξή της. Κρίνεται απαραίτητο η πολιτική εξουσία να είναι σε θέση πολλές φορές ακόμη και να προβλέψει τις συνέπειες, ώστε να εφαρμόσει τα κατάλληλα μέτρα προκειμένου να θεραπευτούν οι όποιες αδυναμίες του μηχανισμού της τουριστικής

αγοράς. Στόχος φυσικά της τουριστικής πολιτικής που εφαρμόζεται, είναι να ωφεληθεί οικονομικά σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο η χώρα. Φρόνιμο είναι να ελέγχονται συνεχώς οι φάσεις της ανάπτυξης από την εξουσία και τα αρμόδια όργανά της, ώστε να αναπροσαρμόζεται και να παρακολουθείται η εφαρμογή της προσαρμοσμένης τουριστικής πολιτικής (Ηγουμενάκης, 1997).

Η χάραξη μιας σωστής τουριστικής πολιτικής αποτελείται από δύο μέρη. Το ένα είναι οι στόχοι που έχουν τεθεί και το άλλο είναι τα μέτρα που πρέπει να παρθούν ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι. Είναι λογικό και αναπόφευκτο πως κατά τη διαδικασία του καθορισμού των σκοπών και των στόχων, θίγονται είτε μικρά είτε μεγάλα συμφέροντα, θεωρείται όμως σημαντικό να αποφεύγονται οι συγκρούσεις στην πολιτική εξουσία. Εφόσον ο σχεδιασμός της τουριστικής πολιτικής έχει γίνει ορθολογικά και εφαρμόζεται σωστά, αποτελεί ένα δυνατό εργαλείο στα χέρια των κυβερνήσεων ώστε να μπορέσουν να παρέμβουν και να ρυθμίσουν την τουριστική οικονομία και να διορθώσουν τυχόν αδυναμίες και παραλείψεις, λαμβάνοντας βέβαια υπόψιν το οικονομικό και κοινωνικό κόστος που συνεπάγεται η χρησιμοποίηση των μέτρων και μέσων για να επιτευχθούν οι σκοποί και οι στόχοι του προγράμματος. Οι σκοποί και οι στόχοι χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

1. Σε βραχυχρόνιους, δηλαδή από 1 έως 3 έτη, που αφορούν τη μείωση του τουριστικού ισοζυγίου πληρωμών, τη σταθερότητα των τιμών σε τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες κ.ά.
2. Σε μεσοχρόνιους, από 4 έως 9 έτη, που αφορά σκοπούς και στόχους που βρίσκονται στο μεσοδιάστημα βραχυχρόνιων και μακροχρόνιων
3. Σε μακροχρόνιους, από 10 έτη και πάνω, που αφορούν διαρθρωτικές μεταβολές στην τουριστική οικονομία, τη βελτίωση στη διανομή του τουριστικού εισοδήματος και πλούτου κ.ά. (Ηγουμενάκης Νίκος, 1997)

Τα εργαλεία που χρησιμοποιεί λοιπόν η πολιτική εξουσία προκειμένου να επιτύχει τους σκοπούς και τους στόχους που έχει θέσει, είναι τα μέσα και τα μέτρα. Η εφαρμογή ενός συγκεκριμένου μέσου της τουριστικής πολιτικής σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, με σκοπό την επίτευξη ενός ή περισσότερων στόχων, χαρακτηρίζεται σαν μέτρο τουριστικής πολιτικής. Συνεπώς τα μέτρα αποτελούν την εκλογή ενός συγκεκριμένου μέσου σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, για την επίτευξη ενός ή

περισσότερων στόχων. Τα μέσα και τα μέτρα της τουριστικής πολιτικής χωρίζονται στις εξής κατηγορίες: (Ηγουμενάκης Νίκος, 1997)

1. Άμεσα, είναι εκείνα που επιδρούν στην προσφορά και στην ζήτηση του τουρισμού, ανεξάρτητα από τον μηχανισμό των τιμών.
2. Έμμεσα, όπου διαμέσου των τιμών ασκούν επίδραση στην προσφορά και στη ζήτηση της τουριστικής οικονομίας.
3. Γενικά, που αναφέρονται σε γενικά θέματα όπως ο προγραμματισμός του τουρισμού.
4. Ειδικά, που αναφέρονται στην επίτευξη συγκεκριμένων στόχων της τουριστικής πολιτικής όπως τα γεύματα των ξενοδοχείων.
5. Υποχρεωτικά, όπως οι υποχρεώσεις για καταβολή των φόρων που πληρώνουν οι τουριστικές επιχειρήσεις.
6. Ενδεικτικά, είναι εκείνα τα μέτρα που δεν έχουν υποχρεωτικό χαρακτήρα, όπως εκδηλώσεις με σκοπό τον επηρεασμό της κοινής γνώμης.
7. Εθνικά, είναι αυτά που αφορούν την τουριστική οικονομία στην εθνική επικράτεια όπως οι φόροι, οι δασμοί και οι εισφορές που επιβάλλονται.
8. Περιφερειακά, αφορούν τις οικονομικές σχέσεις που αναπτύσσονται σε ορισμένες περιφέρειες, όπως η απαλλαγή από την φορολογία σε παραμεθόριες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.
9. Τοπικά, αναφέρονται σε μέτρα που αναπτύσσονται σε τοπικό επίπεδο όπως η επιβολή δημοτικού φόρου σε μια περιοχή. (Ηγουμενάκης Νίκος, 1997)

Όλα τα παραπάνω λοιπόν ελέγχονται από την πολιτική εξουσία ως προς την αποτελεσματικότητά τους και ως προς το κόστος ευκαιρίας τους. Βασική επιδίωξη της τουριστικής πολιτικής, είναι η παροχή όσο το δυνατόν καλύτερων αγαθών και υπηρεσιών τόσο για τους ντόπιους όσο και για τους ξένους τουρίστες, δηλαδή η μέγιστη ικανοποίηση και χρησιμότητα από την κατανάλωση τουριστικών προϊόντων. Είναι σημαντικό στο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής που ασκείται, να γίνεται μια όσο το δυνατόν πιο άριστη κατανομή των διαθέσιμων πόρων, ώστε να επιτυγχάνεται και η αποταμίευσή τους για μελλοντική χρήση και να εξυπηρετείτε ο βασικός σκοπός.

4.3 Η τουριστική ανάπτυξη και οι παράγοντες που την επηρεάζουν

Ο κρατικός παρεμβατισμός στην Τουριστική Οικονομία αποβλέπει βασικά στη θέσπιση κανόνων για μια ελεγχόμενη ανάπτυξη της, η οποία αρχίζει ουσιαστικά με τη λήψη μέτρων προς το σκοπό αυτό. Οι πολιτικές εξουσίες των χωρών που έχουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για να αναπτύξουν την τουριστική τους οικονομία, καταβάλλουν προσπάθειες να αναπτυχθεί ο σημαντικός αυτός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, γιατί έτσι υπολογίζουν να ωφεληθούν από τις θετικές οικονομικές επιδράσεις του και άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, κατ' επέκταση δε και η οικονομία τους. (Ηγουμενάκης Νίκος, 1997).

