

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**  
**ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ**  
**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ**  
**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**Διπλωματική εργασία:**  
**Τουρισμός και Περιφερειακή ανάπτυξη.**  
**Το παράδειγμα του Δήμου Βόλου**



Επιβλέπων : Ιωάννης Ψυχάρης  
Επιμέλεια : Μαρία Ιωαννίδου

**ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2006**



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ  
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ & ΚΕΝΤΡΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ  
ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ «ΓΚΡΙΖΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»**

Αριθ. Εισ.: 5027/1  
Ημερ. Εισ.: 16-10-2006  
Δωρεά: Συγγραφέα  
Ταξιθετικός Κωδικός: ΠΤ – ΜΧΠΠΑ  
2006  
ΙΩΑ

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### Εισαγωγή

- Σκοπός και Στόχος της παρούσας μελέτης- Προεπισκόπηση των υπόλοιπων κεφαλαίων σελ.1

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Αστικός Τουρισμός - Θεωρητική Προσέγγιση

- 1.1 «Τουριστική Βιομηχανία», Τουριστική Οικονομία, Ανταγωνιστικότητα και ανάπτυξη σελ.4
- 1.2 Τουρισμός και αστική οικονομική ανάπτυξη σελ.7
- 1.3 Θεωρητικό πλαίσιο αστικού τουρισμού σελ.13
- 1.4 Χαρακτηριστικά του τουρισμού και η σημασία του στη ανάπτυξη σελ.16
- 1.5 Έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης σελ.22
- 1.6 Επιπτώσεις τουρισμού στις πόλεις σελ.29
- 1.7 Η πορεία προς τον εναλλακτικό τουρισμό σελ.31
- 1.8 Αστικός Τουρισμός - Προοπτικές ανάπτυξης ελληνικών πόλεων σελ.36

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Τουρισμός και Ανάπτυξη

- 2.1 Τουριστικοί πόροι σελ.40
- 2.2 Οικονομική διάσταση του τουρισμού σελ.41
- 2.3 Τουρισμός και Πολιτισμός σελ.43
- 2.4 Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη σελ.51
- 2.5 Τουρισμός και αθλητισμός σελ.54
- 2.6 Στρατηγική εστίαση ελληνικού τουρισμού με ορίζοντα το 2010 σελ.62
  - 2.6.1 ποσοτικοί και ποιοτικοί στόχοι
  - 2.6.2 προβλέψεις διεθνών οργανισμών
- 2.7 Συμπεράσματα σελ.66

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Οικονομικά χαρακτηριστικά στο Βόλο

3.1 Οικονομικά χαρακτηριστικά του Δήμου Βόλου	σελ.67
3.2 Α.Ε.Π (Επίπεδο ανάπτυξης)	σελ.68
3.3 Απασχόληση - Ανεργία -Παραγωγικοί τομείς (δευτερογενής, τριτογενής)	σελ.71
3.4 Επενδύσεις	σελ.84

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : Ο Τουρισμός στην πόλη του Βόλου

4.1 Τουριστικοί Πόροι	σελ.91
4.2 Προσφορά τουριστικού προϊόντος	σελ.92
4.2.1 Ιστορία, πολιτισμός και η σύγχρονη πόλη του Βόλου	
4.2.2 Κλιματολογικές συνθήκες	
4.2.3 Βόλος – Βάση για εξορμήσεις	
4.2.4 Αθλητική υποδομή και αθλητικές εγκαταστάσεις	
4.2.5 Τουριστική υποδομή (κατ .ξενοδοχειακής υποδομής)	
4.2.6 Επιχειρηματική δραστηριότητα	
4.3 Ζήτηση τουριστικού προϊόντος	σελ.108
4.3.1 Διανυκτερεύσεις	
4.3.2 Αφίξεις	
4.3.3 Συναλλάγμα	
4.3.3.1 Εκτίμηση Τουριστικού Συναλλάγματος	
4.3.3.2 Άμεσες και Έμμεσες επιπτώσεις της τουριστικής δαπάνης των τουριστών	
4.3.4 Ρόλος των Ολυμπιακών Έργων στο Βόλο και η τουριστική προβολή τους	
4.3.5 Οργάνωση και προβολή- προγράμματα, πολιτικές-έργα	
4.4 Προβλήματα τουριστικών φορέων	σελ.142
4.4.1 Προβλήματα που εντοπίζουν οι τουριστικοί φορείς	
4.4.2 Προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Ξενοδόχοι Ν.Μαγνησίας	
4.5 Ανάλυση S.W.O.T	σελ.144

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Αξιολόγηση Ερωτηματολογίων

5.1 Αξιολόγηση Ερωτηματολογίων των Ξένων Επισκεπτών στο Βόλο	σελ.149
5.2 Αξιολόγηση Ερωτηματολογίων από τους συνέδρους στο «ERSA 2006»	σελ.154

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : Προτάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού στο Βόλο

6.1 Εισαγωγή	σελ.159
6.2 Προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού και των υποδομών	σελ.159
6.3 Διεύρυνση τουριστικών Δικτύων	σελ.168
6.4 Άξονες Δράσης και μέτρα με ορίζοντα το 2010	σελ.170

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Συμπεράσματα

7.1 Προοπτικές - Συμπεράσματα	σελ.183
-------------------------------	---------

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: I – II - III

### I ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

II ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ( Συνεντεύξεις από διάφορους φορείς που σχετίζονται με τον Τουρισμό για το Δήμο Βόλου και την ευρύτερη περιοχή.)

### III ΧΑΡΤΕΣ

### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## Εισαγωγή

- Στόχος της παρούσας μελέτης

Ο Τουρισμός δεν είναι ούτε ένα φαινόμενο, ούτε ένα απλό σύνολο κλάδων. Είναι μια ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία περιλαμβάνει ανθρώπινη συμπεριφορά, χρήση πόρων και επαφές και σχέσεις με άλλους ανθρώπους, οικονομίες και περιβάλλοντα. Συνιστά ένα από τους κυρίαρχους τομείς της οικονομίας και η τουριστική «πρώτη ύλη» θεωρείται μεν μοναδική αλλά χρειάζονται και να γίνουν προσπάθειες που θα βοηθήσουν στην καλύτερη αξιοποίηση της.

Επίσης περιλαμβάνει την φυσική κίνηση των τουριστών προς περιοχές διαφορετικές από εκείνες στις οποίες συνήθως κατοικούν.

Αν και το μεγαλύτερο ποσοστό του τουρισμού ανά τον κόσμο γίνεται για λόγους αναψυχής και ως εκ' τούτου συνεπάγεται τη χρήση ενός μέρους του διαθέσιμου χρόνου του ατόμου και ένα μέρος του τουρισμού που έχει σχέση αναπόφευκτα με υποχρεώσεις, όπως οι επαγγελματικές ή οι ανάγκες υγείας (A.Bull,2002).

Η σημασία του τουρισμού ως παράγοντα προώθησης της ανάπτυξης αναγνωρίζεται από όλους τους υπεύθυνους φορείς και οργανισμούς, διεθνείς, εθνικούς, και τοπικούς. Παρά τις διαφωνίες που έχουν αναπτυχθεί μεταξύ των επιστημόνων εξακολουθεί να θεωρείται μία αναπτυξιακή «βιομηχανία», που μπορεί να οδηγήσει σε ταχεία ανάπτυξη μια οικονομία.

Η χώρα μας έχει εξελιχθεί σε έναν από τους κύριους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο, φιλοξενώντας κάθε χρόνο εκατομμύρια επισκέπτες. Οι δυνατότητες ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού θεωρούνται μοναδικές, ωστόσο μέχρι σήμερα δεν έχουν τύχει ανάλογης αξιοποίησης.

Η Μαγνησία είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς τόσο για τους Έλληνες όσο και για τους ξένους επισκέπτες και αποτελεί την ναυαρχίδα της τουριστικής ανάπτυξης της Θεσσαλίας. Εκτός από τις απaráμμιλες φυσικές ομορφίες της, ένα από τα σπουδαιότερα συγκριτικά πλεονεκτήματα της είναι η γεωγραφική της θέση και οι σύγχρονες υποδομές που καθιστούν τον νομό πόλο έλξης για μεγάλο αριθμό επισκεπτών και ταυτόχρονα τα τελευταία χρόνια κερδίζει το ενδιαφέρον επενδυτών για τη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων (Πρίντζος,2006).

Μοναδική περίπτωση επιβίωσης του ελληνικού τουρισμού, είναι η αναβάθμιση των προσφερόμενων σήμερα υπηρεσιών και συνολικά του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Κύριος στόχος της παρούσας μελέτης, είναι η εκτίμηση των δυνατοτήτων του Δήμου Βόλου για την ανάπτυξη του τουρισμού, όπου κατά συνέπεια η ανάπτυξη του τουρισμού, προϋποθέτει την συμβολή και την προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης, της οποίας αναμένονται οι ιδιαίτερα ευνοϊκές και όχι αρνητικές επιπτώσεις της.

Επίσης προτείνονται κάποιες προτάσεις και καθορίζονται στόχοι για ένα σωστό και ορθολογικό προγραμματισμό, που θα συμβάλλει στην αποφυγή των προβλημάτων και στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού, συνεπάγοντας στην ενίσχυση της οικονομίας στο Δήμο Βόλου.

Η εργασία αποτελείται από επτά κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια γενική παρουσίαση του τουρισμού και της πόλης. Αρχικά αναλύεται το θεωρητικό πλαίσιο του αστικού τουρισμού, τα χαρακτηριστικά και η σημασία του για την ανάπτυξη, ενώ μετέπειτα οι επιπτώσεις του αστικού τουρισμού στις πόλεις, και τέλος οι προοπτικές των ελληνικών πόλεων ως προς τον αστικό τουρισμό σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη.

Το δεύτερο κεφάλαιο διερευνά τη σχέση του τουρισμού με την ανάπτυξη, αφού αναφέρεται στη σημασία του τουρισμού για τον αθλητισμό, τον πολιτισμό και την περιφερειακή ανάπτυξη ενώ στο τέλος γίνεται η στρατηγική εστίαση του με ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους και με προβλέψεις άλλων διεθνών οργανισμών για την περαιτέρω του ανάπτυξη.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται η οικονομική δομή στο Δήμο Βόλου και στο Νομό Μαγνησίας, με αναφορές στη διάρθρωση της απασχόλησης, στο κατά κεφαλή ΑΕΠ και στα χαρακτηριστικά των Παραγωγικών τομέων (Δευτερογενής-Τριτογενής), στην απασχόληση, στην ανεργία, και στις επενδύσεις.

Στο τέταρτο κεφάλαιο πραγματοποιείται ανάλυση της τουριστικής ανάπτυξης στο Βόλο. Γίνεται αναφορά στους τουριστικούς πόρους, στην προσφορά του τουριστικού προϊόντος, στην ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, στην οργάνωση και προβολή προγραμμάτων, στα προβλήματα των ξενοδόχων και των τουριστικών φορέων, στις μορφές ανάπτυξης τουρισμού και τέλος γίνεται η ανάλυση SWOT της περιοχής.

Αξιολόγηση των ερωτηματολογίων τόσο από τους ξένους επισκέπτες στο Βόλο όσο και από συνέδρους διαφόρων χωρών οι οποίοι παραβρέθηκαν στο σεμινάριο ERSΑ 2006, πραγματοποιείται στο πέμπτο κεφάλαιο.

Στο έκτο κεφάλαιο, καθορίζονται κάποιες προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού και των υποδομών και τέλος στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα και οι προοπτικές.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Αστικός Τουρισμός και Θεωρητική Προσέγγιση

- 1.1 «Τουριστική Βιομηχανία», Τουριστική Οικονομία, Ανταγωνιστικότητα και ανάπτυξη
- 1.2 Τουρισμός και αστική οικονομική ανάπτυξη
- 1.3 Θεωρητικό πλαίσιο αστικού τουρισμού
- 1.4 Χαρακτηριστικά του τουρισμού και η σημασία του στη ανάπτυξη
- 1.5 Έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης
- 1.6 Επιπτώσεις τουρισμού στις πόλεις
- 1.7 Η πορεία προς τον εναλλακτικό τουρισμό
- 1.8 Αστικός Τουρισμός - Προοπτικές ανάπτυξης ελληνικών πόλεων

### **1.1 Πολιτική: από την «Τουριστική Βιομηχανία» στην Τουριστική Οικονομία, στην ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη.**

Μέχρι πρόσφατα, οι επίσημες αναφορές στον τουρισμό (κείμενα, στατιστικά στοιχεία), χρησιμοποιούσαν τον χαρακτηρισμό «βιομηχανία» (όπως η βιομηχανία τροφίμων) ή υπηρεσίες (όπως οι υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών), προφανώς εστιάζοντας στην **κλασική αντίληψη της βιομηχανίας** (πλευρά της προσφοράς) κυρίως των μεταφορών και της ξενοδοχείας και εξετάζοντας την **άμεση συνεισφορά στο προϊόν και την απασχόληση**. Όμως ο τουρισμός ορίζεται πλέον διεθνώς (από την πλευρά της ζήτησης) ως μια **πηγή ζήτησης** εγχωρίων και διεθνών (τουριστών) καταναλωτών **για αγαθά και υπηρεσίες** μεταφοράς, στέγασης, διατροφής, ένδυσης, ψυχαγωγίας, πολιτισμικά αγαθά κλπ. Έτσι, αναδεικνύεται η **πραγματική πλέον οικονομική φύση του τουρισμού**, δηλαδή η καταναλωτική και βιομηχανική του φύση, η οποία ανάγεται πλέον ως το σημείο αναφοράς για τη μέτρηση της οικονομικής μεγέθυνσης του κλάδου του τουρισμού καθώς και για τη **σημασία, το ρόλο και τη συμβολή του τουρισμού στην ανταγωνιστικότητα του συνόλου της ελληνικής οικονομίας και της ανάπτυξης**.

Η αντίληψη και αποδοχή της πραγματικής οικονομικής φύσης και του ρόλου του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και κοινωνία και η υιοθέτηση της ευρύτερης αυτής συστημικής προσέγγισης, είναι καθοριστική για την χάραξη και την εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής ως μέρους της ευρύτερης πολιτικής για την ανταγωνιστικότητα την ανάπτυξη και την πραγματική οικονομική και κοινωνική σύγκλιση.

Η σημερινή εικόνα της οικονομικής φύσης του ελληνικού τουρισμού και της οργανικής του σχέσης με τη δομή και λειτουργία της ελληνικής οικονομίας, δηλαδή η εικόνα της παραγωγής και διάθεσης μιας ετησίως ιδιαίτερα διαμορφούμενης ιδιωτικής κατανάλωσης για τη διαβίωση των περίπου, 13 εκατ. εισερχομένων τουριστών έχει σήμερα την ακόλουθη μορφή και διαστάσεις:

Η σημερινή δυναμική των υποδομών διαμονής στην Ελλάδα ξεπερνούν τις 8.000 μονάδες με πάνω από 312.000 δωμάτια και περισσότερες από 600.000 κλίνες συγκροτούν το θεμελιωδέστερο στοιχείο της τουριστικής βάσης επί του οποίου στηρίζεται και μέσω του οποίου καθορίζεται η διαρθρωτική εξέλιξη του επιπέδου παραγωγής και διάθεσης της ετήσιας τουριστικής κατανάλωσης στη χώρα.

Οι υποδομές διαμονής έχοντας την τελευταία 15ετία ξεφύγει από το αρχικό πρότυπο των απλών ενοικιαζόμενων δωματίων αριθμεί σήμερα περί τις 30.000 επιχειρήσεις με περισσότερες από 500.000 κλίνες και συγκροτείται σε μεγάλο βαθμό από καταλύματα αυτόνομων κατοικιών αυτοεξυπηρετούμενου χαρακτήρα.

Η διαμονή, διακίνηση και κυρίως η κατανάλωση των ετησίως 13 εκατ. τουριστών με τις περισσότερες από 100 εκατ. διανυκτερεύσεις στα πάσης φύσεως καταλύματα υποστηρίζεται από ένα κύκλωμα υποτομέων αποκλειστικής παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με τα ακόλουθα μεγέθη (προσεγγίσεις):

4.850 Τουριστικά γραφεία

750 Τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών.

1.500 Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων Ι.Χ. χωρίς οδηγό

200 Ναυλομεσιτικά γραφεία για την αντιπροσώπευση περισσοτέρων από,

4.500 σκαφών αναψυχής

30.000 Επιχειρήσεις εστίασης – καφετέριες- διασκέδασης

10.500 Εμπορικές επιχειρήσεις αναμνηστικών πάσης φύσεως

2.000 Διπλωματούχοι ξεναγοί ως ατομικοί επαγγελματίες

350 Κάμπινγκ με περίπου 34.000 θέσεις κατασκήνωσης

Εκτός των αναφερομένων, την ετήσια τουριστική κατανάλωση υποστηρίζει η παραγωγή από μια πληθώρα εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής-ανωδομής όπως Συνεδριακά Κέντρα, αίθουσες συνεδρίων μικρότερων μεγεθών, γήπεδα γκολφ, Κέντρα Θαλασσοθεραπείας, Καζίνο και ένας σημαντικός αριθμός από Μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα, Ιαματικές Πηγές και τόπους τουριστικής επίσκεψης που συμπληρώνουν την εικόνα της τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα.

Στο αναφερόμενο κύκλωμα τουριστικής παραγωγής, θα πρέπει να συνυπολογίσει κανείς τα εποχικά προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες από ένα πλήθος επιχειρήσεων σε διάφορους τομείς, μη αποκλειστικής τουριστικής παραγωγής, όπως Τράπεζες, Οδικές, Θαλάσσιες και Αεροπορικές Μεταφορές, Ταχυδρομικές και Ιατρικές Υπηρεσίες, Πρατήρια Καυσίμων, Καταστήματα Τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών, Υπηρεσίες Αεροδρομίων, Λιμένων και Σταθμών και πίσω από αυτές το σύνολο σχεδόν των κλάδων μεταποιητικής παραγωγής καταναλωτικών αγαθών καθώς και ένα σημαντικό μέρος των κλάδων παραγωγής κεφαλαιουχικών προϊόντων.

Με βάση αυτά τα δεδομένα, είναι δυνατόν να γίνει αντιληπτό το «σφάλμα» στον προσδιορισμό του τουρισμού με την έννοια της «βιομηχανίας» ή του «τομέα υπηρεσιών» χωρίς να υπολογίζονται οι πραγματικές οικονομικές του διαστάσεις που προσδιορίζονται από την ετήσια ιδιαίτερα διαμορφούμενη ιδιωτική κατανάλωση. Οι τουριστικές τάσεις μεταβάλλονται και κατ' επέκταση και οι ανάγκες για τουριστικό σχεδιασμό και υποδομές.

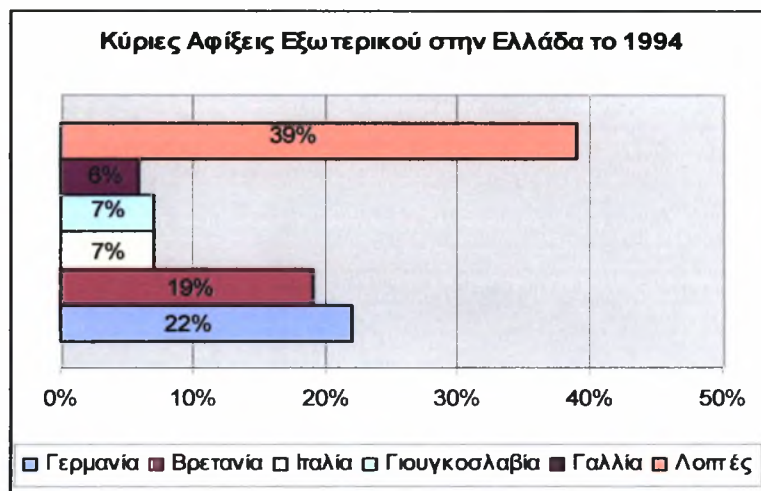
Η παραγωγική αυτή δομή για τη τροφοδότηση και τη διαχειριστική ρύθμιση της ετήσιας κατανάλωσης των 13 εκ. τουριστών, δηλαδή για ένα σημαντικό τμήμα της εγχώριας παραγωγής, παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά, των οποίων η αξιόπιστη προσέγγιση (ενδεικτικά παρατίθεται ο ακόλουθος Πίνακας) και η συνεχής παρακολούθηση συνιστά βασική προϋπόθεση για κάθε παρέμβαση της τουριστικής και της γενικότερης οικονομικής πολιτικής με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας τόσο του ίδιου του τουρισμού όσο και της συμβολής του στη συνολική ανταγωνιστικότητα της οικονομίας.

Ο τουρισμός είναι ο στυλοβάτης της ελληνικής οικονομίας και η μεγαλύτερη πηγή εισροής συναλλάγματος. Μέχρι πρόσφατα η κυβέρνηση έδινε επιχορηγήσεις για ξενοδοχειακή ανάπτυξη, με αποτέλεσμα να έχουν κτιστεί πολλά ξενοδοχεία

Γ'κατηγορίας, ιδιαίτερα στη Κρήτη και στη Ρόδο, ενώ η τουριστική ανάπτυξη ενθαρρύνεται και στα μικρότερα νησιά.

Η διάλυση της Ομοσπονδιακής Σοσιαλιστικής Γιουγκοσλαβίας υπήρξε ανασταλτικός παράγων για τον ελληνικό τουρισμό, που σήμερα επιχειρεί να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες του προωθώντας πακέτα θαλάσσιου και συνεδριακού Τουρισμού (*ΑΤΛΑΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ, 1996*)

Διάγραμμα 1.1: Σύνολο αφίξεων εξωτερικού % στην Ελλάδα το 1994



Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, (ΑΤΛΑΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ, 1996)*

## 1.2 Τουρισμός και αστική οικονομική ανάπτυξη :

Τουρισμός: α) Ως μέσο άσκησης για μακροοικονομική πολιτική (πολιτικές που έχουν σχέση με επίπεδο απασχόλησης) => μεγάλη σπουδαιότητα στο management

Παράγοντες που επηρεάζουν τη συμβολή του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ:

- α) Τα αποθέματα πόρων: κεφάλαιο , εργασία και επιχειρηματικότητα
- β) Επίπεδο τεχνικών γνώσεων
- γ) Πολιτική και κοινωνική σταθερότητα επηρεάζει άμεσα την τουριστική ζήτηση
- δ) επενδύσεις

Όταν μιλάμε για τον τουρισμό έχουμε, συνήθως, στο μυαλό μας τον ήλιο και τη θάλασσα. Και θεωρούμε αυτονόητο πως, επιπλέον, πολλοί ενδιαφέρονται να δουν τα αξιοθέατα της περιοχής, κάποιους αρχαιολογικούς χώρους και τα μουσεία που υπάρχουν εκεί κοντά.

Αυτή η έννοια του τουρισμού, που βρίσκεται στο μυαλό των περισσότερων τουριστικών επιχειρηματιών, έχει προέλθει από τις εξής κυρίως αιτίες:

1. Το μεγάλο ρεύμα τουριστών που ήρθε στη χώρα μας τις δεκαετίες του '70 και του '80 προερχόταν από τη Βόρεια Ευρώπη. Ήταν άνθρωποι που ανακάλυπταν τον ζεστό ήλιο και τη γαλάζια θάλασσα, δηλαδή αυτά που έλειπαν από τις χώρες τους. Όταν λοιπόν, η Ευρώπη άρχισε να συνέρχεται από τις καταστροφές του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και οι πολίτες είχαν τη χρονική και οικονομική δυνατότητα των διακοπών, άρχισαν να κατεβαίνουν στις χώρες του Νότου χώρες με πολύ χαμηλή ανάπτυξη και υποδομή, σχεδόν πρωτόγονες. Ήξεραν πως δεν μπορούσαν να έχουν άλλες απαιτήσεις από ένα χαμόγελο, μια ζεστή φιλοξενία, μια χωριάτικη σαλάτα και μια φέτα καρπούζι

2. Και αυτά τα έβρισκαν (και μάλιστα σε πολύ χαμηλές τιμές, ιδιαίτερα με τη συναλλαγματική ισοτιμία των νομισμάτων τους).

3. Η μακραίωνη πολιτιστική ιστορία της χώρας μας έχει αφήσει παντού τα ίχνη της. Δεν υπάρχει τόπος που να μην έχει κάτι σημαντικό να αναδείξει, από την προϊστορία μέχρι τον μεσαίωνα, καθώς και τον λαϊκό πολιτισμό των νεότερων χρόνων. Μας φαίνεται αυτονόητο το γεγονός ότι όπου κι αν γυρίσεις θα δεις στοιχεία παλιότερων πολιτισμών, κι αυτό δεν μας κάνει καμιά εντύπωση. (Μερικές φορές απορούμε κιόλας για το ενδιαφέρον των τουριστών σε μερικές «πέτρες»).

4. Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού, με την άνοδο του βοιωτικού επιπέδου των Ελλήνων, προσανατολίστηκε (σε πολύ μεγάλο βαθμό) σε μη πολιτιστικά στοιχεία: στο μπάνιο στη θάλασσα, στην ηλιοθεραπεία και στο φαγητό (παράλληλα με την αυθαίρετη δόμηση των «εξοχικών» και την καταστροφή ή μόλυνση του περιβάλλοντος).

5. Αποτελεί μια κοινή παραδοχή ότι ο τουρισμός «ήλιου και θάλασσας», ως μοντέλου ανάπτυξης, είναι ξεπερασμένος και μη βιώσιμος. Οι λόγοι που συντελούν στο ξεπέρασμά του είναι, μεταξύ άλλων, και οι εξής:

1. Ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός από φθηνότερους προορισμούς (Τουρκία, Κροατία κλπ.), δηλαδή από περιοχές που βρίσκονται ακόμα σε χαμηλή οικονομική ανάπτυξη.

2. Η καταστροφή του περιβάλλοντος και η εκτεταμένη αστικοποίηση.

3. Οι κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές που γεννούν την ανάγκη για νέα τουριστικά προϊόντα.

4. Οι αδύνατες και μάλλον δύσκαμπτες τοπικές οικονομίες εξαιτίας της τουριστικής «μονοκαλλιέργειας».

5. Η περιορισμένη εποχικότητα και η πτώση του μέσου όρου των χρημάτων που δαπανούν οι τουρίστες.

6. Η δημιουργία θέσεων εργασίας που απευθύνονται σχεδόν αποκλειστικά σε άτομα με χαμηλή εκπαίδευση.

Από το άλλο μέρος, ο πολιτιστικός τουρισμός παρουσιάζεται ως μια βιώσιμη εναλλακτική προοπτική από κοινωνικής, περιβαλλοντικής και οικονομικής σκοπιάς. Απαιτεί, όμως μεγαλύτερες επενδύσεις στην προετοιμασία, την έρευνα και την επικοινωνία, καθώς και μια στενή συνεργασία ανάμεσα στον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα. Φυσικά, ο πολιτιστικός τουρισμός δεν αντιστρατεύεται τον τουρισμό «ήλιου και θάλασσας», αλλά αυτά τα δύο είδη τουρισμού είναι συμπληρωματικά.

Οικονομική αξία του τουρισμού, εξαρτάται από τους πόρους και τη δομή της. Δομή: τρόπος κατανομής δαπανών του τουρίστα. Πόροι: πόσοι τουρίστες και πόση δαπάνη γίνεται για να ξεκινήσει η λειτουργία του συστήματος ( Adrian Bull, 1995).

Η αύξηση της τουριστικής κίνησης, εξαρτάται κυρίως από τρεις παράγοντες: α) Την καλή οικονομία των χωρών προέλευσης, β) την παγκόσμια ειρήνη, αλλά και την ειρήνη στις σχέσεις μεταξύ των κρατών και γ) το φυσικό, δομημένο και πολιτιστικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής ( Adrian Bull, 1995).

Όταν υπάρχει υγιής οικονομία ο πελάτης-καταναλωτής, έχει τη δυνατότητα να προγραμματίσει τις διακοπές του άνετα και όχι την τελευταία στιγμή, όπως έγινε εφέτος, αφού τα έσοδά του θα βρίσκονται σ' ένα αρκετά ικανοποιητικό επίπεδο.

Αυτονόητο είναι ότι για να προσελκύσει μια χώρα τουρίστες θα πρέπει οι σχέσεις με τις χώρες προέλευσης και ειδικά τις γειτονικές να είναι ειρηνικές. ( Adrian Bull, 1995).

Η συμβολή του τουρισμού στην προώθηση της αστικής οικονομίας έχει αποτελέσει από τις αρχές της δεκαετίας του '80 αντικείμενο προβληματισμού. Η αποβιομηχάνιση έπληξε στην κυριολεξία τις πόλεις, με ορατές συνέπειες τη συρρίκνωση των θέσεων εργασίας, την αύξηση της ανεργίας και τη δημιουργία παρακμαϊκών τομέων κυρίως στα κέντρα των πόλεων, δημιούργησε την ανάγκη για εναλλακτικές μορφές οικονομικής ανάπτυξης όπου το βάρος θα δινόταν σε δραστηριότητες προσανατολισμένες στην κατανάλωση.

Τέτοιες ήταν οι δραστηριότητες αναψυχής, ψυχαγωγίας, αθλητισμού, και βέβαια οι τουριστικές. Η Τουριστική δραστηριότητα συμβάλλει ιδιαίτερα στην απασχόληση και στην ανάπτυξη των πλέον απομακρυσμένων και μειονεκτικών περιοχών της Ευρώπης, καθώς και των αγροτικών περιοχών που πλήττονται από την

προσαρμογή της γεωργικής παραγωγής στην παγκόσμια οικονομία. Ταυτόχρονα, ο τουρισμός αποτελεί μια εναλλακτική οικονομική δραστηριότητα από την οποία μπορεί να ωφεληθεί σημαντικά το περιβάλλον (Thorne, 1998).

Η διαρκής τεχνολογική εξέλιξη και ο ανταγωνισμός, πρέπει να βρίσκονται σε εγρήγορση, ώστε να ανανεώνουν την οικονομική τους βάση και να αντιμετωπίζουν την πιθανή παρακμή. Σε αυτό παραπέμπει η αρχή της ευέλικτης εξειδίκευσης στην οποία στηρίζονται οι σύγχρονες οικονομίες.

Οι πολιτικές επιλογές σε μια πόλη θα πρέπει να κατευθύνονται προς την επιλογή και στήριξη τομέων που διακρίνονται από ευελιξία και έχουν την δυνατότητα να δημιουργούν θέσεις απασχόλησης στο ντόπιο εργατικό δυναμικό. Χωρίς να υπάρχει η πρόθεση για εξειδίκευση σε οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα παρά μόνο η πρόθεση για διαφοροποίηση της οικονομικής βάσης τους, υπήρξαν πόλεις που επέλεξαν τον τουρισμό ως λύση στην οικονομική κρίση που επήλθε από τις αλλαγές σε παγκόσμια κλίμακα ( Law, 1996 α ).

Η επιλογή πολιτικής βασιζόμενης στην προώθηση του τουρισμού δεν αποτελεί πανάκεια για τις αστικές οικονομίες. Η πολιτική αυτή έχει δύο συνιστώσες. Η πρώτη είναι η καινοτομία, δηλαδή η εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στις διαδικασίες που αναβαθμίζουν την παραγωγικότητα. Το άνοιγμα σε παγκόσμιο επίπεδο των αγορών μέσα από τις δυνατότητες που παρέχει το διαδίκτυο είναι μια ευκαιρία που η Ευρώπη δεν έχει ακόμα εκμεταλλευτεί όσο θα μπορούσε. Η δεύτερη συνιστώσα αφορά την δημιουργία της ίδιας της γνώσης μέσα από την έρευνα. Μια μακροπρόθεσμη πολιτική που αποβλέπει στην πρωτοπορία της Ευρώπης στην κοινωνία της γνώσης είναι απαραίτητο να επιδιώκει ταυτόχρονα μια ηγετική θέση στην δημιουργία νέων τεχνολογιών, χωρίς την οποία η Ευρώπη θα παρέμενε ουραγός ακόμη και στην εφαρμογή τους.

Ο τομέας του Τουρισμού επηρεάζεται από μία σειρά από πολιτικές όπως οι μεταφορές, η προστασία του περιβάλλοντος και του καταναλωτή.

Στις αποφάσεις των θεσμικών οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης επισημαίνεται η ανάγκη ενσωμάτωσης των αντίστοιχων πτυχών του τουρισμού, στις Κοινοτικές πολιτικές που τον επηρεάζουν. Ο Τουρισμός όμως έχει και μία πολιτιστική πλευρά, καθώς διευκολύνει την προσέγγιση, την αλληλοκατανόηση και την ανάδειξη των παραδόσεων των λαών της Ευρώπης, και σε τελευταία ανάλυση συμβάλλει στη σφυρηλάτηση της Ευρωπαϊκής ταυτότητας.

Προκειμένου να υπάρξει ουσιαστική πρόοδος στην υλοποίηση μιας κοινής στρατηγικής για το μέλλον του Ευρωπαϊκού Τουρισμού, πρέπει να δοθεί έμφαση στους πιο κάτω στόχους:

- Στην ανάπτυξη των αναγκαίων μηχανισμών ενσωμάτωσης των συμφερόντων του τουριστικού τομέα σε κοινοτικές πολιτικές και ιδιαίτερα αυτές που αφορούν:
  - στις Μεταφορές
  - στην Προστασία του Καταναλωτή
  - στην Απασχόληση
- Στην προώθηση των Δορυφορικών Λογαριασμών στον Τουρισμό από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ώστε μετά την υιοθέτηση του ενιαίου ευρωπαϊκού νομίσματος να γίνει πλήρως εμφανής η συμμετοχή του Ευρωπαϊκού Τουρισμού στην ανταγωνιστικότητα και στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής οικονομίας.
- Στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού στην Ευρώπη με την εκπόνηση και εφαρμογή μιας Ατζέντας 21 για τον τουρισμό, με την εξειδίκευση συγκεκριμένων προγραμμάτων, προτύπων και πρακτικών, και αξιοποίηση δικτύων πληροφοριών.
- Στην εναρμόνιση πληροφοριών και δεικτών, ώστε να καταστεί δυνατή μία ολοκληρωμένη αποτίμηση των τουριστικών δραστηριοτήτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Διαπιστώνεται με τα πιο πάνω ότι η τουριστική ανάπτυξη είναι συμβατή και υποστηρίζει αυτού του είδους τη στρατηγική.

Μια αντίστοιχη πολιτική θα πρέπει να στοχεύει:

1. Στη βελτίωση της εικόνας της πόλης με έμφαση στην προστασία του τόπου και της ποιότητας ζωής των μόνιμων κατοίκων.
2. Στη σταδιακή αναβάθμιση και εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος.
3. Στην αύξηση της επισκεψιμότητας με παράλληλη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
4. Στη σταδιακή ανάπτυξη καινοτόμου συστήματος διαχείρισης των επισκεπτών διαμέσου:
  - αξιοποίησης πολιτισμικού και φυσικού κεφαλαίου



- δημιουργίας πολλαπλών πόλων
- οργάνωσης - ανάπτυξης δικτύου διαδρομών περιήγησης
- διάχυσης του τουριστικού ρεύματος
- διάχυσης της πληροφόρησης - ανάπτυξης δικτύου πληροφόρησης
- προώθησης - προβολής του δυναμικού της πόλης
- σχεδιασμού πρόληψης των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης και παράλληλης αντιμετώπισης των υφισταμένων
- δημιουργίας μεθόδου ελέγχου της χωρητικότητας των επισκέψιμων χώρων
- εισαγωγής νέων δραστηριοτήτων, αναβάθμισης υφισταμένων
- δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας

Όσο αφορά τη διαφήμιση της πόλης, μέσω τουριστικών εκστρατειών, είναι εξίσου σημαντικό καθώς προσφέρει περαιτέρω ενίσχυση στη οικονομία της πόλης καθώς της εξασφαλίζουν προβολή κρατώντας τη στο επίκεντρο της δημοσιότητας. Οπωσδήποτε, η τουριστική διαφήμιση, είναι αυστηρά επιλεκτική διότι προβάλλει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της πόλης δημιουργώντας μια νέα εικόνα. Το Μπέρμινγχαμ για παράδειγμα, δημιούργησε τις απαραίτητες προϋποθέσεις για να θεωρείται το « Ευρωπαϊκό σημείο συνάντησης» χαρακτηρισμός για μια πόλη ικανή να φιλοξενήσει συνέδρια και εκθέσεις με ευρείες επιχειρηματικές δραστηριότητες ( Law , 1996 )

Ένα επίσης όφελος του τουρισμού για τον αστικό χώρο, είναι η συμβολή του στο θέμα των αναπλάσεων. Διάφορα έργα όπως συνεδριακά κέντρα, αθλητικά συγκροτήματα, συντελούν στην ανάπλαση υποβαθμισμένων περιοχών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το λιμάνι της Βαλτιμόρης, ένα από τα έργα με τις πιο θεαματικές αναπλάσεις που λαμβάνει χώρα σε παραθαλάσσιες πόλεις και έχει γίνει σημείο αναφοράς.

Ως επίσης η ανάπλαση και αναζωογόνηση των αστικών κέντρων, οφείλεται στον τουριστικό προγραμματισμό πέρα από τα οφέλη που επιφέρει στον αστικό χώρο λόγω της έλξης επισκεπτών, ωφελεί στους ίδιους τους κατοίκους οι οποίοι έχουν πληγεί από την αποβιομηχάνιση.

Η προώθηση του αστικού τουρισμού απαιτεί όραμα, καθοδήγηση, συνεργασία αλλά και χρηματοδότηση ενώ βασική προϋπόθεση για το σωστό σχεδιασμό με επιθυμητά αποτελέσματα είναι μια μακροπρόθεσμη πολιτική.

### 1.3 Θεωρητικό πλαίσιο αστικού τουρισμού

Ο αστικός τουρισμός έχει ελάχιστα μελετηθεί τόσο σε θεωρητικό όσο και σε ερευνητικό επίπεδο. Αυτό οφείλεται κυρίως στην τάση του τουρισμού όπου ο ίδιος απ'τη φύση του στηρίζεται σε περιγραφικά και εμπειρικά στοιχεία τα οποία δεν συμβάλλουν στη θεωρητική του προσέγγιση.

Ως τουριστικός προορισμός η πόλη αναδείχθηκε κατά τη δεκαετία του '80 σε αντίθεση με τα ειδυλλιακά τοπία και το πρότυπο των διακοπών που ο τουρίστας μέχρι τότε επέλεγε. Ταυτόχρονα οι κυβερνήσεις συνειδητοποίησαν ότι ο τουρισμός θα μπορούσε να παίξει σημαντικό ρόλο στην αστική ανάπτυξη. Παρόλο αυτά όμως η σημασία, η κλίμακα, και η αξία του τουριστικού ρεύματος για τις πόλεις δεν αναγνωρίζεται. Αυτό βέβαια οφείλεται στο ότι ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο σύνθετο.

#### Παραδείγματα Αστικού Τουρισμού

##### 1.3.1 Η Περίπτωση των Η.Π.Α

Η περίπτωση των Η.Π.Α, στο φαινόμενο του αστικού τουρισμού είναι ιδιαίτερη καθώς οι πόλεις αποτελούν στις Η.Π.Α τον κυριότερο τουριστικό προορισμό. Οι αποκαλούμενες τουριστικές πόλεις των Η.Π.Α χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες: στις πόλεις που οι τουρίστες συρρέουν καθαρά για λόγους ψυχαγωγίας (leisure cities) και στις τουριστικές μητροπόλεις, όπου οι τουρίστες πηγαίνουν για διάφορους λόγους ( εκτός ψυχαγωγίας).Ειδοποιός διαφορά τους το είδος των τουριστικών προορισμών που η κάθε μια προσφέρει ( Gladstone, 1998).

Οι αιτίες που οδήγησαν στη διαφοροποίηση αυτή, εντοπίζονται καταρχήν στους ιστορικούς λόγους ύπαρξης των μεν και των δε. Για παράδειγμα, οι πόλεις της διασκέδασης στηρίζουν την ύπαρξη τους αυτή καθαυτή στον τουρισμό, όπως συμβαίνει με το Λας Βέγκας και το Ατλάντικ Σίτι. Οι τουριστικές μητροπόλεις από την άλλη, χαρακτηρίζονται από βιομηχανοποιημένους, υψηλής έντασης κεφαλαίου τουριστικούς πόλους (Gladstone,1998).

Η δημογραφία των δύο κατηγοριών τουριστικών πόλεων επίσης διαφοροποιείται. Οι πόλεις της διασκέδασης συγκεντρώνουν περισσότερους συνταξιούχους και λιγότερες οικογένειες με παιδιά απ' ότι οι τουριστικές μητροπόλεις, γεγονός που ερμηνεύεται εν μέρει από το είδος των επαγγελματικών ευκαιριών που προσφέρει κάθε κατηγορία.

Ένας άλλος παράγοντας που διαφοροποιεί τις δύο κατηγορίες πόλεων είναι οι οργανωτικές δομές και τα καθεστάτα ιδιοκτησίας. Οι τουριστικές μητροπόλεις έχουν

περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις και λιγότερους αυτοαπασχολούμενους σε σύγκριση με τις πόλεις της διασκέδασης. Η παρουσία των μεγάλων επιχειρήσεων έχει μια σειρά από συνέπειες ως προς την αστική ανάπτυξη. Οι πόλοι έλξης για τους τουρίστες στις τουριστικές μητροπόλεις απαιτούν μεγάλο εργατικό δυναμικό ικανό για διαχείριση (Gladstone, 1998).

Παρά τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει κάθε μια από τις πόλεις αυτές, σε όλες τις περιπτώσεις δύο είναι οι παράγοντες που εξασφαλίζουν την κυριαρχία του τουρισμού: αφενός ότι η πλειονότητα του πληθυσμού των Η.Π.Α ( 77,5%) ζει σε μητροπολιτικές περιοχές, αφετέρου το γεγονός ότι προσελκύουν ταξιδιώτες σε μία υψηλότερη κατά κεφαλή αναλογία συγκριτικά με άλλες περιοχές της χώρας ( Blank,1996).

Οι τουρίστες προτιμούν τις πόλεις ως προορισμό τους γιατί αυτές συγκεντρώνουν μία πλειάδα χαρακτηριστικών, όπως φαίνεται στο ακόλουθο σχήμα.



### 1.3.2 Η Περίπτωση των Βρετανικών Πόλεων

Πολλές επαρχιακές πόλεις της Βρετανίας, έχουν προκύψει ως προϊόν της βιομηχανικής ανάπτυξης που σημειώθηκε κατά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα. Το Μπέρμινγχαμ, το Μπράντφορντ, το Μπρίστολ, το Κάρντιφ, το Λίβερπουλ, το Μάντσεστερ και η Γλασκόβη είναι μερικές από αυτές ( Law,1996β).

Γιατί όμως οι πόλεις επέλεξαν τον τουρισμό για να ανταπεξέλθουν στη βιομηχανική κρίση; Η απάντηση βρίσκεται σε κάποια εν δυνάμει χαρακτηριστικά των πόλεων, όπως η πολιτιστική κληρονομιά κάθε πόλης, η υφιστάμενη υποδομή, οι εργασιακές συνθήκες αλλά και η ικανότητα σχεδιασμού και χάραξης πολιτικής που έχουν οι αρμόδιες αρχές. Για παράδειγμα, η ανάμειξη του Μπέρμινγχαμ με τον τουρισμό ξεκινά από τη δεκαετία του '60 όπου οι κατασκευαστικές επιχειρήσεις που είχαν έδρα στην πόλη ζήτησαν τη δημιουργία εκθεσιακού χώρου για να εκθέτουν τα προϊόντα τους.

Όπως προαναφέρθηκε, όλες οι πόλεις αυτές είχαν να επιδείξουν διάφορα στοιχεία που σχετίζονταν με την ιστορική πορεία τους και που μπορούσαν να

αποτελέσουν πόλους έλξης για τους τουρίστες. Η δυνατότητα εκμετάλλευσης τους ήταν καθαρά θέμα τοπικών αρχών και του κατά πόσο ήταν διατεθειμένες να επενδύσουν σε κτιριακό απόθεμα κάτι που ουσιαστικά γινόταν με την προώθηση των προγραμμάτων αστικού τουρισμού (Law,1996β)

Η υποστήριξη του τουρισμού (σχεδιασμός και χρηματοδότηση προγραμμάτων, αναπλάσεις, δημιουργία νέων σημείων-πόλων έλξης) στις βρετανικές πόλεις, έγινε αποκλειστικά από το δημόσιο τομέα. Η εμπειρία της Βαλτιμόρης παρόλα αυτά, έδειξε ότι η χρηματοδότηση τουριστικών προγραμμάτων μπορεί να ξεκινά από το δημόσιο τομέα, τη στιγμή όμως που γίνει εφικτό κάποιο «όριο επιτυχίας», τότε ξεκινά και η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα (Shaw and Williams,1994).