Η τουριστική ανάπτυξη σε πολλές χώρες συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας, αποτελεί τροχοπέδη για την οικονομία. Ο τουριστικός τομέας λόγω των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων που ασκεί σε μια χώρα, μπορεί να αποτελέσει κύρια δύναμη ώθησης για οικονομική ανάπτυξη σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Βασικός στόχος κάθε κοινωνίας είναι η οικονομική ανάπτυξη και ευημερία της. Κύρια βάση για την εξέλιξη της τουριστικής ανάπτυξης αποτέλεσε ο περισσότερος ελεύθερος χρόνος και η αύξηση των εισοδημάτων. Ο τουρισμός όμως ως ένα πολυσύνθετο φαινόμενο, επηρεάζεται και από παράγοντες όπως η τεχνολογία. Έτσι με την εξέλιξή της αναπτύχθηκαν οι μετακινήσεις και οι αερομεταφορές που μείωναν τον χρόνο και το κόστος του ταξιδιού, συνεπώς μεγαλύτερο κομμάτι του πληθυσμού αναζητούσε πλέον ταξίδια για αναψυχή με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί ο μαζικός τουρισμός. Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας ήταν η εξέλιξη στον τομέα της ενημέρωσης και της πληροφόρησης, ειδικά το κομμάτι του διαδικτύου. Είναι γεγονός πως πλέον πολύ μεγάλη μερίδα επισκεπτών χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να ενημερωθούν για τον τόπο προορισμού τους, για τις μετακινήσεις, για τα πακέτα διακοπών, τις δραστηριότητες αναψυχής και τα τουριστικά καταλύματα. Η επιλογή ενός καλού τουριστικού καταλύματος υπήρξε για πολλά χρόνια μια από τις σημαντικότερες απαιτήσεις των τουριστών, με αποτέλεσμα οι ξενοδόχοι να επικεντρωθούν στο να προσφέρουν όσο το δυνατόν καλύτερης ποιότητας διαμονή και υπηρεσίες. Στις μέρες μας όμως φαίνεται πως δεν είναι αρκετό, καθώς οι σύγχρονοι τουρίστες προσπαθούν να καλύψουν πιο εξειδικευμένες ανάγκες από τις βασικές όπως για στέγη και σίτιση. Με την αναζήτηση λοιπόν του καταλύματος, ο επισκέπτης ψάχνει ταυτόχρονα για μέρη όπου τον ενδιαφέρει ο πολιτισμός, τα πολιτιστικά δρώμενα και οι εκδηλώσεις του

τόπου. Δίνεται μεγάλη βαρύτητα από τοπικούς παράγοντες ώστε να οργανώνουν πολιτιστικά δρώμενα και παραστάσεις, καθώς φαίνεται να αποτελούν βασικό κίνητρο για την προσέλκυση των τουριστών.

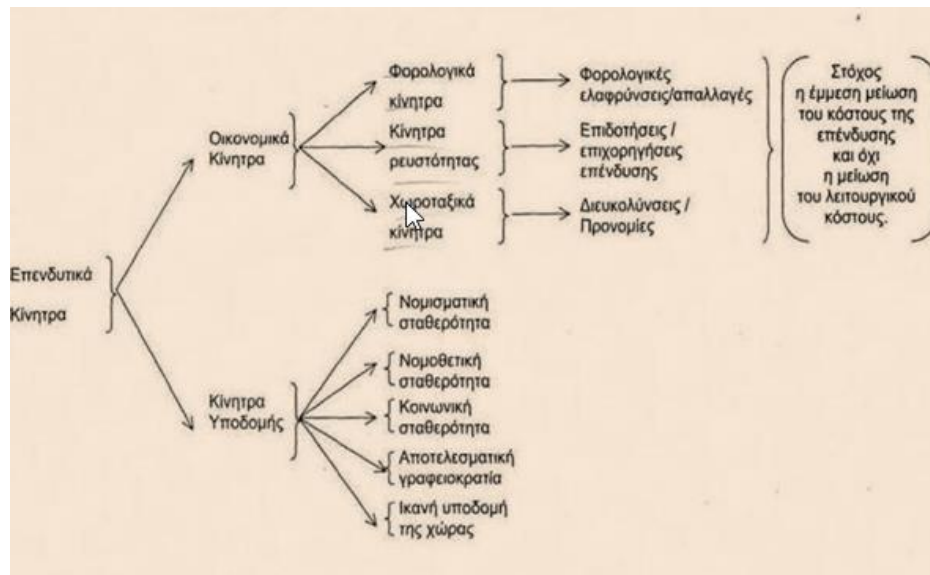
Ιδιαίτερη εντύπωση προκαλεί και το γεγονός πως η στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στους επισκέπτες από το εξωτερικό, αν και ο εγχώριος τουρισμός καταλαμβάνει το 80% του συνόλου των επισκέψεων.

Η παραγωγή και η κατανάλωση των αγαθών και των υπηρεσιών που συμμετέχουν στην τουριστική οικονομία και αποτελούν κομμάτι της τουριστικής ανάπτυξης, είναι ανάγκη να εξυπηρετούν κάποιους στόχους ώστε να θεωρείται αποτελεσματική η τουριστική πολιτική που εφαρμόζεται.

Οι στόχοι είναι οι εξής:

- Η ψυχολογική εμπειρία που αποκτούν οι επισκέπτες όταν επισκέπτονται έναν προορισμό να μεγιστοποιείται ποσοτικά και ποιοτικά.
- Οι τουριστικές επιχειρήσεις που παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες ώστε να ικανοποιήσουν και να καλύψουν τις ανάγκες των πελατών τους και να μεγιστοποιούν το κέρδος τους.
- Να μεγιστοποιούνται οι πρωτογενείς επιπτώσεις και οι παρενέργειες των δαπανών που πραγματοποιούν οι τουρίστες όταν επισκέπτονται μια περιοχή ή γενικότερα μια χώρα. (Ηγουμενάκης 1997, τόμος Α)

Για να επιτευχθεί η ανάπτυξη χρειάζεται να υπάρξει αύξηση στο εισόδημα της κοινωνίας και κίνητρα για περισσότερες επενδύσεις. Το κράτος έχει δημιουργήσει για αυτό το σκοπό μια σειρά από πενταετή συνήθως προγράμματα ως κίνητρα για την προώθηση των επενδύσεων. Οι παρεμβάσεις αυτές λοιπόν από την πλευρά του κράτους καλούνται ως «επενδυτικά κίνητρα», που στοχεύουν στην προσέλκυση των επενδύσεων και κατ' επέκταση στην αύξηση του εισοδήματος. Μερικά από τα κίνητρα που δίνονται είναι οικονομικής φύσεως καθώς και κίνητρα υποδομής.



Εικόνα 1: Κατηγορίες επενδυτικών κινήτρων

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο πως για την αποτελεσματικότητα του μέτρου των επιδοτήσεων και επιχορηγήσεων έχουν διατυπωθεί αρκετές επιφυλάξεις, καθώς δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που παρατηρείται κατάχρηση και κατασπατάληση του δημοσίου χρήματος αφού δεν υπάρχει ο κατάλληλος έλεγχος στους επίδοξους επενδυτές. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου μια κατασκευή έμεινε ημιτελής, καθώς εισπράχθηκαν τα λεφτά της επιδότησης και η επένδυση σταμάτησε.

Η δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών όπως η δημιουργία βασικών έργων υποδομής, η εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης και τουριστικής παιδείας σε συνδυασμό με την ανοδική πορεία της οικονομίας, δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, την αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών και γενικά την τουριστική ανάπτυξη. Η στρατηγική που πρέπει να ακολουθηθεί ώστε να αναπτυχθεί ο ελληνικός τουρισμός περιλαμβάνει τα εξής:

- Προσέλκυση επενδύσεων και δημιουργία μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων.
- Σωστή εκπαίδευση στα άτομα που ασχολούνται με τον τουριστικό κλάδο.
- Ανάδειξη της πολιτισμικής μας κληρονομιάς που θεωρείται ο κύριος πόλος έλξης για τους επισκέπτες στην χώρα μας.
- Σημαντική απώλεια για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας και άμεση ανάγκη ώστε να περιοριστεί, αποτελεί η παραοικονομία στα καταλύματα δηλαδή η διαμονή σε παράνομα και μη εξουσιοδοτημένα

καταλύματα, που αγγίζει μέχρι και το 60% του συνόλου των διανυκτερεύσεων.

- Επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού όχι μόνο σε έντονα τουριστικές περιοχές αλλά και σε λιγότερο ανεπτυγμένες τουριστικά που θα βοηθήσουν στον περιορισμό των περιφερειακών ανισοτήτων.
- Η ανάπτυξη των δημόσιων τουριστικών υπηρεσιών όπως αεροδρόμια, μουσεία, λιμάνια καθώς και η αξιοποίηση των παραδοσιακών κτισμάτων για τουριστικούς σκοπούς.
- Η εξέλιξη και οργάνωση του θαλάσσιου τουρισμού καθώς αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας μας και είναι ανάγκη να αξιοποιηθεί στο έπακρο ώστε να προσελκύονται τουρίστες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου.
- Η οργάνωση στον τομέα των θαλάσσιων μεταφορών καθώς και των αερομεταφορών.
- Η αξιοποίηση του εργατικού δυναμικού με την παροχή κινήτρων και τη δημιουργία της αναγκαίας υποδομής για την προβολή του τουριστικού προϊόντος.
- Την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως ο χειμερινός τουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός που μπορούν να προσφέρουν μια ποικιλία και να διαφοροποιήσουν την ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων.
- Την διατήρηση του επιπέδου ποιότητας και την διαφοροποίηση των τιμών ανάλογα την περιοχή και την εποχή.
- Μείωση της εποχικότητας του τουρισμού με την επέκταση της τουριστικής περιόδου σε περιοχές που υπάρχει η δυνατότητα για ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα.

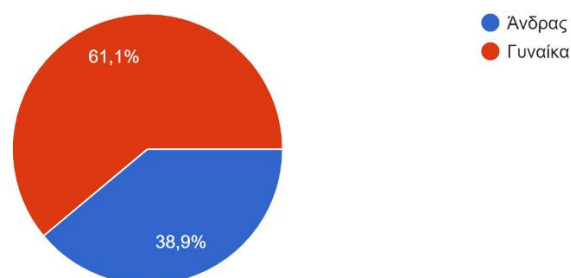
Κεφάλαιο 5

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε με σκοπό την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας. Το ερωτηματολόγιο που κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτώμενοι παρουσιάζεται στο Παράρτημα της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Χωρίζεται σε τρία μέρη, το πρώτο μέρος αποτελείται από δημογραφικές ερωτήσεις γενικού περιεχομένου. Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελεί μια αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης σχετικά με τον τουρισμό στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ενώ στο τρίτο μέρος παρουσιάζονται προτάσεις ανάπτυξης της Περιφέρειας. Η συλλογή των δεδομένων έγινε με την χρήση του google forms. Οι ερωτήσεις που υποβλήθηκαν ήταν κυρίως ερωτήσεις κλίμακας likert και πολλαπλών επιλογών. Οι απαντήσεις στο σύνολό τους ήταν 113.

5.1 Στατιστικά αποτελέσματα δημογραφικών ερωτήσεων

Στο παρακάτω γράφημα (εικόνα 2) διακρίνονται τα ποσοστά των ανδρών και των γυναικών που συμμετείχαν στην έρευνα, οι 69 ήταν γυναίκες ενώ 44 ήταν οι άνδρες.

1.1 Επιλέξτε το φύλο σας:
113 απαντήσεις

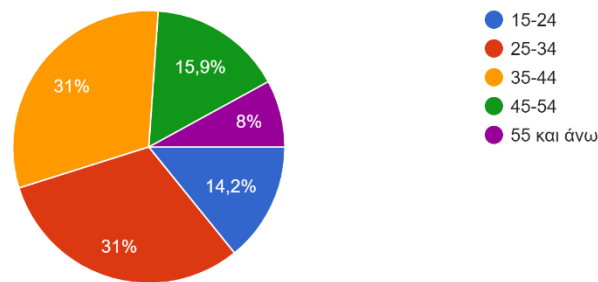


Εικόνα 2: Φύλο ερωτηθέντων

Το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από τις εξής ηλικιακές κατηγορίες όπως δείχνει και το παρακάτω διάγραμμα (εικόνα 3): 16 άτομα μεταξύ 15-24 ετών, 35 άτομα μεταξύ 25-34 ετών, 35 άτομα μεταξύ 35-44 ετών, 18 άτομα μεταξύ 45-54 ετών και 9 άτομα από 55 ετών και πάνω.

1.2 Επιλέξτε την ηλικιακή κατηγορία που ανήκετε:

113 απαντήσεις

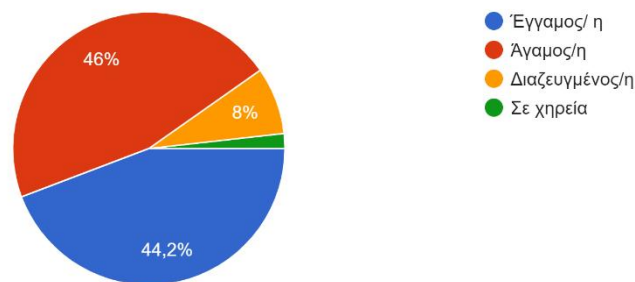


Εικόνα 3: Ηλικιακή κατηγορία ερωτηθέντων

Στο παρακάτω κυκλικό διάγραμμα (εικόνα 4) απεικονίζεται η οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων και τα αποτελέσματα είναι τα εξής: 50 άτομα έγγαμοι, 52 άτομα άγαμοι, 9 άτομα διαζευγμένα και 2 άτομα βρίσκονταν σε κατάσταση χηρείας.

1.3 Οικογενειακή κατάσταση:

113 απαντήσεις

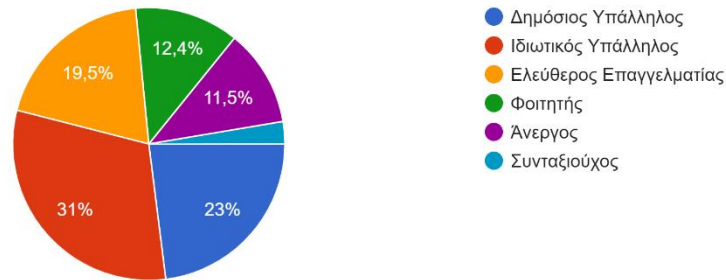


Εικόνα 4: Οικογενειακή κατάσταση ερωτηθέντων

Σχετικά με την επαγγελματική κατάσταση των ερωτηθέντων όπως φαίνεται παρακάτω (εικόνα 5) 26 άτομα ήταν δημόσιοι υπάλληλοι, 35 άτομα ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι, 22 άτομα ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες, 14 ήταν φοιτητές, 13 ήταν άνεργοι και 3 άτομα ήταν συνταξιούχοι.

1.4 Επιλέξτε το είδος απασχόλησής σας:

113 απαντήσεις

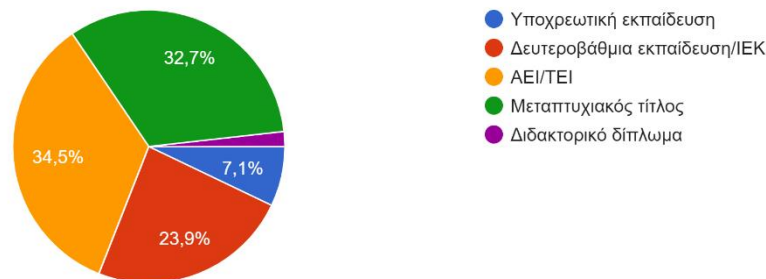


Εικόνα 5: Επαγγελματική κατάσταση ερωτηθέντων

Στην ερώτηση που αφορούσε το επίπεδο εκπαίδευσης, 8 άτομα είχαν ολοκληρώσει την υποχρεωτική εκπαίδευση, 27 άτομα είχαν ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση ή κάποιο ΙΕΚ, 39 άτομα είχαν αποφοιτήσει από ΑΕΙ/ΤΕΙ, 37 άτομα κατείχαν κάποιο μεταπτυχιακό τίτλο και 2 άτομα είχαν διδακτορικό δίπλωμα.