Το πρόβλημα της ανεργίας και της γενικότερης κρίσης που ενέκυψε για τις βρετανικές και βιομηχανικές πόλεις αποτελεί ζήτημα που χρήζει άμεσης παρέμβασης.

Λόγω των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι βρετανικές πόλεις, είναι εξαναγκασμένες να προωθούν οποιονδήποτε τομέα που μπορεί να τους εξασφαλίσει θέσεις απασχόλησης. Κατά συνέπεια, υπάρχουν αρκετά καλές προοπτικές για τη συνέχιση της στήριξης του τουρισμού από τις βρετανικές πόλεις.

#### **1.4 Χαρακτηριστικά του τουρισμού και η σημασία του στη ανάπτυξη**

Ένα βασικό ερώτημα που μπορεί να ανακύψει είναι γιατί να επισκεφθεί κάποιος μια πόλη. Η απάντηση συντίθεται από ένα πλήθος παραγόντων και κατά πόσο ουσιωδέστερη είναι η σημασία του για ανάπτυξη. Χρήσιμα συμπεράσματα για το μέλλον του τουρισμού μπορούν να εξαχθούν είτε θετικά είναι αυτά είτε αρνητικά:

Τα θετικά του Ελληνικού τουρισμού:

α)Σημαντικός τουριστικός παγκόσμιος προορισμός (17η χώρα σε αφίξεις, 27η σε εισπράξεις: στοιχεία 2000)

β)Πολύ σημαντικοί ιστορικοί και πολιτιστικοί πόροι

γ)Αφθονία και ποικιλομορφία φυσικών πόρων

δ)Ευρύτατη παραγωγή προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα στο πλαίσιο των τελευταίων τάσεων διατροφής

ε)Δημιουργία τα τελευταία σημαντικών επιχειρήσεων όλων των κλάδων για προσέλκυση ειδικού τουρισμού, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμοί μονάδων

Τα αρνητικά του Ελληνικού τουρισμού:

α) Ελλείψεις σε κοινωνικές υποδομές, εξοπλισμό και συναφείς υπηρεσίες

β)Αδυναμίες οργάνωσης και λειτουργίας επιμέρους τουριστικών κλάδων που οδηγούν σε χαμηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν

γ)Περιορισμένη διεύρυνση τουριστικού προϊόντος σε νέες κατηγορίες και νέες αγορές

δ)Χαμηλή ημερήσια δαπάνη και μικρή διάρκεια παραμονής εισερχόμενου τουρισμού

ε)Χαμηλή ανταγωνιστικότητα τουριστικού προϊόντος

στ)Εξάρτηση από μεγάλα πρακτορεία διεθνούς τουρισμού

ζ)Έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού, τόσο σε αριθμό όσο και σύνθεση

η)Άνιση ανάπτυξη μεταξύ περιφερειών της χώρας

θ)Κόπωση των τουριστών από προϊόντα του μαζικού τουρισμού αλλά και από τους παραδοσιακούς χώρους υποδοχής

ι)Αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σε θέματα ποιότητας του περιβάλλοντος. Οι επισκέπτες αποφεύγουν περιοχές με προβλήματα ρύπανσης καθώς και περιοχές υπερεμπορευματοποιημένες, αιτώντας περισσότερες αυθεντικές εμπειρίες.

Η ουσιαστική απουσία πολιτικής για τον τουρισμό έχει οδηγήσει τον κλάδο σε σημαντικά προβλήματα δυσλειτουργίας:

α) Η κυβέρνηση δεν διαθέτει ολοκληρωμένη τουριστική πολιτική με το στόχο της ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας του ελληνικού τουρισμού, δεν έχει καν στρατηγική για το μέλλον του τουρισμού που αντανάκλαται και στην έλλειψη προτεραιοτήτων για την τουριστική προβολής της χώρας, για τους πόρους του Γ' ΚΠΣ και την συμβολή τους στον κλάδο, στην αξιοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων για την αναδιάρθρωση του τουρισμού, κλπ.. Και αυτά δεν είναι ρητορείες, αλλά συμπέρασμα των στατιστικών και των μελετών ανεξάρτητων οργανισμών.

β)Το μεγάλο συγκριτικό μας πλεονέκτημα, η φύση, οι παραλίες, τα μικρά νησιά, οι παραδοσιακοί οικισμοί, οι ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι είναι σε πλήρη εγκατάλειψη λόγω της αδυναμίας του κράτους αλλά και της καχεξίας των τοπικών φορέων να τα προστατεύσουν και να τα διαχειριστούν με μακροχρόνια προοπτική σαν μοναδική κληρονομιά.

γ)Ο τουρισμός ως σύμπλεγμα δραστηριοτήτων έχει άμεση συσχέτιση με άλλους κλάδους και τομείς. Ως εκ τούτου επηρεάζεται άμεσα και από τις γενικότερες διαρθρωτικές αδυναμίες των άλλων κλάδων της οικονομίας που υστερούν εμφανώς. Στο πλαίσιο αυτό σημαντικός είναι ο ρόλος των συγκοινωνιών, της τεχνικής υποδομής, των εξυπηρετήσεων. Δραματική επίπτωση έχει και η ανυπαρξία

πολεοδομικής πολιτικής και διαδικασιών εφαρμογής των όποιων πολεοδομικών διατάξεων.

δ) Η κυβέρνηση δεν έχει αντιμετωπίσει με τρόπο αποτελεσματικό, είτε μέσω του αναπτυξιακού νόμου, είτε μέσω του Β' και Γ' ΚΠΣ, τις αυξημένες ανάγκες για χρηματοδότηση του εκσυγχρονισμού και επέκτασης των ήδη υπαρχόντων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, που λειτουργούν νόμιμα. Σχεδόν πάνω από το 90% διαθέτουν κάτω από 100 κλίνες και συνεπώς αντιμετωπίζουν έντονο πρόβλημα χρηματοδότησης.

ε) Αλλαγές στην τουριστική ζήτηση, προς την κατεύθυνση του επιλεκτικού τουρισμού και των ειδικών μορφών, για τουρισμό δράσης και περιπέτειας, επαφής με την φύση, την τοπική κοινωνία, τον πολιτισμό, συνεδριακό τουρισμό, ναυταθλητισμό, κλπ, επιβάλλουν ένα αναπροσανατολισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος επί τη βάση μιας αποκεντρωμένης ανάπτυξης, στηρίζοντας τοπικές – περιφερειακές πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα και άλλων, εξασφαλίζοντας ένα σωστό πλαίσιο οργάνωσης και ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας με καθαρούς κανόνες και επί τη βάση αρχών ολοκληρωμένης ανάπτυξης για τις ιδιωτικές επενδύσεις, τις υποδομές (π.χ. προσβάσεις) τηλεπικοινωνίες, κλπ.), εξυπηρετήσεις (π.χ. υγείας, κλπ.) και κεφάλαια-τραπεζική πίστη, κλπ απελευθερώνοντας τον δυναμισμό της ελληνικής κοινωνίας

στ) Ένα μεγάλο θέμα για το οποίο δεν έχει δοθεί ιδιαίτερη μέριμνα, είναι ο εσωτερικός τουρισμός που εκτιμάται για πολλές χώρες ότι είναι σε μεγέθη εξίσου σημαντικός όσο και ο διεθνής τουρισμός. Ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο αυτό έχουν οργανωτικά μέτρα ) π.χ. περίοδοι χειμερινών διακοπών που ενισχύουν την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού και την διάχυσή του στις ελληνικές περιφέρειες.

ζ) Η Ελλάδα, παρ' ότι χώρα τουριστική που επιθυμεί να είναι ανταγωνιστική και να παρέχει υπηρεσίες ποιότητας, δεν διαθέτει ακόμα αντικειμενικό σύστημα κατάταξης για την κατηγοριοποίηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, ώστε και να προστατεύεται ο καταναλωτής, αλλά και να εξασφαλίζονται συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού στην παροχή υπηρεσιών. Το φαινόμενο με τα παράνομα τουριστικά δωμάτια και την εκμετάλλευση των τουριστών χαμηλού εισοδήματος συνεχίζει να υφίσταται με τεράστιες ζημιές στην ανάπτυξη του κλάδου μακροπρόθεσμα. Οι τελευταίες εξαγγελίες περί ανάπτυξης τέτοιου συστήματος μάλλον θα αναμείνουν αρκετά την εφαρμογή των.

## Εξελίξεις τουρισμού

Απαραίτητο στοιχείο για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού είναι η **αξιολόγηση** στο που βρισκόμαστε σήμερα σε σχέση με τις εξελίξεις στο διεθνές περιβάλλον και τους ανταγωνιστές μας. Η διαδικασία αυτή συνεκτιμά, συνυπολογίζει και προσμετρά δυο μεγάλες ομάδες παραγόντων:

- Η πρώτη ομάδα αφορά το **διεθνές περιβάλλον** και τους περιορισμούς, προκλήσεις αλλά και ευκαιρίες που αυτό περικλείει.
- Η δεύτερη ομάδα αναφέρεται στο **εσωτερικό περιβάλλον** και αφορά τα χαρακτηριστικά και το επίπεδο ανάπτυξης του τομέα, τη διασύνδεση του με τους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας και την τοπική κοινωνία, τη συνεισφορά του στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη, και τη δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης, το ρόλο των κοινωνικών εταίρων στην ανάπτυξη, το ρόλο και τις δομές στήριξης του κράτους, και εν γένει το επίπεδο πολιτισμού, παροχής κοινωνικών αγαθών και την εικόνα της χώρας στο εξωτερικό.

Με βάση τις εκτιμήσεις για τις προοπτικές της εξέλιξης της προσφοράς όσο και της ζήτησης στις διάφορες περιοχές του κόσμου για τα αμέσως **επόμενα χρόνια**, που έχουν γίνει πρόσφατα από εκπροσώπους των διεθνών οργανισμών, οι εξελίξεις στον **διεθνή τουρισμό** θα έχουν τα ακόλουθα **χαρακτηριστικά**:

- 1.Σημαντικές αλλαγές στο διεθνές περιβάλλον, αλλαγή κλίματος και διάθεσης για τουρισμό από ξένους επισκέπτες, ανάδειξη νέων προορισμών
- 2.Επιτάχυνση του ετήσιου ρυθμού ανόδου του διεθνούς τουρισμού το 2004, με αύξηση 3 έως 4%
- 3.Αύξηση του εξερχόμενου τουρισμού από τις ΗΠΑ κατά 4% το 2003 και κατά 6% το 2004
- 4.Ανάκαμψη του εξερχόμενου τουρισμού της Ιαπωνίας (στο τέλος του 2003 θα επιτευχθούν τα επίπεδα του 2000)
- 5.Ανοδικός ρυθμός και διεύρυνση της κοινωνικής βάσης του τουρισμού με προέλευση την Κίνα
- 6.Συνεχιζόμενες και πιθανώς ενισχυμένες απαιτήσεις ασφαλείας
- 7.Ενίσχυση των ενδο-περιφερειακών ταξιδιών για διακοπές σε σύγκριση με τους μακρινούς προορισμούς
- 8.Συντομότερες και συχνότερες παραδοσιακές διακοπές



9.Συνεχιζόμενη μεταστροφή από τις παραδοσιακές τακτικές αερογραμμές και τις εταιρείες charter σε ραγδαία αναπτυσσόμενους αερομεταφορείς χαμηλού κόστους (όπως Ryanair, Easyjet, κ.ά.)

10.Συνέχιση της τάσης για κρατήσεις «τελευταίας στιγμής»

11.Αυξημένη χρήση του διαδικτύου για σχεδιασμό και κρατήσεις διακοπών, καθώς και άνοδος των τμηματικά «πακετοποιημένων» και εξατομικευμένων διακοπών

12.Αυξημένη ζήτηση για αυθεντικές εμπειρίες, γνωριμία με τη φύση και τον πολιτισμό των προορισμών

13.Εξακολούθηση της αυξητικής τάσης του αριθμού των ερχομένων τουριστών ηλικίας 45+ από τις δυτικές χώρες και την Ιαπωνία

14.Διεύρυνση του χάσματος που διαπιστώνεται ανάμεσα στην ολοένα απαιτητικότερη διεθνή ζήτηση και την προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών σε αρκετούς προορισμούς

15.Ισχυρός ανταγωνισμός από άλλους προορισμούς της Μεσογείου. Ενδυνάμωση των ανταγωνιστικών χωρών σε ειδικές μορφές τουρισμού και υποδομές

**Χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού ( Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης Ελληνικού Τουρισμού -Υπουργείο Ανάπτυξης, 2003):**

**1. Χαρακτηριστικό: η βασική σύνθεση των πλεονεκτημάτων της Χώρας παραμένει η ίδια.** Η μεγάλη μάζα των επισκεπτών που στηρίζει τον τουρισμό έρχεται στην Ελλάδα για τον ήλιο, τη θάλασσα, το περιβάλλον, τη φιλοξενία και την αυθεντικότητα των ανθρώπων, διακινείται δηλαδή για παραθερισμό σε παραλιακές περιοχές και νησιά και μάλιστα διακινείται οργανωμένα - **προϊόν: «Ήλιος και Θάλασσα»**. Η ζήτηση αυτή κυριαρχεί, ενώ μικρά μόνο έως μηδαμινά τμήματα ζήτησης διακινούν οι νέες ή ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

**Συνέπεια:** Στην εξυπηρέτηση αυτής της ζήτησης είναι στραμμένο το μεγαλύτερο τμήμα της ελληνικής τουριστικής προσφοράς (κορμός της τουριστικής οικονομίας). Υπάρχει κίνδυνος εύκολης υποκατάστασης από άλλες χώρες.

**Εστίαση: Στήριξη του βασικού προϊόντος. Δράσεις διαφοροποίησης και εμπλουτισμού** της σύνθεσης , διατήρησης και επαύξηση των μεριδίων στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

**2. Χαρακτηριστικό: σταδιακή μετάβαση** από την κυρίαρχη αυτή μορφή (χαμηλής σχετικά για τη Χώρα απόδοσης) **σε ζήτηση παραθεριστικού τουρισμού υψηλότερου επιπέδου ή και σε ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.**

**Συνέπεια:** απειλή επικράτησης ανταγωνιστικών (γειτονικών) προορισμών. Η διαρκής βελτίωση της ποιότητας που είναι όμως σε περιορισμένο βαθμό εφικτή και απαιτεί μακροχρόνια προσπάθεια και πόρους.

**Εστίαση:** ταχύτερη «αναβάθμιση του συνόλου της τουριστικής προσφοράς μας», ώστε ν' ανταποκρίνεται στις αυξημένες απαιτήσεις καταναλωτών υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης και ταυτόχρονα «διαφοροποίηση» της προσφοράς αυτής, ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες της πελατείας των διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Δόμηση νέων ανθρωπογενών πλεονεκτημάτων για τη συμπλήρωση των κληρονομημένων.

### **3. Χαρακτηριστικό: ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.**

**Συνέπεια:** περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού.

**Εστίαση:** Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας - δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών και ανωδομών υψηλής ποιότητας.

### **4. Χαρακτηριστικό: σημαντική μείωση του μεριδίου αμερικανών τουριστών.**

**Εξάρτηση από την Ευρώπη.**

**Συνέπεια:** Απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος.

**Εστίαση:** Αναζήτηση νέων αγορών.

### **5. Χαρακτηριστικό: αυξανόμενη συμμετοχή του εσωτερικού τουρισμού.**

**Συνέπεια:** Δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης του τομέα και χρονικής κατανομής της ζήτησης.

**Εστίαση:** ενίσχυση του εσωτερικού Τουρισμού.

### **6. Χαρακτηριστικό: υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής.**

**Συνέπεια:** Άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών και ανωδομών.

**Εστίαση:** δημιουργία συνθηκών ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης.

### **7. Χαρακτηριστικό: ολιγοψωνιακή διάθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους tour- operators.**

**Συνέπεια:** Ισχυρές πιέσεις για χαμηλές τιμές.

**Εστίαση:** ενίσχυση της επιχειρηματικότητας βασισμένης στην ποιότητα και τη νέα αντίληψη - ποιότητα προς τιμές (value for money). Νέο μοντέλο ενίσχυσης της διαπραγματευτικής δύναμης, τριμερής συνεργασία για την προώθηση και προβολή

των τουριστικών περιοχών της χώρας και των εναλλακτικών μορφών σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

#### **8. Ξενοδοχειακές μονάδες / καταλύματα:**

- Μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης / χαμηλής ποιότητας
- Μικρός βαθμός συγκέντρωσης και πολύ μικρή καθετοποίηση

**Συνέπεια:** Αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς tour -operators.

**Εστίαση:** ενίσχυση των δικτύσεων και των συνεργασιών των επιχειρήσεων.

Συντονισμός όλων των φορέων της τουριστικής δραστηριότητας με τη συμμετοχή, πληροφόρηση και αρωγή του κράτους.

**9. Χαρακτηριστικό:** μικρό μέγεθος των μη ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων

**Συνέπεια:** Πληθώρα φορέων, προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα.

**Εστίαση:** ενίσχυση της συμμετοχής στην ανάπτυξη, ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (τεχνολογική ανταγωνιστικότητα, είσοδος στην κοινωνία της γνώσης, κλπ).

### **1.5 Έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης**

Η βιώσιμη ανάπτυξη του Τουρισμού προϋποθέτει διάφορους τομείς (Council of Europe 1996):

α) Σχεδιασμός (Πολεοδομία -Χωροταξία): Ο σχεδιασμός των τουριστικών περιοχών πρέπει να γίνεται με βάση την Φέρουσα Ικανότητα του συστήματος, θα πρέπει να γίνεται οριοθέτηση περιοχών με τουριστική ανάπτυξη, να χρησιμοποιούνται τεχνικές για τη διαχείριση της ροής των επισκεπτών, να γίνει ουσιαστική εφαρμογή Μελετών Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων για κάθε έργο τουριστικής ανάπτυξης, να παρέχεται βοήθεια στις υποβαθμισμένες περιοχές προκειμένου να επανενταχθούν στην τουριστική αγορά, να γίνεται συστηματική και λεπτομερειακή καταγραφή περιοχών και να προτείνονται συνδυασμοί που θα αξιοποιούν την ποικιλία των μνημείων και της γεωγραφικής και της γεωγραφίας, θα πρέπει να υιοθετηθούν μέτρα για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, να υπάρξει ενθάρρυνση ήπιων παρεμβάσεων και γενικότερα ενθάρρυνση ήπιων μορφών τουρισμού (π.χ. αγροτουρισμός) που σέβονται τις ιδιαιτερότητες του τόπου υποδοχής

κ.α.

β) Θεσμική οργάνωση:  
Θα πρέπει να υιοθετηθούν μέτρα για την προστασία παραδοσιακών οικισμών, περιοχών με ιδιαίτερα οικολογικό ενδιαφέρον που αποτελούν ταυτόχρονα και τουριστικούς προορισμούς. Ταυτόχρονα θα πρέπει να ενισχυθεί η διαδικασία παρακολούθησης και εφαρμογής των διαφόρων κανονισμών που προβλέπονται γι' αυτές τις περιοχές.

γ) Οικονομική ανάπτυξη:  
Θα πρέπει να υιοθετηθούν κίνητρα για την ενθάρρυνση ορισμένων τύπου τουρισμού που σέβεται τις τοπικές ιδιαιτερότητες.

δ) Έρευνα:  
Παράλληλα με τις παραπάνω δράσεις απαιτείται να συνεχισθεί η μελέτη των επιπτώσεων από το φαινόμενο του τουρισμού αλλά και των δυνατοτήτων αποκατάστασης για περιοχές που αντιμετωπίζουν ήδη προβλήματα υποβάθμισης.

Η χώρα μας παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει έχει πολλαπλές δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Για να ανταποκριθούμε στις νέες αυτές προκλήσεις δεν πρέπει απλά και μόνο να επιλύσουμε τα όποια προβλήματα υποδομών και εξυπηρετήσεων. Επιβάλλεται να αναζητήσουμε και στη συνέχεια να υιοθετήσουμε μια καινούργια άποψη που θα θέτει προβλήματα του περιβάλλοντος στο κέντρο του ενδιαφέροντος.

Η οικονομική ευμάρεια που διαθέτει ένα αυξανόμενο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη μας, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς και των μέσων ενημέρωσης είναι μερικοί από τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην ανάδειξη του τουρισμού ως ενός από τους πιο ισχυρούς και ραγδαία αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς της παγκόσμιας κοινωνίας του 21 ου αιώνα.

Η τουριστική βιομηχανία αντλεί την δύναμή της από εύθραυστες πηγές όπως το περιβάλλον, η ιστορία και ο πολιτισμός και συχνά χαρακτηρίζεται ως νόμισμα με δύο όψεις. Από τη μία, συνεισφέρει στην οικονομική άνθιση μιας περιοχής δημιουργώντας θέσεις εργασίας και εισροή συναλλάγματος ενώ από την άλλη, είναι παράγοντας περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιβαρύνσεων που συχνά εμποδίζουν την ομαλή λειτουργία της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού τουρισμού. Παραδείγματα από την παγκόσμια πραγματικότητα δείχνουν ότι η άκρατη, η ασχεδίαστη ή η λανθασμένη ανάπτυξη του τουρισμού επιφέρει, βραχυπρόθεσμα,

γρήγορα οικονομικά οφέλη καταλήγοντας ωστόσο, μακροπρόθεσμα, σε χαμηλής ποιότητας τουριστική δραστηριότητα.

Στόχος αυτού του κειμένου είναι:

- α) να εντοπίσει μερικές από τις αιτίες που οδηγούν στο παραπάνω φαινόμενο
- β) να προβάλλει τα χαρακτηριστικά της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και
- γ) να παρουσιάσει συνοπτικά τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών μοντέλων.

Πολλοί τουριστικοί προορισμοί στην Ελλάδα και αλλού, έχουν ως στόχο τη συνεχή αύξηση του οικονομικού κέρδους που αποφέρει ο τουρισμός, έτσι συχνά προσανατολίζονται στην αναζήτηση ολοένα και μεγαλύτερου αριθμού τουριστών χρησιμοποιώντας ως μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης τον μαζικό τουρισμό. Όμως, η μεγάλη πληθυσμιακή συγκέντρωση σε περιοχές με συγκεκριμένες περιβαλλοντικές και κοινωνικές δυνατότητες δημιουργεί διαταραχές στις συνήθειες της τοπικής κοινωνίας και δυσλειτουργίες όπως: συνωστισμό, μόλυνση του περιβάλλοντος, κατασπατάληση ή καταστροφή φυσικών και πολιτιστικών πηγών και ανταγωνισμό μεταξύ τοπικού πληθυσμού και τουριστικής βιομηχανίας για την χρησιμοποίηση αγαθών πρώτης ανάγκης (νερό, καύσιμα, κ.λ.π.), έργων υποδομής (δρόμοι, νοσοκομεία, κ.λ.π.), τόπων αναψυχής (μουσεία, πάρκα, παραλίες κ.λ.π.). Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις εμποδίζουν την συνεχή και ομαλή διεξαγωγή της τουριστικής διαδικασίας αφού σύμφωνα με έρευνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) η πλειοψηφία των τουριστών σήμερα επιθυμεί να επισκέπτεται περιοχές με υψηλή περιβαλλοντική ποιότητα και έντονα στοιχεία τοπικού πολιτισμού.

Αρκετοί διεθνείς οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό, το περιβάλλον και τον πολιτισμό (Π.Ο.Τ, UNEP, UNESCO κ.λ.π.) προτείνουν ως διέξοδο από τα παραπάνω προβλήματα, κάθε είδους τουριστική δραστηριότητα να σχεδιάζεται, να διευθύνεται και να αναπτύσσεται ώστε:

- α) να είναι περιβαλλοντικά ανεκτή σε βάθος χρόνου
- β) να αποφέρει βιώσιμα οικονομικά οφέλη στις περιοχές που αναπτύσσεται
- γ) να είναι ηθικά και κοινωνικά σύμφωνη με τις τοπικές κοινωνίες και
- δ) να εξασφαλίζει την διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου για τις μελλοντικές γενιές.

Απαραίτητες προϋποθέσεις για την επιτυχή εφαρμογή, λειτουργία και αποδοτικότητα των παραπάνω χαρακτηριστικών σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ, την Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλους διεθνείς οργανισμούς, είναι:

- Η συνεργασία όσων εμπλέκονται στη τουριστική διαδικασία
- Η τοπική συμμετοχή στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης
- Η εκπαίδευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών και
- Η υψηλή ποιότητα των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων.

Τι εξυπηρετεί όμως καθεμιά από τις παραπάνω προϋποθέσεις;

Συνεργασία: Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο τουρισμός είναι μια περίπλοκη διαδικασία η οποία σχετίζεται με διαφορετικούς τομείς της κοινωνίας και της οικονομίας, γίνεται εμφανές ότι για την βιώσιμη ανάπτυξή του απαιτείται αμοιβαίος σεβασμός, ενότητα και μόνιμη συνεργασία μεταξύ όλων των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, που οι δραστηριότητές τους άπτονται του τουρισμού άμεσα ή έμμεσα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Μέσω αυτής της συνεργασίας κάθε αναπτυξιακός σχεδιασμός, που αφορά τουριστικές υποδομές, επενδύσεις (δημόσιες ή ιδιωτικές), αλλά και κάθε άλλο στοιχείο που συμβάλλει στην ανάπτυξη και διεύθυνση του τουρισμού γίνεται απόρροια κοινής πολιτικής και στόχων. Είναι ουσιαστικό η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα να στηρίζεται στην καλή θέληση όλων των μερών για την επιτυχία ενός κοινού σκοπού (βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη) και όχι στην ικανοποίηση ιδιοτελών συμφερόντων.

Σύμφωνα με την Hevre Barioulet (2001) μερικά ζητήματα που πρέπει να βρίσκουν λύση, με βάση την αρχή της συνεργασίας στις τουριστικές περιοχές είναι:

- Ο έλεγχος της κατανάλωσης του νερού και των μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας με σκοπό την μείωση της μη ορθολογικής χρήσης τους
- Η μείωση των απορριμμάτων και η εξασφάλιση της ανακύκλωσής τους
- Ο έλεγχος και η μείωση των προβλημάτων κυκλοφοριακής συμφόρησης και ρύπανσης ιδιαίτερα σε περιοχές φυσικού και πολιτιστικού κάλλους και η χρήση μέσων μεταφοράς φιλικών προς το περιβάλλον
- Η οργάνωση και ο έλεγχος της πρόσβασης των τουριστών σε οικολογικά ευάλωτες περιοχές
- Η συγχρηματοδότηση προγραμμάτων περιβαλλοντικής προστασίας

- Η χορήγηση κινήτρων και βοήθειας στις τουριστικές επιχειρήσεις ώστε, να υιοθετούν περιβαλλοντικές πολιτικές ανάπτυξης
- Τοπική συμμετοχή: Οι ανάγκες, οι προσδοκίες, τα ιδιαίτερα περιβαλλοντικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά και τα προβλεπόμενα οφέλη από τον τουρισμό διαφέρουν σημαντικά από την μια περιοχή στην άλλη. Έτσι δεν υπάρχει ένα είδος σχεδιασμού βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης που να ταιριάζει σε περισσότερους από έναν τουριστικούς προορισμούς. Αν και γενικές κατευθυντήριες γραμμές μπορούν να ορισθούν σε εθνικό επίπεδο, ωστόσο οι τοπικές κοινωνίες με συμμετοχή εκπροσώπων όλων των τοπικών φορέων (δημόσιο, τουριστική βιομηχανία, μη-κυβερνητικές περιβαλλοντικές και πολιτιστικές οργανώσεις, οργανώσεις πολιτών, επιστημονικοί φορείς κ.λ.π. ) και συχνή επικοινωνία με τον τοπικό πληθυσμό είναι εκείνοι που θα σχεδιάσουν και θα αναπτύξουν το είδος του τουρισμού που θέλουν να προσφέρουν. Χρήσιμο εργαλείο για την πραγμάτωση μιας τέτοιας διαδικασίας έχει αποδειχθεί η δημιουργία και εφαρμογή της Τοπικής Ατζέντας 21.

Με την εξασφάλιση της τοπικής συμμετοχής στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης επιτυγχάνεται:

- Η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας η οποία επιφέρει κέρδη κυρίως στην τοπική κοινωνία και όχι σε εξωτερικούς οικονομικούς παράγοντες, (π.χ πολυεθνικές εταιρίες ξενοδοχείων, τουριστικών γραφείων κ.λ.π.), καλύτερη αποδοχή του τουρισμού από τους κατοίκους της περιοχής, ενεργητική συμμετοχή των κατοίκων για την διατήρηση των τοπικών τουριστικών πηγών
- Εκπαίδευση: Η άρτια επαγγελματική κατάρτιση όχι μόνο των διευθυντικών στελεχών του τουρισμού αλλά όλων όσων απασχολούνται σε αυτόν, συνεισφέρει στην καλύτερη προσφορά τουριστικών υπηρεσιών και στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, ο εμπλουτισμός των επαγγελματικών εκπαιδευτικών ή επιμορφωτικών προγραμμάτων με θέματα που αφορούν τις έννοιες, τα κριτήρια, τα οφέλη, και τις πρακτικές του βιώσιμου τουρισμού βοηθά τους ανθρώπους που ασχολούνται με αυτόν να προβληματιστούν, να αναζητήσουν τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος και να κατανοήσουν σε βάθος τις διαφορετικές πρακτικές μεταξύ μαζικού τουρισμού και εναλλακτικών

τουριστικών μοντέλων (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, ιστορικός τουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός κ.λ.π.).

Μερικά από τα γενικά θέματα μιας τέτοιας εκπαίδευσης/επιμόρφωσης μπορούν να είναι:

- Έννοια, αρχές, και πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.
- Είδη και χαρακτηριστικά εναλλακτικών μορφών τουριστικής ανάπτυξης
- Ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας
- Ζητήματα προστασίας πολιτιστικής κληρονομιάς
- Είδη προς εξαφάνιση (του ζωικού και φυτικού βασιλείου) και σχετική νομοθεσία
- Ζητήματα διεθνούς περιβαλλοντικής νομοθεσίας
- Πιστοποιητικά περιβαλλοντικής ποιότητας (π.χ. μπλε σημαίες) και κριτήρια απόκτησής τους

Η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση των πολιτών σε θέματα κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας είναι ένας ακόμα σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης βιώσιμων κοινωνιών και κατ' επέκταση βιώσιμου τουρισμού. Σε μια τέτοια εκπαιδευτική διαδικασία μπορούν να συνεισφέρουν όλοι οι τυπικοί και άτυποι εκπαιδευτικοί φορείς (εκπαιδευτικά ιδρύματα, μη κυβερνητικοί οργανισμοί, οργανώσεις πολιτών, μέσα μαζικής ενημέρωσης, ενώσεις καταναλωτών κ.λ.π.) που διαθέτει μια κοινωνία με κάθε τυπικό και άτυπο εκπαιδευτικό μέσο (περιβαλλοντική εκπαίδευση, εκπαίδευση καταναλωτών, αγωγή υγείας, διαφήμιση, ενημερωτικές εκστρατείες, δημόσιες συζητήσεις κ.λ.π.). Στόχος τέτοιου είδους γενικού ενδιαφέροντος εκπαιδευτικών προγραμμάτων και δραστηριοτήτων πρέπει να είναι η ενημέρωση / ευαισθητοποίηση των πολιτών με σκοπό την προβολή και την υιοθέτηση νέων συμπεριφορών και πρακτικών που προάγουν την βιωσιμότητα.

Τέλος, εκτός από τους εργαζόμενους στον τουρισμό και τους πολίτες των τουριστικών περιοχών είναι χρήσιμο να ενημερώνονται και να ευαισθητοποιούνται οι επισκέπτες τους. Πληροφορίες σχετικές με το περιβάλλον, τον πολιτισμό, τις τοπικές συνήθειες και τις ανάγκες του κάθε τουριστικού προορισμού, θα τους βοηθήσουν να ενταχθούν ομαλότερα στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον που πρόκειται να επισκεφθούν. Τέτοια ενημέρωση επιτυγχάνεται με την προμήθεια σχετικών πληροφοριών στους τόπους μόνιμης διαμονής των τουριστών, με συμφωνίες μεταξύ των τουριστικών προορισμών και των τουριστικών πρακτόρων, με φυλλάδια



πληροφοριών σε περιοχές διακίνησης επιβατών (αεροδρόμια, λιμάνια, σταθμοί λεωφορείων και τρένων) και σε τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κάμπινγκ, κ.λ.π.).

- **Ποιότητα:** Η διατήρηση του κύρους του τουριστικού προϊόντος κάθε περιοχής γίνεται όλο και δυσκολότερη στα πλαίσια του συνεχώς αυξανόμενου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο. Η προσφορά ποιοτικού τουρισμού που εξασφαλίζει την προστασία των τουριστικών πηγών και ικανοποιεί τις επιθυμίες των επισκεπτών και των μόνιμων κατοίκων πρέπει να είναι κύριο μέλημα όλων των φορέων (δημόσιων και ιδιωτικών) που σχεδιάζουν και διευθύνουν την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής με στόχο την βιωσιμότητά της.

Η έννοια ποιοτικός τουρισμός δεν ταυτίζεται απαραίτητα με την έννοια πολυτελής- ακριβός τουρισμός. Αναφέρεται στο είδος τουριστικής δραστηριότητας η οποία προστατεύει τις τουριστικές πηγές, προσελκύει τουρίστες που σέβονται την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον της και προσφέρει τουριστικά αξιοθέατα, ανέσεις και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στην αξία των χρημάτων που δαπανώνται γι' αυτά.

Τουριστικές περιοχές που επιθυμούν την μακροχρόνια σταθερή ζήτηση του προϊόντος τους.

Λαμβάνουν σοβαρά υπόψη την ποιότητα που προσφέρουν.

Διεξάγουν έρευνες για την:

- α) καλύτερη επίλυση των προβλημάτων τους
  - β) δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων
  - γ) ασφαλή και αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των τουριστικών πηγών τους
- 3) Προωθούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού συμβατές με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης
  - 4) Επιφέρουν τουριστικές καινοτομίες
  - 5) Χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες φιλικές προς το περιβάλλον

Παρακολουθούν τακτικά τη διαμόρφωση των διεθνών κριτηρίων ποιότητας έτσι ώστε να ενημερώνονται για το τι συμβαίνει στον κόσμο. Λαμβάνουν έγκαιρα απαραίτητα διορθωτικά μέτρα, αν χρειάζονται. Ενημερώνονται και διδάσκονται από επιτυχημένες πρακτικές που υιοθετήθηκαν σε άλλους τουριστικούς προορισμούς.

Πέρα όμως από τις προϋποθέσεις που πρέπει να ακολουθήσει μια κοινωνία για την επιτυχή βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη δεν θα πρέπει να παραβλέπει ότι

ανεξάρτητα από το είδος τουριστικού μοντέλου που θα υιοθετήσει η τουριστική διαδικασία είναι ασταθής και ευάλωτη ιδιαίτερα σε περιόδους φυσικών θεομηνιών, οικονομικής ύφεσης, και κοινωνικής ανασφάλειας. Γι' αυτό το λόγο περιοχές με τουριστικό ενδιαφέρον πρέπει να αντιμετωπίζουν με μεγάλο σκεπτικισμό την οικονομική υπερεξάρτησή τους από τις δραστηριότητες του τουρισμού.

Η ισόρροπη ανάπτυξη των τουριστικών και των άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων μιας κοινωνίας (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία, παραδοσιακές τέχνες, τοπικές βιοτεχνίες, προσφορά κοινωνικών υπηρεσιών κ.λ.π.) είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες, που θεμελιώνουν την γενικότερη κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τη μακροχρόνια ευημερία μιας περιοχής.

Ανακεφαλαιώνοντας τα όσα έχουν λεχθεί μέχρι τώρα καταλήγουμε ότι η πάροδος του χρόνου αποκαλύπτει με γοργούς ρυθμούς τα αδιέξοδα που δημιουργεί το μοντέλο του μαζικού τουρισμού πιέζοντας συνακόλουθα για αλλαγή της τουριστικής φιλοσοφίας και δράσης. Οι επιλογές προς τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτουν σύμπραξη και συμμετοχή ατόμων και ομάδων ανεξαρτήτως ρόλων (δημόσιο, ιδιώτες, πολίτες, επαγγελματίες, τουρίστες) και βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών και της σχετικής υποδομής. Τέλος η παιδεία / εκπαίδευση καλείται να σταθεί αρωγός όχι μόνον στην απόκτηση επαγγελματικών δεξιοτήτων αλλά και στην δημιουργία αξιών, συνειδήσεων και πρακτικών όλων των παραπάνω παραγόντων με στόχο την ομαλή αναπτυξιακή πορεία και βιωσιμότητα των τουριστικών περιοχών.

## **1.6 Εξωτερικές επιπτώσεις του τουρισμού στις πόλεις :**

### **Ταξινόμηση τεσσάρων κύριων κατηγοριών :**

- α)οικονομικές
- β)συγκεκριμένων ειδών ελκτικών στοιχείων ή εξυπηρετήσεων
- γ)κοινωνικοπολιτιστικές
- δ)περιβαλλοντικές

Πίνακας 1.5.1 : Εξωτερικές επιπτώσεις τουρισμού

<b>1. Το φυσικό περιβάλλον</b>
γη που δόθηκε για ανάπτυξη ενώ θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για τη γεωργία αλλαγές στο υδρολογικό περιβάλλον
<b>2. Οπτικές επιπτώσεις</b>
επέκταση της δομημένης περιοχής επίδραση νέων αρχιτεκτονικών στυλ αύξηση πληθυσμού
<b>3. Υποδομή</b>
υπερφόρτωση της αστικής υποδομής με τις ακόλουθες εξυπηρετήσεις δρόμοι σιδηροδρομικές γραμμές πάρκινγκ αυτοκινήτων ηλεκτρικό δίκτυο διάθεση απορριμμάτων και παροχή νερού παροχή νέας υποδομής πρόσθετα μέτρα περιβαλλοντικής διαχείρισης για τα τουριστικά καταλύματα και την προσαρμογή περιοχών για τουριστική χρήση
<b>4. Αστική μορφή</b>
αλλαγές στις χρήσεις γης λόγω της ανάπτυξης ξενοδοχείων σε περιοχές κατοικίας
αλλαγές στο δομημένο περιβάλλον
μεταβολές στην αστική διάρθρωση
<b>5. Προστασία</b>
επανάχρηση εγκαταλελειμμένων κτιρίων αποκατάσταση και συντήρηση ιστορικών τοποθεσιών και κτιρίων

Πηγή: Page, 1995

Πίνακας 1.5.2 : Εξωτερικές επιπτώσεις τουρισμού

Ποιος επηρεάζεται;	Είδος επίπτωσης			
		οικονομικές επιπτώσεις	κοινωνικές επιπτώσεις	περιβαλλοντικές επιπτώσεις
Κυρίως άτομα	Οφέλη	νέες συγκοινωνιακές συνδέσεις, νέες κοινωφελείς εγκαταστάσεις αναψυχής, αύξηση της αξίας ακινήτων	Θετικές επιπτώσεις παραδειγματισμού (καλύτερη φροντίδα της υγείας και καλύτερη μόρφωση)	βελτίωση μιας θέας
	Κόστος	μείωση της αξίας ακινήτων, πληθωρισμός	κίνηση στους δρόμους και συνωστισμός προσώπων, υψηλότερος δείκτης εγκληματικότητας, αρνητικές επιπτώσεις παραδειγματισμού	καταστροφή θέας και τοπίου, ηχορύπανση, ρύπανση του αέρα και των υδάτων, απορρίμματα
Κράτος και συνολική ευημερία	Οφέλη	αυξημένα έσοδα από άμεσους και έμμεσους φόρους	αυξημένη αξία κουλτούρας, μειωμένη απώλεια από τη μετανάστευση	διατήρηση χλωρίδας και πανίδας
	Κόστος	συντήρηση της τουριστικής υποδομής αν δεν υπάρχει κάποιο σύστημα με το οποίο πληρώνει ο χρήστης	επιπλέον αστυνόμευση, υπηρεσίες υγείας, πυροπροστασία, υγιεινή και σκουπίδια	καταστροφή της χλωρίδας και πανίδας

Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, (Bull, «Τουριστική Οικονομία», 2002)*

### 1.7 Η πορεία προς τον εναλλακτικό τουρισμό

Για πολλά χρόνια ο τουρισμός ήταν αγαθό, που απολάμβαναν κυρίως οι ανώτερες οικονομικές τάξεις των αναπτυγμένων βιομηχανικά χωρών.

Σήμερα, αποτελεί προσιτό αγαθό για σημαντικό ποσοστό των κατοίκων του πλανήτη μας. Τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) επιβεβαιώνουν ότι το 1990 455,9 εκατομμύρια τουριστών ταξίδεψαν έξω από την χώρα τους, το 2002 ο αριθμός τους αυξάνεται σε 702,6 εκατομμύρια ενώ για το 2020 ο αριθμός των διεθνών τουριστών προβλέπεται να φθάσει περίπου τα 1,6 δισεκατομμύρια. Σημαντικοί παράγοντες για την ανοδική πορεία της τουριστικής βιομηχανίας θεωρούνται:

1. Η βελτίωση του βιωτικού επιπέδου και η αύξηση του ελεύθερου χρόνου που παρέχουν τη δυνατότητα σε πολλούς κατοίκους των ανεπτυγμένων χωρών του Βορρά και πρόσφατα μερικών χωρών της Ασίας και της Λατινικής Αμερικής να ταξιδεύουν σε άλλες χώρες.

2. Η ανάπτυξη και η βελτίωση των μέσων μαζικής μεταφοράς, δημιουργούν ευκαιρίες για ταξίδια σε μακρινούς τόπους με σχετικά φθηνά εισιτήρια.
3. Η μεγάλης διάρκειας παγκόσμια πολιτική σταθερότητα (λήξη του "Ψυχρού Πολέμου" και της "απειλής" πυρηνικού ολέθρου) η οποία προσφέρει την αίσθηση της ασφάλειας στους επίδοξους τουρίστες.
4. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (τηλεόραση, ράδιο κ.λ.π ), συμβάλλουν στην αύξηση του ενδιαφέροντος για τη γνωριμία με εξωτικές μακρινές περιοχές του πλανήτη μέσω τουριστικών εκπομπών, ταινιών, ειδήσεων κλπ.
5. Οι καθορισμένες ετήσιες θρησκευτικές και εθνικές γιορτές, ενθαρρύνουν την αύξηση του τοπικού τουρισμού και την ανάπτυξη της τοπικής τουριστικής υποδομής.
6. Οι μεγάλες διαφημιστικές εκστρατείες της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίες αυξάνουν την επιθυμία για ταξίδια.

Αναγνωρίζοντας ότι ο τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες και ραγδαία αναπτυσσόμενες βιομηχανίες του πλανήτη μας, σκοπός αυτού του άρθρου είναι:

α) να διαφωτίσει τους υποψήφιους τουρίστες για τις επιδράσεις που ο τουρισμός προκαλεί στην οικονομία, στην κοινωνία και στο φυσικό περιβάλλον των περιοχών που τον φιλοξενούν και β) να τους ενημερώσει για εναλλακτικές τουριστικές συμπεριφορές οι οποίες ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και συμβάλλουν στη βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών

Αρκετοί άνθρωποι αναγνωρίζοντας τα προβλήματα που μπορεί να δημιουργήσει το κυρίαρχο μοντέλο του μαζικού τουρισμού οδηγήθηκαν στην αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, ιστορικός τουρισμός). Αυτές οι μορφές σέβονται ταυτόχρονα την τοπική κοινωνία και τους επισκέπτες της, την πολιτιστική κληρονομιά και το περιβάλλον. Στόχος τους είναι να προσφέρουν ενδιαφέρουσες και εκπαιδευτικές διακοπές στους τουρίστες που ωφελούν ταυτόχρονα την τοπική κοινωνία και έχουν ως αποτέλεσμα την βιωσιμότητα των τουριστικών περιοχών.

Σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. η έννοια της βιωσιμότητας των τουριστικών περιοχών υπονοεί ότι οι τουριστικές πηγές (πολιτισμός, αξιοθέατα, φυσικό περιβάλλον) χρησιμοποιούνται από τους κατοίκους και τους επισκέπτες με τέτοιο τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η ύπαρξη και η ομαλή λειτουργία τους για τις μελλοντικές γενιές.