1.5 Επίπεδο εκπαίδευσης:

113 απαντήσεις

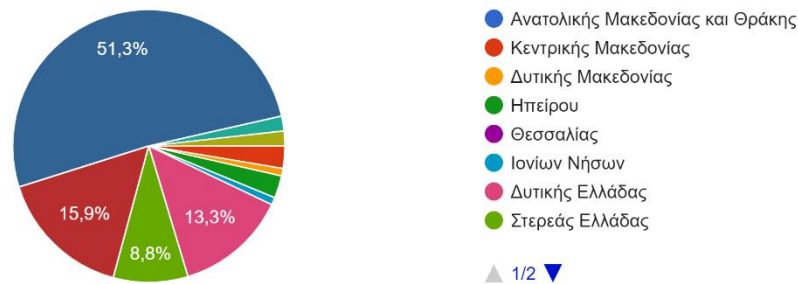


Εικόνα 6: Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτηθέντων

Στην τελευταία ερώτηση του πρώτου μέρους που αφορούσε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, οι ερωτηθέντες απάντησαν σε ποια από τις 13 Περιφέρειες της

Ελλάδας ανήκουν, 3 άτομα στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, 1 άτομο στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, 3 άτομα στην Περιφέρεια Ηπείρου, 1 άτομο στην Περιφέρεια Ιονίων νήσων, 15 άτομα στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, 10 άτομα στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, 18 άτομα στην περιφέρεια Αττικής, 58 άτομα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2 άτομα στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και 2 άτομα στην Περιφέρεια Κρήτης.

1.6 Επιλέξτε την Περιφέρεια που ανήκετε:
113 απαντήσεις



Εικόνα 7: Περιφέρεια που ανήκουν οι ερωτηθέντες

5.2 Στατιστικά αποτελέσματα αξιολόγησης της υφιστάμενης κατάστασης

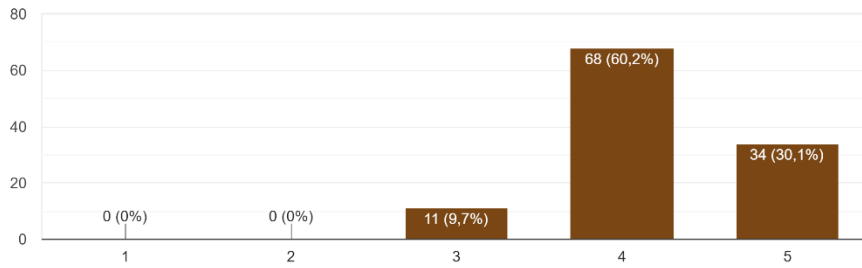
Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου οι ερωτηθέντες καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με την παρούσα κατάσταση του τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

Στην ερώτηση σχετικά με το πόσο σημαντική πιστεύετε πως είναι η τουριστική δραστηριότητα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου όπου χρησιμοποιήθηκε κλίμακα Likert (από το 1 πολύ λίγο έως το 5 πάρα πολύ) 11 άτομα απάντησαν μέτρια, 68 άτομα απάντησαν πολύ και 34 άτομα απάντησαν πάρα πολύ.

2.1 Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η τουριστική δραστηριότητα στην Περιφέρεια

Πελοποννήσου:

113 απαντήσεις



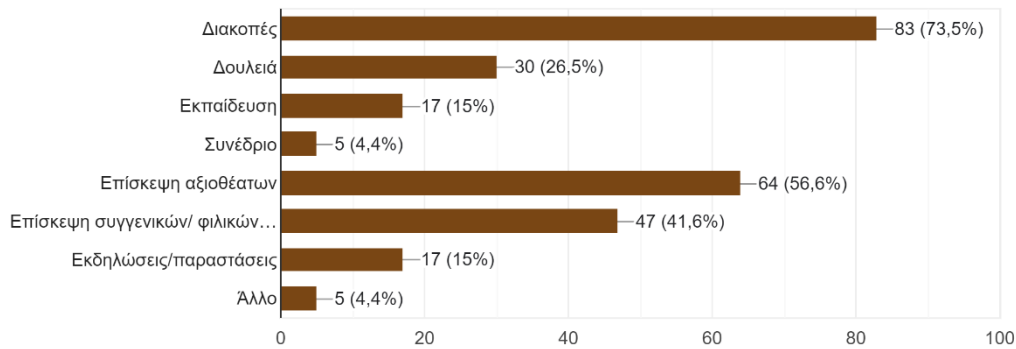
Εικόνα 8

Στην ερώτηση για το ποιο πιστεύετε πως είναι οι λόγοι που επισκέπτεται κάποιος την Περιφέρεια Πελοποννήσου όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα (εικόνα 9) το μεγαλύτερο ποσοστό 73,5% απάντησε για διακοπές, ακολουθεί η επίσκεψη αξιοθέατων με 56,6%, η επίσκεψη συγγενικών/φιλικών προσώπων με 41,6% ενώ οι λιγότερες απαντήσεις δόθηκαν στην επιλογή συνέδριο με ποσοστό 4,4%.

2.3 Ποιοι πιστεύετε πως είναι οι λόγοι που επισκέπτεται κάποιος την Περιφέρεια

Πελοποννήσου:

113 απαντήσεις

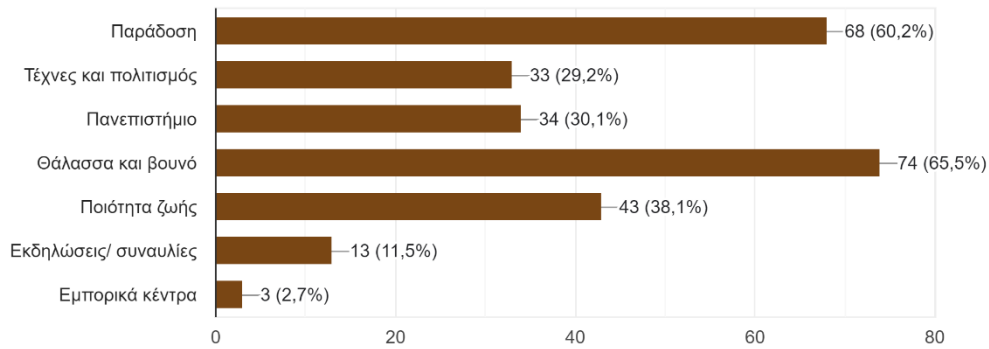


Εικόνα 9

Η επόμενη ερώτηση ήταν για το τι πιστεύετε ότι χαρακτηρίζει την Περιφέρεια Πελοποννήσου (εικόνα 10). Οι δημοφιλέστερες απαντήσεις ήταν με ποσοστό 65,5% η θάλασσα και το βουνό, με 60,2% η παράδοση, με 38,1% η ποιότητα ζωής ενώ με χαμηλότερα ποσοστά εμφανίζονται τα εμπορικά κέντρα 2,7% και οι εκδηλώσεις/συναυλίες με 11,5%.

2.4 Τι πιστεύετε ότι χαρακτηρίζει την Περιφέρεια Πελοποννήσου:

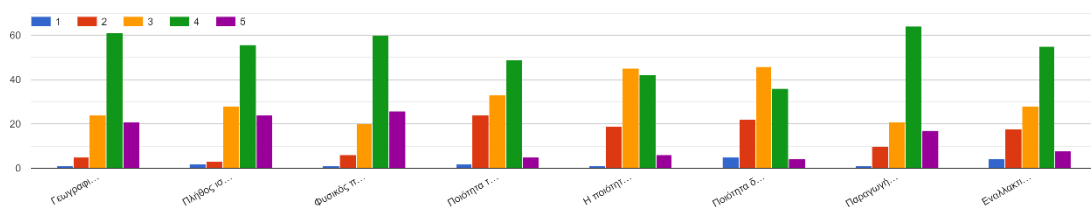
113 απαντήσεις



Εικόνα 10

Στην ερώτηση για το ποια πιστεύετε πως είναι τα δυνατά σημεία της Περιφέρειας Πελοποννήσου (εικόνα11) ως πολύ δυνατό σημείο εμφανίζεται ο φυσικός πλούτος της περιοχής και η γεωγραφική θέση, ως δυνατό σημείο ακολουθεί η παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων και η παραδοσιακή εστίαση, το πλήθος των ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων ενώ ως λιγότερο δυνατό σημείο εμφανίζεται η ποιότητα των τουριστικών υποδομών και των υπηρεσιών.