Οι τουρίστες που ακολουθούν αυτές τις μορφές διακοπών συχνά αυτοαποκαλούνται ταξιδιώτες. Η διαφορά μεταξύ τουρίστα και ταξιδιώτη είναι ότι ο

πρώτος επισκέπτεται μια περιοχή με σκοπό να ψυχαγωγηθεί από εικόνες και εμπειρίες που δημιουργήθηκαν ειδικά για την τουριστική αγορά, ενώ ο δεύτερος επισκέπτεται μια περιοχή με σκοπό να μάθει και να βιώσει τον πολιτισμό και το περιβάλλον της, ακολουθώντας έξι βασικές αρχές:

### **1. Προετοιμασία**

Προετοιμάζεται για το ταξίδι του μαθαίνοντας την κουλτούρα, την ιστορία και τις συνήθειες των ανθρώπων της περιοχής. Προσπαθεί να μάθει βασικούς χαιρετισμούς και το 'ευχαριστώ' στη γλώσσα της χώρας που θα επισκεφθεί.

### **2. Επιλογή κατάλληλου τουριστικού πράκτορα**

Βεβαιώνεται ότι η επιχείρηση του τουριστικού του πράκτορα είναι: α) φιλική προς το περιβάλλον, β) υποστηρίζει προγράμματα και παίρνει πρωτοβουλίες που μειώνουν τα σκουπίδια και την μόλυνση του περιβάλλοντος, γ) χορηγεί πληροφορίες για τα είδη προς εξαφάνιση και για το εμπόριο παράνομων προϊόντων στην περιοχή που θα επισκεφθεί, δ) συνεργάζεται και προσλαμβάνει τοπικούς ξεναγούς και άλλο προσωπικό, ε) διοργανώνει τουριστικά προγράμματα τα οποία συνδέονται άμεσα με την τοπική κοινότητα, στ) έχει την δυνατότητα να προσφέρει χαμηλού προφίλ καταλύματα, τα οποία ανήκουν και διευθύνονται από κατοίκους της περιοχής και δεν υιοθετούν τον ακριβό καταναλωτισμό που ακολουθούν τα μεγάλα διεθνή ξενοδοχεία.

### **3. Σεβασμός στις τοπικές συνήθειες, πολιτισμό, και τρόπο ζωής**

Ο ταξιδιώτης συμπεριφέρεται στους ντόπιους με τον ίδιο τρόπο, που θα ήθελε να του συμπεριφέρονται οι τουρίστες στο τόπο του. Σέβεται και προσπαθεί να συμμετέχει στις τοπικές συνήθειες. Δέχεται ότι οι άλλοι άνθρωποι έχουν διαφορετικό και όχι "λάθος" ή "κατώτερο" τρόπο ζωής. Σέβεται τα ανθρώπινα δικαιώματα, ειδικά όταν βρίσκεται στην πλεονεκτική θέση να διαθέτει οικονομική ευμάρεια. Δείχνει ευαισθησία στην φωτογράφιση ανθρώπων και τοποθεσιών. Αποφεύγει σχέσεις, ιδιαίτερα σεξουαλικές, που δεν βασίζονται στον αμοιβαίο σεβασμό. Ντύνεται και συμπεριφέρεται με τρόπο που δεν θίγει τις τοπικές κοινωνικές, και θρησκευτικές, συνήθειες και αξίες.

### **4. Υπεύθυνη περιβαλλοντική, οικονομική, και κοινωνική συμπεριφορά.**

Γνωρίζει την περιοχή με τα πόδια, το ποδήλατο ή με τα μαζικά μέσα μεταφοράς, αποφεύγει τα τουριστικά λεωφορεία ή τα ιδιωτικά αυτοκίνητα γιατί επιβαρύνουν την κυκλοφορία και συνεισφέρουν στην αύξηση της μόλυνσης του περιβάλλοντος. Αποφεύγει εκδρομές εκτός των κανονικών δρόμων γιατί είναι πιθανόν να βλάψει τμήματα του φυσικού περιβάλλοντος. Δεν λερώνει με σκουπίδια. Καταναλώνει

τοπικά φαγητά και ποτά ώστε τα έξοδά του να ωφελούν την περιοχή που τον φιλοξενεί. Προσπαθεί στις αγορές του να μην εκμεταλλεύεται την φτώχεια και την ανάγκη των πωλητών και προτιμά ενθύμια κατασκευασμένα στον τόπο που επισκέπτεται. Αποφεύγει προϊόντα τα οποία προέχονται από προστατευόμενα είδη του ζωικού ή φυτικού περιβάλλοντος. Προσπαθεί να μην σπαταλά βασικά αναγκαία αγαθά για την περιοχή όπως το νερό και οι καύσιμες ύλες.

#### **5. Ρεαλιστική αυτοπαρουσίαση**

Μοιράζεται με τους ντόπιους πληροφορίες σχετικές για την κοινωνική, περιβαλλοντική και οικονομική πραγματικότητα που αντιμετωπίζει στη χώρα του. Δεν ωραιοποιεί τη δυτική κοινωνία. Συζητά με τους ντόπιους τις ιδέες τους για την χώρα τους και τους τουρίστες.

#### **6. Συνέχιση της εμπειρίας μετά το τέλος των διακοπών.**

Συμμετέχει σε περιβαλλοντικές ομάδες και υποστηρίζει τα ανθρώπινα δικαιώματα στην χώρα του. Περιγράφει στους φίλους του εκτός από τα τουριστικά αξιοθέατα και την καθημερινή ζωή των ανθρώπων που συνάντησε.

Η αύξηση του αριθμού των τουριστών που υιοθετούν τέτοιου είδους συμπεριφορές και αναζητούν εναλλακτικές μορφές διακοπών μπορεί να συνεισφέρει στη βιωσιμότητα (οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική) των τουριστικών περιοχών και να αποδυναμώσει το από πολλές απόψεις επιζήμιο μοντέλο του μαζικού τουρισμού που κυριαρχεί σήμερα, στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Τελειώνοντας, είναι απαραίτητο να τονιστεί ότι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη κάθε περιοχής εξαρτάται κυρίως από τους τοπικούς παράγοντες της (πολιτική ηγεσία, τουριστικοί φορείς, μόνιμοι κάτοικοι). Αυτοί ανάλογα με τις αποφάσεις που θα λάβουν και την συνεργασία που θα αναπτύξουν έχουν την δυνατότητα να σχεδιάσουν και να ανοίξουν τον δρόμο για την βιώσιμη ανάπτυξη του τόπου τους. Ωστόσο, η αύξηση της απαίτησης για εναλλακτικές μορφές διακοπών και η ανάγκη των τουριστικών περιοχών για προσέλκυση επισκεπτών, μπορούν να παρωθήσουν τους τοπικούς παράγοντες σε μεθόδους και τρόπους διαχείρισης των τουριστικών πηγών που ικανοποιεί τις οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες των μόνιμων κατοίκων και των τουριστών και διασφαλίζει την πολιτισμική ακεραιότητα, την προστασία του περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας για τις επόμενες γενιές.

Συνοψίζοντας τα όσα συζητήθηκαν μέχρι τώρα καταλήγουμε ότι η ραγδαία ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, προκαλεί επιπτώσεις που πολλές φορές έχουν

αρνητικά αντίκτυπα στο οικονομικό, κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον των τουριστικών περιοχών, ενώ μακροχρόνια μπορούν να υποβαθμίσουν την ίδια τη διαδικασία του τουρισμού. Ενημερωμένοι, κοινωνικά υπεύθυνοι και περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι τουρίστες αναζητώντας εναλλακτικές μορφές διακοπών και υιοθετώντας εναλλακτικές συμπεριφορές έχουν την ευκαιρία να ελαχιστοποιήσουν αυτές τις επιπτώσεις, να συνεισφέρουν στη βιωσιμότητα των τουριστικών περιοχών και να ενθαρρύνουν τους τοπικούς παράγοντες προς αποφάσεις και σχεδιασμούς βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Για πολλά χρόνια ο τουρισμός ήταν αγαθό που απολάμβαναν κυρίως οι ανώτερες οικονομικές τάξεις των αναπτυγμένων βιομηχανικά χωρών. Σήμερα, αποτελεί προσιτό αγαθό για σημαντικό ποσοστό των κατοίκων του πλανήτη μας. Τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) επιβεβαιώνουν ότι το 1990 455,9 εκατομμύρια τουριστών ταξίδεψαν έξω από την χώρα τους, το 2002 ο αριθμός τους αυξάνεται σε 702,6 εκατομμύρια ενώ για το 2020 ο αριθμός των διεθνών τουριστών προβλέπεται να φθάσει περίπου τα 1,6 δισεκατομμύρια.

Σημαντικοί παράγοντες για την ανοδική πορεία της τουριστικής βιομηχανίας θεωρούνται:

1. Η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και η αύξηση του ελεύθερου χρόνου που παρέχουν τη δυνατότητα σε πολλούς κατοίκους των ανεπτυγμένων χωρών του Βορρά και πρόσφατα μερικών χωρών της Ασίας και της Λατινικής Αμερικής να ταξιδεύουν σε άλλες χώρες.
2. Η ανάπτυξη και η βελτίωση των μέσων μαζικής μεταφοράς, δημιουργούν ευκαιρίες για ταξίδια σε μακρινούς τόπους με σχετικά φθηνά εισιτήρια.
3. Η μεγάλης διάρκειας παγκόσμια πολιτική σταθερότητα (λήξη του "Ψυχρού Πολέμου" και της "απειλής" πυρηνικού ολέθρου) η οποία προσφέρει την αίσθηση της ασφάλειας στους επίδοξους τουρίστες.
4. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (τηλεόραση, ράδιο κ.λ.π ), συμβάλλουν στην αύξηση του ενδιαφέροντος για τη γνωριμία με εξωτικές μακρινές περιοχές του πλανήτη μέσω τουριστικών εκπομπών, ταινιών, ειδήσεων κλπ.
5. Οι καθορισμένες ετήσιες θρησκευτικές και εθνικές γιορτές, ενθαρρύνουν την αύξηση του τοπικού τουρισμού και την ανάπτυξη της τοπικής τουριστικής υποδομής.
6. Οι μεγάλες διαφημιστικές εκστρατείες της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίες αυξάνουν την επιθυμία για ταξίδια. Τέλος οι εναλλακτικές τουριστικές συμπεριφορές



ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και συμβάλλουν στη βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών.

## 1.8 Αστικός Τουρισμός - Προοπτικές ανάπτυξης ελληνικών πόλεων

### Φιλοξενία και τουρισμός

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 προσφέρουν στην Ελλάδα μια ευκαιρία για την αναβάθμιση της τουριστικής της βιομηχανίας και της γενικότερης εικόνας της στον κόσμο.

Κατά τη διάρκεια των Αγώνων, αναμένεται ότι οι διανυκτερεύσεις σε καθημερινή βάση θα ξεπεράσουν τις 200.000, καθώς οι Αγώνες θα αποτελέσουν ένα επιπλέον κίνητρο για την επιλογή της Ελλάδας ως προορισμού διακοπών.

Η χώρα κατέχει τη 15<sup>η</sup> θέση στην παγκόσμια κατάταξη τουριστικών προορισμών και το 2001, προσέλκυσε περισσότερους από 14 εκατομμύρια επισκέπτες, αριθμός που υπερβαίνει κατά 30% τον πληθυσμό της χώρας. Οι δυτικοευρωπαίοι εξακολουθούν να αποτελούν τη μεγάλη πλειονότητα των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα, αν και οι προσπάθειες που καταβάλλονται για την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών από διαφορετικά μέρη του κόσμου, έχουν συντελέσει στη συνεχή αύξηση του αριθμού των τουριστών από την Ασία, την Αμερική και την Ανατολική Ευρώπη.

Η ελληνική κυβέρνηση, μέσα από θεσμούς όπως ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, το Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων και τα Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε., εγκαθιδρύει πολιτικές και προγράμματα με στόχο την αναβάθμιση των παρερχόμενων υπηρεσιών και υποδομών, την προσέλκυση επενδυτών σε νέα επιχειρηματικά σχέδια και την ποικιλομορφία των τουριστικών προϊόντων, έτσι ώστε οι εναλλακτικές, υψηλής ποιότητας, μορφές τουρισμού να αποτελέσουν αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής τουριστικής ταυτότητας.

Η σύγχρονη, ευρείας κλίμακας, αναβάθμιση και βελτίωση των υποδομών, που συντελείται ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων, αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά μακροπρόθεσμα οφέλη για το ελληνικό τουριστικό δυναμικό. Πολλά από τα Μεγάλα Έργα έχουν ήδη περατωθεί ή προγραμματίζεται να είναι έτοιμα πριν από τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Καθώς οι αυτοκινητόδρομοι, τα αεροδρόμια, τα λιμάνια, οι μαρίνες και οι τηλεπικοινωνίες της χώρας ανταποκρίνονται πλέον στα

διεθνή στάνταρ, μπορούν να ανταπεξέλθουν στις ολοένα αυξανόμενες και πιο σύνθετες απαιτήσεις του σημερινού ταξιδιώτη. Επιπλέον, η ελληνική Κυβέρνηση προσφέρει κίνητρα για τουριστικές επενδύσεις, τα οποία καλύπτουν ένα μεγάλο εύρος περιοχών, κατηγοριών και αντικειμένων.

Έμφαση στην ποιότητα σημαίνει πως τα τουριστικά θέλγητρα της χώρας ξεπερνούν το παραδοσιακό τρίπτυχο ήλιος - άμμος - θάλασσα. Οι επενδυτές που ενδιαφέρονται για την Ελλάδα, ενθαρρύνονται να επενδύσουν σε πολυτελή ξενοδοχεία και θέρετρα, στον τουρισμό αθλητικών δραστηριοτήτων, τον οικοτουρισμό, τον επιχειρηματικό και συνεδριακό τουρισμό, τη θαλασσοθεραπεία και το spa. Το εύκρατο κλίμα της Ελλάδας, που διαφέρει ωστόσο από περιοχή σε περιοχή, προσφέρεται για δραστηριότητες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Την καλύτερη απόδειξη αποτελεί η ραγδαία αύξηση του ενδιαφέροντος για το τρέκινγκ και τα χειμερινά σπορ, τη γαστρονομία και την οινοπαραγωγή, ή τον φυσιολατρικό τουρισμό (*Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων (ΕΛΚΕ) / Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)*).

Η Ελλάδα έχει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, λόγω των σημαντικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων που παρουσιάζουν. Το πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα του ελλαδικού χώρου, πρέπει να συνδυαστεί με την ανάπτυξη των μεταφορικών και κτιριακών υποδομών έτσι να αποτελέσει σημαντικό πόλο έλξης τουριστών όχι μόνο Ελλήνων αλλά και αλλοδαπών. Το παραδοσιακό ελληνικό τουριστικό μοντέλο που υπόσχεται διασκέδαση και ακραία φαινόμενα παραλογισμού των τουριστών που όχι μόνο δεν κολακεύουν τη χώρα μας αλλά και την υποβαθμίζουν ποιοτικά, η μονοδιάστατη τουριστική εικόνα (χώρα ήλιου – θάλασσας) καθώς και ο χαμηλός βαθμός διαφοροποίησης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και η έλλειψη ειδικών τουριστικών υποδομών, συμπληρωματικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων για άτομα με ειδικά ενδιαφέροντα, απειλείται.

Ο ελλαδικός χώρος και ιδιαίτερα τα νησιά αποτελούν ειδική περίπτωση τουριστικών προορισμών, ιδιαίτερα τα μικρά σε έκταση, με σημαντικά περιορισμένους φυσικούς πόρους και ελάχιστες εναλλακτικές δυνατότητες για Ανάπτυξη.

Είναι περιοχές με ιδιαίτερο γενικό (ως προς την αναπτυξιακή πολιτική) και ειδικό (ως προς τον τουρισμό) ενδιαφέρον καθώς:

- Αφενός, σε ένα γενικό επίπεδο, χαρακτηρίζονται από τη ύπαρξη μιας ευαίσθητης ισορροπίας μεταξύ περιβάλλοντος, οικονομίας και κοινωνίας, όπου μια οποιαδήποτε διαταραχή στο ένα υποσύστημα επηρεάζει δραστικά το σύνολο.
- Σε ένα ειδικό επίπεδο, αφετέρου, πολλά νησιά έχουν αποτελέσει τόπους τουριστικού προορισμού με θεαματική άνοδο και εξέλιξη ως πόλοι έλξης, εξαιτίας των πλεονεκτημάτων που παρουσιάζουν (άριστες κλιματολογικές συνθήκες, ποιότητα περιβάλλοντος, πλούσια πολιτιστική κληρονομιά). Ο τουρισμός σε πολλές περιπτώσεις αποτελεί μοχλό και ίσως μοναδική ευκαιρία οικονομικής ανάπτυξης και έτσι οι κάτοικοι του νησιωτικού χώρου εξειδικεύονται στον τριτογενή τομέα.

Παρόλα αυτά τα νησιά παρουσιάζουν ειδικά προβλήματα επικοινωνίας που επηρεάζουν καθοριστικά τις δυνατότητες τους για ανάπτυξη. Η πολιτική των συνδυασμένων μεταφορών, η οποία αφορά στο λειτουργικό συνδυασμό των εναέριων με τις θαλάσσιες συγκοινωνίες, αποτελεί μια ίσως ενδεδειγμένη πολιτική.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, δίνουν τη δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης του ελληνικού χώρου, αφού προσεγγίζουν τουρίστες που ασχολούνται με κάποιες ιδιαίτερες δραστηριότητες και οι περισσότεροι από αυτούς είναι τουρίστες υψηλών εισοδημάτων. Με την προσπάθεια λοιπόν ενίσχυσης των μεταφορικών, επικοινωνιακών και κτιριακών υποδομών, θα ήταν δυνατή η διοργάνωση διεθνών συνεδρίων, καθώς και η προβολή του φυσικού και πολιτιστικού μας αποθέματος, έτσι ώστε να ξεφύγουμε από το πρότυπο ήλιου-θάλασσας που επικρατεί παγκοσμίως για τη χώρα μας, και να αναπτυχθούν διαφορετικοί τομείς του τουρισμού, έτσι ώστε να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος και να αρθεί η εποχικότητα και η μονομέρεια του ελληνικού τουρισμού.

Ο ελληνικός τουρισμός έχει σοβαρές προοπτικές να εκσυγχρονιστεί και να καταφέρει να αποκτήσει ισάξια θέση σε σχέση με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες στο παγκόσμιο στερέωμα. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που παρουσιάζει σε σχέση

με τις υπόλοιπες χώρες, επιτρέπει στην Ελλάδα με σωστό σχεδιασμό να ενδυναμωθεί σε αυτόν τον τομέα και να ανακάμψει οικονομικά επωφελούμενη από τον τουρισμό.

Το συγκριτικό πλεονέκτημα που παρουσιάζει η Ελλάδα σε σχέση με τις υπόλοιπες ανταγωνίστριες χώρες, είναι η θέση της και το πλούσιο φυσικό περιβάλλον που διαθέτει το οποίο επιτρέπει την ανάπτυξη και άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ενώ το βασικό της μειονέκτημα είναι η μονοδιάστατη τουριστική εικόνα (χώρα ήλιου και θάλασσας) που αυτή παρουσιάζει προς τα έξω, καθώς και η έλλειψη ενός οργανωμένου τουριστικού σχεδιασμού σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Τουρισμός και Ανάπτυξη

### 2.1 Τουριστικοί Πόροι

### 2.2 Οικονομική διάσταση του τουρισμού

### 2.3 Τουρισμός και Πολιτισμός

### 2.4 Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη

### 2.5 Τουρισμός και αθλητισμός

### 2.6 Στρατηγική εστίαση ελληνικού τουρισμού με ορίζοντα το 2010

#### 2.6.1 ποσοτικοί και ποιοτικοί στόχοι

#### 2.6.2 προβλέψεις άλλων διεθνών οργανισμών για την περαιτέρω του ανάπτυξη

### 2.7 Συμπεράσματα

## 2.1 Τουριστικοί Πόροι

Στην ενότητα αυτή θα εξεταστεί αναλυτικότερα τα διάφορα είδη τουριστικών πόρων που διαθέτει ή μπορεί να αναπτύξει μια πόλη. Από τα είδη αυτά ενδιαφέρον αποτελούν οι *ταξιδιωτικοί τουριστικοί πόροι* και οι *πολιτιστικοί* οι οποίοι επιδρούν στην αύξηση της τουριστικής κίνησης.

Κάποιοι μπορούν να υποστηρίξουν στο σύγχρονο κόσμο ότι υπάρχουν πολλοί ελάχιστοι ή και καθόλου ελεύθεροι πόροι, αναπόφευκτα η ζήτηση για τον τουρισμό συνεπάγεται ένα σημαντικό ποσό για δημόσια αγαθά. Αυτά μπορούν να θεωρηθούν ως υπάρχουσες εγκαταστάσεις που υποχρησιμοποιούνται τις οποίες μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιος χωρίς να μειώσει την ποσότητα τους που είναι διαθέσιμη σε άλλους (Samuelson,1989).

Οι διοργανωτές ταξιδιών επιδιώκουν να αναδεικνύουν συνδυασμούς των σπάνιων πόρων, που στατιστικά είναι σημαντικοί για τα ταξίδια και τον τουρισμό ( Murphy 1985 , Stabler 1988, Peters 1969, Wahab 1975 ). Μπορούν να ταξινομηθούν σε:

- α) φυσικούς πόρους (έδαφος, μεταλλεύματα, νερό, βιολογικά στοιχεία)
- β) πόρους εργασίας (ανθρώπινη εργασία και « επιχειρηματικότητα »)
- γ) πόρους κεφαλαίου (αξιοποίηση άλλων πόρων με τη βοήθεια κάποιας ανθρώπινης παρέμβασης)

**Πίνακας 2.1.1:** Σημαντικοί πόροι για τα ταξίδια και τον τουρισμό

Σπάνιοι πόροι	εργασία και επιχειρηματικότητα συμπεριλαμβανομένης και δημόσιας φήμης
	Κεφάλαιο ( δημόσια και ιδιωτική παροχή)
	Έδαφος ( ειδικότερα οι ιδιότητες του όπως η θέα και οι εγκαταστάσεις για δραστηριότητες
Ελεύθεροι πόροι	κλίμα
	παράδοση
	κληρονομιά
	Τρόπος ζωής

Πηγή: *ιδία επεξεργασία, ( Bull, Τουριστική Οικονομία, 2002)*

Ο πιο πάνω πίνακας δείχνει ότι ο τουρισμός, στηρίζεται σε ελεύθερους πόρους και σε ένα μίγμα από δημόσια και ιδιωτικά χρησιμοποιούμενους σπάνιους πόρους. Έτσι γίνεται ένας συνδυασμός, για να σχηματιστεί αυτό που οι τουρίστες είναι σε θέση να εκλάβουν ως το « προϊόν » που καταναλώνουν και αυτό που οι προμηθευτές παράγουν.

## 2.2 Οικονομική διάσταση του τουρισμού

Η οικονομική φύση του τουρισμού και η συμβολή του στη ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας και την οικονομική ανάπτυξη είναι κάτι που απασχολεί τη χώρα μας και τους αρμόδιους φορείς για τον τουρισμό τα τελευταία χρόνια. Συνολικά ως χώρα πρέπει να αναβαθμίζουμε τη θέση μας, σε όλους τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, ενώ παράλληλα πρέπει να εστιάσουμε και να ενισχύσουμε τους τομείς εκείνους που έχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα και προοπτικές.

Η οικονομική φύση του τουρισμού, αποτελεί βασικό παράγοντα της σημασίας, του ρόλου και της συμβολής του τουρισμού στην ανταγωνιστικότητα του συνόλου της ελληνικής οικονομίας και την ανάπτυξη.

Η σημερινή εικόνα της οικονομικής φύσης του ελληνικού τουρισμού συμπεριλαμβάνει την διαβίωση των περίπου, 13 εκατ. εισερχομένων τουριστών που έχει σήμερα την ακόλουθη μορφή και διαστάσεις:

Οι σημερινές δυναμικότητες της κλασικής ξενοδοχίας ξεπερνούν τις 8.000 μονάδες με πάνω από 312.000 δωμάτια και περισσότερες από 600.000 κλίνες συγκροτούν το θεμελιωδέστερο στοιχείο της τουριστικής ανωδομής επί του οποίου στηρίζεται και μέσω του οποίου καθορίζεται η διαρθρωτική εξέλιξη του επιπέδου παραγωγής και διάθεσης της ετήσιας τουριστικής κατανάλωσης στη χώρα.

Η παραγωγική αυτή δομή για την τροφοδότηση και τη διαχειριστική ρύθμιση της ετήσιας κατανάλωσης των 13 εκ. τουριστών, δηλαδή για ένα σημαντικό τμήμα της εγχώριας παραγωγής, παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά, των οποίων η αξιόπιστη προσέγγιση και η συνεχής παρακολούθηση συνιστά βασική προϋπόθεση για κάθε παρέμβαση της τουριστικής και της γενικότερης οικονομικής πολιτικής με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας τόσο του ίδιου του τουρισμού όσο και της συμβολής του στη συνολική ανταγωνιστικότητα της οικονομίας.

Σύμφωνα με την εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η οποία στηρίζεται στην μέθοδο κατάρτισης των δορυφόρων λογαριασμών του Oxford Economic Forecasting, το 2003, το μερίδιο του «τουριστικού τομέα» στο ελληνικό ΑΕΠ θα ανέλθει στο 4,5%, ενώ το μερίδιο της συνολικής απασχόλησης θα ανέλθει στο 5% (205.000 θέσεις εργασίας).

Σύμφωνα με την ευρύτερη προσέγγιση, όπου έχουμε στοιχεία από τον ίδιο οργανισμό, η πραγματική επίδραση του τουρισμού στο σύνολο της οικονομίας και της κοινωνίας θα είναι μεγαλύτερη. Συγκεκριμένα, το 2003, η **πραγματική επίδραση της τουριστικής οικονομίας** στο ελληνικό ΑΕΠ θα ανέλθει στο 14,6%, ενώ το μερίδιο της συνολικής απασχόλησης θα ανέλθει στο 16,8% (687.000 θέσεις απασχόλησης).

### Η Σημασία του Τουρισμού για την Ελλάδα

(υπολογισμοί για το 2003)

Άμεση	Έμμεση	
• Συμβολή στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν	4,5%	14,6%
• Συμβολή στην απασχόληση	5,0%	16,8%
• Συμβολή στις επενδύσεις	22,5%	

Πηγή: *ιδία επεξεργασία, WTTC- The 2003 Travel and Tourism Economic research: Greece.*

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι τομείς που ωφελούνται από τον τουρισμό:

Πίνακας 2.2.1 : Τομείς ωφελούμενοι από τον τουρισμό

<b>Τομείς ωφελούμενοι από τον τουρισμό</b>	
<b>Μέρος του εισοδήματος προέρχεται από τον τουρισμό</b>	<b>Όλο το εισόδημα προέρχεται από τον τουρισμό</b>
<b>Διατροφή</b> Εστιατόρια Καφέ – Pubs Βιομηχανία / καταστήματα τροφίμων	<b>Διαμονή</b> Ξενοδοχεία Παραξενοδοχία Κάμπινγκ
<b>Διάφορα</b> Είδη Λαϊκών αγορών Αναμνηστικά Ένδυση Λιανικό εμπόριο	<b>Τουριστικά γραφεία</b>
<b>Ψυχαγωγία</b> Θέατρα / κινηματογράφοι Νυκτερινά κέντρα	<b>Μεταφορές</b> Αεροπορικές εταιρίες Σκάφη αναψυχής Γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων
<b>Μεταφορά</b> Δημόσια συγκοινωνία Ταξί	<b>Χώροι επίσκεψης τουριστών</b> Πάρκα Μουσεία Ιστορικά μνημεία

Πηγή : *Ίδια Επεξεργασία, ( Στρατηγικό Σχέδιο ανάπτυξης ελληνικού τουρισμού)*

### 2.3 Τουρισμός και Πολιτισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός στη γενική του έννοια αποτελεί μια προνομιακή κατεύθυνση για τη διάδοση του χειμερινού τουρισμού, δηλ. τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, πράγμα που κυρίως σημαίνει περιορισμό της παραδοσιακής έμφασης στο κλίμα. Η πλειονότητα των αλλοδαπών επισκεπτών επιλέγει την Ελλάδα πρωτίστως για το κλίμα και τα νησιά της και δευτερευόντως για την ιστορία της.



Αναφορικά με την τουριστική υποδομή ένα σημαντικό επίκαιρο ζήτημα είναι τα ξενοδοχειακά καταλύματα. Σε αυτό το σημείο παρατηρείται μια αντίφαση που στηρίζεται αφενός στο κορεσμό των μονάδων σε σχέση με τις υπάρχουσες ανάγκες και αφετέρου την ανεπάρκεια των μονάδων σε σχέση με τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων του 2004.

Οι δύο βασικές κατευθύνσεις προς τις οποίες μπορεί να κινηθεί η Ελλάδα για να αντιμετωπίσει με επιτυχία τον διεθνή ανταγωνισμό στο πεδίο του πολιτιστικού τουρισμού είναι, σε συνδυασμό με την ανάληψη των Ολυμπιακών αγώνων του 2004 είναι τα *συνέδρια και τα μουσεία*.

Ο συνεδριακός τουρισμός διαθέτει δύο κύρια πλεονεκτήματα :

α) είναι ανεπηρέαστος από διεθνείς κρίσεις και

β) δεν έχει εποχιακό χαρακτήρα. Στο σύνολο της χώρας από το 1991 έχουν παραδοθεί 15 σχέδια για νέα συνεδριακά κέντρα, 12 από τα οποία βρίσκονται σε φάση σχεδιασμού ( Διγριδάκης, 1995).

Η σημασία των μουσείων στα αστικά κέντρα της Ελλάδας είναι μεγάλη ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μεγάλη κινητικότητα, σε συνδυασμό με αρχαιολογικούς χώρους που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση: χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η Ακρόπολη και η Κνωσός (Καλογεροπούλου 1996).

Στο παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι δημοφιλέστερες πόλεις διοργάνωσης διεθνών συνεδρίων όπως:

**Πίνακας 2.3.1:** Δημοφιλέστερες πόλεις διοργάνωσης διεθνών συνεδρίων

	Πόλεις
Καναδάς	Τορόντο & Βανκούβερ
Ευρώπη	Λονδίνο & Παρίσι
Μεξικό	Κάνουν & Ακαπούλκο
Καραϊβική	Μπαχάμες
Ασία	Τόκιο & Χόνγκ Κόνγκ

Πηγή: *ιδία επεξεργασία*, ( Carey C., Ritchie & Goeldner(eds) (1993):282 )

Όσο αφορά τις πολιτιστικές βιομηχανίες ( π.χ. μουσική, κινηματογράφος, θέατρο, χορός) η δυναμικότερη κατεύθυνση ανάπτυξης, βασίζεται περισσότερο στο τουριστικό τομέα παρά στο βιομηχανικό γεγονός που υποκαθιστά προνομιακό χαρακτήρα στην Ελλάδα.

Ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με την επίσκεψη σε έναν τόπο με στόχο την επαφή με τα πολιτιστικά στοιχεία αυτού (αρχαιολογικά, βυζαντινά, κλασικά ή νεότερα μνημεία, ιστορία, τέχνες, λαογραφία, κλπ). Συνήθως δεν εμφανίζεται μόνος του, εκτός των περιπτώσεων εκπαιδευτικών εκδρομών σχολείων, αλλά πραγματοποιείται συμπληρωματικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού, προσφέροντας γνώση και ποικιλία στο τουριστικό προϊόν (Δέφνερ, σ.360).

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα παλαιότερα και δημοφιλέστερα είδη τουρισμού. Από τους περασμένους αιώνες άτομα ή ομάδες περιηγητών, αναζητώντας τη γνώση, την εμπειρία, την προσωπική ανακάλυψη, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό ή θρησκευτικό ενδιαφέρον, σε μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες. Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μιας περιοχής καθώς και στη σημερινή δημιουργία.

Επίσης, περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε δραστηριότητες είτε παθητικές, όπως παρακολούθηση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων (μουσικών συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων κ.α.), επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, περιηγήσεις σε πολιτιστικές διαδρομές, είτε ενεργητικές όπως εκμάθηση τοπικής μαγειρικής, τέχνης ή συμμετοχή σε λαογραφικές δραστηριότητες. Μια άλλη σημαντική παράμετρος που χαρακτηρίζει αυτή τη μορφή τουρισμού, είναι η στενή και ουσιαστική επαφή που αποκτούν οι επισκέπτες με τον τοπικό πληθυσμό, τα ήθη και τις παραδόσεις του, σε συνδυασμό με τα πολιτιστικά δρώμενα στην περιοχή.

Μολονότι δεν υπάρχει ένας γενικά αποδεκτός ορισμός για τον πολιτιστικό τουρισμό, για τον σκοπό αυτού του άρθρου μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τον ορισμό που δίνει η Επιτροπή Καναδικού Τουρισμού (CTC). Σύμφωνα με αυτόν:

Μπορούμε να χαρακτηρίσουμε ένα είδος τουρισμού ως πολιτιστικό όταν η συμμετοχή σε πολιτιστικές και εκπαιδευτικές εμπειρίες ή εμπειρίες που αναφέρονται στην πολιτιστική κληρονομιά αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα του ταξιδιού.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) θεωρεί πως πολιτιστικός τουρισμός είναι το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο βασικά πολιτιστικό – περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ, προσκυνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι πολιτιστικό τουρισμό έχουμε όταν ο επισκέπτης θέλει

να κατανοήσει και να εκτιμήσει τον βασικό χαρακτήρα ενός τόπου και τον πολιτισμό του ως σύνολο, περιλαμβάνοντας:

- την ιστορία και την αρχαιολογία
- τον λαό και τον τρόπο ζωής του
- την πολιτιστική εξέλιξη
- τις τέχνες και την αρχιτεκτονική
- το φαγητό, το κρασί και την τοπική παραγωγή
- την κοινωνική, οικονομική και πολιτική δομή
- τη μορφολογία της περιοχής
- τα διάφορα φεστιβάλ και εκδηλώσεις

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εκτιμά ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό 15% τον χρόνο και ότι το 37% όλων των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει ένα πολιτιστικό στοιχείο. Από το άλλο μέρος, ο μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό μόνο 8% τον χρόνο.

Σύμφωνα με τις έρευνες, το προφίλ των πολιτιστικών τουριστών (σε σχέση με εκείνο των τουριστών που ακολουθούν τον μαζικό τουρισμό) φαίνεται να έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- ηλικία 45 ως 64 χρόνων
- οι γυναίκες είναι περισσότερες από τους άντρες
- μετά-δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- υψηλότερο εισόδημα
- ξοδεύουν 10 ως 15% περισσότερα για κάθε ημέρα ταξιδιού
- ξοδεύουν περισσότερα σε καταναλωτικά προϊόντα όπως σουβενίρ, χειροποίητα είδη, ρουχισμό κλπ.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού δεν μπορεί να γίνει απλώς με πρωτοβουλία κάποιων τουριστικών επιχειρηματιών που σχεδιάζουν μεμονωμένες δραστηριότητες. Απαιτεί τη συνεργασία του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα σε τοπική βάση. Απαιτεί έναν οργανωμένο σχεδιασμό από την κοινότητα με ενεργοποίηση όλων των τοπικών παραγόντων. Ο σχεδιασμός αυτός, όμως, μπορεί και πρέπει να ενισχυθεί κεντρικά με κύριους φορείς τον ΕΟΤ και το Υπουργείο Πολιτισμού, ιδιαίτερα στην παραγωγή πολιτιστικών τουριστικών προϊόντων.

Σημαντικά εργαλεία για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι οι νέες τεχνολογίες. Με σχετικά μικρό κόστος μπορούν να χρησιμοποιηθούν πολύ αποτελεσματικά

σε όλα τα στάδια του σχεδιασμού: από την προβολή του τόπου για την προσέλκυση τουριστών μέχρι την παρουσίαση της πολιτιστικής κληρονομιάς και μέχρι την κατασκευή πολιτιστικών τουριστικών προϊόντων

### **Πολιτιστικός τουρισμός στη Σκιάθο**

Στη Σκιάθο, υπάρχουν ορισμένα σημαντικά πολιτιστικά μνημεία, τα οποία μπορεί να επισκεφτεί ο επισκέπτης του νησιού. Εκτός από τις εκκλησίες, οι οποίες μπορούμε να πούμε ότι περιλαμβάνονται στο θρησκευτικό τουρισμό, μπορεί κανείς να επισκεφτεί το σπίτι του Αλέξανδρου Παπαδιαμάντη, το κάστρο της Σκιάθου, καθώς επίσης και να περπατήσει στην παλιά πόλη της Σκιάθου. Ο πολιτιστικός τουρισμός βρίσκεται σε στενή σχέση με τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού στο νησί, δίνοντας πολυμορφία και ποιότητα στο τουριστικό προϊόν της Σκιάθου.

Πολλές από τις μεγάλες επενδύσεις που γίνονται τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού όπως: α) το καζίνο Hyatt Regency η μεγαλύτερη επένδυση στη Θεσ/κη ( περίπου 40 δις) το οποίο περιλαμβάνει ξενοδοχειακό συγκρότημα και θέατρο β) τα All Sport Club και Village Centre στην Αττική και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας συμπεριλαμβανομένου και του Βόλου. ( Δέφνερ, σημ.σ.136)

Ο συνδυασμός τουρισμού και πολιτισμού παρουσιάζει μια δυναμικότητα. Χαρακτηριστική περίπτωση αποτελούν τα συνέδρια που συνεισφέρουν σημαντικά

στο τουριστικό τομέα . Ο αριθμός των επιστημονικών συνεδρίων ( Ελληνικών και διεθνών) αυξήθηκε κατά 136% μεταξύ του 1982 και του 1989.Μεταξύ του 1981 και 1987 η Ελλάδα προσέλκυσε 67.611 ξένους συνέδρους, δηλαδή το 23,1% του συνολικού αριθμού των συνεδρων ( Κραβαρίτης,1992,σ.46 – 49).Επίσης μεταξύ 1989 και 1992 παρατηρείται αύξηση του συνολικού αριθμού συνεδρίων κατά 15,5% ενώ προσελκύνθησαν και 69.090 ξένοι σύνεδροι.( ΕΣΥΕ , 1995 , σ.31).

Ένα άλλος εξίσου σημαντικός τομέας πολιτισμού αποτελεί το θεματικό πάρκο αναψυχής το οποίο εφαρμόστηκε για πρώτη φορά στη Καλαμάτα.(Διαμαντόπουλος – ΚΕΠΑΜΕ, 1994, σ.134).

Η δυναμικότητα τουρισμού και πολιτισμού άρχισε να αναγνωρίζεται από την κρατική πολιτική με το επιχειρησιακό πρόγραμμα Τουρισμός και Πολιτισμός το οποίο αποτελείται από τρία σκέλη:

- α) την ανάπτυξη του ορεινού, οικολογικού, πολιτιστικού, και θεραπευτικού τουρισμού
- β) Την ανάπτυξη των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής ( συνεδριακά κέντρα, λιμένες αναψυχής, υδροθεραπευτήρια, κέντρα θαλασσοθεραπείας, γκόλφ)
- γ) Την ενίσχυση των επενδύσεων ποιοτικού εκσυγχρονισμού υφιστάμενων ξενοδοχειακών μονάδων

Ο "πολιτιστικός τουρισμός" αποτελεί ένα από τα πιο παλιά και πιο δημοφιλή είδη τουρισμού. Από τους περασμένους αιώνες άτομα ή ολιγομελείς ομάδες περιηγητών, αναζητώντας τη γνώση, την εμπειρία, την προσωπική ανακάλυψη, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό ή πνευματικό - θρησκευτικό ενδιαφέρον, σε άγνωστα μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες. Τα πολιτιστικά αυτά ταξίδια, αν και οργανωμένα από τους ίδιους, μπορεί να θεωρηθούν μια πρώιμη μορφή "πολιτιστικού τουρισμού" ο οποίος, σήμερα πλέον, έχει συγκροτηθεί σε δραστηριότητα με διαφορετικό χαρακτήρα και στόχο από τις άλλες μορφές τουρισμού. Ο "πολιτιστικός τουρισμός" προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μιας περιοχής καθώς και στη σημερινή δημιουργία. Απορροφά ένα μεγάλο μέρος του τουριστικού ρεύματος που έχει ιδιαίτερες προσδοκίες για την επίσκεψη σε χώρους με σημαντική πολιτιστική κληρονομιά, οι οποίοι υπαγορεύουν ειδική μεταχείριση, γι' αυτό χρειάζεται μια ειδική οργάνωση και διαχείριση.

Οι συνθήκες που διαμορφώνουν την ιδιαιτερότητα του πολιτιστικού τουρισμού, σε σχέση με τις άλλες μορφές τουρισμού, καθορίζονται από το δίπολο πολιτισμός - τουρισμός και την αμφίδρομη δυναμική, με θετικές και αρνητικές επιπτώσεις, που δημιουργείται από την εμπλοκή δύο μερών διαφορετικής σύστασης και συμφερόντων: αφενός της ευάλωτης πολιτιστικής κληρονομιάς που απαιτεί την προστασία της, τη σωστή ερμηνεία και προβολή της και αφετέρου του δυναμικού τουρισμού, που απαιτεί επιτυχή οργάνωση και κερδοφόρα διαχείριση. Η κληρονομιά προσφέρει στον τουρισμό ένα προσοδοφόρο πεδίο δράσης και αυτός αντιδρά θετικά για τον πολιτισμό ευνοώντας, μεταξύ άλλων, την ανάδειξη και διατήρηση των πολιτιστικών αγαθών και δημιουργώντας έσοδα για τη συντήρησή τους. Στην

αρνητική δράση του τουρισμού, κυρίως του μαζικού, συγκαταλέγονται οι σημαντικές πιέσεις που ασκεί στα πολιτιστικά αγαθά με την εντατική ή ανεξέλεγκτη χρήση τους. Η πλευρά της πολιτιστικής κληρονομιάς αντιδρά θέτοντας συγκεκριμένους περιοριστικούς όρους στη δράση του αυτή<sup>3</sup>. Εντέλει, οι σχέσεις ισορροπούν εφόσον παρέχεται η δυνατότητα στον τουρισμό να είναι επικερδής, υπό την προϋπόθεση όμως ότι τηρεί τους όρους που εξασφαλίζουν τη διατήρηση των σημαντικών χαρακτηριστικών και της σημασίας ενός τόπου.

Το ICOMOS, η Διεθνής Οργάνωση για την Προστασία Μνημείων και Τόπων, αναγνωρίζοντας τη δυναμική του φαινομένου, έχει συμπεριλάβει στις ειδικές επιτροπές του τη Διεθνή Επιτροπή Πολιτιστικού Τουρισμού<sup>4</sup>. Αντικείμενο της επιτροπής είναι η προάσπιση της πολιτιστικής κληρονομιάς, παγκόσμιας, εθνικής ή τοπικής, στις περιπτώσεις εμπλοκής της με τον τουρισμό. Στην επιτροπή αυτή ανατέθηκε η αναθεώρηση της Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού<sup>5</sup>. Το κείμενο της νέας Χάρτας διατυπώθηκε σε τρεις γλώσσες, αγγλικά, γαλλικά και ισπανικά και επικυρώθηκε στη Γενική Συνέλευσή του ICOMOS στο Μεξικό το 1999.

Η Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού του ICOMOS, (ICOMOS International Cultural Tourism Charter ) βασίζεται στις αρχές που διέπουν τις δράσεις της διεθνούς αυτής οργάνωσης και αποτελεί μία εξειδικευμένη εφαρμογή τους που αφορά την τουριστική δραστηριότητα σε τόπους με πολιτιστική σημασία. Βασικός στόχος της Χάρτας είναι να παίζει ένα σημαντικό ρόλο στον περιορισμό των κινδύνων και την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στην κληρονομιά και στα πολιτιστικά αγαθά. Ένας ακόμα στόχος της είναι το να εξισορροπήσει τις αντικρουόμενες προθέσεις ή τις αντιπαραθέσεις των παραγόντων του τουρισμού και των συντελεστών της προστασίας της κληρονομιάς. Εκφράζει, εντέλει, μια πρόθεση διαχείρισεως καλής πρακτικής και επιχειρεί να υπαγορεύσει στους τουριστικούς παράγοντες και τους επισκέπτες έναν "κώδικα συμπεριφοράς" απέναντι στην πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου που προσελκύει το τουριστικό ενδιαφέρον.

Η Χάρτα, στη νέα της μορφή, αποτελείται από δύο μέρη:

α) τις Γενικές Αρχές, οι οποίες θέτουν τα πλαίσια της διαχείρισης του τουρισμού σε περιοχές με σημαντική πολιτιστική κληρονομιά και αναφέρονται στις θέσεις και τους στόχους της Χάρτας,

β) τα έξι Άρθρα ή Αρχές της.