2.5 Ποια πιστεύετε πως είναι τα δυνατά σημεία της Περιφέρειας Πελοποννήσου (Κλίμακα αξιολόγησης 5= πολύ μεγάλο, 4=μεγάλο, 3=μέτριο, 2=μικρό, 1=καθόλου) :

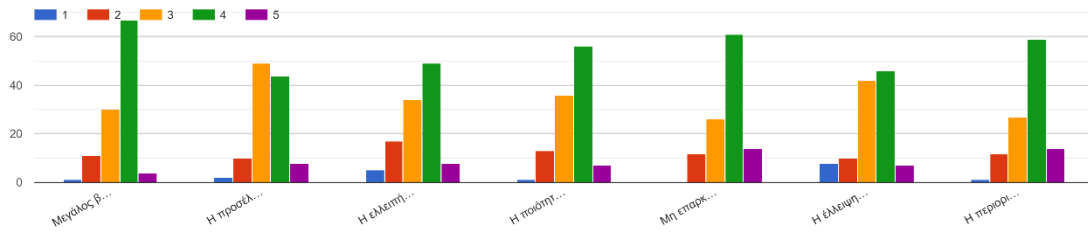


Εικόνα 11

Στην επόμενη ερώτηση (εικόνα 12) για το ποια είναι τα αδύναμα σημεία, περισσότερες απαντήσεις πήραν, η περιορισμένη ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και η μη επαρκής αξιοποίηση του φυσικού πλούτου και της πολιτιστικής κληρονομιάς ενώ και ο μεγάλος βαθμός εποχικότητας του τουρισμού θεωρήθηκε από τους ερωτηθέντες ως ένα από τα αδύναμα σημεία της Περιφέρειας.

Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

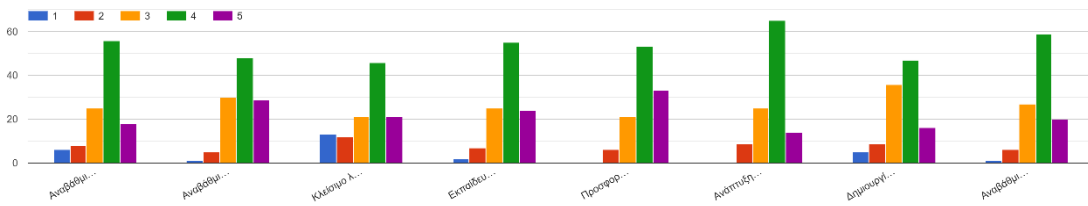
2.6 Ποια πιστεύετε πως είναι τα αδύναμα σημεία της Περιφέρειας Πελοποννήσου (Κλίμακα αξιολόγησης 5= πολύ μεγάλο, 4=μεγάλο, 3=μέτριο, 2=μικρό, 1=καθόλου):



Εικόνα 12

Η ερώτηση που ακολουθούσε ήταν για τις ευκαιρίες που έχει η Περιφέρεια Πελοποννήσου (εικόνα13). Οι επικρατέστερες απαντήσεις ήταν η ανάπτυξη φορέων με σκοπό τη διαχείριση και προβολή του τουριστικού προϊόντος, η προσφορά τοπικών προϊόντων υψηλής ποιότητας αλλά και η αναβάθμιση και επαναλειτουργία της σιδηροδρομικής γραμμής.

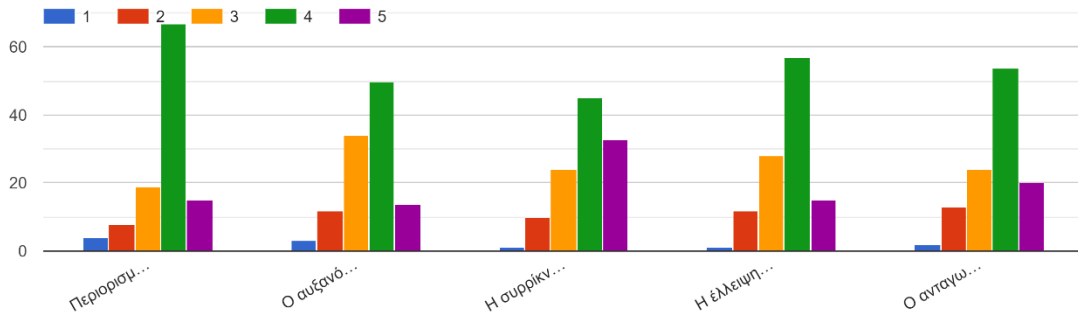
2.7 Ποιες πιστεύετε πως είναι οι ευκαιρίες που παρουσιάζει η Περιφέρεια Πελοποννήσου (Κλίμακα αξιολόγησης 5= πολύ μεγάλη, 4=μεγάλη, 3=μέτρια, 2=μικρή, 1=καθόλου):



Εικόνα 13

Για τις απειλές που παρουσιάζονται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου (εικόνα 14) οι περισσότερες απαντήσεις δόθηκαν για την συρρίκνωση των αφίξεων λόγω του covid-19, στον περιορισμό της τουριστικής ζήτησης λόγω της οικονομικής κρίσης και στην έλλειψη ρευστότητας και χρηματοδότησης στις τουριστικές επιχειρήσεις λόγω της πανδημίας.

2.8 Ποιες πιστεύετε πως είναι οι απειλές που παρουσιάζονται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου (Κλίμακα αξιολόγησης 5= πολύ μεγάλη, 4=μεγάλη, 3=μέτρια, 2=μικρή, 1=καθόλου):



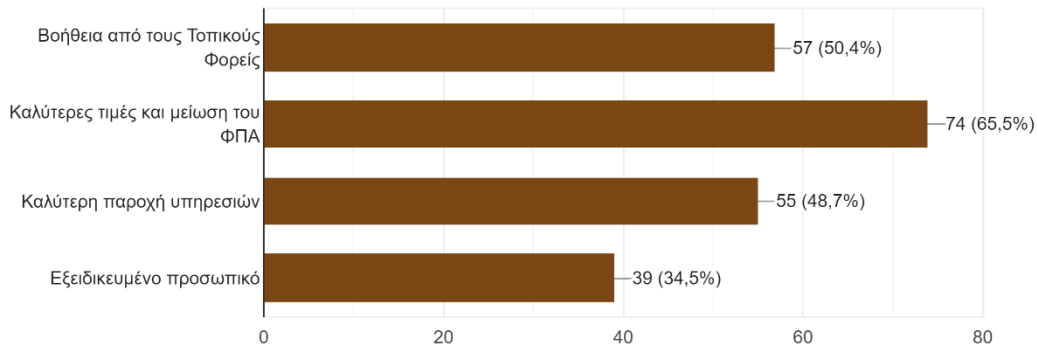
Εικόνα 14

5.3 Στατιστικά αποτελέσματα για τις προτάσεις ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου

Στο τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου οι ερωτηθέντες απάντησαν σε ερωτήσεις σχετικά με προτάσεις ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Στην ερώτηση σχετικά με το τι πιστεύετε πως χρειάζεται η περιοχή για να γίνει πιο ανταγωνιστική, το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε η απάντηση καλύτερες τιμές και μείωση του φπα με ποσοστό 65,5%, ακολουθεί η απάντηση βοήθεια από τους τοπικούς φορείς με ποσοστό 50,4%, η καλύτερη παροχή υπηρεσιών με ποσοστό 48,7% και τέλος το εξειδικευμένο προσωπικό με ποσοστό 34,5%.

3.1 Τι πιστεύετε ότι χρειάζεται η περιοχή για να γίνει τουριστικά πιο ανταγωνιστική:

113 απαντήσεις

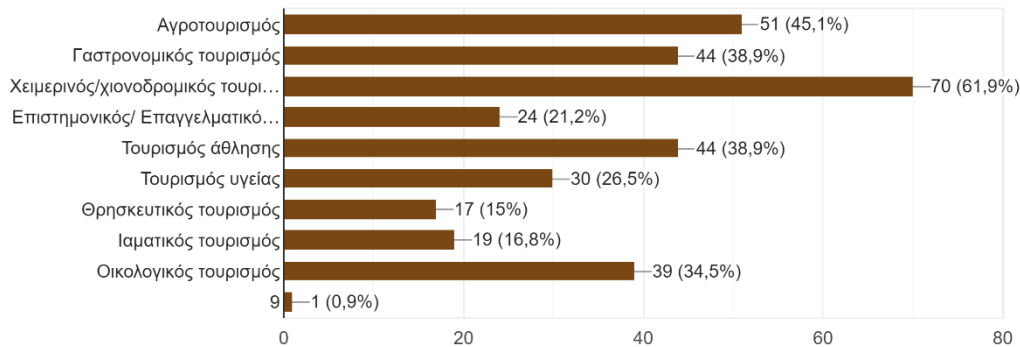


Εικόνα 15

Στην επόμενη ερώτηση για το ποιες μορφές τουρισμού πρέπει να αναδειχθούν η δημοφιλέστερη απάντηση ήταν ο χειμερινός/χιονοδρομικός τουρισμός με ποσοστό 61,9%, ακολουθούν ο αγροτουρισμός με 45,1%, ενώ ο θρησκευτικός τουρισμός βρίσκεται στην τελευταία θέση με ποσοστό 15%.