Η σημασία ενός πολιτιστικού τόπου ή αγαθού

Στις Γενικές Αρχές επισημαίνεται ότι ο βασικός σκοπός της διατήρησης ενός πολιτιστικού τόπου ή αγαθού συνίσταται στην ανάδειξη των σημαντικών χαρακτηριστικών του - φυσικών, καλλιτεχνικών κ.λπ. - και της σημασίας του, η οποία πρέπει να είναι όσο το δυνατόν κατανοητή και προσιτή, τόσο στον επισκέπτη, όσο και στον τοπικό πληθυσμό. Η ανεπαρκής κατανόηση της σημασίας ενός τόπου και οι αντιτιθέμενες απόψεις μπορεί να οδηγήσουν στην απώλεια της αυθεντικότητας των χαρακτηριστικών του τόπου και να μειώσουν τις εκτιμήσεις των επισκεπτών γι' αυτόν.

Τα δεδομένα χαρακτηριστικά και η αντικειμενική απόδοση του βαθμού σημασίας της κληρονομιάς αποτελούν την αφετηρία για κάθε ενέργεια που σχετίζεται με τους στόχους της Χάρτας. Σ' αυτά, μεταξύ των άλλων, θα πρέπει να βασιστεί η διαμόρφωση της πρακτικής της διαχείρισης ιστορικών τόπων με κληρονομιά ή η μεθοδολογία για τη βελτίωση των σχέσεων μεταξύ της διατήρησης και του τουρισμού, ώστε να εξασφαλιστούν αμφίδρομα οφέλη αποδοτικά για τον τουρισμό και προστατευτικά για τα πολιτιστικά αγαθά.

Η σημασία αποτελεί υπολογίσιμο στοιχείο, βασικό για τα προγράμματα ερμηνείας, διατήρησης και τουριστικής ανάπτυξης γι' αυτό και η αποτίμηση της αξίας της κληρονομιάς κάθε τόπου και η αντικειμενική συγκριτική εκτίμηση της σημασίας της - τοπικής, περιφερειακής ή παγκόσμιας - συνιστά πρωταρχική ενέργεια. Προς τούτο είναι απαραίτητη η περιγραφική πληροφορία για το πολιτιστικό σημείο ή τόπο και η περιεκτική και ευκρινής καταγραφή της.

### **Τα κριτήρια αξιολόγησης**

Η επιχειρησιακή χρησιμότητα της Χάρτας συνεπάγεται τη διατύπωση κριτηρίων αξιολόγησης, τα οποία πρέπει να συνδυάζουν το γενικό χαρακτήρα διακηρυκτικών αρχών και την εξειδίκευσή τους κατά περίπτωση, ώστε να προσαρμόζονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε τόπου ή περιοχής. Τα κριτήρια αυτά μπορούν για παράδειγμα να αναφέρονται:

- α) Στα χαρακτηριστικά του τόπου (συμπεριλαμβανομένου του νομικού πλαισίου, τα σχετικά με την οικονομία, τις υποδομές, τα μέσα μεταφοράς κ.λπ.).
- β) Στη σημασία του τόπου (Το ιστορικό, πολιτιστικό, οικολογικό περιεχόμενό της. Τα αισθητικά, κοινωνικά και επιστημονικά χαρακτηριστικά της. Τα απτά και τα άυλα στοιχεία της. Οι πιθανές διαφορετικές απόψεις γι' αυτήν από τους εντόπιους, τους επισκέπτες ή τη διεθνή κοινότητα).
- γ) Στα σχετικά με τη διατήρηση (υπευθυνότητες, οικονομικοί πόροι και διαχειριστική

δομή, μέτρα προστασίας κ.λπ.).

δ) Στα σχετικά με τον τουρισμό (εντόπιος/διεθνής, ατομικός/ομαδικός, υποδομές μεταφοράς και υποδοχής, οφέλη για τον τόπο κ.λπ.).

ε) Στο πλαίσιο των σχέσεων μεταξύ τουρισμού και διατήρησης (ήδη γνωστός ή καινούργιος τουριστικός τόπος, με ανοδικό ή όχι τουρισμό, η δυναμική μεταξύ τουρισμού και διατήρησης, οι αρνητικές επιπτώσεις από τον τουρισμό κ.λπ.). Οι έξι αρχές της Χάρτας βασίζονται στα κριτήρια αξιολόγησης και έχουν αντίστοιχα τους εξής στόχους.

1. Την επίτευξη δυνατότητας για προσέλαση και κατανόηση της σημασίας του τόπου.
2. Την επίτευξη μιας βιώσιμης σχέσης μεταξύ των εν δυνάμει αντιτιθέμενων αξιών του τουρισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς.
3. Τη διασφάλιση μιας εποικοδομητικής εμπειρίας για τον επισκέπτη.
4. Την εμπλοκή της κοινότητας που φιλοξενεί (στις διαδικασίες της διατήρησης των πολιτιστικών αγαθών του τόπου της και της τουριστικής πρακτικής σ' αυτόν).
5. Τα οφέλη για την κοινότητα που φιλοξενεί.
6. Τη χρήση των μέσων προβολής για την ανάδειξη της κληρονομιάς.

Πρόθεση της Χάρτας είναι η εφαρμογή των αρχών της σε όσο το δυνατόν περισσότερες χώρες ή περιοχές του πλανήτη, με διαφορετική φύση και σημασία πολιτιστικών αγαθών. Αναγκαστικά οι εκτιμήσεις δεν εξειδικεύονται και οι όροι που χρησιμοποιούνται είναι συνοπτικοί. Για την επιτυχή εφαρμογή της Χάρτας, είναι προφανές ότι χρειάζεται η κατά περίπτωση προσαρμογή των αρχών της στις κατά τόπους συνθήκες και πρακτικές, με τη συνεργασία των φορέων των άμεσα ενδιαφερομένων για τον πολιτισμό και των εμπλεκόμενων με τον τουρισμό ([www.tee.gr](http://www.tee.gr)).

#### **2.4 Τουρισμός και Περιφερειακή ανάπτυξη**

Ο Τουρισμός μπορεί να προωθήσει την περιφερειακή ανάπτυξη, σε περιοχές οι οποίες δεν διαθέτουν άλλες αναπτυξιακές δυνατότητες. Σε μερικές όμως περιπτώσεις η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να αυξήσει τις περιφερειακές ανισότητες που ήδη υπάρχουν. Το παραπάνω αποτέλεσμα της άνιση κατανομής της τουριστικής ανάπτυξης στο χώρο. Για παράδειγμα οι περιοχές κοντά σε αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία, ή οι μεγάλες πόλεις και οι πρωτεύουσες των χωρών είναι μερικοί από τους πόλους που προσελκύουν μεγάλο αριθμό τουριστών ( Brij Pal Singh, 1984).



Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει ιδιαίτερα ευνοϊκές επιπτώσεις στη περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας. Αποτέλεσε τη βασική δύναμη αντιστροφής δεδομένων ( πληθυσμιακών , οικονομικών, κλπ.),εξελίξεων της μεταπολεμικής περιόδου, στις διάφορες κυρίως προβληματικές, περιοχές της χώρας. Από τις αρχές της 10ετίας του 1970 και ανάλογα με το βαθμό τουριστικής ανάπτυξης, οι περιοχές αυτές παρουσιάζουν βαθμιαία θετικές εξελίξεις και πολλές δημιούργησαν ήδη συνθήκες ευημερίας καλύτερες του μέσου χώρου ( Α.Μυλωνάς,1997).

Οι εξελίξεις αυτές αναμένονται να συνεχιστούν και να επεκταθούν σε περιοχές όπου η οικονομική τους βάση δεν είναι ο τουρισμός, έχουν όμως αξιόλογους τουριστικούς πόρους. Σε κάθε όμως περίπτωση απαιτείται μελέτη για την πλήρη αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων και αποφυγή των κινδύνων από τυχόν μονόπλευρη εξάρτηση.

Όπως προέκυψε από μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί το 70-80% σχεδόν των τουριστών που εισερχόταν στη Μεγάλη Βρετανία, επισκεπτόταν το Λονδίνο. Το ίδιο φαινόμενο παρατηρούνται και στη Ολλανδία με βασικό πόλο έλξης στη πόλη του Άμστερνταμ ( Brij Pal Singh, 1984).

Υπάρχουν όμως και χώρες , όπως η Ισπανία, τα νησιά Μπαχάμες, που η τουριστική κίνηση έχει ως αποτέλεσμα το διπλασιασμό του τοπικού πληθυσμού. Είναι όμως φυσικό όλη αυτή η κίνηση, να μην διαχέεται ομοιόμορφα σε όλη την έκταση της χώρας. Υπάρχουν μόνο μερικές περιοχές οι οποίες κυρίως αναπτύσσονται και προσελκύουν το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών .Μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε από τον Ο.Η.Ε απέδειξε ότι το 56% των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα του Μεξικό, συγκεντρώνονται σε δύο μόνο περιοχές ( ibid ) .

Σαν συμπλήρωση στις παραπάνω επισημάνσεις, θα μπορούσαν να αναφερθούν τα συμπεράσματα, στα οποία κατέληξε μία μελέτη που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του Υπουργείου των Οικονομικών της Γερμανίας Συγκεκριμένα η μελέτη αυτή συμπεραίνει ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε συγκεκριμένες περιοχές, δεν προώθησε τη συνεργασία μεταξύ των κρατών, ενώ το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης δεν ήταν ικανοποιητικό ( Λουκίσσας, 1977).

Σύμφωνα ακόμα, με την ίδια μελέτη, οι φτωχές περιφέρειες επικεντρώνουν την προσπάθεια τους στην ανάπτυξη του τουρισμού με στόχο τη βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών τους. Ωστόσο, τα αποτελέσματα δεν ήταν τα αναμενόμενα, καθώς μόνο ένα μικρό μέρος του εισερχόμενου συναλλάγματος παραμένει σε αυτές.

Το μεγαλύτερο μέρος αυτού, εξάγεται πάλι πίσω στις ανεπτυγμένες χώρες για την εισαγωγή αγαθών και εξοπλισμών απαραίτητων για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών. Σε γενικές γραμμές το συνάλλαγμα που παραμένει στις τουριστικές χώρες αντιπροσωπεύει μόλις το 20–40% από το συνολικό συνάλλαγμα που εισρέει καθόλη την διάρκεια της τουριστικής περιόδου ( *ibid*).

Παρά τις διαφορετικές απόψεις, αξίζει να σημειωθεί ότι η εξαγωγή τουριστικών υπηρεσιών και αγαθών συμβάλλει μακροπρόθεσμα στη βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου, άρα και στην ανάπτυξη της περιοχής. Όπως τονίζει χαρακτηριστικά ο Κομίλης (1986, σελ.37), το παραπάνω μπορεί να συμβεί « όταν η δομή της οικονομίας των τουριστικών χωρών βελτιωθεί μέσω του τουρισμού, με αποτέλεσμα το σχηματισμό ιδίου κεφαλαίου και προοδευτικής μείωσης της διαρροής συναλλάγματος για την εξυπηρέτηση της τουριστικής αγοράς.»

Η αποδοτικότητα του τουρισμού άρα και η επίδραση του στην αναπτυξιακή διαδικασία, όμως μειώνεται από διάφορα χαρακτηριστικά του. Η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης και της απασχόλησης είναι τα σημαντικότερα προβλήματα που παρουσιάζει ο τουρισμός. Είναι άλλωστε γνωστό ότι ειδικότερα στην Ελλάδα, η ζήτηση για εργαζομένους στον τουριστικό κλάδο είναι αυξημένη μόνο κατά την διάρκεια οκτώ μηνών του έτους ( Μάρτιος – Οκτώβριος ), καθώς εκείνη την περίοδο υπάρχει τουριστική κίνηση. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα μετά το πέρας της τουριστικής περιόδου τα άτομα αυτά να μένουν χωρίς εργασία.

Το προαναφερόμενο πρόβλημα θα μπορούσε να λυθεί είτε με μια περισσότερο ομοιόμορφη κατανομή της τουριστικής κίνησης στο χρόνο, είτε με την δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης για όλο το χρόνο με ταυτόχρονη ανάπτυξη και άλλων οικονομικών κλάδων είτε με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και την εκμετάλλευση νέων τουριστικών πόρων εκτός από τα συνηθισμένα πλέον ήλιο και θάλασσα ( Κομίλης, 1986).

Ένα άλλο χαρακτηριστικό του τουρισμού, που δείχνει την αποδοτικότητα του σχετίζεται με την επίδραση του στην ανάπτυξη άλλων οικονομικών κλάδων. Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη παράγραφο η ανάπτυξη του τουρισμού οδηγεί ταυτόχρονα στην ανάπτυξη άλλων κλάδων. Όμως, όπως επισημαίνει ο Κομίλης (1986 , σελ.37), το παραπάνω φαινόμενο εμφανίζεται σε μικρότερο βαθμό στον τουρισμό σε σχέση με άλλους βιομηχανικούς κλάδους, γεγονός που εξηγείται « με το μικρό ποσοστό ενδιάμεσων εισροών στο σύνολο της ακαθάριστης αξίας παραγωγής».

Τέλος, στα αρνητικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει να προστεθεί η περιορισμένη, πάντα δυνατότητα εισαγωγής συγχρόνων μεθόδων παραγωγής.

Παρόλες όμως τις αμφιβολίες που δημιουργεί ο τουρισμός ως μέσο για την προώθηση της ανάπτυξης μιας περιφέρειας, οι περισσότερες χώρες, κυρίως λόγω της αυξανόμενης κοινωνικοοικονομικής σημασίας του κλάδου, τον περιλαμβάνουν ως βασικό στοιχείο σε αναπτυξιακά προγράμματα που καταρτίζουν (Edward Inskeep, 1991, σελ. 25- 46).

## 2.5 Τουρισμός και αθλητισμός

Τουρισμός και αθλητισμός στη διάρκεια των τελευταίων πενήντα χρόνων ακολουθούν μια παράλληλη πορεία ανάπτυξης, αποτελώντας ταυτόχρονα και τους δύο μαζικότερους κοινωνικούς θεσμούς της διεθνούς κοινότητας. Πρόκειται για μια αναπτυξιακή πορεία της οποίας το εύρος - από ότι καταφαίνεται από τα διεθνή στατιστικά στοιχεία - πρόκειται να ενταθεί ακόμη περισσότερο στη δεκαετία που διανύουμε, αλλά και στις επερχόμενες δεκαετίες. Κάτω από το πρίσμα αυτό το όλο θέμα αποκτά και νέες διαστάσεις, που άμεσα ή έμμεσα αναφέρονται:

- στην κοινωνικό - ψυχολογική άμβλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι,
- στη δημιουργία ενός σημαντικού και πάντως όχι αμελητέου αριθμού νέων θέσεων εργασίας σε κάθε χώρα - συνεπώς μείωση της ανεργίας,
- στη βελτίωση της υπάρχουσας υλικο - τεχνικής υποδομής του τουριστικού χώρου, που επίσης δίνει ένα κύκλο εργασιών,
- στην ανακάλυψη μιας νέας μορφής επιχειρηματικής δράσης, αυτή των sports business, που πολλά μπορεί να προσφέρει στην οικονομία κάθε χώρας ξεχωριστά.

Δημοφιλή αθλήματα, αλλά, ακόμη και αθλήματα που δε γνωρίζουν μεγάλη διάδοση στη χώρα μας, όπως tennis, badminton, golf, pylates, softball (γυναικείο baseball), yoga έχουν αναπτυχθεί αρκετά χάρη και στήριξη που εκφράζεται με τη μορφή χορηγιών, υποστήριξη αθλητών, διοργανώσεων τουρνουά, οργάνωσης πρωτότυπων δραστηριοτήτων.

Τα τελευταία χρόνια ο αθλητικός τουρισμός που αναπτύσσεται στα ξενοδοχεία αποτελεί πρωταρχική μας ενασχόληση μιας και οι ανάγκες του ταιριάζουν απόλυτα όχι μόνο με τη φιλοσοφία, αλλά και με τις νέες υπηρεσίες.

Δεν είναι τυχαίο άλλωστε, ότι η εξαιρετική ποιότητα που χαρακτηρίζει τα είδη μας, από τις μπάλες του tennis και τις ρακέτες, τα μπαστούνια του golf, μέχρι και τα αθλητικά ρούχα για pilates, έχει κερδίσει κορυφαίους Έλληνες και ξένους αθλητές και εθνικές ομάδες. Παράλληλα, όμως, τα είδη μας παρουσιάζουν τέτοια μεγάλη ποικιλία που μπορούν να αποτελέσουν την ιδανική λύση για οποιονδήποτε αθλούμενο.

Η εξειδίκευσή σε σύγχρονα σπορ, η εμμονή μας σε κάθε τι διαφορετικό που μπορεί να συμβάλει στη διάδοση των αθλημάτων αυτών και τέλος η ιστορία μας μπορεί ν' αποτελέσουν μια σίγουρη βάση συνεργασίας με τους ξενοδοχειακούς φορείς που θέλουν να προάγουν τον αθλητικό τουρισμό.

### **Η αξία του Αθλητικού Τουρισμού για την Ελλάδα**

Γενικά ο αθλητικός τουρισμός είναι μια **multi-billion** επιχείρηση δολαρίων, είναι ένας από τους γρηγορότερους αυξανόμενους τομείς της βιομηχανίας ταξιδιού και τουρισμού \$4,5 τρισεκατομμυρίων . Μέχρι το 2011, το ταξίδι και ο τουρισμός αναμένετε να αναπτυχθεί κατά περισσότερα από 10 % ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος εάν προσεχθεί από την Πολιτεία. Οι οικονομίες των πόλεων, των περιοχών και ακόμη και των χωρών σε όλο τον κόσμο είναι όλο και περισσότερο ασχολούνται με τον αθλητικό τουρισμό και επισκέπτες ασχολούνται με το άθλημα του :

- Γκολφ
- Σκι
- Ποδοσφαίρου 5 X 5
- Ράγκμπι κλπ.

Όμως στην Ελλάδα υπάρχουν και τα :

- **Ιστιοπλοΐα**
- **Ιστιοσανίδες**
- **Αναβάσεις σε κατακόρυφες πλευρές Βουνών**
- **Κωπηλασία σε λίμνες**
- **Αναβάσεις σε ελληνικά βουνά**

τα οποία εάν συνδυαστούν με την Διασκέδαση και τον Πολιτισμό μπορεί να στηρίξουν αξιόλογα Αθλητικά και Ψυχαγωγικά Complex τα οποία μπορούν όχι μόνο στηρίζουν όλα τα βαλάντια του εξωτερικού τουρισμού αλλά και τονώνουν και τον εσωτερικό τουρισμό . Διότι είναι γνωστό σ' όλους που ασχολούνται με τον Τουρισμό ότι σε μερικές χώρες, ο αθλητισμός και η ψυχαγωγία μπορεί να αποτελέσει τουλάχιστον 25 % όλων των Εσόδων του τουρισμού.

### **Ο Αθλητικός Τουρίστας**

Ο αθλητικός τουρίστας είναι στην καρδιά των στρατηγικών των κρατών που ξοδεύουν τις δεκάδες δις εκατομμυρίων των δολαρίων στην προσέλκυση τουριστών είτε για του Ολυμπιακούς Αγώνες ή Παγκόσμια Κύπελα π.χ. η Αυστραλία ξόδεψε \$1,7 δισεκατομμύρια των κυβερνητικών χρημάτων για τους Ολυμπιακούς του 2000 και σαν ανταμοιβή είχε μια δέκα ετών κληρονομιά του αθλητικού τουρισμού που κάνουν το μέρος των χρημάτων των \$4,3 δισεκατομμυρίων να αξιοποιείται στο προστιθέμενο νόμισμα του κράτους (που αναφερθήκαμε ) που αγοράστηκε από τους Ολυμπιακούς Αγώνες . Αυτά τα γεγονότα ναυαρχίδων του αθλητισμού βοηθούν να χτίσουν τα νέα συστήματα μεταφορών, να βελτιώσουν τους αερολιμένες και να καθαρίσουν επάνω τις πόλεις μια και επειδή σ' όλες τις κομωπόλεις ο αθλητικός τουρίστας έρχεται στην κωμόπολη. Όμως η Ελλάδα είναι σχεδόν έτοιμη να δεχθεί την εφαρμογή του Αθλητικού Τουρισμού μια και όλα τα πιο πάνω είναι μια παρακαταθήκη των Ο.Α. που τέλειωσαν επιτυχώς .

Οι αθλητικοί τουρίστες είναι εμπαιθείς και ξοδεύουν αρκετά χρήματα για να απολαμβάνουν τη νέα αθλητική εμπειρία και υποκινούν συχνά άλλο τουρισμό. Και τα οφέλη είναι :

- Το άμεσο όφελός τους σε έναν προορισμό είναι μετρητά

- Το έμμεσο όφελός τους μπορεί να είναι έτη τουριστών που θα συνεχίζουν να έρχονται .

Έτσι ο αθλητικός τουρισμός είναι τώρα ένα εργαλείο που κάνει να επιτύχει πολλά πράγματα όπως χρήματα, δημιουργεί χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας και βοηθά ακόμη και να αλλάξει τις πολιτιστικές αντιλήψεις όπως στη Μέση Ανατολή και τη Νότια Αφρική.

Για αυτούς τους λόγους σας καταθέτουμε τις απόψεις και προτάσεις μας για την αξιοποίηση του Αθλητικού Τουρισμού και τις Βελτιώσεις που με την Αξιοποίηση της Προστιθέμενης Αξίας των ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ με την Αξιοποίηση των Ολυμπιακών Έργων καθώς των Ολυμπιακών Ακινήτων σε όφελος του Αθλητικού Τουρισμού.

Από το 1960 ως σήμερα σημειώθηκαν σημαντικές τάσεις εξειδίκευσης και ανάπτυξης στο χώρο του τουρισμού και παράλληλα του αθλητισμού. Οι δυο αυτοί τομείς εξελίχθηκαν στις πιο κερδοφόρες βιομηχανίες του παγκόσμιου οικονομικού στερεώματος. Περίπου την ίδια χρονική περίοδο και συγκεκριμένα μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου αθλητικός τουρισμός με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα. Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο σε αντίφαση με τη διαχρονικά στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού. Ο λόγος είναι ότι μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας αλλά και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα.

Ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις. Ως συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές.

Πολλοί συγγραφείς ορίζουν την έννοια του αθλητικού τουρισμού ως όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας.

Είναι φανερό ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερα σύνθετο και ευρύ φαινόμενο. Για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού υπάρχει η ανάγκη για διευρυμένη υψηλής ποιότητας υποδομής σε διάφορους τομείς υποστήριξης, οι οποίοι είναι το φυσικό περιβάλλον, οι υπηρεσίες, η διασκέδαση, οι μεταφορές, το τεχνητό περιβάλλον, η στέγαση, η πολιτιστική κληρονομιά, οι οργανισμοί και οι κατασκευασμένες διευκολύνσεις.

Στο χώρο του αθλητικού τουρισμού, οι πρώτες προσπάθειες για την επίτευξη της ανάπτυξης του έγιναν με τη μορφή σεμιναρίων, διαλέξεων και μαθημάτων που προσέφεραν διάφορα ιδρύματα κυρίως στις Η.Π.Α. και στον Καναδά χωρίς όμως να υπάρχει εκπαίδευση πανεπιστημιακού επιπέδου. Το 1998 παρουσιάστηκε για πρώτη φορά πρόγραμμα σπουδών αθλητικού τουρισμού από το πανεπιστήμιο του Luton στη Μεγάλη Βρετανία με την καθιέρωση πανεπιστημιακού τίτλου σπουδών.

Στην Ελλάδα ο αθλητικός τουρισμός δεν υφίσταται ως θεσμοθετημένο γνωστικό αντικείμενο. Έτσι δεν υπάρχουν σπουδές αθλητικού τουρισμού πολύ περισσότερο δεν υφίστανται μεταπτυχιακά προγράμματα. Στα Ελληνικά εκπαιδευτικά ιδρύματα υπάρχουν μαθήματα σχετικά με τον αθλητικό τουρισμό ή ειδικότητες.

Επιμέρους στόχοι σύμφωνα και με το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού είναι:

Η ενασχόληση με πάσης φύσης ερευνητικά προγράμματα και μελέτες που εμπίπτουν στο γνωστικό πεδίο του αθλητικού τουρισμού και που μπορεί όμως να σχετίζονται και με παρεμφερή γνωστικά αντικείμενα.

Η ανάπτυξη και διεξαγωγή έργων και μελετών συμβουλευτικού χαρακτήρα.

Η ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης σε επίπεδο προπτυχιακό καθώς και μεταπτυχιακό, είτε αυτόνομα είτε σε συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα της Ελλάδας και του εξωτερικού.

Η ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων κατάρτισης και συνεργασία με αντίστοιχους φορείς της Ελλάδας και του εξωτερικού.

Η ανάληψη και εκτέλεση προγραμμάτων που προέρχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και άπτονται του γνωστικού αντικείμενου του αθλητικού τουρισμού. Τέτοια προγράμματα μπορεί να αφορούν και τους Ολυμπιακούς αγώνες. Επίσης, η ανάληψη τέτοιων προγραμμάτων μπορεί να υλοποιηθεί σε συνεργασία με το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού και τις άλλες του ερευνητικές μονάδες ([www.apodimos.gr](http://www.apodimos.gr)).

Μέχρι το 2011 τα έσοδα από τα ταξίδια και τον τουρισμό αναμένεται να αποτελούν το **10% του Παγκόσμιου Εγχώριου Προϊόντος**, σύμφωνα με την νέα έρευνα του **SPORTBUSINESS GROUP**. (*www.sports tourist.com*)

Ο αθλητικός τουρισμός καταλαμβάνει μια κύρια θέση στην **στρατηγική των χωρών** στην προσέλκυση αθλητικών γεγονότων όπως οι **Ολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου**. Έτσι η Αυστραλία διέθεσε **1,7 δις. δολάρια** της κυβέρνησης για τους Ολυμπιακούς το 2000 και σαν ανταμοιβή κέρδισε για τα επόμενα 10 χρόνια έναν τεράστιο αριθμό τουριστών, που επισκέφτηκαν την χώρα. Μάλιστα, η διοργάνωση των Ολυμπιακών οδηγεί μία χώρα και σε περαιτέρω βελτιώσεις των υποδομών της, όπως για παράδειγμα του συστήματος μεταφορών, και κυρίως των αερομεταφορών, αλλά και στον καθαρισμό της πόλης.

**Ο αθλητικός τουρισμός παθιάζει και προσελκύει πολύ κόσμο**, είναι πολυέξοδος, αλλά προσφέρει και μοναδικές, αξέχαστες εμπειρίες όχι μόνο στους θεατές των εκδηλώσεων αλλά και σε όλους τους συμμετέχοντες. Το άμεσο όφελος για έναν τόπο, που διοργανώνει αγώνες φαίνεται γρήγορα και είναι σε μετρητά, ενώ το έμμεσο όφελος, που είναι και μεγαλύτερο, φαίνεται μετά από αρκετά χρόνια, αφού όλο και περισσότεροι τουρίστες επισκέπτονται την περιοχή. **Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα εργαλείο**, το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να αποφέρει μεγάλα κέρδη, να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, ακόμη και να συνεισφέρει στην πολιτιστική κουλτούρα των ανθρώπων.

Η Ελλάδα, χώρα όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, είναι ιδανική για την ανάπτυξη αθλητικών δραστηριοτήτων καθώς και για τέλεση αθλητικών αγώνων. Ξεκινώντας με μια χρονολογική ανασκόπηση παρατηρούμε ότι από το 1960 ως σήμερα σημειώθηκαν σημαντικές τάσεις εξειδίκευσης και ανάπτυξης στο χώρο του τουρισμού και παράλληλα του αθλητισμού. Οι δυο αυτοί τομείς εξελίχθηκαν στις πιο κερδοφόρες βιομηχανίες του παγκόσμιου οικονομικού στερεώματος.

Περίπου την ίδια χρονική περίοδο και συγκεκριμένα μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου **αθλητικός τουρισμός** με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα. Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο σε αντίφαση με τη διαχρονικά στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού. Ο λόγος είναι ότι μόλις τα τελευταία



χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας αλλά και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα

( Δρ Δημητρίου Τερζάκη ,2006).

Συνδυάζοντας δυο από τις πλέον δημοφιλείς δραστηριότητες ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις. Ως συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές.

Πολλοί συγγραφείς ορίζουν την έννοια του **αθλητικού τουρισμού** ως όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας.

Είναι φανερό ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερα σύνθετο και ευρύ φαινόμενο. Για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού υπάρχει η ανάγκη για διευρυμένη υψηλής ποιότητας υποδομής σε διάφορους τομείς υποστήριξης, οι οποίοι είναι το φυσικό περιβάλλον, οι υπηρεσίες, η διασκέδαση, οι μεταφορές, το τεχνητό περιβάλλον, η στέγαση, η πολιτιστική κληρονομιά, οι οργανισμοί και οι κατασκευασμένες διευκολύνσεις.

Στο χώρο του αθλητικού τουρισμού, οι πρώτες προσπάθειες για την επίτευξη της ανάπτυξης του έγιναν με τη μορφή σεμιναρίων, διαλέξεων και μαθημάτων που προσέφεραν διάφορα ιδρύματα κυρίως στις Η.Π.Α. και στον Καναδά χωρίς όμως να υπάρχει εκπαίδευση πανεπιστημιακού επιπέδου. Το 1998 παρουσιάστηκε για πρώτη φορά πρόγραμμα σπουδών αθλητικού τουρισμού από το πανεπιστήμιο του Luton στη Μεγάλη Βρετανία με την καθιέρωση πανεπιστημιακού τίτλου σπουδών.

Στην Ελλάδα ο αθλητικός τουρισμός δεν υφίσταται ως θεσμοθετημένο γνωστικό αντικείμενο. Έτσι δεν υπάρχουν σπουδές αθλητικού τουρισμού πολύ

περισσότερο δεν υφίστανται μεταπτυχιακά προγράμματα. Στα Ελληνικά εκπαιδευτικά ιδρύματα υπάρχουν μαθήματα σχετικά με τον αθλητικό τουρισμό ή ειδικότητες.

Μια νέα ερευνητική μονάδα με τίτλο "Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού - Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος" δημιουργήθηκε πρόσφατα στο Τ.Ε.Ι. Κρήτης, μετά την επικύρωση της συμφωνίας συνεργασίας - προσχώρησης της μονάδας στο Συμβούλιο. Πρόκειται για την τρίτη ερευνητική μονάδα στον κόσμο για το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού (οι άλλες δύο βρίσκονται στον Καναδά και στην Ινδονησία).

Το Μάιο του 2000 ιδρύθηκε η **Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος (R.U.-GR.)** του **Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού (S.T.I.C.)**. Τον Σεπτέμβριο του 2000 ανακοινώθηκε και επικυρώθηκε η συμφωνία συνεργασίας - προσχώρησης της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος στο Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού. Έτσι λοιπόν η Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος είναι η **τρίτη** Ερευνητική Μονάδα στον κόσμο για το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού. Ο κύριος σκοπός της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος είναι η ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού ως πεδίο ερευνητικής, ακαδημαϊκής, επαγγελματικής και επιχειρηματικής ενασχόλησης. Επιμέρους στόχοι σύμφωνα και με το συμβόλαιο που υπεγράφη μεταξύ της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος και του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού είναι: Η ενασχόληση με πάσης φύσης ερευνητικά προγράμματα και μελέτες που εμπίπτουν στο γνωστικό πεδίο του αθλητικού τουρισμού και που μπορεί όμως να σχετίζονται και με παρεμφερή γνωστικά αντικείμενα.

1. Η ανάπτυξη και διεξαγωγή έργων και μελετών συμβουλευτικού χαρακτήρα.
2. Η ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης σε επίπεδο προπτυχιακό καθώς και μεταπτυχιακό, είτε αυτόνομα είτε σε συνεργασία με δημόσια και ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα της Ελλάδας και του εξωτερικού.
3. Η ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων κατάρτισης και συνεργασία με αντίστοιχους φορείς της Ελλάδας και του εξωτερικού.
4. Η ανάληψη και εκτέλεση προγραμμάτων που προέρχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και άπτονται του γνωστικού αντικειμένου του αθλητικού τουρισμού. Τέτοια προγράμματα μπορεί

να αφορούν και τους Ολυμπιακούς αγώνες. Επίσης, η ανάληψη τέτοιων προγραμμάτων μπορεί να υλοποιηθεί με τη μέθοδο της "πίτας" σε συνεργασία με το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού και τις άλλες του ερευνητικές μονάδες.

Τέλος, μετά από έγγραφη συγκατάθεση και συμφωνία με το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού η Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος μπορεί να προχωρήσει στη δημιουργία εταιρίας ή εταιριών, ή να συμμετάσχει σε εταιρικά σχήματα, κερδοσκοπικού ή μη χαρακτήρα που δραστηριοποιούνται στους τομείς του τουρισμού, του αθλητισμού και του πολιτισμού και που αντικείμενό τους είναι η οργάνωση εκδηλώσεων, η δημιουργία προγραμμάτων αναψυχής, τουρισμού, ελεύθερου χρόνου, πολιτισμού και αθλητισμού, η αναζήτηση, επιλογή και διακίνηση προσωπικού, η εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων, το ηλεκτρονικό εμπόριο, η κατασκευή και στη συνέχεια εκμετάλλευση κάθε είδους εγκαταστάσεων και εξοπλισμού, η σύσταση μέσων μαζικής ενημέρωσης, η διενέργεια ερευνών αγοράς, η παροχή υπηρεσιών συμβουλευτικού χαρακτήρα, η δημιουργία πάσης φύσης εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, η ανάπτυξη πάσης φύσης εμπορικών, βιομηχανικών και τεχνολογικών δραστηριοτήτων και τη διενέργεια πάσης φύσης επενδύσεων (Δρ .Δημητρίου Τερζάκη, 2002).

## **2.6 Στρατηγική εστίαση ελληνικού τουρισμού με ορίζοντα το 2010**

### **2.6.1 Ποσοτικοί στόχοι**

1. Αύξηση των αφίξεων σε 20 εκ.
2. Αύξηση των εισπράξεων από τον Τουρισμό σε 20 δις.€
3. Αύξηση της Μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης σε 1020 € (ποιοτικός τουρισμός).
4. Αύξηση της συμμετοχής του Τουρισμού στο ΑΕΠ κατά 3 τουλάχιστον ποσοστιαίες μονάδες.
5. Αύξηση του απασχολούμενου στον Τουρισμό εργατικού δυναμικού τουλάχιστον κατά 16%.
6. Αύξηση των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία σε 87 εκ.
7. Αύξηση των πληροτήτων των ξενοδοχείων των ανεπτυγμένων περιοχών κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες

## Ποιοτικοί Στόχοι

1. **Καλύτερος συντονισμός όλων των φορέων της «τουριστικής αλυσίδας» και αναβάθμιση της τριμερούς συνεργασίας** (κυβέρνηση και τοπική αυτοδιοίκηση, επιχειρήσεις και εργαζόμενοι) **για κοινή δράση - τη διαμόρφωση και την εφαρμογή των πολιτικών για την ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας** (Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας και Ανάπτυξης, Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού, Εταιρία Προβολής, Μηχανισμοί Στήριξης).
2. **Βελτίωση (της ανταγωνιστικότητας) της εικόνας και της θέσης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις διεθνείς αγορές.**
3. **Πλήρης τουριστική επιτυχία των μεγαλύτερων τουριστικών γεγονότων:** Ολυμπιακών Αγώνων 2004, EXPO 2008 Θεσσαλονίκης και Πάτρα - Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006 και Μεσογειακή 2007.
4. **Αναβάθμιση και διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς**, ώστε όλο το δυναμικό των τουριστικών εγκαταστάσεων και επιχειρήσεων να είναι σε θέση να προσφέρει «προϊόντα» και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου (σύμφωνα με το κυρίαρχο καταναλωτικό πρότυπο και ειδικότερα την σχέση ποιότητας προς τιμή) ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης της κάθε (εγκατάστασης) επιχείρησης.
5. **Αναβάθμιση του συνόλου των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών που απαρτίζουν την «τουριστική αλυσίδα»** χωρίς να είναι αμιγώς τουριστικές (πχ οδικό δίκτυο, λιμάνια, αεροδρόμια, χερσαίες και σιδηροδρομικές μεταφορές, μουσεία και αρχαιολογικοί χώροι, ταξί, κλπ).
6. **Πρώθηση των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής καθώς και των οργανωτικών υποδομών** για την περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ως «τμημάτων» του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, που μπορούν να στηρίξουν σταδιακά τη, μερική και περιορισμένη πάντως μέσο-μακροπρόθεσμα, διαφοροποίηση της ζήτησης. Προτεραιότητα στις μορφές εκείνες στις οποίες η Χώρα διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της (πχ θαλάσσιος τουρισμός, θαλασσοθεραπεία, οικοτουρισμός κλπ και κυρίως πολιτιστικός τουρισμός). Έμφαση επίσης στις μορφές εκείνες τουρισμού, που δεν έχουν αναπτυχθεί όχι λόγω έλλειψης των αναγκαίων τουριστικών πόρων, αλλά λόγω οργανωτικών αδυναμιών και ελλείψεων, όπως πχ ο αστικός τουρισμός.
7. Ενίσχυση της «επιχειρηματικής κουλτούρας» για την **έμμεση υποστήριξη μιας τιμολογιακής πολιτικής ανταγωνιστικού χαρακτήρα**, που θα εξασφαλίσει την

ομαλή μετάβαση από την «ανταγωνιστικότητα που εξαρτάται αποκλειστικά από την τιμή» στην «**ανταγωνιστικότητα που εξαρτάται από τον λόγο ποιότητας / τιμής**». Οι επιχειρήσεις θα πρέπει βραχυπρόθεσμα να ευθυγραμμίσουν τις τιμές ενώ σε ορίζοντα δεκαετίας να βελτιώσουν σημαντικά την ποιότητα προκειμένου να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Αυτό σημαίνει ότι θα είναι περισσότερο ενημερωμένοι και καλύτερα προετοιμασμένοι από τους μηχανισμούς στήριξης (Ινστιτούτο Οικονομικών και Τουριστικών Ερευνών, Επιμελητήριο, Παρατηρητήριο Διεθνών Εξελίξεων και Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού).

**8. Συστηματική ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος με το συγκριτικό πλεονέκτημα του πολιτιστικού μας αποθέματος** (ως του βασικότερου τουριστικού πόρου, που διαφοροποιεί τον Ελληνικό Τουρισμό από τους ανταγωνιστικούς προορισμούς), οργανωμένου με σύγχρονους τρόπους επικοινωνίας και νέες ιδέες παρουσίας.

**9. Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου των ανεπτυγμένων κυρίως περιοχών** (προσέλκυση του μεμονωμένου τουρίστα, αλλά και του τουρίστα τρίτης ηλικίας, δεδομένου ότι η τελευταία αυτή κατηγορία μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά στην επέκταση της τουριστικής περιόδου κατά τους πλάγιους μήνες άνοιξης και Φθινοπώρου. Προσέλκυση του τουρίστα του «τριημέρου» στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας όπου εκτός από τη δυνατότητα αναψυχής θα πρέπει να προβληθεί η δυνατότητα shopping, ιδιαίτερα προϊόντων αργυροχοΐας και υψηλής κοσμηματοποιΐας, όπως γουνοποιΐας. Ανάδειξη της χώρας ως αξιόλογου κέντρου υποδοχής Συνεδριακού Τουρισμού, που όπως είναι γνωστό είναι μια μορφή τουρισμού εξαιρετικά προσοδοφόρα και συμβάλλει στην άμβλυνση της εποχικότητας

### 2.6.2 Οι προβλέψεις των Διεθνών Οργανισμών για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού.

Σύμφωνα με την εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η οποία στηρίζεται στην μέθοδο κατάρτισης των δορυφόρων λογαριασμών του Oxford Economic Forecasting, τα επόμενα δέκα χρόνια, πρόκειται να γνωρίσει σημαντικούς (ετήσιους) ρυθμούς ανάπτυξης μετρούμενης σύμφωνα με τους ακόλουθους δείκτες:

- 5% στην ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες
- 4,6% συμβολή στο ΑΕΠ του τομέα (άμεση επίδραση) όπου ανεβάζει τον αριθμό των επισκεπτών σε περίπου 19,7 εκατ.
- 2,1% στην απασχόληση (άμεση) στον τομέα
- 2,2% στη συνολική απασχόληση της χώρας
- 4,8% στις επενδύσεις.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) προβλέπει ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 2% (15,2 εκατ. αφίξεις). Το IOBE εκτιμά ένα υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης (αύξησης αφίξεων) μεταξύ 2003-2009 σε 6,7%. Το ΙΤΕΠ, συνυπολογίζοντας την θετική επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων, εκτιμά ότι οι αφίξεις θα προσεγγίσουν το 2010 τα 17,5 εκατ.

Ο ΣΕΤΕ υιοθετεί ένα «συντηρητικά αισιόδοξο» σενάριο με παραδοχές την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων, την ποιοτική βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και την «ελάχιστη» ενίσχυση της επενδυτικής δραστηριότητας. Σύμφωνα με το σενάριο αυτό που είναι συντηρητικότερο του WTTC (που στηρίζεται σε ανεπτυγμένες στατιστικές μεθόδους των δορυφόρων λογαριασμών) ο Ελληνικός Τουρισμός, μέχρι το 2010, θα αναπτύσσεται με ετήσιο ρυθμό αύξησης αφίξεων 4,5%, και εσόδων 5% (προσεγγίζοντας τα 19,4 εκατ. αφίξεις και 15 εκατ. Η προσέγγιση αυτή είναι ρεαλιστική και μπορεί να υιοθετηθεί στο Στρατηγικό μας σχέδιο (Στρατηγικό Σχέδιο ανάπτυξης, Ερευνητική ομάδα, 2003)

## 2.7 Συμπεράσματα

Ο τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη φτωχών περιοχών. Η αύξηση του ξένου συναλλάγματος που εισέρχεται στη χώρα υποδοχής των τουριστών, η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, η κατασκευή και ο εκσυγχρονισμός των υποδομών ( π.χ. μεταφορικά δίκτυα, δίκτυα αποχέτευσης, ύδρευσης, ηλεκτρισμού κ.α), η ταυτόχρονη ανάπτυξη άλλων κλάδων της οικονομίας, η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι οι σημαντικότερες θετικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης σε μια περιοχή.

Ταυτόχρονα, όμως δημιουργούνται και αρνητικές επιπτώσεις, οι οποίες μερικές φορές είναι σημαντικότερες. Για παράδειγμα μπορούν να αναφερθούν οι οικολογικές καταστροφές ( διάβρωση , μόλυνση του νερού ,ρύπανση του αέρα κ.α), η φθορά των αρχαιολογικών και ιστορικών μνημείων, οι συγκρούσεις των χρήσεων γης, η εξαγωγή του μεγαλύτερου μέρους του συναλλάγματος σε άλλες χώρες, η εποχικότητα της τουριστικής κίνησης και της απασχόλησης, η αλλοίωση των εθίμων και των παραδόσεων.

Σε όλα τα παραπάνω αξίζει να προστεθεί το φαινόμενο της μη διάχυσης της τουριστικής κίνησης. Ο τουρισμός δεν αναπτύσσεται ομοιόμορφα σε όλη την έκταση μιας περιοχής ή μιας χώρας αλλά περιορίζεται σε μερικά σημεία που κρίνονται ενδιαφέροντα από τους τουρίστες. Αυτό δεν επιτρέπει την διάχυση των πλεονεκτημάτων της τουριστικής ανάπτυξης σε όλη τη χώρα.

Παρά όμως τα σημαντικά μειονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης, ο τουρισμός εξακολουθεί να αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μέσα για την ανάπτυξη περιοχών, οι οποίες δεν διαθέτουν άλλη αναπτυξιακή δυνατότητα.

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Οικονομικά, κοινωνικά χαρακτηριστικά στο Βόλο

#### 3.1 Οικονομικά χαρακτηριστικά του Δήμου Βόλου

#### 3.2 Α.Ε.Π (Επίπεδο ανάπτυξης)

#### 3.3 Απασχόληση – Ανεργία -Παραγωγικοί τομείς (δευτερογενής, τριτογενής)

#### 3.4 Επενδύσεις

### 3.1 Οικονομικά χαρακτηριστικά του Δήμου Βόλου

Η τομεακή διάρθρωση της οικονομίας έχει αλλάξει σημαντικά για την πόλη του Βόλου, λόγω της γνωστής αποβιομηχάνισης. Ο ρόλος του δευτερογενή τομέα συρρικνώθηκε αρκετά, ενώ πρωταγωνιστικό ρόλο στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας παίζει πλέον ο τριτογενής τομέας παραγωγής.