3.2 Ποιες μορφές τουρισμού πιστεύετε πως πρέπει να αναδειχθούν:

113 απαντήσεις

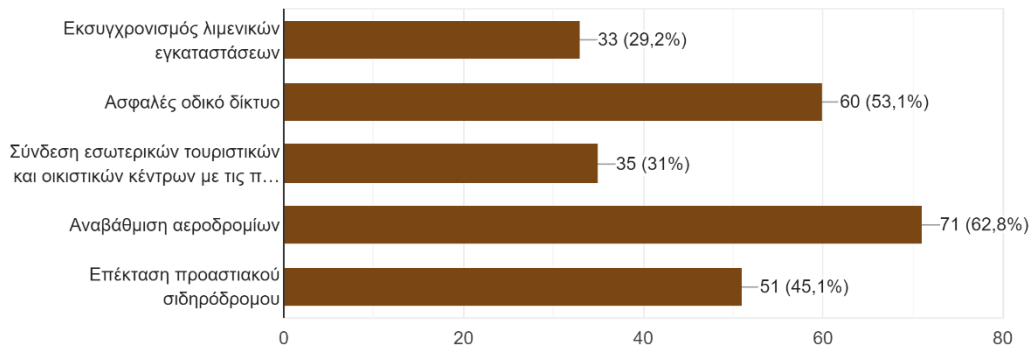


Εικόνα 16

Επόμενη ερώτηση ήταν σε ποια έργα της Περιφέρειας Πελοποννήσου πιστεύετε πως πρέπει να δοθεί προτεραιότητα. Δημοφιλέστερη απάντηση με ποσοστό 62,8% ήταν η αναβάθμιση αεροδρομίων, ακολουθεί το ασφαλές οδικό δίκτυο με ποσοστό 53,1 % και η επέκταση του προαστιακού σιδηρόδρομου με ποσοστό 45,1%.

3.3 Σε ποια έργα της Περιφέρειας Πελοποννήσου πιστεύετε πως πρέπει να δοθεί προτεραιότητα:

113 απαντήσεις

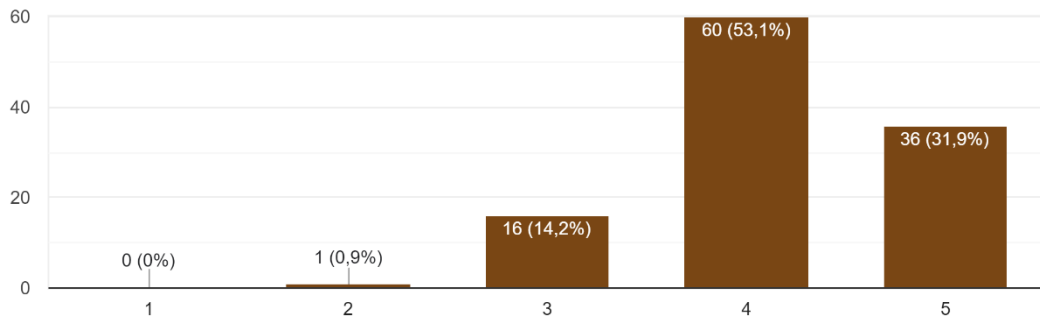


Εικόνα 17

Η τελευταία ερώτηση για το πόσο εφικτό πιστεύετε πως είναι να γίνει η Περιφέρεια Πελοποννήσου ανταγωνιστική στον τομέα του τουρισμού, με κλίμακα από το 1 πολύ λίγο έως το 5 πάρα πολύ, η δημοφιλέστερη απάντηση με ποσοστό 53,1% ήταν το πολύ ενώ ακολουθεί το πάρα πολύ με 31,9%.

3.4 Πόσο εφικτό πιστεύετε πως είναι να γίνει η Περιφέρεια Πελοποννήσου ανταγωνιστική στον τομέα του τουρισμού:

113 απαντήσεις



Εικόνα 18

Συμπεράσματα

Είναι ευρέως αποδεκτό πως ο τουρισμός έχει στηρίξει την ανάπτυξη σε πολλές περιοχές της Ελλάδας αλλά και συνολικά την οικονομία της χώρας. Έχει αποδειχθεί πως για την επίτευξη του αιώτερου σκοπού, που είναι μια βιώσιμη ανάπτυξη που θα στηρίζεται στον εναλλακτικό τουρισμό, κινητήριο μοχλό για μια περιοχή αποτελούν οι περιβαλλοντικοί και πολιτιστικοί της πόροι.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου ως ένας τόπος με πλούσιο πολιτισμικό, ιστορικό και φυσικό πλούτο, φαίνεται να διαθέτει όλο εκείνο το πακέτο για την σωστή εκμετάλλευση του τουριστικού της προϊόντος, ώστε να συμβάλλει στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της. Η αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας δεν θα ωφελήσει μόνο τους άμεσα εμπλεκόμενους, δηλαδή τους επιχειρηματίες του τουρισμού, αλλά και την ευρύτερη κοινωνία. Η προσέλκυση επενδύσεων στην Περιφέρεια θα δημιουργήσει θέσεις εργασίας και θα αυξηθεί η ζήτηση για την παραγωγή τοπικών προϊόντων. Η τοπική κοινωνία αλλά και οι επαγγελματίες του κλάδου θα πρέπει να απαιτήσουν την εκπαίδευση και την κατάρτιση του προσωπικού μέσα από μια σειρά επιμορφωτικών σεμιναρίων προκειμένου να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις των επισκεπτών. Προκειμένου η Περιφέρεια Πελοποννήσου να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό και να δημιουργήσει το δικό της ισχυρό «brand name» χρειάζεται ολοκληρωμένη και στοχευμένη προβολή του τουριστικού της προϊόντος. Η αναβάθμιση και ολοκλήρωση των έργων υποδομής θα φέρουν νέες επενδύσεις και θα ενισχύσουν την συμμετοχή των φορέων και των επαγγελματιών του κλάδου.

Ολοκληρώνοντας την έρευνα σχετικά με την συμβολή του τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου φτάνουμε σε κάποια συμπεράσματα σχετικά με την αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης αλλά και προτάσεις βελτίωσης για μια αειφόρο τουριστική ανάπτυξη. Μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων ανήκει στην Περιφέρεια Πελοποννήσου και αυτό δίνει μια βαρύτητα στις απαντήσεις τους, καθώς εκτός του ότι έχουν άποψη εκ των έσω, επιζητούν και την αναβάθμιση της περιοχής τους. Θετικό σημάδι είναι και το χαμηλό ποσοστό, μόλις 1,8% των ερωτηθέντων, που απάντησαν πως η περιοχή δεν είναι αναπτυγμένη τουριστικά. Αρκετά σημαντική αποδεικνύεται και από τα αποτελέσματα των απαντήσεων πως είναι η τουριστική δραστηριότητα για

την Περιφέρεια Πελοποννήσου καθώς κανείς δεν έδωσε αρνητική απάντηση. Ο σημαντικότερος λόγος επίσκεψης της Περιφέρειας είναι οι διακοπές ενώ και εκείνο που φαίνεται πως την χαρακτηρίζει σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν είναι η θάλασσα και το βουνό. Συνεπώς είναι άμεση η ανάγκη για την σωστή εκπαίδευση και κατάρτιση όσων ασχολούνται με τον τουρισμό, η αναβάθμιση των υποδομών αλλά και η δημιουργία φορέων που σκοπό θα έχουν την διαχείριση και προβολή του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας.