Το βασικό χαρακτηριστικό του Βόλου είναι η ιδιόμορφη συνύπαρξη βιομηχανίας και τουρισμού. Ενώ ο τομέας της μεταποίησης συμμετέχει σε μεγάλο ποσοστό στην οικονομική δραστηριότητα του νομού Μαγνησίας, τα τελευταία χρόνια και η « βιομηχανία του τουρισμού » παίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Η τουριστική κίνηση αυξάνεται σημαντικά στο Βόλο, λόγω της ιδιαίτερης φυσιογνωμίας και φυσικής του ομορφιάς. Ωστόσο, οι περισσότεροι τουρίστες δεν διαμένουν αρκετά στη πόλη και τη θεωρούν ως «σταθμό» για το Πήλιο ή τα νησιά του Νομού. Μεγάλο ρόλο σε αυτό παίζουν οι ελλειπείς ξενοδοχειακές υποδομές, οι μη ολοκληρωμένες στρατηγικές προβολής της πόλης και ανάδειξης των αξιοθέατων της και γενικά η μη οργανωμένη και συστηματική ανάπτυξη του αστικού τουρισμού.

Χαρακτηριστική είναι η έλλειψη ξενοδοχείων Α' κατηγορίας στο Βόλο, καθώς και σύγχρονου συνεδριακού κέντρου ( Κουτσιανά,2001).

Φυσικά, σπουδαία είναι και η συνεισφορά του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας για την ανάπτυξη της πόλης. Έδρα του Πανεπιστημίου είναι ο Βόλος και λειτουργούν 14 τμήματα με ολοένα περισσότερο μεταπτυχιακά προγράμματα. Τα ερευνητικά εργαστήρια του Πανεπιστημίου, με τις μελέτες που έχουν πραγματοποιήσει για την περιοχή, αλλά και οι πολλαπλασιαστικές θετικές επιδράσεις που φέρνει η χωροθέτηση ενός Πανεπιστημίου σε μια πόλη συντελούν στην γενικότερη τοπική ανάπτυξη.



### 3.2 Α.Ε.Π (Επίπεδο ανάπτυξης)

Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν αποτελεί ένα κύριο δείκτη μέτρησης της ανάπτυξης. Ειδικότερα, το κατά κεφαλή ΑΕΠ είναι ευρύτατα αποδεκτό, ως ο καλύτερος δείκτης της ανάπτυξης και χρησιμοποιείται σε διεθνείς συγκρίσεις μεταξύ διαφορετικών χωρών, καθώς και σε διαχρονικές συγκρίσεις στο εσωτερικό μιας χώρας. Επίσης το ΑΕΠ είναι ένας δείκτης μέτρησης της αξίας των αγαθών και των υπηρεσιών που παράγονται σε μια οικονομία, ενώ το κατά κεφαλή ΑΕΠ είναι ένας δείκτης της παραγωγικότητας των κατοίκων της εν λόγω οικονομίας.

Ωστόσο, τα αποτελέσματα που προκύπτουν μπορεί να είναι παραπλανητικά λόγω δυσκολιών που παρουσιάζονται κατά τον υπολογισμό του συγκεκριμένου δείκτη (Σκούντζος, 1989, σελ. 28 – 32).

Λαμβάνοντας υπόψη τις παραπάνω επισημάνσεις επιχειρήθηκε η ανάλυση της εξέλιξης του συνολικού ΑΕΠ και του κατά κεφαλή ΑΕΠ στο επίπεδο της περιφέρειας Θεσσαλίας, του νομού Μαγνησίας και στο σύνολο της χώρας.

Ο πιο κάτω Πίνακας παρουσιάζει την κατανομή του ΑΕΠ, το ύψος και τη κατανομή του κατά κεφαλή ΑΕΠ στη Περιφέρεια Θεσσαλίας, στο Νομό Μαγνησίας και στο σύνολο της Ελλάδας για το έτος 2001. Τα μεγέθη τα οποία εκφράζονται είναι σε ευρώ και σε μονάδες αγοραστικής δύναμης.

Πίνακας 3.2.1: Κατανομή του κ.κ ΑΕΠ στην Π.Θεσσαλίας, στη Μαγνησία και στην χώρα

Γ.Ε	ΑΕΠ σε ΕΥΡΩ			ΑΕΠ σε ΜΑΔ		
	κατά κεφαλή	ΑΕΠ % Ε.Ε15=100	ΑΕΠ % Ε.Ε25=100	κατά κεφαλή	ΑΕΠ (%) Ε.Ε15=100	ΑΕΠ (%) Ε.Ε25=100
	20456	88	100	20456	91	100
Ελλάδα	12007	51	59	15093	67	74
Π.Θεσσαλία	10771	46	53	13539	60	66
Μαγνησία	11552	49	56	14520	65	71

Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, (www.allmedia.gr)*

Όπως προκύπτει από τον πιο πάνω πίνακα ο Ν.Μαγνησίας παράγει το 1,8% του ΑΕΠ της χώρας καταλαμβάνοντας την 9<sup>η</sup> θέση μεταξύ των νομών της. Επίσης παράγει το 29,6% του ΑΕΠ της περιφέρειας Θεσσαλίας καταλαμβάνοντας την 2<sup>η</sup> θέση στη σχετική κατάταξη. Το κατά κεφαλή ΑΕΠ του Ν.Μαγνησίας ανέρχεται στα 11552 ευρώ, ποσό ίσο με το 96% του μέσου όρου της χώρας, το 49% του μέσου όρου της ΕΕ 15 και το 56% του μέσου όρου της ΕΕ 25. Υπολογιζόμενο σε Μ.Α.Δ τα σχετικά μεγέθη βελτιώνονται καθώς το κατά κεφαλή ΑΕΠ του Νομού Μαγνησίας

ισοδυναμεί με το 65% της ΕΕ -15 και 71% του Μ.Ο της ΕΕ-25. Εν συγκρίση με τους υπόλοιπους νομούς ο νομός Μαγνησίας καταλαμβάνει την 19<sup>η</sup> θέση στην εθνική ιεραρχία. Ωστόσο κατέχει την πρωτοκαθεδρία στο πλαίσιο της Περιφέρειας Θεσσαλίας με κατά κεφαλή ΑΕΠ μεγαλύτερο κατά 7% του νομού Λάρισας και 14% του νομού Καρδίτσας και Τρικάλων.

Ο Πίνακας 3.2.1. παρουσιάζει το ρυθμό μεταβολής του κατά κεφαλή ΑΕΠ στο Νομό Μαγνησίας, στη Περιφέρεια Θεσσαλίας και της Ελλάδας για τις περιόδους 1981-1991, 1991-2001 και 1981-2001.

Πίνακας 3.2.1: Ρυθμός μεταβολής(%) ΑΕΠ στην Ελλάδα, Ν.Μαγνησίας και Θεσσαλίας

	1981 - 1991	1991-2001	1981-2001
Ελλάδα	12,14	21,55	36,31
Θεσσαλία	11,73	8,18	20,87
Μαγνησία	16,1	7,82	25,18

Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, ( www.allmedia.gr)*

Με την παρακολούθηση των διαχρονικών μεταβολών του ΑΕΠ αποκαλύπτει ότι ο Νομός Μαγνησίας οφείλει το υψηλό αναπτυξιακό του επίπεδο στις επιδόσεις του το 1981 αλλά και στη θετική του μεταβολή κατά την χρονική περίοδο 1981-1991. Στην εν λόγω περίοδο ο νομός βρέθηκε στην 9<sup>η</sup> θέση στην κατάταξη των νομών της χώρας αποτελώντας ένα από τους πιο δυναμικούς νομούς της χώρας. Στη συνέχεια οπισθοχώρησε σταθερά καθώς και στο επίπεδο Περιφέρειας . Η ανάσχεση του ρυθμού ανάπτυξης ,οφείλεται στα φαινόμενα αποβιομηχάνισης τα οποία παρατηρήθηκαν κατά την περίοδο 1991- 2001.

Τέλος, η συνολική εικόνα η οποία προκύπτει από το Ν.Μαγνησίας σε θέμα οικονομικής άποψης θα λέγαμε ότι παρουσιάζει μια αναπτυξιακή δυναμικότητα που τον κατατάσσει στους πρώτους είκοσι νομούς της χώρας και είναι ο πλέον ανεπτυγμένος στη Περιφέρεια Θεσσαλίας.

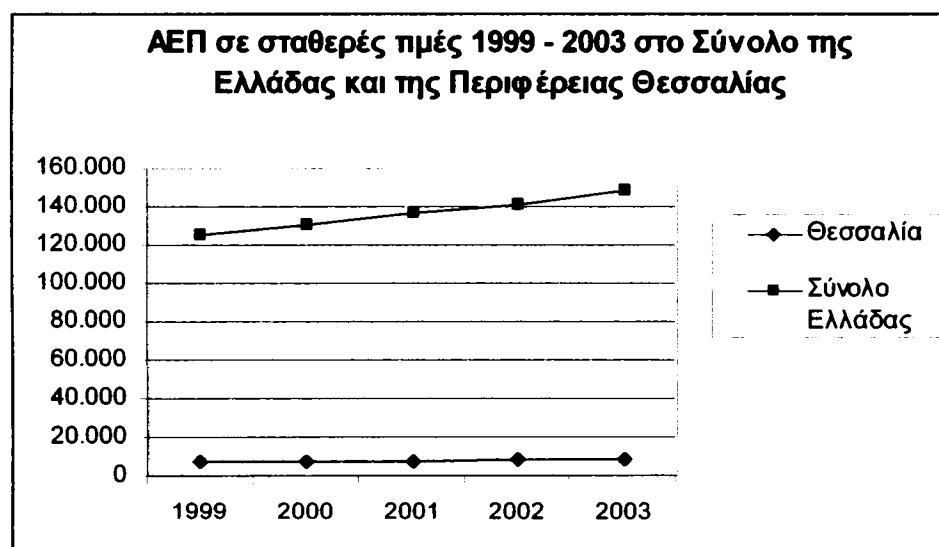
Επίσης, ο πιο κάτω πίνακας 3.2.2, παρουσιάζει την εξέλιξη του πραγματικού ΑΕΠ σε εκατομμύρια ευρώ στην περιοχή Θεσσαλίας και το σύνολο της χώρας. Με βάση τα πιο κάτω στοιχεία του πίνακα, ο μέσος ρυθμός ανάπτυξης της θεσσαλικής οικονομίας την τελευταία πενταετία ανήλθε σε 1,6%,ποσοστό που υστερεί σημαντικά έναντι του 4,3% για το σύνολο της Ελλάδας. Η διαφορά αυτή οφείλεται κυρίως στην ιδιαίτερη χαμηλή οικονομική ανάπτυξη την διετία 1999-2001 είναι χαρακτηριστικό ότι το 2000 σημειώθηκε υποχώρηση του Περιφερειακού ΑΕΠ, κατά 1,2%.

Πίνακας 3.2.2: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) σε σταθερές τιμές 2002(Ευρώ εκ)

	Θεσσαλία	Σύνολο Ελλάδας
1999	7.706	125.343
2000	7.611	130.955
2001	7.758	136.551
2002	7.941	141.502
2003	8.217	148.274
% στο σύνολο της χώρας(1999 - 2003)	5,80%	100%
Μέσος ρυθμός ανάπτυξης(1999 -2003)	1,60%	4,30%

Πηγή:( ίδια επεξεργασία, ΕΣΥΕ)

Διάγραμμα 3.2.2.: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) σε σταθερές τιμές 2002(Ευρώ εκ)



Πηγή:( ΕΣΥΕ, ίδια επεξεργασία)

Σύμφωνα με τον πίνακα 3.2.3, ο πιο ανεπτυγμένος νομός βάσει του συνολικού ΑΕΠ είναι η Μαγνησία. Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ του Ν. Μαγνησίας υπερβαίνει το μέσο κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας, παρά τη μείωση που παρουσίασε τα τελευταία χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι έχει επιδεινωθεί η θέση της Περιφέρειας στη χώρα, όσον αφορά το κατά κεφαλήν ΑΕΠ και κατ' επέκταση την οικονομική ευημερία και τις περιφερειακές ανισότητες.

Από τον υπολογισμό του Συντελεστή Μεταβλητότητας βάσει της μεταβολής του κατά κεφαλήν ΑΕΠ κατά νομό για τα έτη 1989-94, (βλ.πίνακα 3.2.3), φαίνεται αύξηση των περιφερειακών ανισοτήτων (ο συντελεστής από το 111,1 που ήταν το 1989 μειώθηκε στο 104,2 το 1994) κάτι που δεν βοηθά την αύξηση της τουριστικής κίνησης συνεπώς και την περιφερειακή ανάπτυξη.

Πίνακας 3.2.3 :Κατανομή του ΑΕΠ κατά νομό για τα έτη 1989-94

Νομοί	κ.κ. ΑΕΠ (Χώρα=100)		% Κατανομή Α.Ε.Π.		% Κατανομή Πληθυσμού		% Κατανομή Αστικού Πληθυσμού		% Κατανομή Απασχόλησης του Δευτερο- γενή Τομέα		% Κατανομή Απασχόλησης του Τριτογενή Τομέα	
	1989	1994	1989	1994	1991	1996	1981	1991	1981	1991	1981	1991
Αττική	95,1	95,3	17,5	18,5	17,3	17,4	9,5	9,4	11,6	11,3	13,9	14,1
Αχαΐα	90,4	89,0	35,7	36,1	36,8	36,7	38,6	39,1	37,5	39,5	37,3	37,2
Αρκαδία	111,1	104,2	31,9	31,4	27,0	27,1	36,4	36,2	36,0	32,2	31,5	31,2
Αρκαδία	73,6	66,6	14,9	14,0	18,9	18,8	15,5	15,3	14,9	17,0	17,3	17,4

Πηγή: ΠΕΠ Θεσσαλίας, 2000 – 2006

### 3.3 Απασχόληση

Μέχρι και το 1993 η κατάσταση της ανεργίας κρίνονταν ικανοποιητική για το νομό αφού οι άνεργοι του Δήμου Βόλου αντιπροσώπευαν το 3,1% του ενεργού πληθυσμού ενώ, στην ίδια χρονική περίοδο, ο μέσος όρος ανεργίας στις αστικές περιοχές της χώρας ήταν περίπου 5%. Στην περίοδο 1981-1993 προστεθήκαν περίπου 3200 νέες θέσεις εργασίας, αύξηση που αντιπροσωπεύει το 9,5% ενώ κατά την ίδια περίοδο η πληθυσμιακή αύξηση ήταν 20%. Παρόλα αυτά δεν παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση της ανεργίας, λόγω της αυξανόμενης γήρανσης του πληθυσμού και του υψηλού ποσοστού μη εξαρτημένων θέσεων απασχόλησης, στο πλαίσιο των οποίων η ανεργία παίρνει μορφή υποαπασχόλησης.

Στην ίδια χρονική περίοδο αρχίζουν να παρατηρούνται σημαντικές αλλαγές και στη κλαδική δομή της απασχόλησης. Υπάρχει πλέον μια σαφής στροφή προς τις υπηρεσίες, με ταυτόχρονη μείωση της απασχόλησης στο δευτερογενή τομέα,

ιδιαίτερα στη μεταποίηση. Οι θέσεις εργασίας που χάθηκαν στη μεταποίηση καλύφθηκαν από νέες στις λοιπές υπηρεσίες, οι οποίες κατά ένα μεγάλο ποσοστό αφορούν θέσεις στο δημόσιο τομέα.

Σύμφωνα με την απογραφή της ΕΣΥΕ το 1981 και με έρευνα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας το 1993 η απασχόληση στη πόλη κατά κλάδο έχει ως εξής:

Πίνακας 3.3.1: Κλαδική σύνθεση απασχόλησης Βόλου

ΚΛΑΔΟΣ	1981(%)	1993(%)
Γεωργία/Κτηνοτροφία	5,4	2,6
Βιομηχανία/Βιοτεχνία	33,4	19,4
Οικοδόμηση/Δημόσια έργα	11,6	10,4
Εμπόριο/εστιατόρια/ξενοδοχεία	14,4	17,5
Μεταφορές/επικοινωνίες	10,4	7,4
Τράπεζες/ασφάλειες	3,2	3,3
Λοιπές υπηρεσίες	18,2	35,7

Πηγή: Μαλούτας, 1995

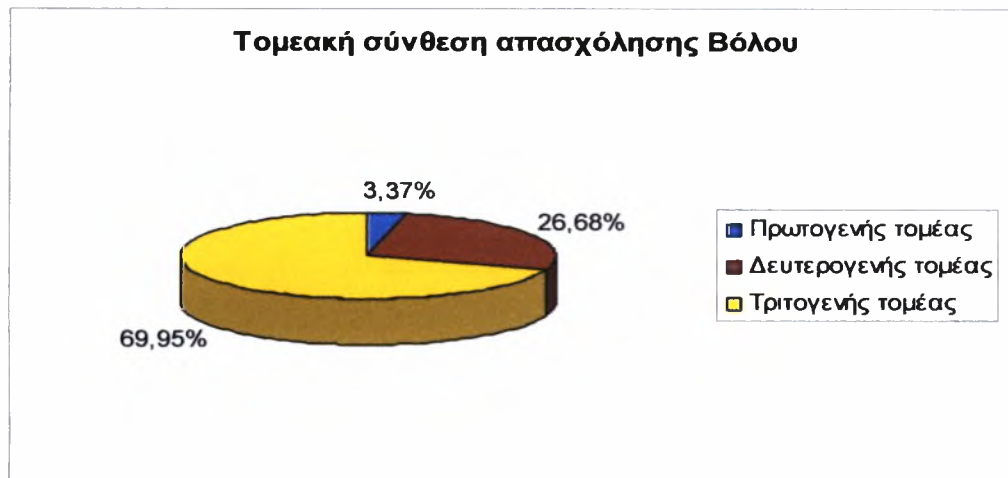
Όπως φαίνεται στο πιο πάνω πίνακα μεταξύ 1981-1993 μειώθηκε πολύ η απασχόληση στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα ενώ αυξήθηκε στον τριτογενή. Συγκεκριμένα, η απασχόληση στους κλάδους που αφορούν άμεσα τον τομέα του τουρισμού (εστιατόρια, ξενοδοχεία) σημειώνει αύξηση 3,1%. Το γεγονός αυτό είναι σημαντικό αν αναλογιστούμε ότι από τους άνω κλάδους είναι οι μόνοι (μαζί με τις λοιπές υπηρεσίες) που σημειώνουν αύξηση.

Η ποσοστιαία τομεακή σύνθεση της απασχόλησης στο Βόλο και στο νομό για το 1991 έχει ως εξής ( Μαλούτας, 1995):

Πίνακας 3.3.2: Τομεακή σύνθεση απασχόλησης Βόλου

Πρωτογενής τομέας	3,37%
Δευτερογενής τομέας	26,68%
Τριτογενής τομέας	69,95%

Διάγραμμα 3.3.2: Τομεακή σύνθεση απασχόλησης Βόλου το 1991



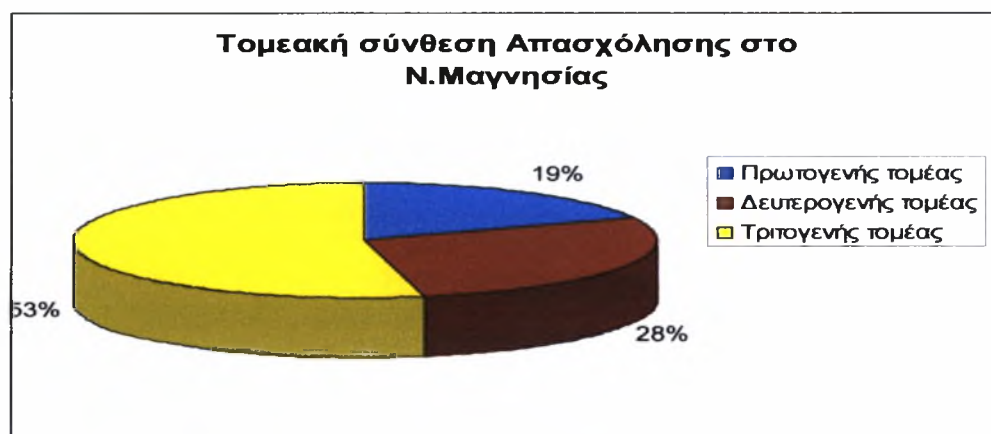
Πηγή: (ιδία επεξεργασία, ΕΣΥΕ)

Πίνακας 3.3.3 : Τομεακή Σύνθεση Απασχόλησης στο Ν.Μαγνησίας

Πρωτογενής τομέας	18,59%
Δευτερογενής τομέας	27,94%
Τριτογενής τομέας	53,47%

Πηγή: (ΕΣΥΕ, ιδία επεξεργασία,)

Διάγραμμα 3.3.4: Τομεακή Σύνθεση Απασχόλησης στο Ν.Μαγνησίας το 1991



Πηγή: (ΕΣΥΕ, ιδία επεξεργασία,)

Παρατηρείται πως το μεγαλύτερο ποσοστό της απασχόλησης στο Βόλο καταλαμβάνει ο τριτογενής τομέας, το οποίο αφορά κυρίως τις υπηρεσίες που έχουν άμεση σχέση με τον τομέα του τουρισμού.

Ωστόσο, στα τέλη της δεκαετίας του '80 η πορεία για ολόκληρο το νομό και για την πόλη του Βόλου υπήρξε αρνητική μιας και τότε αρχίζουν οι επιπτώσεις της αποβιομηχάνισης.

Οι μαζικές απολύσεις προσωπικού, λόγω του κλεισίματος πολλών μεγάλων βιομηχανιών ( όπως η Μεταλλουργική, η Πειραιϊκή-Πατραϊκή, η ΤΕΚΑΡ, η ΒΙΟΠΑΛ, η Βαμβακουργία, κλπ), έφτασε τους ανέργους για το 1995 σε 8600 άτομα καθιστώντας την ανεργία ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα της περιοχής.

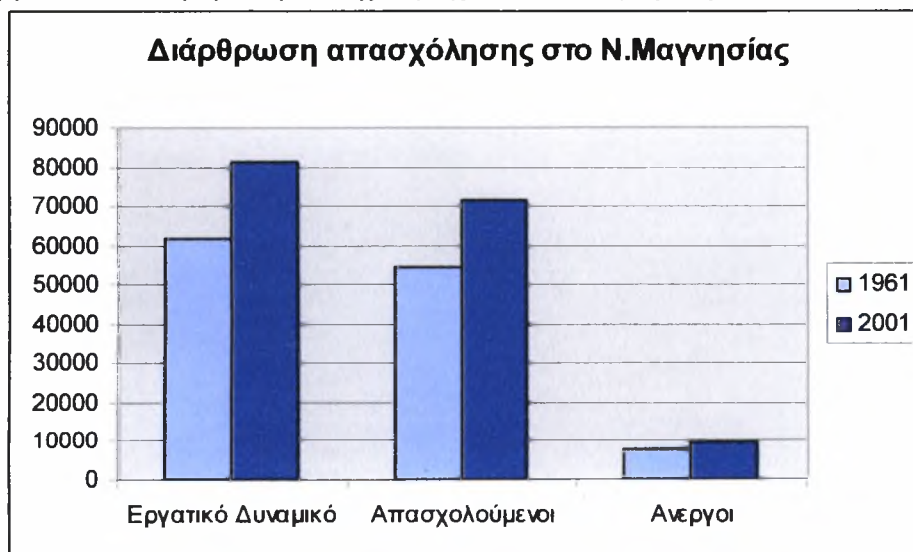
Στο παρακάτω πίνακα φαίνεται η διάρθρωση της απασχόλησης για το Ν.Μαγνησίας από το 1971 έως το 1991:

Πίνακας 3.3.5 : Διάρθρωση απασχόλησης στο Ν. Μαγνησίας

<b>Ν.Μαγνησίας</b>	<b>1961</b>	<b>2001</b>
Εργατικό Δυναμικό	62002	81072
Απασχολούμενοι	54312	71495
Άνεργοι	7690	9577

Πηγή :ιδία επεξεργασία, ([www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr))

Διάγραμμα 3.3.5: Διάρθρωση απασχόλησης στο Ν. Μαγνησίας



Πηγή : ιδία επεξεργασία , ([www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr))

Από το πιο πάνω πίνακα και διάγραμμα φαίνεται πως τη δεκαετία του '81-'91, παρά τη μικρή αύξηση του εργατικού δυναμικού στο νομό (8,8%), οι άνεργοι αυξήθηκαν κατά το συντριπτικό ποσοστό του 58,6% γεγονός που φανερώνει τις

έντονες επιδράσεις του φαινομένου της αποβιομηχάνισης και τις έντονες επιδράσεις του στην τοπική οικονομία..

Παρόλο αυτά μια σειρά από πιο πρόσφατα στοιχεία, δείχνουν πως ο κύκλος της αποβιομηχάνισης τείνει να κλείσει αλλάζοντας το μέγεθος αλλά και το είδος της ανεργίας στο νομό. Αναμένεται λοιπόν οι περισσότεροι άνεργοι να είναι νέοι που εισέρχονται στην αγορά εργασίας και απολυθέντες όπως παλαιότερα.

Παράλληλα η αύξηση των θέσεων εργασίας στον τομέα των υπηρεσιών, τα πανεπιστημιακά ιδρύματα, τα προγράμματα απασχόλησης του ΟΑΕΔ αλλά και τα αναπτυξιακά κίνητρα για την περιοχή προβλέπεται να μειώσουν τα επίπεδα ανεργίας (Πετράκος,κά,1998).Αξίζει ωστόσο εδώ και να αναφερθεί πως το ποσοστό ανεργίας για το 2002, στο νομό, φτάνει το 12,2% ενώ ο μέσος όρος της χώρας είναι 10,5% ( www.allmedia.gr). Παρά λοιπόν τη σχετική βελτίωση στο θέμα της απασχόλησης διαχρονικά φαίνεται πως ακόμη υπάρχει μεγάλο πρόβλημα στην περιοχή σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα.

### **Ανεργία**

Το ποσοστό ανεργίας στην Περιφέρεια Θεσσαλίας φθάνει το 8,5% και είναι χαμηλότερο από το αντίστοιχο εθνικό, που ανέρχεται στο 10,25% (1997). Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της ανεργίας στη Θεσσαλία διαφέρουν από τα εθνικά. Έτσι το ποσοστό μακροχρόνιας ανεργίας στη Θεσσαλία το 1997 ήταν 65,6%, ενώ στη χώρα 57,1%. Το ποσοστό ανεργίας στις γυναίκες και στους νέους είναι 14,5% και 30,3% στην Περιφέρεια, ενώ στη χώρα είναι 15,9% και 32,3% αντίστοιχα.

Η διαχρονική εξέλιξη της ανεργίας της Θεσσαλίας τα τελευταία χρόνια δείχνει τάσεις σταθεροποίησης. Συγκεκριμένα, το ποσοστό ανεργίας το έτος 1993 ήταν 7,9%, το 1995 ανέβηκε στο 8,9% και το 1997 έπεσε στο 8,5% (τα εθνικά ποσοστά ανεργίας είναι 9,7% για το 1993, 10,0% το 1995 και 10,3% για το 1997).

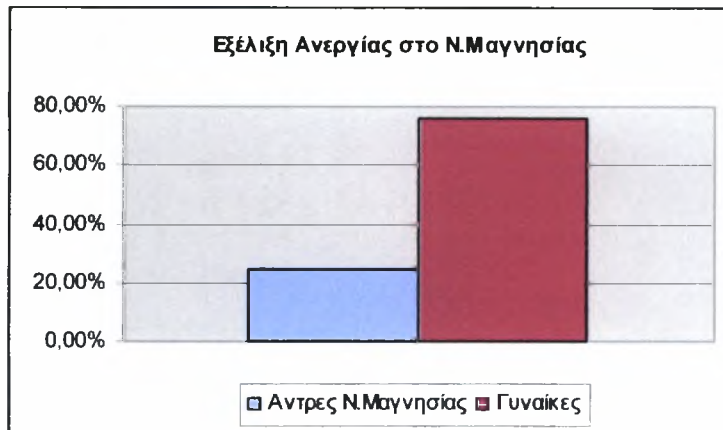
Πίνακας 3.3.6: Ποσοστά Ανεργίας στο Νομό Μαγνησίας ( Άνδρες – Γυναίκες)

<b>ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ</b>		
<b>Φύλο</b>	<b>Πλήθος Ανέργων</b>	<b>Ποσοστά</b>
ΑΝΤΡΕΣ	2.019	24,42%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	6.250	75,58%
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>8.269</b>	<b>100,00%</b>

Πηγή: *Ιδία επεξεργασία, (ΕΣΥΕ)*



Διάγραμμα 3.3.6: : Ποσοστά Ανεργίας στο Νομό Μαγνησίας ( Άνδρες – Γυναίκες)



Πηγή: (ΕΣΥΕ, ίδια επεξεργασία,)

Πίνακας 3.3.7: Ποσοστά Ανεργίας στο Σύνολο της Χώρας ( Άνδρες – Γυναίκες)



ΣΥΝΟΛΑ ΧΩΡΑΣ		
Φύλο	Πλήθος Ανέργων	Ποσοστά
ΑΝΤΡΕΣ	145.733	32,66%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	300.510	67,34%
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>446.243</b>	<b>100,00%</b>

Πηγή: (ΕΣΥΕ, ίδια επεξεργασία,)

Διάγραμμα 3.3.7: : Ποσοστά Ανεργίας στο Σύνολο της Χώρας ( Άνδρες – Γυναίκες)



Πηγή: Ίδια επεξεργασία, (ΕΣΥΕ)

### Παραγωγικοί τομείς (δευτερογενής, τριτογενής-κλίνες και πληρότητα)

- Δευτερογενής τομέας

Ο συνδυασμός βιομηχανίας και τουρισμού αποτελεί τη βασική ιδιομορφία του Βόλου.

Κατά την δεκαετία '85-'95, το παραγωγικό σύστημα στο νομό Μαγνησίας, βρέθηκε σε δυσχερή θέση όταν υπέστη σοβαρές απώλειες σε παραγωγικές μονάδες και σε θέσεις απασχόλησης. Σε αυτή την περίοδο εκτιμάται ότι έχουν χαθεί στη Μαγνησία πάνω από 7.000 θέσεις εργασίας με το κλείσιμο μεγάλων επιχειρήσεων και τη συρρίκνωση των θέσεων απασχόλησης σε άλλες. Η μείωση των θέσεων απασχόλησης στη βιομηχανία συνεπάγεται στην αύξηση των θέσεων στον κλάδο του τουρισμού λόγω της διακλαδικής μετακίνησης του εργατικού δυναμικού.

Ας σημειωθεί πάντως ότι το κλίμα αυτό της αποβιομηχάνισης έχει αρχίσει να ανατρέπεται και να αντικαθίσταται από ένα κλίμα συγκροτημένης αλλά υπαρκτής αισιοδοξίας για τις προοπτικές της βιομηχανίας στην Περιφέρεια. Η αισιοδοξία αυτή στηρίζεται στο δυναμισμό που δείχνει η Περιφέρεια στον τομέα των ιδιωτικών επενδύσεων.

Η βιομηχανική και βιοτεχνική παραγωγή συμμετέχει κατά μεγάλο ποσοστό στη συνολική οικονομική δραστηριότητα του νομού Μαγνησίας ,με 35% της απασχόλησης και 36% του ακαθάριστου τοπικού προϊόντος( Magnesia,2004).Μόνο στη βιομηχανική περιοχή του Βόλου είναι εγκατεστημένες πάνω από 70 βιομηχανικές μονάδες με περισσότερους από 4000 εργαζόμενους ,που την τοποθετούν στην Τρίτη θέση από άποψη οικονομικής δυναμικότητας μετά από τις ΒΙ.ΠΕ της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

Οι δραστηριότητες των μονάδων εκτείνονται στους τομείς των τροφίμων και ποτών, μεταλλικών κατασκευών ,χαλυβουργίας ,ηλεκτρολογικού υλικού ,χαρτοβιομηχανίας, μεταφορικών ταινιών, υψηλής τεχνολογίας και έρευνας στον τομέα του μετάλλου, των απορρυπαντικών, των χημικών κ.λ.π (*www.magnesia.gr*).

Η παραγωγή διαφόρων παραδοσιακών προϊόντων και προϊόντων ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ) επηρεάζει τον κλάδο του τουρισμού θετικά καθώς στις ανάγκες των τουριστών λαμβάνει χώρα και η ζήτηση των προϊόντων αυτών.

- **Τριτογενής Τομέας**

Στον τριτογενή τομέα η κυριαρχία του κλάδου του τουρισμού δεν μπορεί να αμφισβητηθεί αφού ο τουρισμός αποτελεί το σημαντικότερο πόρο εισοδήματος .Στις επόμενες παραγράφους ,εξετάζονται ξεχωριστά το χονδρικό και λιανικό εμπόριο στο νομό Μαγνησίας και ο τουρισμός .Για τον τουρισμό σε αυτή την υποενότητα η αναφορά είναι περιορισμένη καθώς στο κεφάλαιο 4 παρουσιάζεται πιο αναλυτικά η εξέλιξη του κλάδου.

### **Τουρισμός**

Ο τουρισμός αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας και ιδιαίτερα για την οικονομία του Νομού Μαγνησίας. Και αυτό γιατί ως κλάδος έντασης της εργασίας συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στις επενδύσεις ,στην άμεση δημιουργία τοπικού προϊόντος αλλά και στην έμμεση

( π.χ. κατανάλωση τοπικών προϊόντων).

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Περιφέρεια παραμένει συνολικά περιορισμένη (σε σύγκριση με τις υπάρχουσες δυνατότητες) και ταυτόχρονα άνισα κατανομημένη στο χώρο και έντονα εποχιακή. Κύριοι ανασταλτικοί παράγοντες είναι: **α)** οι ανεπάρκειες των υπερτοπικών συνδέσεων, **β)** το χαμηλό επίπεδο των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, **γ)** η ανεπαρκής τουριστική υποδομή και **δ)** η απουσία ανάπτυξης νέων μορφών τουρισμού, παρά την καταλληλότητα της Περιφέρειας γι' αυτούς (ιαματικός τουρισμός, περιηγητικός τουρισμός, οικοτουρισμός, ορεινός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός κλπ.) για την άμβλυνση της εποχικότητας και την ποιοτική αναβάθμιση του τομέα

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι μόνον το 2001,ο κλάδος των ξενοδοχείων και των εστιατορίων συνέβαλε κατά 5,66% στο συνολικό ΑΕΠ του Νομού .Επίσης, εκτιμάται ότι η συνολική συμμετοχή του τουρισμού στο τοπικό ΑΕΠ, και στην απασχόληση βρίσκεται πολύ πιο πάνω από το 10% (Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης , 2005).

Πρέπει να επισημανθεί ότι η συμβουλή του τουρισμού στην οικονομία είναι δύσκολο να εξακριβωθεί καθώς «πολλές δραστηριότητες που εξυπηρετούν τον τουρισμό εντάσσονται στατιστικά σε άλλους κλάδους και δεν μπορούν να απομονωθούν» ( Γλυτσός, 1998).Ωστόσο μπορούν να χρησιμοποιηθούν μερικά

στοιχεία όπως ο αριθμός των κλινών, δωματίων, ξενοδοχείων, η πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων και η διαχρονική τους εξέλιξη.

Όσο αφορά τον αριθμό των κλινών στο νομό Μαγνησίας παρατηρείται μια σταδιακή αύξηση από το 2002-2003 της τάξεως του 1,5%, το 2003-2004 της τάξεως του 2,4% και σημαντική μείωση το 2004-2005 της τάξεως του 1,4% η οποία αποτέλεσε και την διαφορά από τα προηγούμενα έτη (βλ.πίνακα 3.3.13, διάγραμμα 3.3.12).

Συγκριτικά με το νομό Μαγνησίας, ο δήμος Βόλου αποτελεί μειοψηφία σε σχέση με τον αριθμό των κλινών και των δωματίων, καθώς είναι λογικό γιατί ο Βόλος δεν αποτελεί τον ίδιο αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων με το νομό (βλ.πίνακα 3.3.14, διάγραμμα 3.3.14). Ο νομός Μαγνησίας συμπεριλαμβάνει στο σύνολο του 562 ξενοδοχειακές μονάδες εκ των οποίων τα 11 ξενοδοχεία είναι 5\* αντιστοίχως τα 66 είναι 4\*, τα 94 είναι 3\*, τα 290 είναι 2\*, και τα 101 είναι 1\*.

Παρατηρείται, ότι ο νομός Μαγνησίας πλειοψηφεί σε ξενοδοχεία 2\* και 1\*, ένας από τους αρνητικούς παράγοντες, οι οποίοι συμβάλουν στην μείωση της τουριστικής κίνησης κυρίως των αλλοδαπών. Ο Βόλος συμπεριλαμβάνει 26 ξενοδοχειακές μονάδες εκ των οποίων δεν υπάρχουν ξενοδοχεία 5\*, έχει 1 ξενοδοχείο 4\*, 7 ξενοδοχεία 3\*, 10 ξενοδοχεία 2\*, και 8 ξενοδοχεία 1\*. Αυτό σημαίνει ότι ο Βόλος στην πλειοψηφία του έχει ξενοδοχεία 2\*, το οποίο είναι κάτι πολύ αρνητικό για το δήμο και συμβάλει τόσο στην μείωση της τουριστικής κίνησης όσο και στην μείωση της εμβέλειας της τουριστικής προβολής του (βλ.πίνακα 3.3.15, διάγραμμα 3.3.15).

Ανακεφαλαιώνοντας, μπορούμε να πούμε ότι ο Βόλος υστερεί σε ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών υπηρεσιών και ποιότητας, βέβαια αυτό έχει αλλάξει κάπως με την αφορμή των Ολυμπιακών αγώνων που πραγματοποιήθηκαν στην πόλη του Βόλου ενώ έχει κατασκευαστεί ένα ξενοδοχείο με υψηλές προδιαγραφές, όπου η ύπαρξη του τόσο αισθητικά όσο και λειτουργικά έρχεται σε αντίθεση με όλα τα υπόλοιπα.

Πίνακας 3.3.12 : Εξέλιξη τουριστικής υποδομής στο Νομό Μαγνησίας 2002-2005

	Π		Α		Β		Γ		Δ		Ε		Σύνολο	
	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ
2002	390	763	1723	3378	3183	6036	6410	12159	966	1851	735	1481	13407	25668
2003	Π		Α		Β		Γ		Δ		Ε		Σύνολο	
	390	763	1802	3531	3234	6134	6521	12376	958	1827	712	1435	13617	26066
2004	Π		Α		Β		Γ		Δ		Ε		Σύνολο	
	405	796	1933	3769	3407	6508	6500	12379	1664	3254			13909	26706
2005	Π		Α		Β		Γ		Δ		Ε		Σύνολο	
	592	1168	2012	3919	3493	6693	6353	12093	1640	3220			14090	27093

Πηγή: *Ιδία επεξεργασία, (www.eot.gr)*

Πίνακας 3.3.13: Ετήσια μεταβολή κλινών % στο σύνολο του νομού Μαγνησίας, 2002-2005.

Μεταβολή%κλινών 2002-2003	Μεταβολή%κλινών 2003-2004	Μεταβολή%κλινών 2004-2005	Μεταβολή%κλινών 2002-2005
1,5	2,4	-1,4	5,3

Πηγή: *Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία ΕΟΤ)*

Διάγραμμα 3.3.13: : Ετήσια μεταβολή κλινών % στο νομό Μαγνησίας 2002-2005.



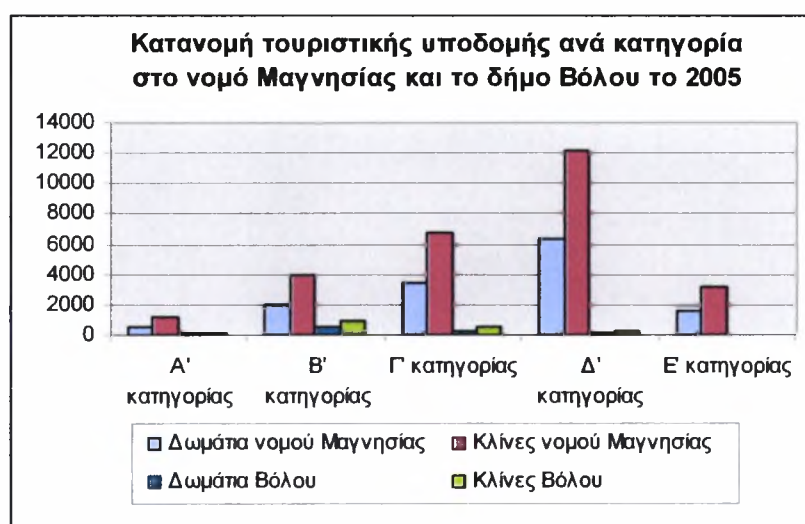
Πηγή: *Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία ΕΟΤ)*

Πίνακας 3.3.14: Κατανομή τουριστικής υποδομής στο νομό Μαγνησίας και στο Δήμο Βόλου το 2005

N.Μαγνησίας	5 *		4*		3*		2*		1*		Σύνολο	
	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ	Δ	Κ
2005	592	1168	2012	3919	3493	6693	6353	12093	1640	3220	14090	27093
Δ.Βόλου	Δ	Κ	Κ	Δ	Δ	Κ	Κ	Δ	Δ	Κ	Δ	Κ
2005			72	119	482	885	266	480	167	310	987	1794

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (www.eot.gr)

Διάγραμμα 3.3.14: Κατανομή τουριστικής υποδομής στο νομό Μαγνησίας και στο Δήμο Βόλου το 2005



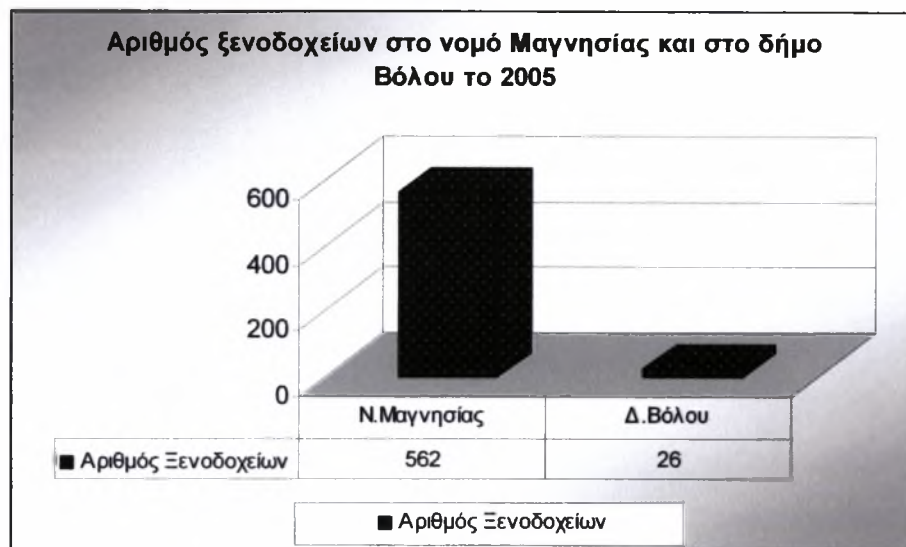
Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία EOT)

Πίνακας 3.3.15: Σύνολο ξενοδοχείων ανά κατηγορία στο νομό Μαγνησίας και στο δήμο Βόλου

N.Μαγνησίας	5 *	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
2005	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία
	11	66	94	290	101	562
Δ.Βόλου	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία	Ξενοδοχεία
2005		1	7	10	8	26

Πηγή: ίδια επεξεργασία, (www.gnto.gr (Ενωση Ξενοδόχων Ν.Μαγνησίας))

Διάγραμμα 3.3.15: Σύνολο ξενοδοχείων στο νομό Μαγνησίας και στο δήμο Βόλου το 2005



Πηγή: ίδια επεξεργασία, ( [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr) ( Ένωση Ξενοδόχων Ν.Μαγνησίας)

Πίνακας 3.3.16: Κατανομή τουριστικής υποδομής στο νομό Μαγνησίας το 2000,2002,2003.

<b>Ν.Μαγνησίας</b>	<b>2000</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Κλίνες σε ξενοδοχειακά καταλύματα	16722	17548	18646
Κλίνες σε ξενοδοχεία 5 αστέρων	-	755	763
Κλίνες σε ξενοδοχεία 4 αστέρων	-	2179	2512
Ξενοδοχεία	322	379	401
Ξενοδοχεία 5 αστέρων	-	5	5
Ξενοδοχεία 4 αστέρων	-	49	50
Παραδοσιακά καταλύματα	46	-	-

Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία [www.economics.gr](http://www.economics.gr))

### **Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο κυρίως στο νομό Μαγνησίας**

Από το 1978 έως το 2001 στη Περιφέρεια Θεσσαλίας ,οι μεταβολές των επιχειρήσεων ήταν αυξητικές, με αριθμό επιχειρήσεων 1915 (136,4%) στο χονδρικό εμπόριο και 1341 νέες επιχειρήσεις (12,3%) στο λιανικό εμπόριο. Στο νομό Μαγνησίας ο αριθμός των επιχειρήσεων στο χονδρικό εμπόριο αυξήθηκε κατά 445 (86,7%) επιχειρήσεις και στο λιανικό κατά 997 (31,7%).Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι στο νομό Μαγνησίας παρατηρείται μια ενεργός μεταβολή προς το λιανικό εμπόριο και κυρίως την περίοδο μετά το 1995 με αντίστοιχη ισόρροπη

ανάπτυξη και του χονδρικού εμπορίου ( Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης Ν.Μαγνησίας,2005).