Όπως φάνηκε και από τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου ο χειμερινός/χιονοδρομικός τουρισμός φαίνεται πως χρειάζεται και έχει ακόμη περιθώρια βελτίωσης καθώς αποτελεί ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού που μπορεί να προσελκύσει μεγάλη μερίδα τουριστών ενώ και ο αγροτουρισμός που συνδέεται με την αγροτική παραγωγή, τα τοπικά προϊόντα και τις αγροτικές ασχολίες έχει πολλά περιθώρια ανάπτυξης στην Περιφέρεια Πελοποννήσου. Από τα έργα που χρήζουν βελτίωσης στην Περιφέρεια, φαίνεται πως η αναβάθμιση των αεροδρομίων αποτελεί προτεραιότητα για τους ερωτηθέντες, καθώς αποτελεί την μόνη πύλη εισόδου από το εξωτερικό. Η αύξηση των τιμών φαίνεται να απασχολεί μεγάλο ποσοστό επισκεπτών καθώς πιστεύουν πως για να γίνει η περιοχή ανταγωνιστική χρειάζεται να μειωθεί ο φπα και οι τιμές, κρατώντας βέβαια την ποιότητα σε υψηλά επίπεδα. Χρειάζεται να αναδειχθούν τα δυνατά της σημεία όπως ο φυσικός πλούτος της περιοχής αλλά και να αξιοποιηθούν οι ευκαιρίες που παρουσιάζει η Περιφέρεια Πελοποννήσου και μπορούν με σωστή οργάνωση και προγραμματισμό να μετατραπούν σε δυνατά της σημεία. Αδύναμο σημείο της Περιφέρειας φαίνεται να είναι ο μεγάλος βαθμός εποχικότητας του τουρισμού και εκεί είναι που χρειάζεται να δοθεί προτεραιότητα και να προωθηθεί ο εναλλακτικός τουρισμός. Η απειλή που φαίνεται πως επηρεάζει την τουριστική ζήτηση είναι η οικονομική κρίση που βίωσε και συνεχίζει να βιώνει ολόκληρη η Ελλάδα. Ο επισκέπτης σκέφτεται και ζυγίζει πλέον την ποιότητα των υπηρεσιών συναρτήσει των τιμών. Αν το μέρος που θέλει να επισκεφτεί δεν πληροί τις προδιαγραφές, θα αναζητήσει πιο οικονομικές λύσεις που προσφέρουν υψηλή ποιότητα, ακόμη και αν χρειάζεται να ταξιδέψει εκτός της περιφέρειας αλλά και εκτός της χώρας.

Οι παρεμβάσεις και οι προτάσεις για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα της Περιφέρειας Πελοποννήσου, είναι ανάγκη να ενταχθούν σε ένα πρόγραμμα που θα χαρακτηρίζεται από συνέπεια στην τήρηση του χρονοδιαγράμματος καθώς οι

αποκλίσεις θα προκαλέσουν επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξής της. Είναι ανάγκη η κάθε περιφερειακή ενότητα να προβάλλει και να αξιοποιήσει τα δικά της χαρακτηριστικά ώστε να οδηγηθούμε σε περιορισμό των περιφερειακών ανισοτήτων. Οι παρεμβάσεις και η διάχυση του τουρισμού σε όλο τον οικιστικό ιστό, θα πρέπει να γίνουν με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και τον σεβασμό της πολιτιστικής μας κληρονομιάς.

Είναι γεγονός πως η Περιφέρεια Πελοποννήσου αποτελεί προορισμό με μεγάλες και αναξιοποίητες δυνατότητες ανάπτυξης του τουριστικού της προϊόντος, καθώς η κάθε ενότητα έχει τα δικά της μοναδικά χαρακτηριστικά και τις δικές της δυνατότητες. Η στοχευμένη παρέμβαση και αξιοποίηση των φυσικών πόρων θα δημιουργήσουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης για το μέλλον, μετατρέποντας την Περιφέρεια Πελοποννήσου σε υπολογίσιμη δύναμη στον τομέα του τουρισμού.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

- ❖ Τσάρτας, Π., (1996), Τουρίστες Ταξίδια Τόποι, Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό
- ❖ Ανδριώτης, Κ. (2003) 'Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του.' Academia.)
- ❖ Αποστολόπουλος, Κ., Θεοδοροπούλου, Ε., Τσακατούρα, Α. (1996). Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού Υπαίθρου, Αθήνα
- ❖ Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ.,(2002) Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, τεύχος Ν. 2. Κρήτη
- ❖ Κοκκώσης Χάρης και Τσάρτας Πάρις, Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Κριτική, 2001
- ❖ Λαγός, Δημήτριος, (2007). «Αθλητικός Τουρισμός στην Αρκαδία»
- ❖ Λαγός, Δ. (2007): «Θεωρίες περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης», Αθήνα: Κριτική
- ❖ Λαγός, Δ. (2016): «Θεωρητικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», Αθήνα: Κριτική
- ❖ Ηγουμενάκης, Ν. (1991): «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α, Αθήνα: Interbooks
- ❖ Ηγουμενάκης Νίκος: Τουριστική Οικονομία, Interbooks, 1992, Αθήνα

- ❖ Ηγουμενάκης Νίκος, «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1997
- ❖ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. και Λύτρας, Π. (1999): «Εισαγωγή στον τουρισμό», Αθήνα: Κριτική
- ❖ Πατσουράτης Β.Α. (2002), Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα

Ξενογλώσση βιβλιογραφία

- ❖ Lickorish, L. and Jenkins, C. (1999): «An Introduction to Tourism», Oxford: Buttenworth Heinemann
- ❖ Smith, Valene L., & William, R. Eadington, eds. (1992). Tourism Alternatives: Potentials and Problems In The Development Of Tourism. New York: John Wiley.
- ❖ Smith, A. (2011) 'Obstacles to the Growth of Alternative Tourism in Greece'. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 1 (3), pp. 1-8.
- ❖ Buhalis, D., & Costa, C. (2006). Tourism business frontiers consumers, products and industry. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- ❖ Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A wave in time – The sports tourism phenomena. Journal of Sport Tourism,
- ❖ Mansfeld, Y., & Pizam, A. (2006). Tourism, Security and safety from theory to practice. Business & Economic; Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann.
- ❖ Weed, M. (2006). Sport tourism and the Development of Sports Events. Department of Sport Science, Tourism & leisure Canterbury Christy Church University, UK (13. 12) 91.

Διαδικτυακοί τόποι

- ❖ <https://www.unwto.org/>
- ❖ <https://mintour.gov.gr/>
- ❖ <https://www.statistics.gr/>
- ❖ <https://www.enterprisegreece.gov.gr/ependyste-sthn-ellada/kladoi-aixmhs/toyrismos>
- ❖ <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>
- ❖ https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Employment_2010-2019.pdf
- ❖ <https://mintour.gov.gr/ependyseis/espa/epiteliki-domi-espa-yпойrgeioy-toyrismoy/programma-enallaktikos-toyrismos/>
- ❖ <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>
- ❖ <https://www.itep.gr/>
- ❖ https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.pdf
- ❖ <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/ekke/article/view/7315/7035>

- ❖ https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/06/22_06_Employment_2012-2021.pdf
- ❖ <https://www.e-nomothesia.gr/kat-oikonomia/n-2601-1998.html>
- ❖ https://www.researchgate.net/publication/267630229_Tourismos_kai_Peripheriake_Anaptyxe_Mia_Melete_Periptoses_gia_te_Ellada

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο



«Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ»

Έρευνα για την εκπόνηση διπλωματικής εργασίας του ΠΜΣ «Οργάνωση και Διοίκηση Δημοσίων Υπηρεσιών, Δημοσίων Οργανισμών και Επιχειρήσεων», του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.

Ο χρόνος που θα χρειαστείτε είναι περίπου 5 λεπτά.

Σας ευχαριστώ θερμά για την συμμετοχή σας.