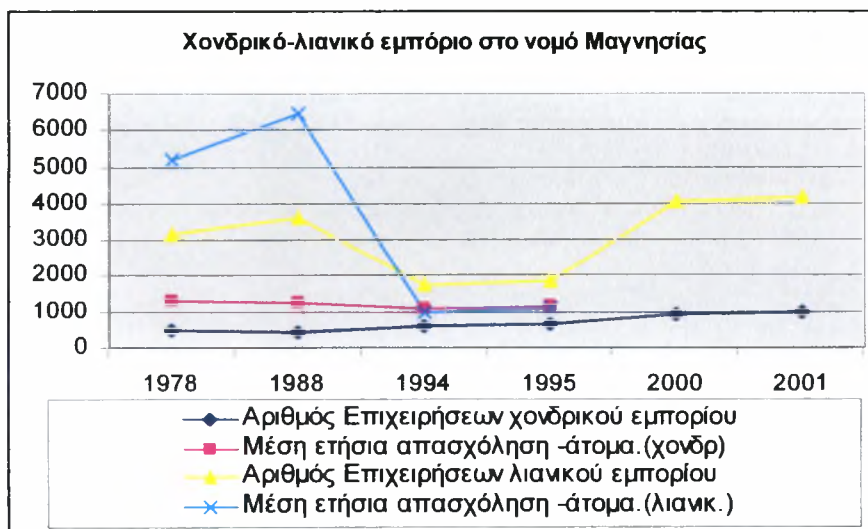
Στο νομό Μαγνησίας μπορούμε να πούμε ότι οι μεταβολές είναι αρνητικές τόσο στο χονδρικό όσο και στο λιανικό εμπόριο. Στο χονδρικό υπάρχει μείωση 210 ατόμων (15,7%),και στο λιανικό 4097 άτομα (78,7%).Αυτά είναι αποτέλεσμα της μείωσης του αριθμού των επιχειρήσεων κατά τα έτη 1994 και 1995.Το 30% περίπου των επιχειρήσεων είναι εγκατεστημένες στο νομό Μαγνησίας προσδίδοντας ένα ιδιαίτερο επιχειρησιακό χαρακτήρα στην συνολική προσπάθεια ανάπτυξης του και ανταγωνιστικότητας του όπως φαίνεται και στο πιο κάτω πίνακα (βλ.πίνακα 3.3.11) και το διάγραμμα (βλ.διάγραμμα 3.3.11).

Πίνακας 3.3.11: Χονδρικό- λιανικό εμπόριο στο Ν.Μαγνησίας

Μαγνησία	1978	1988	1994	1995	2000	2001
Αριθμός Επιχειρήσεων χονδρικού εμπορίου	513	441	609	638	905	958
Μέση ετήσια απασχόληση - άτομα.(χονδρική)	1332	1279	1097	1122		
Αριθμός Επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου	3148	3635	1766	1848	4049	4145
Μέση ετήσια απασχόληση -άτομα.(λιανική)	5205	6453	985	1108		

Πηγή: ίδια επεξεργασία , (www.economics.gr (2005))

Διάγραμμα 3.3.11: Χονδρικό- λιανικό εμπόριο στο Ν.Μαγνησίας



Πηγή: ίδια επεξεργασία , (www.economics.gr (2005))



### 3.4 Επενδύσεις

Ο τουρισμός αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους του Ν.Μαγνησίας .Και γι 'αυτό ως κλάδος συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στη άμεση δημιουργία τοπικού προϊόντος καθώς και στις επενδύσεις όπου θα αναφερθούμε στη συνέχεια ,κυρίως στο επενδυτικό προφίλ του νομού Μαγνησίας.

Ο πιο κάτω πίνακας( Πίνακας 3.4.1) παρουσιάζει στοιχεία νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων (ΑΕ, ΕΠΕ) στο Ν.Μαγνησίας κατά την χρονική περίοδο 1997 – 2003 σε σχέση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας και της Περιφέρειας Θεσσαλίας. Από τον πίνακα προκύπτουν τα πιο κάτω συμπεράσματα όπως:

α) Τόσο στο Ν.Μαγνησίας όσο και στη Περιφέρεια Θεσσαλίας υπάρχει μια σταθερή πορεία σε όλη την περίοδο 1997 – 2003.Είναι σημαντικό το γεγονός ότι η μεγαλύτερη αύξηση που παρατηρείται στον αριθμό των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων τουρισμού από την αρχή της περιόδου , το 1997 , πραγματοποιείται το 2001 ( 29%), ενώ το ποσοστό μεταβολής δεν ξεπερνά το 10% και μετά από το 2001 αρχίζει να φθίνει.

β) Στην Περιφέρεια Θεσσαλίας ύστερα από μια περίοδο ύφεσης (1998 – 2000), ο αριθμός των νέων τουριστικών επιχειρήσεων αυξάνεται σχεδόν στο 50%, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των επενδύσεων πραγματοποιείται στο Ν.Μαγνησίας, ο οποίος κατέχει κατά μέσο όρο το 63,6% του συνόλου των τουριστικών επενδύσεων στη Περιφέρεια Θεσσαλίας.

γ) Τέλος, μπορούμε να πούμε ότι το ποσοστό των νέων τουριστικών επιχειρήσεων στο σύνολο τους, στη Περιφέρεια Θεσσαλίας είναι σχετικά μικρό (3,3%),σε σύγκριση με την ελληνική επικράτεια τη στιγμή που το ποσοστό του Ν.Μαγνησίας φθάνει μόλις το 2,1%.Το σημείο αυτό αποδεικνύει ότι ο τομέας του τουρισμού αποτελεί μια ιδιαίτερη δυναμική στο νομό, όπου αναφέρθηκε και πιο πάνω ο τομέας του τουρισμού αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους κλάδους της περιοχής

Ο πίνακας 3.4.2 , παρουσιάζει το ύψος του επενδύόμενου κεφαλαίου στο Ν.Μαγνησίας σε σχέση με την Ελληνική Επικράτεια και την Περιφέρεια Θεσσαλίας. Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτουν τα εξής:

α) Το πρώτο σημαντικό χαρακτηριστικό είναι οι συνεχείς αυξομειώσεις σε όλη τη διάρκεια της περιόδου (1997-2003) που παρατηρούνται στο ύψος των τουριστικών επενδύσεων στο σύνολο της χώρας με αποκορύφωμα τα έτη 1998 και 2002 όπου το ύψος ξεπερνά τα 150 εκ.Ευρώ ( ICAP).Η κατάσταση αυτή επηρεάζει την πορεία των

επενδύσεων τόσο στη Περιφέρεια Θεσσαλίας όσο και στο Ν.Μαγνησίας όπου το ποσοστό του επενδυόμενου κεφαλαίου αυξομειώνεται χαρακτηριστικά σε σχέση με την Ελληνική Επικράτεια.

β) Το δεύτερο σημαντικό, είναι το ύψος του επενδυόμενου κεφαλαίου του Ν.Μαγνησίας σε σχέση με την Περιφέρεια Θεσσαλίας είναι πολύ υψηλό ανεξάρτητα από τις διακυμάνσεις που παρουσιάζει οι οποίες έχουν σαν βάση το 58,7% του έτους 1997.

γ ) Στην περίπτωση των τουριστικών επενδύσεων , μπορούμε να πούμε ότι στην περίοδο 1997 – 2003, στην Περιφέρεια Θεσσαλίας επενδύθηκε το 2,5% του συνόλου του επενδυτικού κεφαλαίου της χώρας την ίδια στιγμή που στο Ν.Μαγνησίας επενδύθηκε το 1,8% ( ICAP).

Συμπερασματικά προκύπτει ότι ο Τουρισμός στο Ν.Μαγνησίας αποτελεί ένα τομέα ιδιαίτερα δυναμικό και σε ανοδική εξέλιξη, αναφορικά με το επιχειρηματικό και επενδυτικό κλίμα της περιόδου που εξετάσαμε. Η δυναμική του αυτή αποτελεί πυρήνα ανάπτυξης τόσο για τον ίδιο το νομό όσο και για τη περιφέρεια στο σύνολο της.

Στα πιο κάτω διαγράμματα και τον πίνακα απεικονίζεται η παραπάνω ανάλυση.

Πίνακας 3.4.1: Αριθμός νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων (ΑΕ , ΕΠΕ) στο Ν.Μαγνησίας κατά την περίοδο 1997 – 2003

Έτη	Ελλάδα (αρ.επιχ)	%Μαγνησία /Ελλάδα	Π.Θεσσαλίας (αρ.επιχ)	( % Μαγνησία/Π.Θ	Ν.Μαγνησίας(αρΕπ)
1997	297	2,00	13,00	46,10	6
1998	306	1,00	6,00	50,00	3
1999	315	1,6	7,00	71,40	5
2000	361	1,7	7,00	85,70	6
2001	384	2,3	14,00	64,20	9
2002	331	4	17,00	76,40	13
2003	305	2,3	13,00	53,80	7
<b>Σύνολο</b>	<b>2299</b>	<b>14,90</b>	<b>77,00</b>	<b>63,60</b>	<b>49</b>

Πηγή: ίδια επεξεργασία ,( ICAP(1996-2000)&(1999-2003)

Πίνακας 3.4.2: Επενδύσιμο Κεφάλαιο των νέων τουριστικών επενδύσεων στο Ν.Μαγνησίας ( 1997 - 2003)

Έτη	Ελλάδα (επ.κεφ)	%Μαγνησία /Ελλάδα	Π.Θεσσαλίας (επ.κεφ)	% Μαγνησία/Π	Ν.Μαγνησίας(επ.κεφ)
1997	59.452.904	3,60	3.645.837	58,7	2.124.725
1998	159.092.227	0,00	1.056.493	69	729.369
1999	70.958.072	3,5	2.785.620	90,5	2.521.497
2000	95.529.159	0,2	287.601	79,5	228.907
2001	70.392.293	5,3	4.391.481	85,1	3.738.011
2002	176.648.774	0,8	2.262.180	63,7	1.442.180
2003	62.922.775	3,7	3.242.880	72,5	2.350.480
<b>Σύνολο</b>	<b>694.996.204</b>	<b>17,10</b>	<b>17.672.092</b>	<b>519,00</b>	<b>13.135.169</b>

Πηγή: ίδια επεξεργασία ,(ICAP(1996-2000)&(1999-2003)



Πηγή: ίδια επεξεργασία, (ICAP)

Σύμφωνα με το πιο κάτω πίνακα (βλ.πίνακα 3.4.3) βλέπουμε την εξέλιξη των ιδιωτικών επενδύσεων του νόμου 2601/98 στο τομέα του τουρισμού από τα έτη 2001-2005. Αυτό που μπορούμε να πούμε είναι ότι παρατηρείται μια σταδιακή αύξηση κατά την διάρκεια των ετών 2001-2005, κάτι πολύ θετικό τόσο στην αύξηση της τουριστικής κίνησης στο νομό όσο και στην άνοδο της οικονομίας του νομού και στην καλύτερη ευημερία των κατοίκων του.(βλ.διάγραμμα 3.4.3.1).

Σύμφωνα με τον πίνακα 3.4.4, την μεγαλύτερη ισχύ από τις υπόλοιπες ιδιωτικές επενδύσεις ενταγμένες στο Γ΄ ΚΠΣ για το 2003 και το 2004 είχαν οι ιδιωτικές επενδύσεις των ΜΜΕ ( Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων) από τις ιδιωτικές επενδύσεις στον τομέα του Τουρισμού. Ενώ το 2005 συνέβηκε το αντίθετο, οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις βρίσκονται σε μειονότητα από τις ιδιωτικές επενδύσεις στο τομέα του τουρισμού. Η άνοδος αυτή οφείλεται στην ανάγκη υποστήριξης του τουριστικού κλάδου της οικονομίας , επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα και την ανάπτυξη στο νομό.(βλ.διάγραμμα 3.4.4.1)

Τέλος, εξίσου σταδιακή αύξηση και των δημόσιων επενδύσεων, παρατηρείται κατά την διάρκεια των ετών 1992-1995.( Βλ.διάγραμμα 3.4.5.1, Πίνακα 3.4.5).

Συμπερασματικά όπως αναφέραμε και πιο πάνω, προκύπτει ότι ο Τουρισμός στο Ν.Μαγνησίας αποτελεί ένα τομέα ιδιαίτερα δυναμικό και βρίσκεται σε ανοδική εξέλιξη και γιαυτό το λόγο το μεγαλύτερο ποσοστό ιδιωτικών επενδύσεων στο νομό Μαγνησίας στηρίζεται και αυξάνεται στο τομέα αυτό.

Πίνακας 3.4.3: Κατανομή Ιδιωτικών επενδύσεων του νόμου 2601/98 ,του Νομού Μαγνησίας από το 2001-2005

Ιδιωτικές Επενδύσεις Νόμου 2601/98 Τομέας Τουρισμού	2001	569.332
Ιδιωτικές Επενδύσεις αναπτυξιακού νόμου 2601 / 98 Τομέα Τουρισμού	2005	9.268.272
Ιδιωτικές Επενδύσεις αναπτυξιακού νόμου 2601 Τομέα Τουρισμού	2003	2.124.000
Ιδιωτικές Επενδύσεις αναπτυξιακού νόμου 2601 Τομέα Τουρισμού	2002	1.357.500
Ιδιωτικές Επενδύσεις Νόμου 2601/98 Τομέας Τουρισμού	2004	5.100.503

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.perifereiakianaptixi.gr](http://www.perifereiakianaptixi.gr))

Διάγραμμα 3.4.3.1: Κατανομή Ιδιωτικών επενδύσεων του νόμου 2601/98 ,του Νομού Μαγνησίας από το 2001-2005



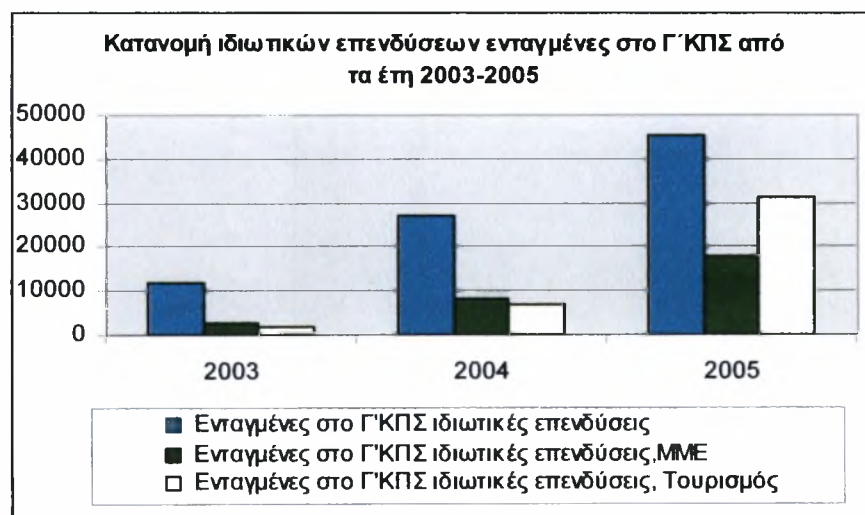
Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.perifereiakianaptixi.gr](http://www.perifereiakianaptixi.gr))

Πίνακας 3.4.4: Κατανομή Ιδιωτικών επενδύσεων ενταγμένες στο Γ' ΚΠΣ έως 31/12 χιλ.Ευρώ ,του Νομού Μαγνησίας από το 2003-2005

	2003	2004	2005
Ενταγμένες στο Γ'ΚΠΣ ιδιωτικές επενδύσεις	11724	27104	45358
Ενταγμένες στο Γ'ΚΠΣ ιδιωτικές επενδύσεις ΜΜΕ	2702	8477	17849
Ενταγμένες στο Γ'ΚΠΣ ιδιωτικές επενδύσεις, Τουρισμός	1945	6835	31141
Σύνολο ενταγμένων έργων Γ'ΚΠΣ 2000-2006 (νομαρχιακά)	454308	557504	676837

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.perifereiakianaptixi.gr](http://www.perifereiakianaptixi.gr))

Διάγραμμα 3.4.4.1: Κατανομή Ιδιωτικών επενδύσεων ενταγμένες στο Γ' ΚΠΣ έως 31/12 χιλ.Ευρώ ,του Νομού Μαγνησίας από το 2003-2005



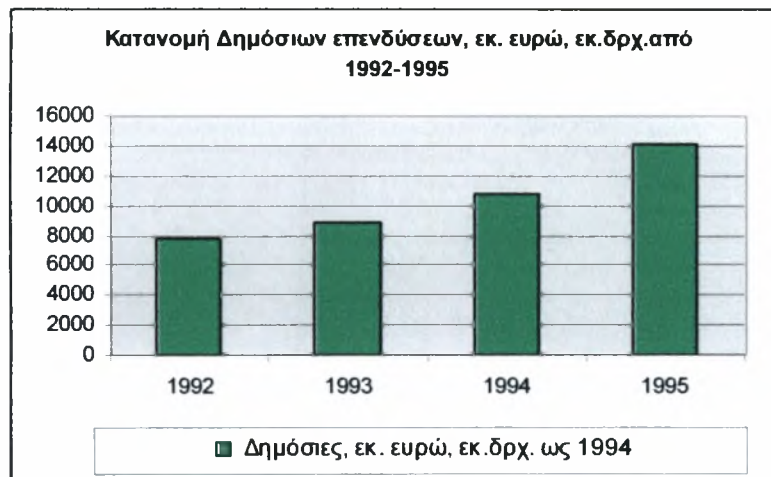
Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.economics.gr/www.allmedia.gr](http://www.economics.gr/www.allmedia.gr))

Πίνακας 3.4.5: Κατανομή δημόσιων επενδύσεων κατά την χρονική περίοδο 1992-1995

	1992	1993	1994	1995
Δημόσιες, εκ. ευρώ, εκ.δρχ.	7782	8868	10768	14165

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.economics.gr/www.allmedia.gr](http://www.economics.gr/www.allmedia.gr))

Διάγραμμα 3.4.5.1: Κατανομή δημόσιων επενδύσεων κατά την χρονική περίοδο 1992-1995



Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.economics.gr/www.allmedia.gr](http://www.economics.gr/www.allmedia.gr))

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : Ο Τουρισμός στη πόλη του Βόλου

### 4.1 Τουριστικοί Πόροι

### 4.2 Προσφορά τουριστικού προϊόντος

#### 4.2.1 Ιστορία του Βόλου

#### 4.2.2 Κλιματολογικές συνθήκες

#### 4.2.3 Βόλος – Βάση για εξορμήσεις

#### 4.2.4 Αθλητική υποδομή και αθλητικές εγκαταστάσεις

#### 4.2.5 Τουριστική υποδομή (κατ .ξενοδοχειακής υποδομής)

#### 4.2.6 Επιχειρηματική δραστηριότητα

### 4.3 Ζήτηση τουριστικού προϊόντος

#### 4.3.1 Διανυκτερεύσεις

#### 4.3.2 Αφίξεις

#### 4.3.3 Συνάλλαγμα

#### 4.3.3.1 Εκτίμηση Τουριστικού Συναλλάγματος

#### 4.3.3.2 Άμεσες και Έμμεσες επιπτώσεις της τουριστικής δαπάνης των τουριστών

#### 4.3.4 Ρόλος των Ολυμπιακών Έργων στο Βόλο και η τουριστική προβολή τους

#### 4.3.5 Οργάνωση και προβολή- προγράμματα, πολιτικές- προγραμματιζόμενα έργα

### 4.4 Προβλήματα τουριστικών φορέων

#### 4.4.1 Προβλήματα που εντοπίζουν οι τουριστικοί φορείς

#### 4.4.2 Προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Ξενοδόχοι Ν.Μαγνησίας

### 4.5 Ανάλυση S.W.O.T

#### **4.1 Τουριστικοί Πόροι**

Το τουριστικό δυναμικό της περιοχής προσδιορίζεται από την ύπαρξη τουριστικών πόρων όπως:

- Πλούσια ιστορική και πολιτιστική δραστηριότητα που καλύπτει όλες τις ιστορικές εποχές
- Ύπαρξη Πανεπιστημίου που ενισχύει το εκπαιδευτικό , επιστημονικό και συνεδριακό τουρισμό
- Πλούσια θρησκευτική και πολιτιστική κληρονομιά που ενισχύει εναλλακτικές μορφές τουρισμού



- Αναπτυγμένη παραγωγική δομή που δύναται να στηρίξει την τουριστική ανάπτυξη
- Μοναδικό μουσειακό σιδηρόδρομο ( Τρενάκι Πηλίου) και σιδηροδρομική κληρονομιά ( Θεσσαλικοί Σιδηρόδρομοι, τρία πλάτη γραμμής)
- Αξιόλογη γραμμή ακτών στο χερσαίο τμήμα της πόλης που προσφέρεται για θάλασσιο τουρισμό.

#### **4.2 Προσφορά τουριστικού προϊόντος**

Σε αυτή την υποενότητα εξετάζονται τα στοιχεία που αφορούν στην προσφορά του τουριστικού προϊόντος στο Βόλο. Συγκεκριμένα παρουσιάζονται στοιχεία που αφορούν τις κλιματολογικές συνθήκες, το φυσικό περιβάλλον, την επιχειρηματική δραστηριότητα, τον αθλητισμό(αθλητικές υποδομές και εκδηλώσεις) ,την ιστορία – πολιτισμό, και την επιχειρηματική δραστηριότητα. Όλα τα παραπάνω στοιχεία αποτελούν τους βασικούς παράγοντες που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των αποφάσεων των τουριστών για την επίσκεψη ενός συγκεκριμένου τόπου.

##### **4.2.1 Ιστορία του Βόλου**

Η περιοχή του Βόλου αποτελεί μια από τις παλιότερα κατοικημένες περιοχές του Ελλαδικού Χώρου. Η αδιάκοπη ανθρώπινη παρουσία στην πορεία όλων αυτών των χρόνων άφησε έντονα τα χνάρια της όπως: οι αρχαιολογικοί χώροι Σέσκλου και Διμηνίου, δύο από τους παλαιότερους νεολιθικούς οικισμούς της Ευρώπης, ο μυκηναϊκός οικισμός στο Διμήνι, όπου οι τελευταίες αρχαιολογικές ανασκαφές τοποθετούν την Ιωλκό, πατρίδα του Ιάσωνα τα ερείπια της αρχαίας Δημητριάδας με το θέατρο, το ανάκτορο, το υδραγωγείο η αρχαία Άλως στην περιοχή του Αλμυρού και ο λόφος της Γορίτσας οι παλαιοχριστιανικές βασιλικές των Φθιωτίδων Θηβών στη Νέα Αγχίαλο οι οικισμοί του Πηλίου με τα μεγάλα αρχοντικά, εξαιρετικά μνημεία της λαϊκής αρχιτεκτονικής, και την πλούσια βιοτεχνική παράδοση στα χρόνια της Τουρκοκρατίας, η νέα πόλη με την προπολεμική της αρχιτεκτονική αποτελούν σημαντικά μνημεία διαχρονικής και πανελλήνιας ακτινοβολίας και κινούν το ενδιαφέρον του κάθε τουρίστα επισκέπτη να τα επισκεφθεί γνωρίζοντας από κοντά την ιστορία του Βόλου.

Εκτός από τους αρχαιολογικούς χώρους, που σημάδευσαν, την ιστορία του Βόλου, εξίσου σημαντική είναι και η ύπαρξη αρχαιολογικών μουσείων και μνημείων

τα οποία επιτρέπουν στο τουρίστα επισκέπτη να κατανοήσει καλύτερα τον πολιτισμό της πόλης του Βόλου.

Επίσης, τα πάρκα και οι πλατείες, ενταγμένα στον ιστό του πολεοδομικού συγκροτήματος της πόλης, αποτελούν σημεία αναφοράς ως χώροι αναψυχής και πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Η πολιτιστική παράδοση συνεχίζεται και ανανεώνεται σε σύγχρονους χώρους, που φιλοξενούν, καλλιτεχνικές και επιστημονικές εκδηλώσεις πανελληνίας και διεθνούς εμβέλειας.

Πίσω από την ιστορία της πόλης κρύβεται ένας μεγάλος μύθος, ο μύθος της Αργοναυτικής Εκστρατείας όπου ξεκινά με την πρόσκληση του Ιάσωνα προς όλους τους γενναίους της εποχής του να φέρουν στην Ιωλκό το χρυσόμαλλο δέρας από τη μακρινή Κολχίδα. Αυτό το μύθο επιχειρεί να αναβιώσει μέσα από ένα μεγαλεπήβολο σχέδιο ο Δήμος Βόλου και η Δημοτική Τουριστική Επιχείρηση. Έτσι ο Βόλος θα καταστεί το σημείο πολιτιστικής και επιχειρηματικής επικοινωνίας της Ευρώπης με τις Παρευξείνιες χώρες και παράλληλα θα κινητοποιήσει περισσότερο το ενδιαφέρον του πολιτιστικού τουρίστα.

Η σύγχρονη πόλη, αξιοποιώντας τη βιοτεχνική τεχνογνωσία του Πηλίου, το εργατικό δυναμικό της Θεσσαλίας και ιδιωτικές επενδύσεις εξελίχθηκε σε σημαντικό βιοτεχνικό και βιομηχανικό κέντρο, με το τρίτο κατά σειρά μέγεθος λιμάνι της χώρας με 36% του ακαθάριστου τοπικού προϊόντος και 35% της απασχόλησης. Η οικονομία της πόλης στηρίζεται στη βιομηχανία, το εμπόριο, τη βιοτεχνία, τις υπηρεσίες και τον τουρισμό στη βιομηχανική περιοχή του Βόλου εκ των οποίων είναι εγκατεστημένες πάνω από 70 βιομηχανικές μονάδες και 4000 εργαζομένους που την τοποθετούν στη τρίτη θέση από άποψη οικονομικής δυναμικότητας μετά από τις ΒΙ.ΠΕ της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

Επίσης, διαθέτοντας ένα νέο και σύγχρονο πανεπιστήμιο, μια ζωντανή καλλιτεχνική και πνευματική ζωή, αξιόλογη πολιτιστική υποδομή, αλλά και μια προοπτική ουσιαστικής ανάπτυξης ο Βόλος εξελίσσεται σε ένα δυναμικό κέντρο της Ελληνικής περιφέρειας και της Ευρώπης.

Σημαντική η ύπαρξη του θρυλικού "Μουντζούρης", το τρενάκι του Πηλίου το οποίο συνέδεσε το εμποροβιομηχανικό κέντρο του Βόλου με την εύφορη και πλούσια περιοχή του Δυτικού Πηλίου, στις πλαγιές και στους ελαιώνες του βουνού των Κενταύρων. Μετά την κατάργησή του το 1971 έγιναν προσπάθειες για την επαναλειτουργία του σαν (μουσειακού) τουριστικού σιδηροδρόμου σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς. Μετά από σημαντικά έργα ανακατασκευής

μέρους της υποδομής, μπήκε και πάλι σε λειτουργία το 1996. Η διαδρομή **Άνω Λεωνίων - Μηλιών**, μέσα σε **καταπράσινες πλαγιές** και με την πανέμορφη **θέα του Παγασητικού**, περνάει μέσα από γραφικές πέτρινες καμάρες πάνω από οκτώ λιθόκτιστες γέφυρες με πελεκητή μαρμαρόπετρα, καθώς και από μια μεταλλική γέφυρα όπου η καμπύλη γραμμή γράφεται μέσα σε ευθύγραμμο φορέα, σύμφωνα με τα σχέδια φημισμένων γεφυροποιών της εποχής.

Εξίσου σημαντικό ως προς την αύξηση του πολιτιστικού κυρίως τουρισμού στο δήμο Βόλου αποτελεί το υπερσύγχρονο Συνεδριακό Κέντρο Θεσσαλίας συνδυάζοντας φιλόξενη ατμόσφαιρα και άριστο εξοπλισμό και παρέχοντας τη μοναδική δυνατότητα παραλλήλων συνεδριάσεων λόγω των πολλών λειτουργικών χώρων. Επίσης έχει εύκολη οδική πρόσβαση από το κέντρο του Βόλου (10 λεπτά) και είναι ιδανική αφετηρία για εξορμήσεις προς το Πήλιο, τις παραλίες του Παγασητικού, του Αιγαίου, των νησιών της Σκιάθου, της Σκοπέλου και της Αλοννήσου αλλά και τα Μετέωρα.

#### 4.2.2 Κλιματολογικές συνθήκες

Το κλίμα του Βόλου είναι τυπικά μεσογειακό και γενικώς της Ελλάδας, όπως : ήπιοι και υγροί χειμώνες, σχετικά θερμά και ξηρά καλοκαίρια και, γενικά, μακρές περίοδοι ηλιοφάνειας κατά την μεγαλύτερη διάρκεια του έτους.

Το κλίμα του έχει σε γενικές γραμμές τα χαρακτηριστικά του Μεσογειακού κλίματος, δηλαδή ήπιους και βροχερούς χειμώνες, σχετικώς θερμά και ξηρά καλοκαίρια και μεγάλη ηλιοφάνεια όλο σχεδόν το χρόνο.

Λεπτομερέστερα στις διάφορες περιοχές της Ελλάδας παρουσιάζεται μια μεγάλη ποικιλία κλιματικών τύπων, πάντα βέβαια μέσα στα πλαίσια του Μεσογειακού κλίματος

Αυτό οφείλεται στην τοπογραφική διαμόρφωση της χώρας που έχει μεγάλες διαφορές υψομέτρου ( υπάρχουν μεγάλες οροσειρές κατά μήκος της κεντρικής χώρας και άλλοι ορεινοί όγκοι) και εναλλαγή ξηράς και θάλασσας.

Οι βροχές στη περιοχή του Βόλου κατά τη χειμερινή περίοδο δεν διαρκούν για πολλές ημέρες και ο ουρανός δεν μένει συννεφιασμένος για αρκετές συνεχόμενες ημέρες, όπως συμβαίνει σε άλλες περιοχές της γης. Οι χειμερινές κακοκαιρίες διακόπτονται συχνά κατά τον Ιανουάριο και το πρώτο δεκαπενθήμερο του Φεβρουαρίου από ηλιόλουστες ημέρες, τις γνωστές από την αρχαιότητα “ Αλκυονίδες ημέρες”.

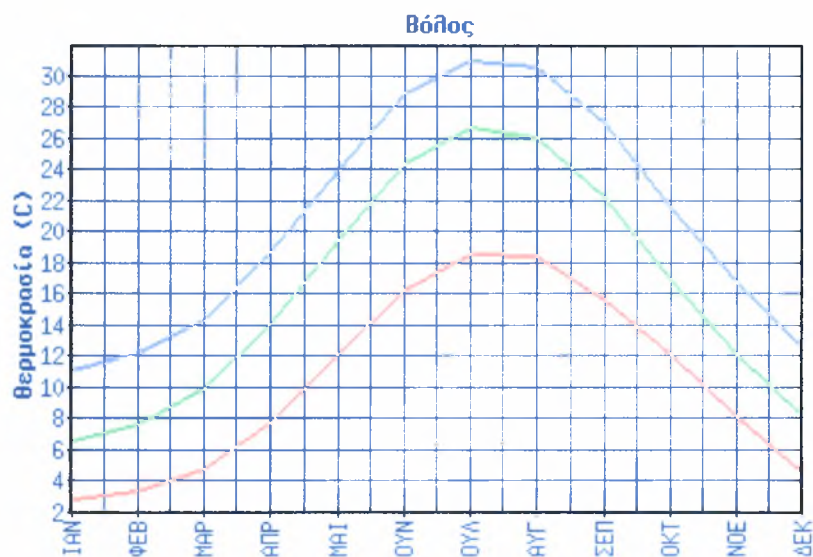
Κατά τη θερμή και άνομβρη εποχή ο καιρός είναι σταθερός, ο ουρανός σχεδόν αίθριος, ο ήλιος λαμπερός και δεν βρέχει εκτός από σπάνια διαλείμματα με ραγδαίες βροχές ή καταιγίδες μικρής όμως διάρκειας.

Η θερμότερη περίοδος είναι το τελευταίο δεκαήμερο του Ιουλίου και το πρώτο του Αυγούστου οπότε η μέση μέγιστη θερμοκρασία κυμαίνεται από 29 C μέχρι 35 C. Κατά τη θερμή εποχή οι υψηλές θερμοκρασίες μετριάζονται από τη δροσερή θαλάσσια αύρα στις παράκτιες περιοχές της χώρας και από τους βόρειους ανέμους (ετήσιες) που φυσούν κυρίως στο Αιγαίο.

Η Άνοιξη έχει μικρή διάρκεια, διότι ο μεν χειμώνας είναι όψιμος, το δε καλοκαίρι αρχίζει πρώιμα. Το Φθινόπωρο είναι μακρύ και θερμό και πολλές φορές παρατείνεται στη Νότια Ελλάδα και μέχρι τα μισά του Δεκεμβρίου.

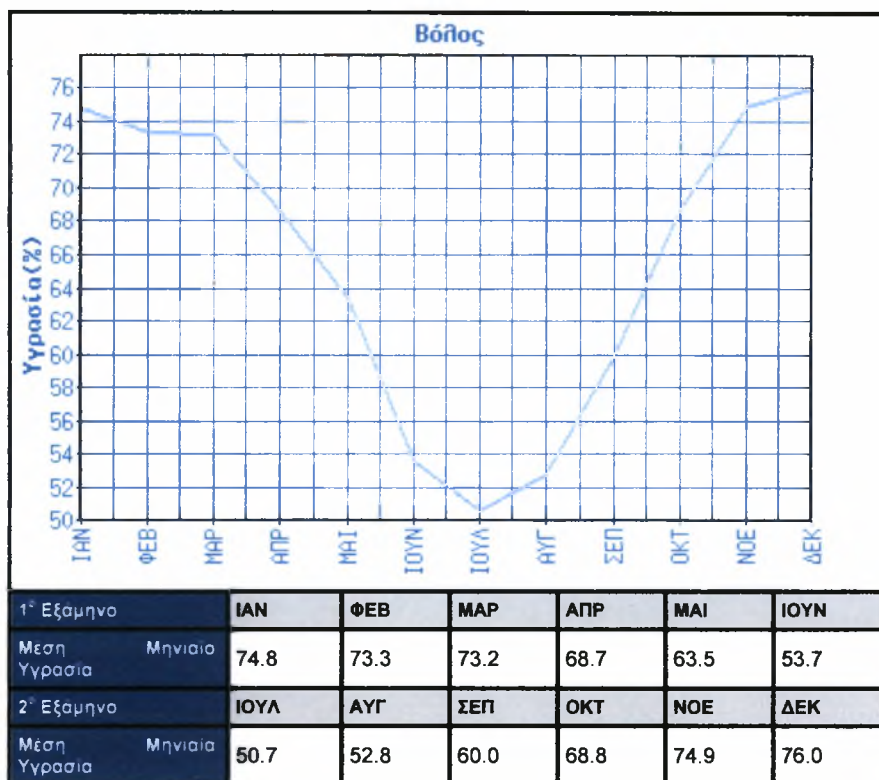
Διάγραμμα 4.2.2.1: Ένδειξη Μετεωρολογικών στοιχείων στο Βόλο( Θερμοκρασία)

ΑΠΟΛΥΤΗ ΜΕΓ. ΘΕΡΜ.: 46,2°C / ΑΠΟΛΥΤΗ ΕΛΑΧ. ΘΕΡΜ.: -9,8°C



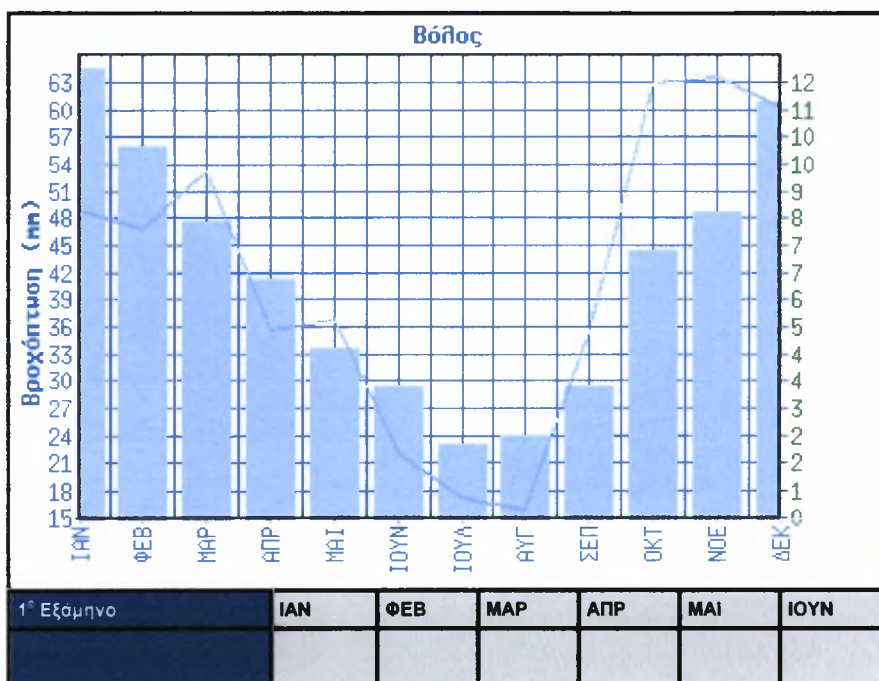
Πηγή: [www.hnms.gr](http://www.hnms.gr) (μετεωρολογική υπηρεσία Ελλάδας)

Διάγραμμα και Πίνακας 4.2.2.2: Ένδειξη Μετεωρολογικών στοιχείων στο Βόλο ( υγρασία)



Πηγή: [www.hnms.gr](http://www.hnms.gr) (μετεωρολογική υπηρεσία Ελλάδας)

Διάγραμμα και Πίνακας 4.2.2.3: Ένδειξη Μετεωρολογικών στοιχείων στο Βόλο ( βροχόπτωση)



Μέση Βροχοπτώση	Μηνιαία	49.0	46.9	53.3	35.8	36.8	22.1
Συνολικές Βροχής	Μέρες	12.3	10.2	8.1	6.5	4.6	3.6
2 <sup>ο</sup> Εξάμηνο		ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
Μέση Βροχοπτώση	Μηνιαία	17.4	15.9	35.6	63.1	63.6	60.5
Συνολικές Βροχής	Μέρες	2.0	2.2	3.6	7.3	8.4	11.4

Πηγή: [www.hnms.gr](http://www.hnms.gr) (μετεωρολογική υπηρεσία Ελλάδας)

#### 4.2.3 Βόλος – Βάση για εξορμήσεις

Η πλεονεκτική γεωγραφική του θέση καθιστά το Βόλο ιδανική βάση για σύντομες ημερήσιες εξορμήσεις, τόσο προς τις βραβευμένες με γαλάζιες σημαίες παραλίες του Παγασητικού και τα γραφικά λιμανάκια του όσο και προς τα όμορφα χωριά του Πηλίου και τα μοναδικά νησιά της Σκιάθου, της Σκοπέλου και της Αλονήσσου. Τέτοιες μπορεί να είναι: Η Πορταριά και η Μακρυνίτσα φημισμένα χωριά του βουνού των Κενταύρων, διατηρούν το χρώμα άλλων εποχών και διαθέτουν υποδομές τουρισμού σχετικά υψηλού επιπέδου.

Τα Χάνια, με το οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο που αποτελεί πόλο έλξης των εραστών των χειμερινών σπόρ.

Το ανατολικό Πήλιο, στη Ζαγορά και Τσαγγαράδα, τα υπόλοιπα φημισμένα χωριά της περιοχής με έντονα αποτυπωμένο τον πλούτο του παρελθόντος. Ο περίπατος στα καταπράσινα και γραφικά καλντερίμια και το κολύμπι στις ιδιαίτερης ομορφιάς παραλίες, όπως το Χορευτού, του Αϊ-Γιάννη, του Μηλοπόταμου και της Ξυνόβρυσης.

Επίσης, η διαδρομή που ακολουθεί το τρενάκι του Πηλίου, ο θρυλικός «Μουτζούρης», όπου μπορεί κανείς να θαυμάσει το πηλιορείτικο τοπίο, τη μαγευτική θέα στη θάλασσα και να γνωρίσει τη μοναδικότητα κάθε χωριού.

Ο επισκέπτης μπορεί να ακολουθήσει δύο αντίθετες κατευθύνσεις. Η μία, η ανατολική, στους πρόποδες του Πηλίου που περιλαμβάνει την Αγριά, τη Γατζέα, τα Καλά Νερά, την Άφησσο, την Αργαλαστή, το Χόρτο και τη Μηλίνα. Ως επίσης και το ιστορικό Τρίκερι που επιτηρεί την είσοδο του Παγασητικού. Η δυτική, στη σκιά του βουνού Οθρυς, με σταθμούς τη Ν.Αγχίαλο, τον Αλμυρό, την Αμαλιάπολη, τον Πτελέο και το Αχίλλειο, αποκαλύπτει άλλες εικόνες, το ίδιο μαγευτικές.

Και τέλος η εξόρμηση στα γραφικά νησιά των Βορείων Σποράδων. Τα ιπτάμενα δελφίνια και τα πλοία της γραμμής συνδέουν με καθημερινά συχνά δρομολόγια το Βόλο με τα πανέμορφα νησιά της Σκιάθου, της Σκοπέλου και της Αλοννήσου, που συνδυάζουν το πράσινο με τις χρυσαφένιες αμμουδιές του Αιγαίου.

#### **4.2.4 Αθλητική υποδομή και αθλητικές εγκαταστάσεις (Αθλητικός τουρισμός)**

##### **Αθλητικό κέντρο ο Βόλος**

Ο Δήμος Βόλου - Ν.Ιωνίας, διαθέτει μια από τις μεγαλύτερες και καλύτερες αθλητικές υποδομές της Ελλάδας, σε συνδυασμό με το βουνό (Πήλιο) και τη θάλασσα (Παγασητικός κόλπος), συγκροτεί ένα αθλητικό κέντρο Ευρωπαϊκών προδιαγραφών, το οποίο μπορεί να εξυπηρετήσει αγώνες ποδοσφαίρου, μπάσκετ, βόλεϊ, χάντμπολ, πάλης, τσεκβόντο, στίβου, κολύμβησης, πόλο, καταδύσεων, ιστιοπλοΐας, κωπηλασίας, τέννις, ιππασίας, χιονοδρομίας, σκοποβολής, ενόργανης γυμναστικής, αναρρίχησης, ορειβασίας.

Για ποδόσφαιρο διαθέτει δύο μεγάλα στάδια.. Το νεότευκτο Πανθεσσαλικό για 22.000 θεατές και το Εθνικό Στάδιο για 12.000 θεατές, το γήπεδο Παντελής Μαγουλάς 4.000 θέσεων στη Ν.Ιωνία, το Αθλητικό κέντρο Βασδέκη στη Ν.Ιωνία και πολλά άλλα προπονητήρια.

Για διεθνείς αγώνες στίβου το Πανθεσσαλικό Στάδιο και τα Γυμναστήρια Γ.Σ Βόλου και Όλγα Βασδέκη.

Για ομαδικά αθλήματα, τέσσερα κλειστά γυμναστήρια. Στη Ν.Ιωνία 2.000 θέσεων, Ε.Α.Κ 1.100 θέσεων, Αδαμόπουλου Εκθεσιακό Κέντρο και Καραγάτς.

Για ναυταθλητικά αγωνίσματα. Στο ΕΑΚ κλειστό και ανοιχτό κολυμβητήριο στο Βόλο, κλειστό στη Ν.Ιωνία, κωπηλατήριο, εγκαταστάσεις για ιστιοπλοΐα, Ιππασία. Εγκαταστάσεις στο Πεδίο Άρεως και το Ιππότης Club στα Άνω Σπαρτιά κοντά στο Σέσκλο, Τέννις, Γήπεδα τέννις στο Βόλο και τη Νέα Ιωνία, Χιονοδρομία. Χιονοδρομικό κέντρο στα Χάνια Πηλίου.

Επίσης, στο Βόλο το ποδόσφαιρο έχει αναδειχθεί ως κυρίαρχο σπόρ. Οι ομάδες του Ολυμπιακού και της Νίκης Βόλου έχουν γράψει την δική τους ξεχωριστή ιστορία στην Α' Εθνική κατηγορία.