Με εκτίμηση Φανουράκη Ευαγγελία

* Απαιτείται

Μέρος 1ο: Δημογραφικά χαρακτηριστικά

1.1 Επιλέξτε το φύλο σας: *

Άνδρας

Γυναίκα

1.2 Επιλέξτε την ηλικιακή κατηγορία που ανήκετε: *

- 15-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55 και άνω

1.3 Οικογενειακή κατάσταση: *

- Έγγαμος/ η
- Άγαμος/η
- Διαζευγμένος/η
- Σε χηρεία

1.4 Επιλέξτε το είδος απασχόλησής σας: *

- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Φοιτητής
- Άνεργος

1.5 Επίπεδο εκπαίδευσης: *

- Υποχρεωτική εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση/IEK
- ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακός τίτλος
- Διδακτορικό δίπλωμα

1.6 Επιλέξτε την Περιφέρεια που ανήκετε: *

- Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης
- Κεντρικής Μακεδονίας
- Δυτικής Μακεδονίας
- Ηπείρου
- Θεσσαλίας
- Ιονίων Νήσων
- Δυτικής Ελλάδας
- Στερεάς Ελλάδας
- Αττικής
- Πελοποννήσου
- Βορείου Αιγαίου
- Νοτίου Αιγαίου
- Κρήτης
-

Μέρος 2ο: Αξιολόγηση υφιστάμενης κατάστασης στην Περιφέρεια Πελοποννήσου

2.1 Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η τουριστική δραστηριότητα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου: *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

2.2 Ποια θεωρείτε ότι είναι η σημερινή κατάσταση ως προς το επίπεδο ανάπτυξης του τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου:

- Η περιοχή δεν είναι αναπτυγμένη τουριστικά
- Η περιοχή είναι λίγο αναπτυγμένη τουριστικά
- Δεν έχω γνώμη
- Η περιοχή είναι αναπτυγμένη τουριστικά
- Η περιοχή είναι πολύ αναπτυγμένη τουριστικά

2.3 Ποιοι πιστεύετε πως είναι οι λόγοι που επισκέπτεται κάποιος την

Περιφέρεια Πελοποννήσου: *

- Διακοπές
- Δουλειά
- Εκπαίδευση
- Συνέδριο
- Επίσκεψη αξιοθέατων
- Επίσκεψη συγγενικών/ φιλικών προσώπων
- Εκδηλώσεις/παραστάσεις
- Άλλο

2.4 Τι πιστεύετε ότι χαρακτηρίζει την Περιφέρεια Πελοποννήσου: *

- Παράδοση
- Τέχνες και πολιτισμός
- Πανεπιστήμιο
- Θάλασσα και βουνό
- Ποιότητα ζωής
- Εκδηλώσεις/ συναυλίες
- Εμπορικά κέντρα

2.5 Ποια πιστεύετε πως είναι τα δυνατά σημεία της Περιφέρειας Πελοποννήσου (Κλίμακα αξιολόγησης 5= πολύ μεγάλο, 4=μεγάλο, 3=μέτριο, 2=μικρό, 1=καθόλου) :

	1	2	3	4	5
Γεωγραφική θέση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πλήθος ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Φυσικός πλούτος της περιοχής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ποιότητα τουριστικών υποδομών, διαμονής και αναψυχής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών σε σχέση με τις χαμηλές τιμές (value for money)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ποιότητα δημόσιων υποδομών και υπηρεσιών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων και παραδοσιακή εστίαση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εναλλακτικά είδη τουρισμού (π.χ αγροτουρισμός, ιαματικός τουρισμός κ.ά)					

2.6 Ποια πιστεύετε πως είναι τα αδύναμα σημεία της Περιφέρειας Πελοποννήσου (Κλίμακα αξιολόγησης 5= πολύ μεγάλο, 4=μεγάλο, 3=μέτριο, 2=μικρό, 1=καθόλου):

	1	2	3	4	5
Μεγάλος βαθμός εποχικότητας του τουρισμού στην περιοχή	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η προσέλκυση επενδύσεων και ανθρώπινου δυναμικού στην Περιφέρεια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η ελλιπής εκπαίδευση και οι μειωμένες δεξιότητες του ανθρώπινου δυναμικού στις τουριστικές υπηρεσίες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η ποιότητα των υποδομών και των υπηρεσιών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μη επαρκής αξιοποίηση του φυσικού πλούτου και της πολιτιστικής κληρονομιάς	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η έλλειψη τουριστικής ταυτότητας της περιοχής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η περιορισμένη ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.7 Ποιες πιστεύετε πως είναι οι ευκαιρίες που παρουσιάζει η Περιφέρεια Πελοποννήσου (Κλίμακα αξιολόγησης 5= πολύ μεγάλη, 4=μεγάλη, 3=μέτρια, 2=μικρή, 1=καθόλου):

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

Αναβάθμιση και επαναλειτουργία της σιδηροδρομικής

γραμμής

Αναβάθμιση
αεροδρομίου
Καλαμάτας

Κλείσιμο λιγνιτικών
μονάδων και χρήση
ανανεώσιμων πηγών
ενέργειας

Εκπαίδευση και κατάρτιση
ανθρώπινου δυναμικού
στον τουριστικό κλάδο

Προσφορά τοπικών
προϊόντων υψηλής
ποιότητας με σκοπό την
ανάπτυξη της τοπικής παραγωγής

Ανάπτυξη φορέων με
σκοπό την διαχείριση και
προβολή του τουριστικού προϊόντος

Δημιουργία μαρίνων στο
παράκτιο τμήμα της
Δυτικής και Νότιας Πελοποννήσου για ενίσχυση του θαλάσσιου
τουρισμού

Αναβάθμιση
αρχαιολογικών και
πολιτιστικών χώρων

2.8 Ποιες πιστεύετε πως είναι οι απειλές που παρουσιάζονται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου (Κλίμακα αξιολόγησης 5= πολύ μεγάλη, 4=μεγάλη, 3=μέτρια, 2=μικρή, 1=καθόλου): *

1 2 3 4 5

Περιορισμός της εσωτερικής τουριστικής ζήτησης λόγω της οικονομικής κρίσης

Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από προορισμούς με χαμηλότερο κόστος διαβίωσης

Η συρρίκνωση αφίξεων λόγω του covid-19

Η έλλειψη ρευστότητας και χρηματοδότησης στις εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις λόγω του covid-19

Ο ανταγωνισμός από νησιωτικούς παραθαλάσσιους προορισμούς που έχουν ήδη εδραιωθεί

Μέρος 3ο: Προτάσεις ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου

3.1 Τι πιστεύετε ότι χρειάζεται η περιοχή για να γίνει τουριστικά πιο ανταγωνιστική: *

- Βοήθεια από τους Τοπικούς Φορείς
- Καλύτερες τιμές και μείωση του ΦΠΑ
- Καλύτερη παροχή υπηρεσιών
- Εξειδικευμένο
- προσωπικό Άλλο:

3.2 Ποιες μορφές τουρισμού πιστεύετε πως πρέπει να αναδειχθούν: *

- Αγροτουρισμός
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Χειμερινός/χιονοδρομικός τουρισμός
- Επιστημονικός/ Επαγγελματικός τουρισμός
- Τουρισμός άθλησης
- Τουρισμός υγείας
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Ιαματικός
- τουρισμός
- Οικολογικός

τουρισμός

Άλλο:

3.3 Σε ποια έργα της Περιφέρειας Πελοποννήσου πιστεύετε πως πρέπει να δοθεί προτεραιότητα: *

- Εκσυγχρονισμός λιμενικών εγκαταστάσεων
- Ασφαλές οδικό δίκτυο
- Σύνδεση εσωτερικών τουριστικών και οικιστικών κέντρων με τις πύλες εισόδου εξόδου
- Αναβάθμιση αεροδρομίων
- Επέκταση προαστιακού σιδηρόδρομου
- Άλλο:

3.4 Πόσο εφικτό πιστεύετε πως είναι να γίνει η Περιφέρεια Πελοποννήσου
* ανταγωνιστική στον τομέα του τουρισμού:

1 2 3 4 5

Πολύ λίγο Πάρα πολύ