Μέσα από τα προγράμματα οργανωμένων συλλόγων, η πόλη του Βόλου προσφέρει την δυνατότητα στους φίλους της δράσης, της περιπέτειας και της άθλησης να ασχοληθούν με ποικίλα σπόρ, κάθε εποχή του χρόνου. Στο Πήλιο, το

οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο παρέχει στους φίλους των χειμερινών σπόρ τη δυνατότητα να «σερφάρουν» στις κατάλευκες πίστες και να εξασκούνται στο σκι, ορειβασία, ποδόσφαιρο και μπάσκετ, βόλεϊ, ποδηλασία, ενόργανη γυμναστική, τένις, ιππασία, ιστιοπλοΐα, ανοικτής θαλάσσης, κωπηλασία, παραδοσιακός και μοντέρνος χορός είναι μερικές από τις δραστηριότητες που μπορεί κανείς να αναπτύξει στο Βόλο.

Πίνακας 4.2.4.1: Αθλητική Υποδομή Βόλου

α/α	Υποδομή	Περιοχή
1	ΕΑΚ(Εθνικό Αθλητικό Κέντρο)Βόλου	Νέα Δημοτριάδα
2	Κλειστό Αθλητικό Κέντρο "Ελικοδρόμιο"	Ν.Ιωνία
3	Αθλητικό Κέντρο "Άσυλο"	Χιλιαδού
4	Αθλητικό Κέντρο	Καραγάτς(οδό Κύπρου)
5	Αθλητικό Κέντρο Γυμναστικού	Άγιος Βασίλειος-Καλλιθέα(οδό Ιωλκού)
6	Εκθεσιακό Αθλητικό Κέντρο	Νεάπολη(Πεδίον του Αρεως)
7	Γήπεδο Ποδοσφαίρου Νεάπολης	Νεάπολη(Πεδίον του Αρεως)
8	Γήπεδο Ποδοσφαίρου Νίκης Βόλου	Ν.Ιωνία
9	Γήπεδο Ποδοσφαίρου Μαγνησιακός	Παλαιά
10	Γήπεδο Ποδοσφαίρου Σαρακηνός	Άγια Παρασκευή
11	Ν.Ο.Β. Α( club ιστιοπλοΐας και κανό)	Αναυρος
12	Κωπηλατήριο	Άγιος Κωνσταντίνος
13	Ιππικός Όμιλος	Νεάπολη

Πηγή: Ίδια Επεξεργασία ,(στοιχείων ΔΕΜΕΚΑΒ, 1996)

Πίνακας 4.2.4.2: Εγκαταστάσεις Π Α Κ Θ

α/α	Εγκατάσταση	Χωρητικότητα (θέσεις θεατών)	Περιγραφή Εξυπηρητήσεις	Άλλες Βοηθητικές Εγκαταστάσεις
1	Πανθεσσαλικό Στάδιο	20.000	8 διαδρομές στίβου νυχτερινός φωτισμός, τηλεοπτική κάλυψη, σκεπαστική κεντρική εξέδρα	Βοηθητικό γήπεδο
2	Κλειστό Κολυμβητήριο	4.500	Έκταση 5.500τ.μ Τμήμα καταδύσεων	
3	Κλειστό Γυμναστήριο	2.500	Για τους τοπικούς συλλόγους	
4	5 ανοιχτά γήπεδα τένις	5.500	Πλαστικό χλοοτάπητα	Βοηθητικοί Χώροι
5	Κλειστή Αίθουσα Γυμναστικής	5.000	Έκταση 7.000τ.μ	Υπάρχον Γυμναστήριο
6	Ποδηλατοδρόμιο	200	Έκταση 20.500τ.μ	
7	Ξενώνας Αθλητών	Για αθλητές θεατές και κατοίκους	Εξυπηρέτηση των αθλητών που προπονούνται	



8	2 εστιατόρια-αναψυκτήρια	Επιφάνεια 960τ.μ	
---	--------------------------	------------------	--

Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, (στοιχείων ΔΕΜΕΚΑΒ, 1996)*

Το Περιφερειακό Αθλητικό Κέντρο Θεσσαλίας (Π Α Κ Θ) εντάχθηκε στα πλαίσια του Προγράμματος «Ελλάδα 2004», για τους Ολυμπιακούς Αγώνες και χαρακτηρίζεται ως Ολυμπιακή αθλητική υποδομή. Ο προϋπολογισμός των έργων που είχε αναλάβει να διεκπεραιώσει το πρόγραμμα ανερχόταν στα 11,4 δις δρχ.

Σήμερα το ΠΑΚΘ, ένα υφιστάμενο και υπό λειτουργία έργο χωροθετείται στο Δήμο Ν.Ιωνίας και συγκεκριμένα μεταξύ του «Ελικοδρομίου» και του Περιφερειακού δρόμου.

Συνολικά το ΠΑΚΘ καταλαμβάνει μια έκταση 350 στρεμμάτων. Από αυτά, 110 στρέμματα (32,5%) καταλαμβάνονται από αθλητικές εγκαταστάσεις, 93 στρέμματα (26,5%) διατίθεται για χώρους στάθμευσης και τα υπόλοιπα 147 στρέμματα (42%) για πράσινο και για την κυκλοφορία πεζών. Υπολογίζονται ότι μέσα στο χώρο του ΠΑΚΘ θα μπορούν συνολικά να διακινούνται γύρω στα 50.000 άτομα.

#### 4.2.5 Υπηρεσίες εξυπηρέτησης τουριστών – τουριστικές υποδομές

Στην πόλη του Βόλου εδρεύουν 21 γραφεία γενικού τουρισμού τα οποία παρουσιάζονται αναλυτικά στο πιο κάτω πίνακα.

α/α	Επωνυμία	Διεύθυνση
1	Asteris Travel	Αντωνοπούλου 37
2	Vis Travel	Αντωνοπούλου 3
3	Βουτσίνου Νίκη	Κ.Καρτάλη 159
4	Falkon tours	Αργοναυτών 34
5	Efstathiou Voula	Τ.Οικονομάκη 9
6	Volos Town Travel	Αργοναυτών 23
7	ΚΤΕΛ Μαγνησίας	Ιάσωνος 86-Σ.Σπυρίδη Ζάχου 5
8	Κορωναίος Tours	Κ.Καρτάλη 129
9	Καρβουνιάρης Αχ.	Ιάσωνος 77
10	Ionis Tours	Κουμουνδούρου 20
11	Sporades Travel	Αργοναυτών 33
12	Μωραιτόπουλος Χρίστος	Σ.Σπυρίδη 86
13	Κανέλλου Βάσω	
14	Μπάρδας Τουρς	Τοπάλη 2
15	Les Hironnelles	Κουμουνδούρου 19
16	Tourist Agency Stefanos	Κουμουνδούρου 118
17	Triantis Travel	Αργοναυτών 35
18	Τουριστικές Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις Πηλίου ΕΠΕ	Ιάσωνος 93Α
19	Cool Travel Agency	Κ.Καρτάλη 136
20	Minoan Flying Dolphins	Αντωνοπούλου 11Α
21	Pelion Travel	Γκλαβάνη 45
22	Theofanides Hellas Ltd.Tourist Ent./Rent a car	Ιάσωνος 31

Πηγή : ίδια επεξεργασία(στοιχεία ΕΟΤ)

Στο Βόλο εδρεύουν τρεις εταιρίες εκδρομικών πούλμαν ( motor coach companies).Πρόκειται για τις πιο κάτω:

- Bardas Tours( Τοπάλη 2).Παρέχονται και υπηρεσίες ιδιωτικής ξενάγησης
- Koroneos Tours(Κ.Καρτάλη 189).Διαθέτει 2 πούλμαν, 49 και 52 θέσεων αντιστίχα.
- Stefanos Travel( Κουμουνδούρου 118).Διαθέτει 2 πούλμαν ,30 και 50 θέσεων αντίστοιχα
- Στο Βόλο έχουν παραρτήματα οι εξής τέσσερις εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων ( rent a car offices).Αυτές είναι:Autounion, Avis,Hertz και National Car Rental.

Άλλοι σημαντικοί φορείς που εδρεύουν στη πόλη είναι:

- ΕΟΤ, διεύθυνση Θεσσαλίας (πλατεία Ρήγα Φεραίου)
- Τουριστική Αστυνομία ( 28<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 179)
- Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας (Κουμουνδούρου 31)

Ο Δήμος Βόλου –Ν.Ιωνίας αριθμεί σε 31 ξενοδοχεία που παρουσιάζονται στο πιο κάτω πίνακα:

Πίνακας 4.2.5.2:Ξενοδοχεία Βόλου- Ν.Ιωνίας

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	ΚΑΤ	ΔΩΜ	ΚΛ.	ΠΕΡΙΟΧΗ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ	ΦΑΞ
Volos Palace Ξενοδοχείο	4*	72	119	Ξενοφώντος & Θρακών Βόλος	24210-76501	24210-76507
Αίγλη Ξενοδοχείο	3*	87	154	Αργοναυτών 24, Βόλος	24210-25691 24210-24471	24210-33066
Αλέξανδρος Ξενοδοχείο	3*	78	134	Τοπάλη 3, Βόλος	24210-31221-4	24210-31224
Αύρα Ξενοδοχείο	2*	26	47	Σόλωνος 5, Βόλος	24210-25370	
Ηλέκτρα Ξενοδοχείο	3*	38	71	Τοπάλη 16, Βόλος	24210-32671-4	24210-31224
Νεφέλη Ξενοδοχείο	3*	53	100	Κουμουνδούρου 10, Βόλος	24210-30211-3	24210-35616
Παρκ Ξενοδοχείο	3*	119	225	Δεληγιώργη 2, Βόλος	24210-36511-5	24210-28645
Ξενία Ξενοδοχείο	3*	77	137	Πλαστήρα 1, Βόλος	24210-37793-6	24210-37790
Άδμητος Ξενοδοχείο	2*	33	57	Αθ.Διάκου 3, Βόλος	24210-21117-9	
Γαλαξίας Ξενοδοχείο	2*	54	102	Αγ. Νικολάου 3, Βόλος	24210-20750-2	24210-31444
Ιωλκός Ξενοδοχείο	2*	15	25	Δημητριάδος Βόλος 37,	24210-23416	
Φίλιππος Ξενοδοχείο	2*	39	73	Σόλωνος 9, Βόλος	24210-37607-8	24210-39550
Σάντη Ξενοδοχείο	2*	39	67	Τοπάλη 7, Βόλος	24210-33341-3	

Αργώ Ξενοδοχείο	1*	22	43	Δημητριάδος 135, Βόλος	24210-25372	
					24210-37680	
Ιάσων Ξενοδοχείο	1*	36	73	Παύλου Μελά 1, Βόλος	24210-26075	
					24210-26975	
Ρουσσάς Ξενώνας	1*	15	25	Ιατρού Τζάνου 1, Βόλος	24210-21732	24210-22987
					24210-22987	
Αδωνης Ξενοδοχείο	2*	22	42	Νέες Παγασές	24210-88015-6	
Καλλονή Ξενοδοχείο	3*	30	64	Νέες Παγασές	24210-88240-1	
Φιλοξένια Ξενοδοχείο	2*	17	34	Νέες Παγασές	24210-88336	
					24210-88372	
Αργώ Ξενοδοχείο	2*			Νέες Παγασές	24210-88053	
					24210-88808	
Γιούλι Ξενοδοχείο	1*	22	43	Νέες Παγασές	24210-88273	
Γοργόνα Ξενοδοχείο	1*	14	28	Νέες Παγασές	24210-88041	
Καραγιάννης Ξενοδοχείο	1*	29	45	Νέες Παγασές	24210-88282	
Στέλλα Ξενοδοχείο	1*	16	32	Νέες Παγασές	24210-88089	

Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, [www.volos-city.gr](http://www.volos-city.gr)

Όπως φαίνεται και στο πιο πάνω πίνακα, στην πλειοψηφία τους τα ξενοδοχεία χωροθετούνται στην κεντρική αστική περιοχή του Βόλου. Μόνο ένα ξενοδοχείο από αυτά το «Αριστον» βρίσκεται στο Δήμο Ν.Ιωνίας. Η Χωρική διασπορά των ξενοδοχείων της κεντρικής περιοχής ακολουθεί την παραλιακή γραμμή και επεκτείνεται το πολύ μέχρι τον τρίτο από τη θάλασσα παράλληλο δρόμο, δηλαδή την Ερμού (Κυριαζής,2001:6)

Συνολικά η πόλη διαθέτει 1247 κλίνες, οι οποίες δεν επαρκούν για την κάλυψη της ζήτησης. Η πλεονάζουσα ζήτηση καλύπτεται από κλίνες που βρίσκονται στην ευρύτερη αστική περιοχή, δηλαδή στις Αλυκές, τη Ν.Αγχίαλο, την Αγριά, ακόμα και στις κοντινές κοινότητες του Πηλίου, Πορταριά, Μακρυνίτσα. Το σύνολο σε όλη αυτή την περιοχή φθάνει σήμερα στις 2668 κλίνες (Κυριαζής,2001:6).

Οι εκπρόσωποι της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας, υποστηρίζουν ότι από την περιοχή του Βόλου λείπουν οι ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών προδιαγραφών και ποιότητας γεγονός που ευθύνεται για τη μειωμένη τουριστική κίνηση στην πόλη. Βέβαια αυτό δεν σημαίνει ότι η κατάσταση αυτή διατηρεί τη μονιμότητα της. Ήδη με τους Ολυμπιακούς Αγώνες και συγκεκριμένα των αθλημάτων που πραγματοποιήθηκαν στη πόλη του Βόλου, έχει κατασκευαστεί ένα ξενοδοχείο με

Βέβαια αυτό δεν σημαίνει ότι η κατάσταση αυτή διατηρεί τη μονιμότητα της. Ήδη με τους Ολυμπιακούς Αγώνες και συγκεκριμένα των αθλημάτων που πραγματοποιήθηκαν στη πόλη του Βόλου, έχει κατασκευαστεί ένα ξενοδοχείο με πολύ υψηλές προδιαγραφές-παροχές, η ύπαρξη του οποίου τόσο αισθητικά όσο και λειτουργικά έρχεται σε αντίθεση με τα υπόλοιπα. Έτσι λοιπόν πρέπει να δοθεί προτεραιότητα σε δύο σημεία, τον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων εγκαταστάσεων και την παράλληλη αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και να αυξηθούν επενδυτικές προτάσεις στη περιοχή και από τοπικούς επενδυτές και από ξένους.

#### 4.2.6 Επιχειρηματική δραστηριότητα

Προσεγγίζοντας καλύτερα τη μικροοικονομική πλευρά της οικονομικής δραστηριότητας, η παρούσα υποενότητα βασίζεται σε στοιχεία της ICAP για τις Ανώνυμες Εταιρίες(AE) και τις Εταιρίες Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) της Περιφέρειας Θεσσαλίας. Η ανάλυση βασίζεται σε στοιχεία της πενταετίας 1999-2003. Το πιο κάτω διάγραμμα αποτυπώνεται η τομεακή διάρθρωση των επιχειρήσεων το 2003, με κριτήρια τον αριθμό των επιχειρήσεων, το σύνολο του ενεργητικού (δηλαδή τα απασχολούμενα κεφάλαια) και τον κύκλο εργασιών. Η βιομηχανία της Περιφέρειας αν και αποτελεί μόνο το 35,2% των ΑΕ και ΕΠΕ απασχολεί το 63,6% των κεφαλαίων και δημιουργεί το 58,5% του κύκλου εργασιών. Το εμπόριο, με 27% των επιχειρήσεων, απασχολεί μόλις 18,9% του κεφαλαίου και δημιουργεί 30,7% του κύκλου εργασιών. Το 37,8% των επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών με 17,5% του κεφαλαίου και 10,8% του κύκλου εργασιών ([www.icap.gr](http://www.icap.gr)- Κεντρική Ελλάδα) .

Διάγραμμα 4.2.6.1: Τομεακή Κατανομή των επιχειρήσεων Θεσσαλίας, με βάση τον αριθμό των επιχειρήσεων, το σύνολο του ενεργητικού και τον κύκλο εργασίας (2003)



Πηγή :ιδία επεξεργασία, στοιχεία ICAP



Πηγή: ίδια επεξεργασία, στοιχεία ICAP



Πηγή: ίδια επεξεργασία, στοιχεία ICAP

Η γεωγραφική κατανομή των επιχειρήσεων αυτών μεταξύ των νομών της περιφέρειας καταγράφεται στο διάγραμμα 4.2.6.2, στο οποίο χρησιμοποιούνται τα

ίδια κριτήρια. Το 43,5% των επιχειρήσεων, με το 52,7% των κεφαλαίων και το 52% του κύκλου εργασιών εδρεύουν στη Λάρισα ενώ ακολουθούν η Μαγνησία, τα Τρίκαλα και η Καρδίτσα. Έτσι η βιομηχανική δραστηριότητα ΑΕ και ΕΠΕ συγκεντρώνεται στους νομούς Λάρισα και Μαγνησία.

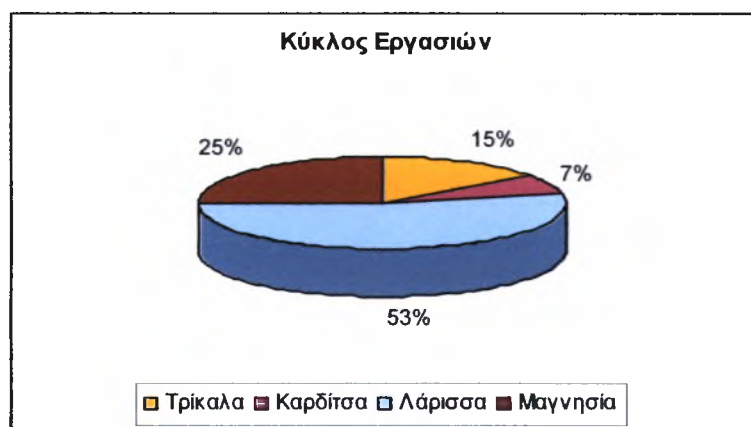
Διάγραμμα 4.2.6.2: Γεωγραφική Κατανομή των επιχειρήσεων Θεσσαλίας, με βάση τον αριθμό των επιχειρήσεων, το σύνολο του ενεργητικού και τον κύκλο εργασιών (2003)



Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία ICAP)



Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία ICAP)



Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία ICAP)

Τέλος στο πίνακα 4.2.6.3 παρουσιάζονται κάποιοι από τους βασικούς χρηματοοικονομικούς δείκτες των επιχειρήσεων. Η γενική εικόνα των ΑΕ και ΕΠΕ της Περιφέρειας όπως προκύπτει από τη διαχρονική εξέλιξη των περισσότερων δεικτών, δεν είναι ιδιαίτερα θετική: η περίοδος 1999 – 2001 είναι μια περίοδος υποχώρησης των περισσότερων δεικτών κερδοφορίας και αποδοτικότητας ενώ κατά τα χρόνια που ακολούθησαν τα στοιχεία εμφανίζουν μια σχετική σταθερότητα με οριακές τάσεις ανάκαμψης. Έτσι για παράδειγμα η αποδοτικότητα των κεφαλαίων έπεσε από το 10% το 1999 σε 6,2% το 2002. Το μικτό περιθώριο κέρδους κυμαίνεται γύρω στο 18% ενώ το καθαρό περιθώριο είναι αρκετά χαμηλό τα τελευταία χρόνια. Η αποδοτικότητα των απασχολούμενων κεφαλαίων, που δηλώνει την απόδοση ανεξαρτήτως της πηγής των κεφαλαίων φθίνει σταθερά. Η σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια έχει παραμείνει σταθερή σε γενικές γραμμές την τελευταία πενταετία εμφανίζοντας μόνο αυξητικές τάσεις. Τέλος, η γενική ρευστότητα των επιχειρήσεων, φαίνεται ενισχυμένη μετά το 2001 και κυμαίνεται σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα.

Πίνακας 4.2.6.3: Βασικοί Χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων της Θεσσαλίας (ΑΕ και ΕΠΕ)

	2003	2002	2001	2000	1999
Μικτό περιθώριο Κέρδους	18,5%	17,9%	17,7%	18,7%	18,3%
Καθαρό περιθώριο Κέρδους	3,0%	3,2%	2,8%	4,4%	4,4%
Αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων	6,2%	6,2%	5,5%	9,1%	10,0%
Αποδοτικότητα απασχ. κεφαλαίων	4,4%	4,5%	4,5%	6,1%	6,5%
Ξένα προς ίδια κεφάλαια	153,3%	145,1%	140,2%	142,4%	143,7%
Μεσομακρ. υποχρεώσεις προς ίδια κεφάλαια	32,6%	32,3%	22,5%	17,9%	16,6%
Γενική Ρευστότητα	32,6%	127,7%	119,1%	111,3%	112,2%

Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία ICAP)



### 4.3 Ζήτηση τουριστικού προϊόντος

Μετά την ανάλυση που προηγήθηκε σε σχέση με την προσφορά του τουριστικού προϊόντος, τώρα θα εξεταστεί η ζήτηση που υπάρχει στο Βόλο τόσο σε επίπεδο τοπικό όσο και σε περιφερειακό (Περιφέρεια Θεσσαλίας). Η ανάλυση των συμπερασμάτων που θα διεξαχθούν θα οδηγήσει στο κατά πόσο ο Βόλος είναι και αν θα εξακολουθήσει να είναι ένα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας.

Στις παραγράφους που ακολουθούν εξετάζονται οι αφίξεις ,οι διανυκτερεύσεις, η πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων, το μέγεθος του τουριστικού συναλλάγματος γενικά και κατά πόσο επηρεάζει την ανάπτυξη στη πόλη του Βόλου και γίνεται αναφορά στις προσπάθειες προβολής του Βόλου.

#### 4.3.1 Διανυκτερεύσεις

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του All media( [www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr)) και Economics ([www.economics.gr](http://www.economics.gr)) δείχνουν ότι το σύνολο των αλλοδαπών στο νομό Μαγνησίας, το 2003 είναι 865064 και των ημεδαπών αντίστοιχα 1204630. Οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών το 2003 είναι στο σύνολο τους 432532 και αντίστοιχα των ημεδαπών 602315. Αυτό σημαίνει ότι στο νομό Μαγνησίας κυριαρχεί περισσότερο ο εσωτερικός τουρισμός ενώ ο διεθνής είναι περιορισμένος.

Συγκρίνοντας τα πιο κάτω διαγράμματα (βλ. διάγραμμα 4.3.1.1. και 4.3.1.2), παρατηρείται στο διάγραμμα 4.3.1.1. μια διαχρονική σταθερότητα κυρίως κατά την διάρκεια των ετών 1999 και 2000, μια μικρή άνοδος της τάξεως 11,1% από 3,5%, κατά τα έτη 2000 με 2001 , αμέσως μετά από το 2001 έως το 2002 μια συνεχής μείωση της τάξεως (-)8.9% και από το 2002-2003 της τάξεως (-)16,6%. Αντιθέτως στο διάγραμμα 4.3.1.2., στο σύνολο των ημεδαπών παρουσιάζονται συνεχείς αυξομειώσεις κατά τη διάρκεια όλων των ετών από το 1999 – 2003 .

Όπως φαίνεται από τον πίνακα 4.3.1.1 και το διάγραμμα 4.3.1.3, κατά ένα μεγάλο αριθμό η προτίμηση διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών γίνεται κυρίως σε ξενοδοχεία και σε πολύ μικρό αριθμό έως σχεδόν καθόλου γίνεται προτίμηση σε camping.

Πίνακας 4.3.1.1: Εξέλιξη διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών στο Ν.Μαγνησίας κατά την περίοδο 1999 – 2005

<b>Σύνολο Διανυκτερεύσεων</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Αλλοδαπών	470956	488277	549180	504274	432532
Αλλοδαπών σε ξενοδοχεία	449194	476322	540214	490446	423365
Αλλοδαπών σε κάμπινγκ	21762	11955	8966	13828	9167
<b>Σύνολο αλλοδαπών</b>	<b>941912</b>	<b>976554</b>	<b>1098360</b>	<b>1008548</b>	<b>865064</b>
Ημεδαπών	624725	584773	621045	573628	602315
Ημεδαπών σε ξενοδοχεία	612517	582698	617782	567957	595860
Ημεδαπών σε κάμπινγκ	12208	2075	3263	5671	6455
<b>Σύνολο ημεδαπών</b>	<b>1249450</b>	<b>1169546</b>	<b>1242090</b>	<b>1147256</b>	<b>1204630</b>

Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία [www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr))

Πίνακας 4.3.1.1 Α: Ετήσιος ρυθμός μεταβολής % διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών στο νομό Μαγνησίας την περίοδο 1999-2003

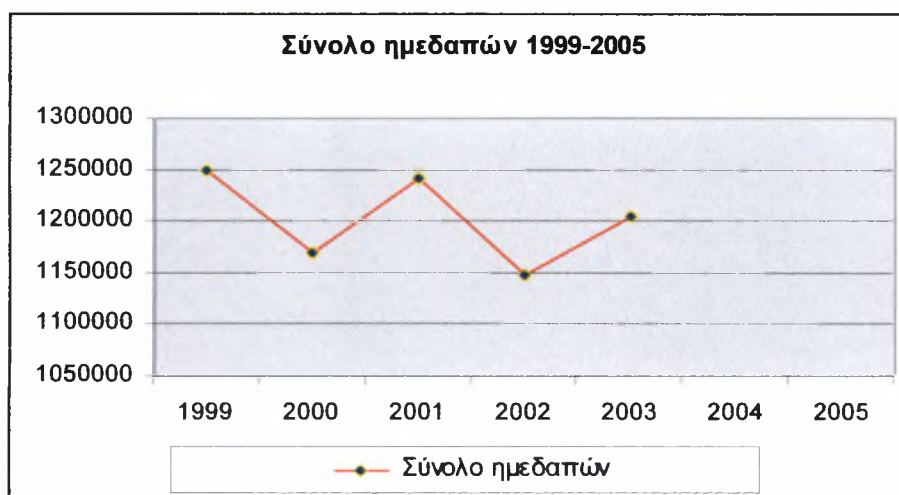
μεταβολή% 1999-2000	μεταβολή% 2000-2001	μεταβολή% 2001-2002	μεταβολή% 2002-2003	
3,5	11,1	-8,9	-16,6	Αλλοδαπών
5,7	11,8	-10,1	-15,8	Αλλοδαπών σε ξενοδοχεία
-82,0	-33,3	35,2	-50,8	Αλλοδαπών σε κάμπινγκ
3,5	11,1	-8,9	-16,6	<b>Σύνολο αλλοδαπών</b>
-6,8	5,8	-8,3	4,8	Ημεδαπών
-5,1	5,7	-8,8	4,7	Ημεδαπών σε ξενοδοχεία
-488,3	36,4	42,5	12,1	Ημεδαπών σε κάμπινγκ
-6,8	5,8	-8,3	4,8	<b>Σύνολο ημεδαπών</b>

Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία [www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr))



Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία [www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr))

Διάγραμμα 4.3.1.2: Σύνολο ημεδαπών στο Ν.Μαγνησίας κατά τη χρονική περίοδο 1999 – 2005



Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία [www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr))

Διάγραμμα 4.3.1.3: Εξέλιξη διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών την περίοδο 1999-2005 στο Ν.Μαγνησίας



Πηγή: Ίδια επεξεργασία, (στοιχεία [www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr))

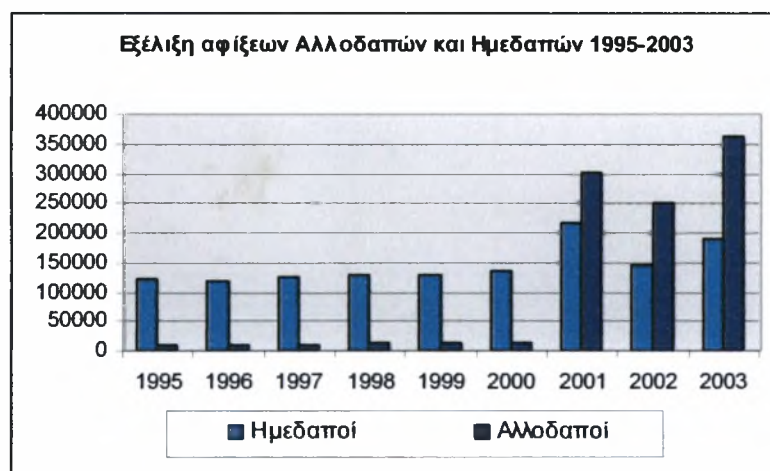
Όπως φαίνεται και στον πιο κάτω πίνακα (βλ. πιν.4.3.1.4) στο Βόλο παρατηρείται συγκριτικά το ίδιο φαινόμενο με το νομό Μαγνησίας, η πλειοψηφία διανυκτερεύσεων των ημεδαπών σε σχέση με των αλλοδαπών, να εξαιρέσουμε τα έτη 2001-2002-2003, κατά τα οποία, υπήρξε ένα μεγάλο ποσοστό μείωσης της τάξεως (-) 1397% για τα έτη 2000-2001, (-)8,9% για το 2001-2002 και -13% αντίστοιχα για τα έτη 2002-2003. Η μειοψηφία των αλλοδαπών οφείλεται στο γεγονός ότι προτιμούν να περάσουν τις διακοπές τους στα νησιά των Β. Σποράδων κυρίως εκεί που επικρατεί περισσότερη ψυχαγωγία και διασκέδαση ενώ οι ημεδαποί για οικογενειακούς και πολιτιστικούς λόγους προτιμούν να διανυκτερεύσουν είτε στο Βόλο είτε στο Πήλιο. Η εξέλιξη των αφίξεων κατά την χρονική περίοδο 1995-2003 (βλ.διάγραμμα 4.3.1.5, 4.3.1.6) των ημεδαπών, διατηρεί μια χαρακτηριστική ισορροπία. Αντιθέτως η εξέλιξη των αλλοδαπών βρίσκεται σε μειωμένες τιμές από το '95-'00 ενώ παρουσιάζει μια σημαντική άνοδο το 2001, με ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξεως του 95,1% (βλ.διάγραμμα 4.3.1.8, 4.3.1.9). Οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι ο Βόλος από το 2001 και μετά, άρχισε να προτιμάται και από τους αλλοδαπούς, κυρίως ως βάση για εξορμήσεις στο Πήλιο.

Πίνακας 4.3.1.4: Διανυκτερεύσεις, αφίξεις αλλοδαπών και ημεδαπών στο Βόλο 1995-2003

Βόλος	Αφίξεις		Διανυκτερεύσεις	
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
1995	121277	10497	191551	21631
1996	119951	10235	196608	18825
1997	124164	11372	197318	24793
1998	127904	12364	203523	28292
1999	128544	12190	220734	27963
2000	134309	14834	223114	36280
2001	218459	300615	14897	35487
2002	146811	250414	13683	33025
2003	188937	361495	12105	29919
<b>Σύνολο</b>	<b>1310356</b>	<b>984016</b>	<b>1273533</b>	<b>256215</b>

Πηγή: *Ιδία επεξεργασία*, (Στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας, [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr))

Διάγραμμα 4.3.1.5: Εξέλιξη αφίξεων των αλλοδαπών και ημεδαπών στο Βόλο 1995-2003



Πηγή: *Ιδία επεξεργασία*, (Στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας, [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr))

Διάγραμμα 4.3.1.6: Εξέλιξη αφίξεων των αλλοδαπών και ημεδαπών στο Βόλο 1995-2003



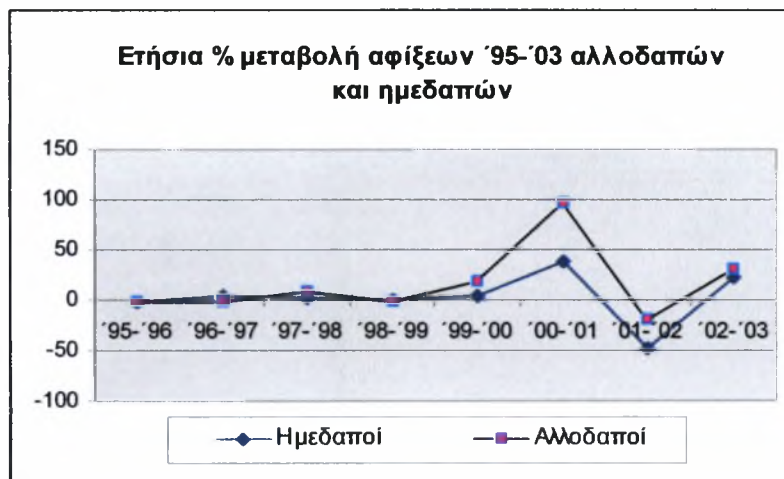
Πηγή: *Ίδια επεξεργασία, (Στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας, [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr))*

Πίνακας 4.3.1.7: Ετήσια μεταβολή % ,αφίξεων και διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και Ημεδαπών στο Βόλο 1995-2003

Ετήσια μεταβολή% 1995-1996		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
<b>Αφίξεις</b>	-1	-2,6
<b>Διανυκτερεύσεις</b>	3	-14,9
Ετήσια μεταβολή% 1996-1997		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
<b>Αφίξεις</b>	3,4	-2,6
<b>Διανυκτερεύσεις</b>	0,4	24,1
Ετήσια μεταβολή% 1997-1998		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
<b>Αφίξεις</b>	2,9	8,0
<b>Διανυκτερεύσεις</b>	3,0	12,4
Ετήσια μεταβολή% 1998-1999		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
<b>Αφίξεις</b>	0,5	-1,4
<b>Διανυκτερεύσεις</b>	7,8	-1,2
Ετήσια μεταβολή% 1999-2000		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
<b>Αφίξεις</b>	4,3	17,8
<b>Διανυκτερεύσεις</b>	1,1	22,9
Ετήσια μεταβολή% 2000-2001		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
<b>Αφίξεις</b>	38,5	95,1
<b>Διανυκτερεύσεις</b>	-1397,7	-2,2
Ετήσια μεταβολή% 2001-2002		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
<b>Αφίξεις</b>	-48,8	-20,0
<b>Διανυκτερεύσεις</b>	-8,9	-7,5
Ετήσια μεταβολή% 2002-2003		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
<b>Αφίξεις</b>	22,3	30,7
<b>Διανυκτερεύσεις</b>	-13,0	-10,4

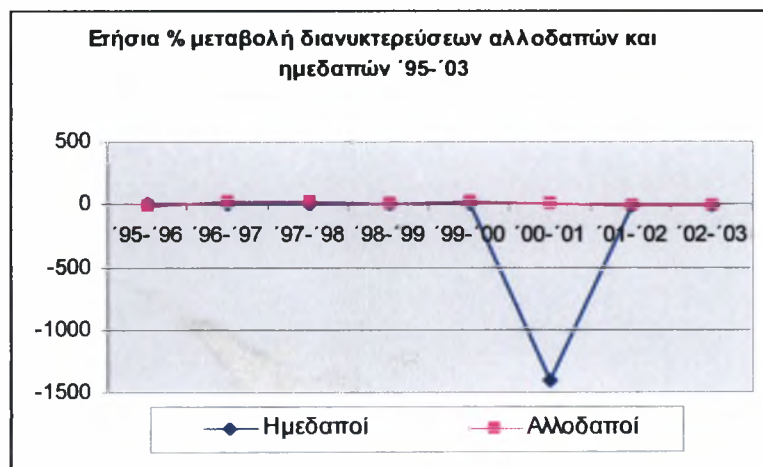
Πηγή: *Ιδία επεξεργασία* , (Στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας, [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr))

Διάγραμμα 4.3.1.8: Ετήσια% μεταβολή αφίξεων '95-'03 αλλοδαπών και ημεδαπών στο Βόλο



Πηγή: ίδια επεξεργασία, (Στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας, [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr))

Διάγραμμα 4.3.1.9: Ετήσια% μεταβολή διανυκτερεύσεων '95-'03 αλλοδαπών και ημεδαπών στο Βόλο



Πηγή: ίδια επεξεργασία, (Στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας, [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr))



### 4.3.2 Αφίξεις

- Αφίξεις μέσω αεροδρομίου

#### A. Αφίξεις αλλοδαπών με charter στο σύνολο τους ανά εθνικότητα το 2003 -2004.

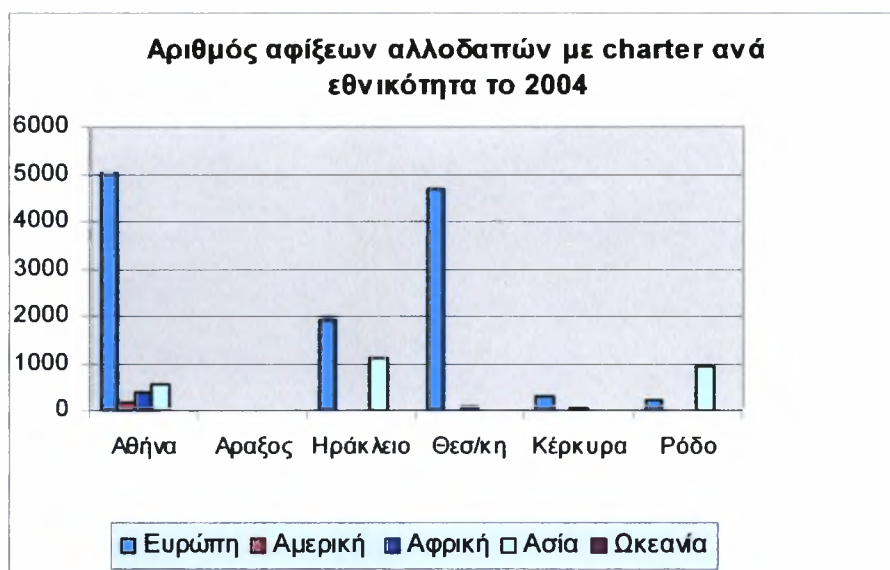
Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ ο μεγαλύτερος αριθμός αλλοδαπών που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι Ευρωπαίοι (βλ.πίνακα 4.3.2.1 και διάγραμμα 4.3.2.1) όπου στο σύνολο τους το 2004 ήταν 12101 άτομα εκ των οποίων τα 5002 με προορισμό το Αεροδρόμιο της Αθήνας, τα 13 στην Άραξο, τα 1904 στο Ηράκλειο, τα 4688 στη Θεσ/κη τα 285 στην Κέρκυρα και τα 209 στη Ρόδο. Ακολούθησαν οι αλλοδαποί από την Ασία, η πλειοψηφία τους, με προορισμό στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου, επίσης σε χαμηλότερους αριθμούς οι αλλοδαποί από Αφρική, Αμερική και καθόλου από Ωκεανία. Στην ίδια κατάσταση ο αριθμός αφίξεων αλλοδαπών με charter και το 2004 (βλ.πίνακα 4.3.2.2.και διάγραμμα 4.3.2.2).

Πίνακας 4.3.2.1: Αριθμός αφίξεων αλλοδαπών με charter στο σύνολο τους ανά εθνικότητα το 2004

Προορισμός	Σύνολο Αλλοδαπών ανά εθνικότητα					Σύνολο
	Ευρώπη	Αμερική	Αφρική	Ασία	Ωκεανία	
Αθήνα	5002	167	381	559	0	<b>6109</b>
Άραξος	13	0	0		0	<b>13</b>
Ηράκλειο	1904	0	0	1115	0	<b>3019</b>
Θεσ/κη	4688	0	74	0	0	<b>4762</b>
Κέρκυρα	285	0	53	0	0	<b>338</b>
Ρόδο	209	0	0	948	0	<b>1157</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>12101</b>	<b>167</b>	<b>508</b>	<b>2622</b>	<b>0</b>	<b>15398</b>

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, ( στοιχεία ΕΣΥΕ)

Διάγραμμα 4.3.2.1: Αριθμός αφίξεων αλλοδαπών με charter ανά εθνικότητα το 2004



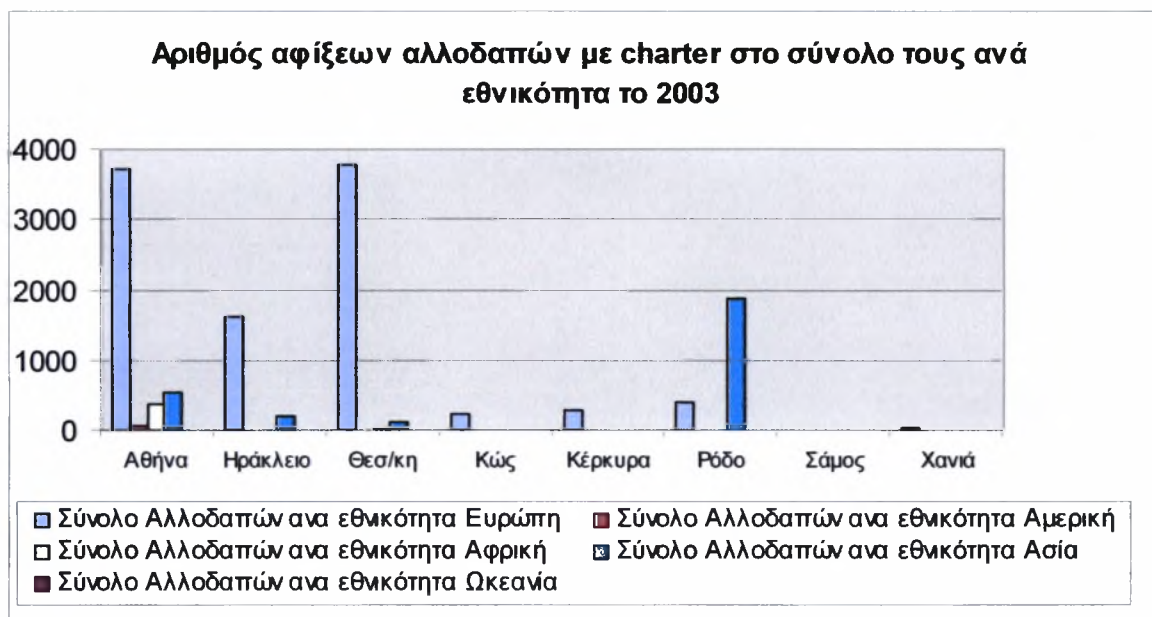
Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, (στοιχεία ΕΣΥΕ)

Πίνακας 4.3.2.2 : Αριθμός αφίξεων αλλοδαπών με charter στο σύνολο τους ανά εθνικότητα το 2003

	Σύνολο Αλλοδαπών ανά εθνικότητα					Σύνολο
	Ευρώπη	Αμερική	Αφρική	Ασία	Ωκεανία	
Αθήνα	3729	55	362	533	0	4679
Ηράκλειο	1630	8	1	208	0	1847
Θεσ/κη	3773	0	25	106	0	3904
Κως	213	0	0	0	0	213
Κέρκυρα	271	0	0	0	2	273
Ρόδο	393	13	0	1866	0	2272
Σάμος	1	0	0	0	0	1
Χανιά	32	0	0	0	0	32
<b>Σύνολο</b>	<b>10042</b>	<b>76</b>	<b>388</b>	<b>2713</b>	<b>2</b>	<b>13221</b>

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, (στοιχεία ΕΣΥΕ)

Διάγραμμα 4.3.2.2: Αριθμός αφίξεων αλλοδαπών με charter στο σύνολο τους ανά εθνικότητα το 2003



Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, (στοιχεία ΕΣΥΕ)*

## **B. Αφίξεις στον Κρατικό Αερολιμένα Νέας Αγχιάλου (Κίνηση Εσωτερικού και Εξωτερικού)**

Το αεροδρόμιο της Νέας Αγχιάλου λειτουργεί κανονικά όλο το χρόνο, η πραγματική και ουσιαστική δραστηριοποίηση του περιορίζεται στους μήνες της τουριστικής κίνησης, δηλαδή από τα τέλη κάθε Απριλίου μέχρι περίπου τα τέλη Οκτώβρη εξυπηρετώντας πτήσεις charter.

Το αεροδρόμιο από την έναρξη της λειτουργίας του το 1994 έχει σημειώσει αξιοσημείωτη αύξηση των εξυπηρετούμενων πτήσεων, γεγονός ενδεικτικό της χρησιμότητας και της αναγκαιότητας του. Αποτελεί το μοναδικό αεροδρόμιο της ευρύτερης ηπειρωτικής περιοχής και ουσιαστικά το μοναδικό συνδετικό κρίκο του νομού αλλά και της Περιφέρειας με τον ευρύτερο ευρωπαϊκό και διεθνή χώρο.

Σύμφωνα με το πιο κάτω πίνακα ( βλ. πίνακα 4.3.2.3, διάγραμμα 4.3.2.3.), η κίνηση επιβατών του εσωτερικού, σχεδόν όλα τα έτη βρίσκεται σε πολύ χαμηλά ποσοστά, εκτός των ετών 1990 και 2002, όπου και στα δύο έτη, επικρατεί σχεδόν, ισότιμος αριθμός αφίξεων και αναχωρήσεων στο αεροδρόμιο της Νέας Αγχιάλου.

Μια αντίθετη ροπή σε σχέση με τα υπόλοιπα έτη έχει πάρει το έτος 1995, κατά το οποίο παρουσιάστηκε ένα μεγάλο ποσοστό αφίξεων και συγκριτικά ελάχιστων αναχωρήσεων, με τον αριθμό 795 επιβάτες και αντιστοίχως 197.

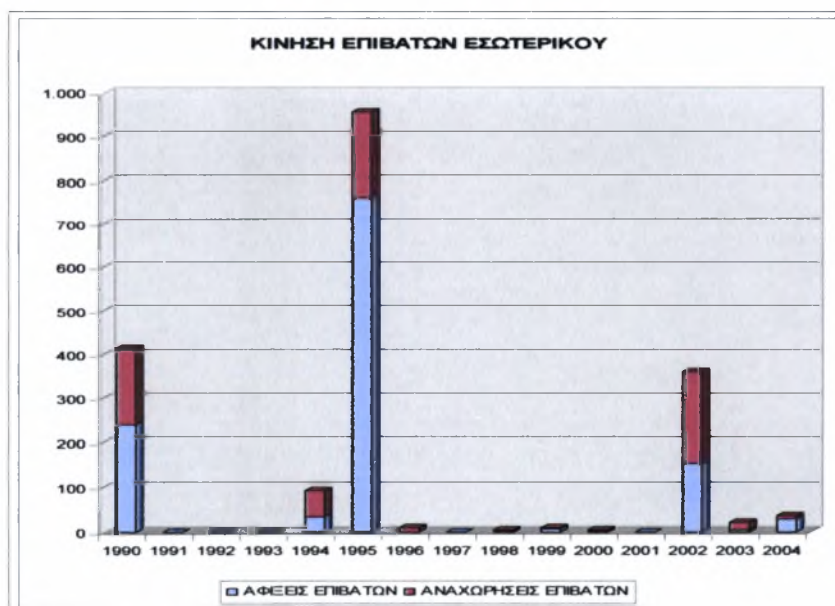
Αυτή η διαφορά του έτους 1995 με τα υπόλοιπα, οφείλεται στο γεγονός της αποβιομηχάνισης στο Βόλο, όπου κατά την δεκαετία 1985-1995, το παραγωγικό σύστημα στο νομό Μαγνησίας, βρέθηκε σε δυσχερή θέση όταν υπέστη σοβαρές απώλειες σε παραγωγικές μονάδες και σε θέσεις απασχόλησης, ενώ από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, θα μπορούσαμε να πούμε ότι αυτή η περίοδος μετά την πρώτη πενταετία του 1990, η επενδυτική δραστηριότητα και η δαπάνη παρουσίασαν αυξητικές τάσεις και έτσι ένα μεγάλο κύμα εργατοϋπαλλήλων εισχώρησε στο Βόλο.

Πίνακας 4.3.2.3: Κίνηση εσωτερικού στο αεροδρόμιο Ν. Αγχιάλου

Έτη	Επιβάτες	
	Αφίξεις	Αναχωρήσεις
1990	239	176
1991	0	0
1992	0	0
1993	0	0
1994	34	58
1995	759	197
1996	0	10
1997	0	0
1998	2	4
1999	8	3
2000	3	3
2001	0	0
2002	152	209
2003	6	15
2004	29	8

Πηγή: [www.hcaa.gr](http://www.hcaa.gr)

Διάγραμμα 4.3.2.3:Κίνηση Εσωτερικού στο αεροδρόμιο Νέας Αγχιάλου



Πηγή: [www.hcaa.gr](http://www.hcaa.gr)

Όσο αφορά την κίνηση εξωτερικού, (βλ.πίνακα 4.3.2.4) γενικά παρατηρείται μια αυξητική τάση από το 1994 έως και το 2002 (βλ.διάγραμμα 4.3.2.4) τόσο στον αριθμό αφίξεων όσο και στον αριθμό αναχωρήσεων, αλλά από το 2002 έως το 2004 μια σχετικά, ομαλή κάθοδος. Ουσιαστικά, η κίνηση του εξωτερικού σε σχέση με την κίνηση του εσωτερικού βρίσκεται σε καλύτερα επίπεδα, ενώ υπάρχουν μεγαλύτερα ποσοστά επιβατών στις αναχωρήσεις καθώς και στις αφίξεις. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, ότι το αεροδρόμιο, εξυπηρετεί μόνο, μη τακτικές διεθνείς πτήσεις ( charters) κυρίως προς Πήλιο με έντονο εποχιακό χαρακτήρα από το Μάιο ως τον Οκτώβρη, όπου και το Πήλιο αποτελεί τον βασικό προορισμό των επιβατών του εξωτερικού.

Σε γενικές γραμμές η κίνηση των επιβατών του Κ.Α.Ν.Α ( Κεντρικού Αερολιμένα Νέας Αγχιάλου), όσο αφορά τον αριθμό αφίξεων και αναχωρήσεων, παρουσιάζει αυξομειώσεις ανά έτος κατά την χρονική περίοδο 1994-2004. Σε αντίθεση, με τον αριθμό των διερχόμενων, παρατηρείται μια σχετική σταθερότητα κατά την περίοδο 1994-2000 και μια ραγδαία αύξηση από το 2000-2004(βλ.πίνακα 4.3.2.5 και διάγραμμα 4.3.2.5).

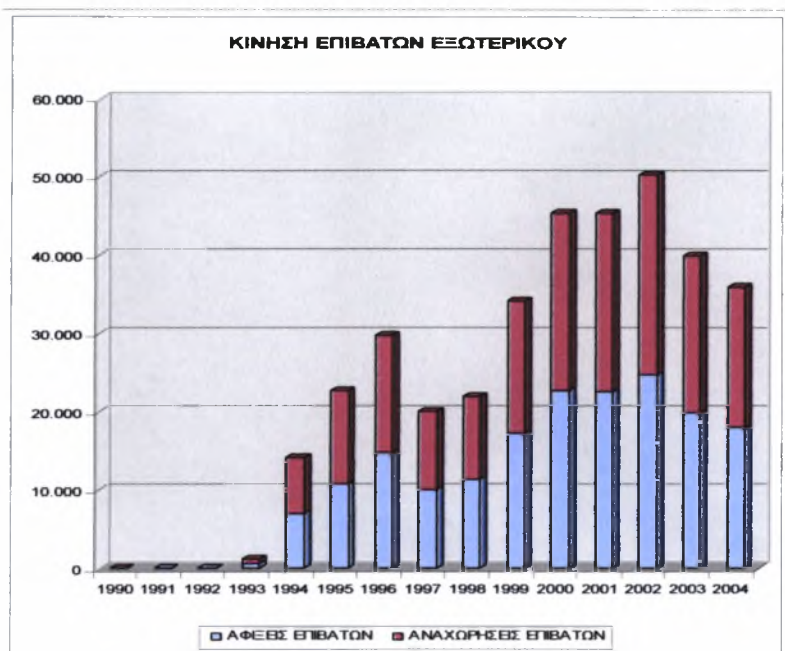
Τέλος, η κίνηση των αεροσκαφών, παρουσιάζει μια σταδιακή αύξηση κυρίως από το1994-2004, χωρίς ιδιαίτερες και έντονες αυξομειώσεις(βλ.πίνακα 4.3.2.6 και διάγραμμα 4.3.2.6).

Πίνακας 4.3.2.4:Κίνηση Εξωτερικού στο αεροδρόμιο της Αγχιάλου

Έτη	Επιβάτες	
	Αφίξεις	Αναχωρήσεις
1990	0	31
1991	0	0
1992	0	0
1993	618	619
1994	6.929	7.189
1995	10.823	11.843
1996	14.831	14.946
1997	10.071	9.926
1998	11.447	10.534
1999	17.279	16.887
2000	22.700	22.608
2001	22.610	22.720
2002	24.790	25.439
2003	19.974	19.930
2004	17.936	18.070

Πηγή: [www.hcaa.gr](http://www.hcaa.gr)

Διάγραμμα 4.3.2.4: Κίνηση επιβατών εξωτερικού στο αεροδρόμιο Νέας Αγχιάλου



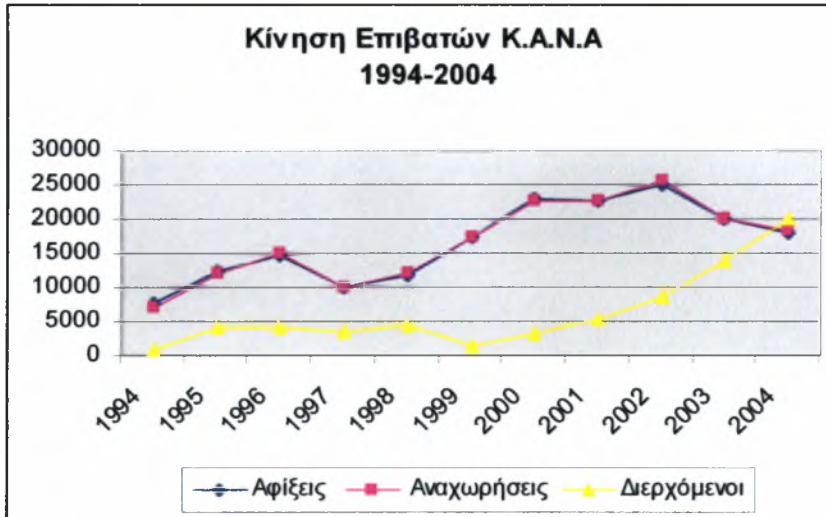
Πηγή: [www.hcaa.gr](http://www.hcaa.gr)

Πίνακας 4.3.2.5: Ετήσια Επιβατική Κίνηση στο Κ.Α.Ν.Α. ( 1994-2004)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Επιβατικές	7768	12243	14803	10138	11668	17412	22927	22668	25013	20000	18006
Αναχωρήσεις	7201	12080	14869	<b>10142</b>	11927	17476	22717	22787	25673	19973	18108
Επιβιβάσιμοι	1012	4199	3992	<b>3446</b>	4289	1378	3116	5301	8628	13711	20017
Επιβατικές-Αναχωρήσεις	14969	24323	29672	<b>20280</b>	23595	34888	45644	45455	50686	39973	36114
Ετήσια % μεταβολή		62,5%	22%	<b>-32%</b>	16,3%	48%	30,8%	-0,4%	11,5%	-21,1%	-9,7%
Ετήσια μεταβολή 1994 - 2004	141,3%										

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία ΥΠΑ, 2004)

Διάγραμμα 4.3.2.5: Ετήσια Επιβατική Κίνηση στο Κ.Α.Ν.Α. ( 1994-2004)



Πηγή: ίδια επεξεργασία, ( στοιχεία ΥΠΑΝ)

Πίνακας 4.3.2.6: Ετήσια Κίνηση Αεροσκαφών 1994 - 2004

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Κινήσεις Αεροσκαφών</b>	152	346	440	339	402	406	529	667	618	622	600
<b>Ετήσια% Μεταβολή</b>		127,6	27,2	-23	-	1	30,3	26,1	-7,3	0,6	-3,5
<b>% μεταβολή 1994 - 2004</b>	294,7										

Πηγή: ίδια επεξεργασία, (στοιχεία ΥΠΑΝ, 2004)

Διάγραμμα 4.3.2.6: Ετήσια Κίνηση Αεροσκαφών 1994 - 2004



Πηγή: Ίδια επεξεργασία από πίνακα 4.3.2.6 (στοιχεία ΥΠΑΝ, 2004)

- **Αφίξεις μέσω λιμανιού**

Στον τομέα της κρουαζιέρας το λιμάνι του Βόλου αποτελεί έναν ενδιαφέροντα προορισμό για κρουαζιερόπλοια εντός της Μεσογείου με τελικούς ελκυστικούς προορισμούς τα Μετέωρα, το Πήλιο και την πόλη του Βόλου.

Από το λιμάνι του Βόλου διακινούνται 400.000 περίπου επιβάτες ετησίως. Η επιβατική κίνηση διακρίνεται σε κίνηση επιβατών ακτοπλοΐας συμπεριλαμβανομένης και της διακίνησης τροχοφόρων και σε κίνηση επιβατών κρουαζιέρας.

Το λιμάνι του Βόλου αποτελεί το βασικό κόμβο για τη σύνδεση της ηπειρωτικής Ελλάδας με τα νησιά των Βορείων Σποράδων (Σκιάθος - Σκόπελος - Αλόνησος) ενώ περιοδικά και κύρια τους θερινούς μήνες έχουν δρομολογηθεί πλοία προς Κρήτη, Κυκλάδες και νησιά Ανατολικού Αιγαίου χωρίς μέχρι σήμερα οι γραμμές αυτές να μπορέσουν να σταθεροποιηθούν.

Η επιβατική κίνηση ακτοπλοΐας για την περίοδο 1999 - 2003 παρουσιάζεται στον πιο κάτω πίνακα (βλ.πίνακα 4.3.2.7).

Σύμφωνα με το διάγραμμα 4.3.2.7 το οποίο δείχνει την μεταβολή της επιβατικής κίνησης ακτοπλοΐας, μπορούμε να πούμε ότι η καμπύλη μεταβάλλεται θετικά. Κατά την διάρκεια των ετών 1999-2000 και 2002-2003, παρουσιάζεται μια σημαντική αύξηση των επιβατών ενώ τα έτη 2000-2002 υπάρχει σταθερότητα, χωρίς ιδιαίτερες αυξομειώσεις.

Στην επιβατική κίνηση κρουαζιέρας ( βλ.διάγραμμα και πίνακα 4.3.2.7) επικρατεί μια σταθερότητα κατά τη διάρκεια των ετών 1999 – 2000, μια σημαντική και απότομη αύξηση το 2001 έως το 2002 και μια απότομη εναλλαγή, μείωσης επιβατών, από το 2002-2003.

Οι εμπορευματικές συναλλαγές στο λιμάνι του Βόλου διεκπαιρώνονται κυρίως στον όρμο τσιμέντο όπως φαίνεται και στο πιο κάτω διάγραμμα (βλ.διάγραμμα 4.3.2.9), ενώ από το 1999 – 2003 υπήρξαν αυξομειωτικές τάσεις. Στο κεντρικό λιμάνι παρατηρείται μια χαρακτηριστική ισορροπία, για όλη την διάρκεια των ετών 1999 – 2003, και στον όρμο καυσίμων επίσης μια ισορροπία κατά τη διάρκεια των ετών 1999 -2003, βέβαια με χαμηλότερο αριθμό εμπορευμάτων.

Τέλος, όσο αφορά την ναυτιλιακή κίνηση κατά την διάρκεια των ετών 1999-2003 ο μεγαλύτερος αριθμός κινήσεων πραγματοποιείται από τα δελφίνια, μετά τα επιβατικά. και τέλος τα φορτηγά, τα κρουαζιερόπλοια, τα δεξαμενόπλοια και οι επισκευές. Όλα σχεδόν έχουν τον ίδιο αριθμό επιβατών κατά τη διάρκεια όλων των ετών 1999- 2003. Εδώ όμως κάτι που πρέπει να αναφερθεί είναι ότι τα δελφίνια και



τα επιβατικά αποτελούν το μεγαλύτερο αριθμό επιβατών σε σχέση με τα υπόλοιπα, εκ των οποίων κατά την διάρκεια των ετών 1999 έως το 2002 πραγματοποιείται μείωση των επιβατών και από το 2002 έως το 2003 αύξηση. Σε αντίθεση με την εμπορευματική κίνηση των φορτηγών, τα οποία αποτελούν και το χαμηλότερο αριθμό ως προς το είδος οχήματος, από τα δελφίνια και τα επιβατικά, αλλά βρίσκονται σε μεγαλύτερη εμπορευματική κίνηση, από τα υπόλοιπα κατά την διάρκεια όλων των ετών, 1999 -2003 (βλ.διάγραμμα 4.3.2.10).

Πίνακας 4.3.2.7: Επιβατική κίνηση ακτοπλοΐας 1999 - 2003

Αριθμός επιβατών	1999	2000	2001	2002	2003
		25761	25620	26577	75663

Πηγή: *www.gnto.gr*

μεταβολή% 1999-2000	μεταβολή% 2000-2001	μεταβολή% 2001-2002	μεταβολή% 2002-2003
10,2	0,9	7,8	6,4

Πηγή: *ιδία επεξεργασία , (στοιχεία [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr))*

Διάγραμμα 4.3.2.7: Επιβατική κίνηση ακτοπλοΐας 1999 - 2003



Πηγή: *Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr))*

Πίνακας 4.3.2.8: Επιβατική κίνηση κρουαζιέρας 1999 - 2003

Αριθμός επιβατών	1999	2000	2001	2002	2003
		25761	25620	26577	75663

Πηγή: *ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr))*

Πίνακας 5.3.2.8.α: Ετήσιος ρυθμός μεταβολής % επιβατικής κίνησης κρουαζιέρας 1999-2003

μεταβολή% 1999-2000	μεταβολή% 2000-2001	μεταβολή% 2001-2002	μεταβολή% 2002-2003
-0,6	3,6	64,9	-658,3

Πηγή: *ιδία επεξεργασία*, (στοιχεία [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr))

Διάγραμμα 4.3.2.8: Επιβατική κίνηση κρουαζιέρας 1999 - 2003



Πηγή: *Ιδία επεξεργασία*, (στοιχεία [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr))

Πίνακας 4.3.2.9: Εμπορευματική κίνηση λιμένος Βόλου 1999 - 2003

	1999	2000	2001	2002	2003
<b>1. Κεντρικό λιμάνι</b>	953569	1061311	1070464	1161332	1240911
<b>2.Ορμος τσιμέντων</b>	5302019	5750636	5343759	5109890	5631552
<b>3.Ορμος καυσίμων</b>	273840	249480	148680	170000	160440
<b>Σύνολο</b>	<b>6529428</b>	<b>7061427</b>	<b>6562903</b>	<b>6441222</b>	<b>7032903</b>

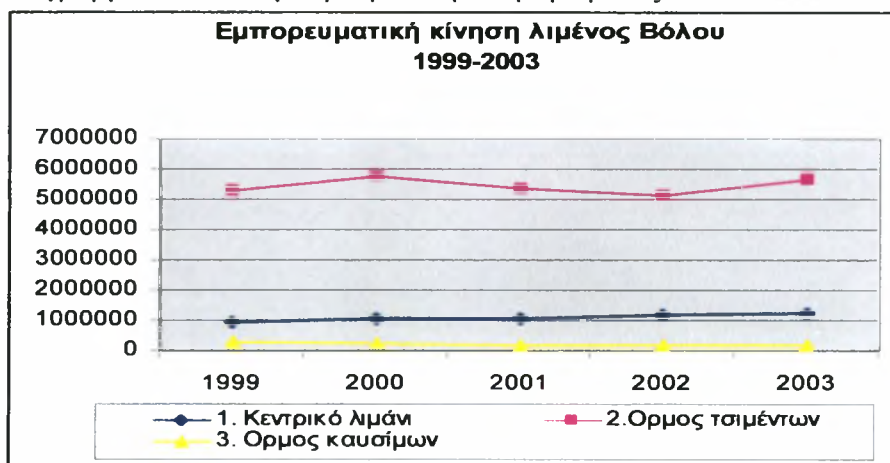
Πηγή: *ιδία επεξεργασία*, (στοιχεία [www.yen.gr](http://www.yen.gr))

Πίνακας 4.3.2.9 α : Ετήσιος ρυθμός μεταβολής % εμπορευματικής κίνησης λιμένος Βόλου

μεταβολή% 1999-2000	μεταβολή% 2000-2001	μεταβολή% 2001-2002	μεταβολή% 2002-2003
10,2	0,9	7,8	6,4
7,8	-7,6	-4,6	9,3
-9,7	-67,7	12,5	-5,9

Πηγή: *Ιδία επεξεργασία* (στοιχεία [www.yen.gr](http://www.yen.gr))

Διάγραμμα 4.3.2.9: Εμπορευματική κίνηση λιμένος Βόλου 1999 - 2003



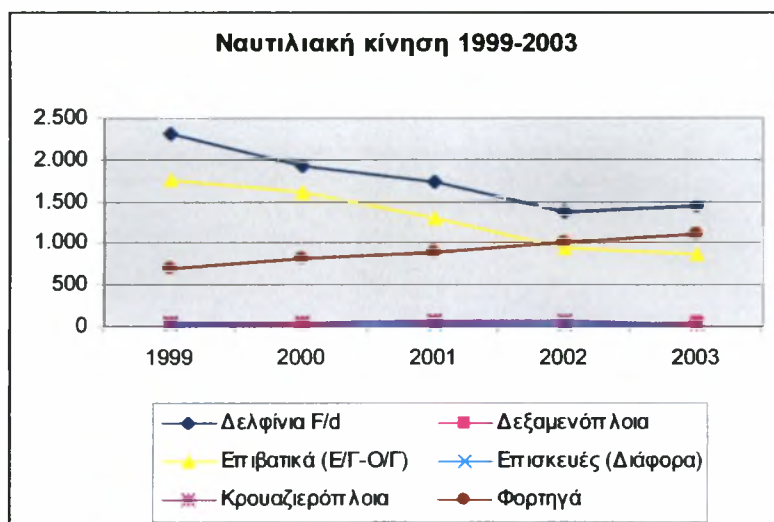
Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.yen.gr](http://www.yen.gr))

Πίνακας 4.3.2.10: Ναυτιλιακή κίνηση 1999-2003

	1999	2000	2001	2002	2003
Δελφίνια F/d	2.304	1.921	1.722	1.381	1.449
Δεξαμενόπλοια	31	21	38	31	40
Επιβατικά (Ε/Γ-Ο/Γ)	1.759	1.617	1.288	941	854
Επισκευές (Διάφορα)	35	50	35	20	14
Κρουαζιερόπλοια	54	54	79	72	33
Φορτηγά	695	812	895	1.019	1.104
<b>Σύνολο πλοίων</b>	<b>4.878</b>	<b>4.475</b>	<b>4.057</b>	<b>3.464</b>	<b>3.494</b>

Πηγή :ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.yen.gr](http://www.yen.gr)) (Υπηρεσία Εμπορικής Ναυτιλίας)

Διάγραμμα 4.3.2.10: Ναυτιλιακή κίνηση 1999-2003



Πηγή: Ιδία επεξεργασία, (στοιχεία [www.yen.gr](http://www.yen.gr) (Υπηρεσία Εμπορικής Ναυτιλίας))

### 4.3.3 Συναλλάγμα και Ισοζύγιο Πληρωμών

#### 4.3.3.1 Εκτίμηση Τουριστικού Συναλλάγματος

Οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον αλλοδαπό τουρισμό συνήθως ταυτίζονται με το ποσό του λογαριασμού «ταξιδιωτικό συνάλλαγμα» των τραπεζικών στατιστικών. Αυτό βέβαια αποτελεί το σημαντικότερο μέγεθος, της τάξεως του 60%, όπως αποδείχθηκε από σχετική έρευνα του ΕΟΤ, δεν καλύπτει όμως όλες τις δραστηριότητες. Για το έτος 1990 οι συναλλαγματικές εισπράξεις υπολογίστηκαν σε 4,5 δις. δολ., (ΕΣΥΕ), αποτελούσαν το 35% των άδηλων πόρων και κατανέμονταν ως εξής:

Πίνακας 4.3.4.1: Συναλλαγματικές Εισπράξεις το 1991

Ταξιδιωτικό συνάλλαγμα	2,6 δις. δολ.	57,8%
Προαγορές Tour Operators	0,7 δις. δολ.	15,5%
Πιστωτικές κάρτες τουριστών	0,4 δις. δολ.	8,9%
Θαλάσσια Μέσα (κρουαζιερόπλοια, Θαλαμηγά)	0,3 δις. δολ.	6,7%
Λοιπές δραστηριότητες (παραξενοδοχεία, κλπ)	0,5 δις. δολ.	11,1%
<b>Σύνολο</b>	<b>4,5 δις. δολ.</b>	<b>100%</b>

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, (Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών-Τουρισμός : Πολιτική-Εξελίξεις-Προοπτικές και Συμβολή στην Οικονομία, Α.Μυλωνά, 1997)

Οι συναλλαγματικές εισπράξεις κατά την τελευταία 10ετία ακολούθησαν τις διεθνείς εξελίξεις (οικονομικές, κοινωνικές, τουριστικής ζήτησης κ.λ.π), αντικατοπτρίζουν όμως και ειδικότερες εσωτερικές καταστάσεις. Έτσι σε περιόδους εσωτερικής αβεβαιότητας και δυσμενών προοπτικών ( 1982,1983,1989) παρατηρείται μείωση συναλλάγματος, που δεν δικαιολογείται από τις εξελίξεις της αλλοδαπής τουριστικής ζήτησης και συνιστά ουσιαστικά διαρροή συναλλάγματος που επιτυγχάνεται κυρίως μέσω της παραξενοδοχείας, ενώ σε περιόδους ελέγχου της αγοράς και δημιουργίας ευνοϊκών προοπτικών (π.χ. περίοδος σταθεροποιητικού προγράμματος 1986-1988 και 1990-1992) η εισροή τουριστικού συναλλάγματος προσδιορίζεται πλήρως από τις εξελίξεις στη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών.

#### 4.3.3.2 Άμεσες επιπτώσεις της δαπάνης των τουριστών

Υπολογίζεται ότι το 60% περίπου της τουριστικής δαπάνης αποτελεί εξολοκλήρου εγχώρια προστιθέμενη αξία και το υπόλοιπο , 40% , ζήτηση υλικών αγαθών ( Μυλωνάς,1997)

Κατά προσέγγιση η κατανομή της τουριστικής δαπάνης διαμορφώνεται ως εξής:

Πίνακας 4.3.4.2: Κατανομή τουριστικής δαπάνης

Υπηρεσίες Ύπνου	30%
Μεταφορές Εσωτερικού-Αναψυχή	20%
Τρόφιμα-Ποτά	30%
Αγορές	10%
Λοιπά	10%
<b>Σύνολο</b>	<b>100%</b>

*Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, ( Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών-Τουρισμός : Πολιτική-Εξελίξεις-Προοπτικές και Συμβολή στην Οικονομία, Α.Μυλωνά, 1997)*

Πιθανή διαφοροποίηση των ποσοστών αυτών δεν θα επηρεάσει σημαντικά τα αποτελέσματα της ανάλυσης και γενικά μπορεί να υποστηριχθεί ότι η τουριστική δαπάνη κατανέμεται μεταξύ υλικών αγαθών και υπηρεσιών κατά την παραπάνω αναλογία.

Τέλος, το μέγεθος των επιπτώσεων της αύξησης της τουριστικής δαπάνης εξαρτάται βασικά από τη δυνατότητα αύξησης της εγχώριας παραγωγής με σταθερές ή και αυξανόμενες τιμές και επομένως από την έκταση υποαπασχόλησης των συντελεστών παραγωγής στη χώρα ( Μυλωνάς,1997).

Η αύξηση της τουριστικής δαπάνης θα αυξήσει συναλλαγματικά αποθέματα της χώρας και θα περιορίσει την εξάρτηση της από εξωτερικούς πόρους στην έκταση που το δημιουργούμενο εισόδημα δεν δαπανάται αμέσως ή εμμέσως.

Επίσης η αύξηση της τουριστικής δαπάνης θα επιδεινώσει οπωσδήποτε το εμπορικό έλλειμμα και η επιδείνωση αυτή θα είναι μεγαλύτερη όσο μικρότερο είναι το μη δαπανώμενο ποσοστό εισοδήματος και όσο η οικονομία βρίσκεται στη πλήρη απασχόληση (Μυλωνάς, 1997).

Με άλλα λόγια η μεγιστοποίηση των συναλλαγματικών εσόδων από τον τουρισμό θα πρέπει να επιδιωχθεί έμμεσα, μέσω της διαδικασίας σωστής επιλογής των επενδύσεων και με ανταγωνιστικά κριτήρια, ώστε να επιτυγχάνεται η μεγιστοποίηση των αποδόσεων του κεφαλαίου σε όλες τις παραγωγικές μονάδες.

Ο τουρισμός σαν δραστηριότητα παροχής υπηρεσιών και αγαθών τελικής κατανάλωσης, δεν δημιουργεί σημαντικές οικονομίες κλίμακας, το αγαθό όμως « αναψυχή » καθίσταται, με την ανάπτυξη των οικονομιών, αγαθό πρώτης ανάγκης. Θα πρέπει επομένως, να αντιμετωπιστεί σε μακροχρόνια προοπτική και ως μια δραστηριότητα που πρέπει να εξασφαλίζει την αποδοτικότητα του κεφαλαίου και την εσωτερική και εξωτερική ανταγωνιστικότητα του.

#### **4.3.4 Ρόλος των Ολυμπιακών Έργων στο Βόλο και η τουριστική προβολή τους**

Ο Βόλος, είναι η πρώτη Ολυμπιακή πόλη της Ελλάδας ,που αξιοποιεί την μεταολυμπιακή υποδομή της, με μακροχρόνια εμπειρία στην οργάνωση αθλητικών και γεγονότων, με έντονο τοπικό εθελοντισμό, με καινοτόμες δράσεις και ιδέες για ευέλικτη αξιοποίηση της σύγχρονης υποδομής, αλλά και με ανεπτυγμένο τουριστικό προϊόν, αναγνωρισμένος προορισμός, με σύγχρονα δίκτυα μεταφορών και ποιοτικά καταλύματα, όπου στοχεύει στην ανάδειξη του αθλητικού τουρισμού ως συμπληρωματική μορφή αστικού τουρισμού και μη, με κύριο σκοπό την τουριστική προβολή τόσο σε διεθνές όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο έχοντας ως αποτέλεσμα την μεγαλύτερη προσέλκυση τουριστών στη πόλη.

Τα Ολυμπιακά Έργα που εκτελούνται σήμερα στην πόλη του Βόλου, με ευθύνη του Δήμου Βόλου και της Τεχνικής Υπηρεσίας του είναι:

### 1) Έργα Υποδομής

- Αναβάθμιση της εισόδου της πόλης (κυκλοφοριακές ρυθμίσεις, κατασκευή λοξής γέφυρας επί του χειμάρρου Κραυσίδα, αναβάθμιση κόμβων στο τρίγωνο Αθηνών-Λαμπράκη-Αλμυρού-Σέκερη. Ολοκλήρωση του Κέντρου Τουριστικής Προβολής και του περιβάλλοντος χώρου). Προϋπολογισμός: 1.760.000 ευρώ
- Κατασκευή γέφυρας στις οδούς Γ. Δήμου και Παρασκευοπούλου επί του χειμάρρου Κραυσίδα. Προϋπολογισμός: 586.940 ευρώ
- Αισθητική και λειτουργική αναβάθμιση της κεντρικής παράκτιας ζώνης του Βόλου από Τελωνείο μέχρι Γορίτσα (Α' φάση). Προϋπολογισμός: 1.173.882 ευρώ
- Επέκταση του Αρχαιολογικού Μουσείου Βόλου. Προϋπολογισμός: 1.936.904 ευρώ

### 2) Ολυμπιακά Προπονητήρια

- Κλειστό Γυμναστήριο Βαρέων Αθλημάτων - πολλαπλών χρήσεων στη Νεάπολη, που βρίσκεται σε φάση δημοπράτησης. Προϋπολογισμός: 570.000 ευρώ

### 3) Προολυμπιακά Προπονητήρια

Κλειστό	Γυμναστήριο	ΕΑΚ	Βόλου:
-Επισκευή	ξύλινου	δαπέδου	(24.241 ευρώ)
-Εγκατάσταση	κλιματισμού		(197,388 ευρώ)
-Συντήρηση ηλεκτρικής εγκατάστασης (20.777 ευρώ)			

- -Επισκευή αποδυτηρίων και διαμόρφωση χώρων για φυσικοθεραπευτήριο (124.667 ευρώ)
- Προμήθεια εξοπλισμού άρσης βαρών και πετοσφαίρισης (17.315 ευρώ)
- Προμήθεια ειδικού εξοπλισμού ιατρείου (6.925 ευρώ)

- Εθνικό Κολυμβητήριο ΕΑΚ Βόλου:  
 -Εγκατάσταση συστήματος υπερχειλίσης πισίνας (121.203 ευρώ)  
 -Διαμόρφωση αίθουσας μυϊκής ενδυνάμωσης και χαλάρωσης αθλητών (41.555 ευρώ)  
 -Προμήθεια εξοπλισμού αίθουσας μυϊκής ενδυνάμωσης και αίθουσας χαλάρωσης των αθλητών (27.703 ευρώ)  
 -Προμήθεια ειδικού εξοπλισμού ιατρείου και φυσικοθεραπευτηρίου (17.315 ευρώ)  
 -Προμήθεια πρόσθετου εξοπλισμού κολύμβησης (41.555 ευρώ)  
 -Προμήθεια πρόσθετου εξοπλισμού υδατοσφαίρισης (10.388 ευρώ)
- Γήπεδο Αντισφαίρισης ΕΑΚ Βόλου:  
 -Αντικατάσταση δαπέδου γηπέδων αντισφαίρισης (80.288 ευρώ)  
 -Αντικατάσταση αποδυτηρίων γηπέδων αντισφαίρισης (61.692 ευρώ)  
 -Διαμόρφωση χώρου φυσικοθεραπευτηρίου (6.925 ευρώ)  
 -Αποκατάσταση των όψεων του κτιρίου (17.315 ευρώ)  
 Προμήθεια εξοπλισμού φυσικοθεραπευτηρίου (13.852 ευρώ)

#### 4) Έργα Τουρισμού

Δημιουργία Κέντρου Τουριστικής Πληροφόρησης. Προϋπολογισμός: 111.225 ευρώ

- Αποπεράτωση και εξοπλισμός του Κέντρου Τουριστικής Πληροφόρησης. Προϋπολογισμός: 190.000 ευρώ
- Ανάπλαση περιβάλλοντος χώρου του πρώην πλινθοκεραμοποιείου "Τσαλαπάτα". Προϋπολογισμός: 161.409 ευρώ
- Εξοπλισμός του "Τσαλαπάτα". Προϋπολογισμός: 289.000 ευρώ
- Δημιουργία του Μουσείου Ιστορίας της Πόλης στα Παλιά, με εξασφαλισμένη χρηματοδότηση από το ΠΕΠ Θεσσαλίας. Προϋπολογισμός: 1.225.000 ευρώ
- Δημιουργία του "ΚοσμΟράματος" για το οποίο αναμένεται να δημοσιευτεί η πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος



- Κατασκευή του μυθικού πλοίου "Αργώ" και αναβίωση της Αργοναυτικής Εκστρατείας. Το έργο έχει ήδη ανατεθεί σε ειδική μελετητική - ερευνητική ομάδα
- Εναέριος Μεταφορέας Πηλίου( Τελεφερίκ).Πρόκειται για την λειτουργία ενός δικτύου Τελεφερίκ στην περιοχή του Πηλίου με το οποίο θα συνδεθεί το Π.Σ Βόλου και η ευρύτερη περιοχή με τους οικισμούς Πορταριά, Μακρινίτσα, καθώς και με τα Χάνια ( χιονοδρομικό κέντρο) και πιθανόν με τα ανατολικά παράλια του Πηλίου

Προϋπολογισμός: Υπό διαμόρφωση, Φορέας Υλοποίησης: Τοπικοί Δημόσιοι Φορείς

#### 5) Έργα Πρασίνου

- Παρεμβάσεις αναβάθμισης, αύξησης και βελτίωσης των χώρων πρασίνου του Δήμου (πάρκα, πλατείες, πεζοδρόμια, πεζοδρόμους), με νέες φυτεύσεις και συντήρηση του υπάρχοντος πρασίνου, με ίδιους πόρους και χρηματοδότηση από τη Γενική Γραμματεία Ολυμπιακών Αγώνων.

#### 6) Έργα για χρηματοδότηση από το πρόγραμμα Ελλάδα 2004

Η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού αφού έλαβε υπόψη τις υπάρχουσες αθλητικές εγκαταστάσεις και την ελάχιστη απαιτούμενη αθλητική υποδομή ανά ΟΤΑ πρότεινε έργα αθλητικής και λοιπής υποδομής στο Δήμο Βόλου .Προϋπολογισμός: 30,97 δις.Δρχ, Φορέας Υλοποίησης: Γενική Γραμματεία Αθλητισμού ενόψει των προκριματικών αγώνων της Ολυμπιάδας του 2004.

Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού στο Βόλο είναι η τουριστική προβολή των Ολυμπιακών έργων. Η Τουριστική προβολή γίνεται μετά από ένα Επιχειρησιακό Σχέδιο (Marketing Plan) με τη συμμετοχή όλων(φορέων, νομάρχη, κ.λ.π), σύμφωνα με το οποίο μπορεί να συντονίσει τις λειτουργίες για την αξιοποίηση των Ολυμπιακών αγώνων και την ανάπτυξη της τουριστικής προβολής και έχει άμεση σχέση με τον ιδιώτη. Ένα επιχειρησιακό Σχέδιο (Marketing Plan), μέσα από το Γ' Κ.Π.Σ χρηματοδοτήθηκε με 1,6 εκ.Ευρώ.

Η αξιοποίηση του Πανθεσσαλικού Σταδίου με κάποια συγκεκριμένα σχέδια ή μελέτες και άλλων εγκαταστάσεων του χώρου εκτός από τις αθλητικές δραστηριότητες είναι ένας ακόμη αξιοσημείωτος παράγοντας που μπορεί να συμβάλει στη ανάπτυξη του Τουρισμού στο Βόλο.

Το Πανθεσσαλικό Στάδιο είναι σήμερα μια πρότυπη αθλητική υποδομή και τίποτα περισσότερο. Η ύπαρξη των κλινών που βρίσκονται δίπλα σε μια δημοτική ιδιοκτησία του Δήμου Ν.Ιωνίας και Βόλου και η δυνατότητα που παραχωρήθηκε από το Ν.3342/05 για ένα ποσοστό εμπορικών χρήσεων, δίνει την δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί για αθλητικό τουρισμό, γεγονός που σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει ότι είναι δυνατόν το Στάδιο να είναι πλήρως βιώσιμο χωρίς τη συμμετοχή και ενίσχυση του Ελληνικού Δημοσίου. Οι Δήμοι Βόλου και Ν.Ιωνίας έχουν στα χέρια τους σήμερα μια πρόταση Προγραμματικής Σύμβασης την οποία και μελετούν. Αναμένονται οι προτάσεις τους στο πλαίσιο του ειλικρινούς διαλόγου που έχει θεσπίσει το Υπουργείο Πολιτισμού με τους αντίστοιχους ΟΤΑ (*Σπύρος Κλαδάς-Γεν.Γραμματέα Ολυμπιακής Αξιοποίησης Υπουργείου Πολιτισμού, 2006*).

Η ύπαρξη ενός φορέα διαχείρισης του χώρου, θα γίνει εφικτή όταν η εγκατάσταση θα επιτρέπει την πολυμορφικότητα της για την προσέλκυση ενός τέτοιου ιδιώτη επενδυτή ο οποίος θα αναλάμβανε και το management. Βασικά δεν είναι στις προθέσεις της κυβέρνησης να ψάξει για τέτοιο στρατηγικό επενδυτή, τη στιγμή που η εγκατάσταση πρέπει να έχει πολλές δημόσιες χρήσεις. Ο χώρος αποκλείεται να μείνει ανεκμετάλλετος (*Σπύρος Κλαδάς-Γεν.Γραμματέα Ολυμπιακής Αξιοποίησης Υπουργείου Πολιτισμού, 2006*).

Για το Πανθεσσαλικό Στάδιο υπάρχει μια εκτίμηση για το ετήσιο κόστος συντήρησης και λειτουργίας του που φθάνει το ποσό του 1.500.000 ευρώ, το ποσό των 334.686,95 ευρώ για το κόστος φύλαξης ανά έτος και το ποσό των 312.000 ευρώ για το ετήσιο κόστος καθαρισμού, χωρίς να συμπεριλαμβάνεται ο ΦΠΑ στα παραπάνω ποσά. Το Στάδιο δεν διαθέτει προσωπικό γιατί καλύπτει τις ανάγκες του με εξωπορισμό (*Κων.Καρτάλης, πρώην Γεν.Γραμματέα Οργάνωσης και Διεξαγωγής Ολυμπιακών αγώνων «ΑΘΗΝΑ 2004», 2006*).

Ο Κ.Καρτάλης, προέβλεψε ότι το στάδιο θα ήταν λειτουργικό για το κοινό από το Νοέμβριο του 2004 και για την περαιτέρω αξιοποίηση του Σταδίου προέβλεπε δύο φάσεις λειτουργίας του, όπως :

Η 1<sup>η</sup> φάση της λειτουργίας του προέβλεπε τη χρήση του βοηθητικού στίβου και των άλλων υπαίθριων αθλητικών γηπέδων από το κοινό (δημότες, φοιτητές, μαθητές, σωματεία και συλλόγους) και τη χρήση του κυρίως σταδίου για αγώνες ποδοσφαίρου.

Η 2<sup>η</sup> φάση προέβλεπε τη δημιουργία μεικτού σχήματος διοίκησης που θα περιλάμβανε την κεντρική διοίκηση, τους Δήμους Βόλου και Νέας Ιωνίας, τη Νομαρχία Μαγνησίας αλλά και όποια επιμελητήρια ή αναπτυξιακούς φορείς πραγματικά ενδιαφέρονταν για την αξιοποίηση Σταδίου όπως : α) ο φορέας διοίκησης που θα είχε την ευθύνη της κατάρτισης σε συνεργασία με το Υπουργείο Πολιτισμού ως προς το πλαίσιο του εθνικού αθλητικού σχεδιασμού και με το Υπουργείο Ανάπτυξης ως προς το πλαίσιο τουριστικής ανάπτυξης και τετραετούς προγράμματος δράσης, το οποίο θα διακρινόταν σε κοινωφελείς, σε αναπτυξιακές και σε εμπορικές χρήσεις και β) Οι σχεδιαστικές και κατασκευαστικές λεπτομέρειες όπου έχουν τη δική τους σημασία.

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι το Στάδιο σχεδιάστηκε ώστε να δένει λειτουργικά με την περιβάλλουσα έκταση ( που απαλλοτριώθηκε κατά την περίοδο της Ολυμπιακής προετοιμασίας), συγκροτώντας με τις υποδομές που φιλοξενεί ή με τις οποίες γειτνιάζει ( υποδομές που είτε κατασκευάστηκαν ή ανακαινίσθηκαν λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων), ένα υπερτοπικό πόλο πολιτισμού, αθλητισμού και τουρισμού, ένα μικρό «ΟΑΚΑ». Χαρακτηριστικά αναφέρονται το Κλειστό Γυμναστήριο, το Κλειστό Κολυμβητήριο, ο ξενώνας αθλητών, το αναψυκτήριο, κ.α. (Κων.Καρτάλη, πρώην Γεν.Γραμματέα Οργάνωσης και Διεξαγωγής Ολυμπιακών αγώνων «ΑΘΗΝΑ 2004», 2006).

Η τουριστική προβολή απαιτεί :

- α) Ένα γραφείο ουτοσώστε να φέρει επισκέπτες στη περιοχή και να χτυπήσει πολλές ξένες αγορές π.χ. Αγγλία, Γαλλία, Γερμανία
- β) Θετική ανάλυση ως προς την αλλαγή και όχι αρνητική. π.χ. η Ελλάδα έχει 13.000.000(ΕΣΥΕ) επισκέπτες κάθε χρόνο και ο Βόλος 1.300.000( ΕΣΥΕ) κάθε χρόνο μαζί με τα νησιά των Βορείων Σποράδων και έχει σαν στόχο την αύξηση στα 2.000.000.
- γ) Να δώσει μάχη σε επίπεδο περιφέρειας και να ακολουθήσει την πυραμίδα του ΕΟΤ
- δ) Εξειδίκευση στο διαδίκτυο( internet).Η Ελλάδα έχει δυναμική παρουσία στο Βερολίνο.

- ε) Εφαρμογή σωστού σχεδιασμού. Να αλλάξουν τα πρώτιστα δεδομένα και να δημιουργηθεί μια καινούρια αρχή με την συνεργασία βέβαια τοπικών ,δημόσιων και ιδιωτικών φορέων ουτωςώστε να υπάρξουν τρόποι προσέλκυσης των τουριστών
- στ) Να δοθούν συγκριτικά πλεονεκτήματα, αφού ο Βόλος αποτελεί κατεξοχήν τουριστική κατεύθυνση με το Πήλιο και τις Βόρειες Σποράδες.
- ζ) Να δοθεί ένα σχέδιο ανάπτυξης μέσω της στήριξης των επιχειρησιακών προγραμμάτων
- η) Να βρεθούν τρόποι να μειωθούν τα κοστολόγια στα ξενοδοχεία και ο εκσυγχρονισμός αυτών για καλύτερη προβολή και μεγαλύτερη προσέλκυση των ξένων.

#### **4.3.5 Οργάνωση και προβολή- προγράμματα, πολιτικές-προγραμματιζόμενα έργα**

##### **Κοινοτική πρωτοβουλία Interreg IIIB – CADSES.**

Έργο: EST-European Places of the Spirit ( EST – Ευρωπαϊκοί τόποι του Πνεύματος).

«Καινοτόμες Προσεγγίσεις για την Προστασία και Ανάδειξη του Πολιτιστικού Πλούτου και την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος στο νομό Μαγνησίας.»

Το διακρατικό πρόγραμμα «EST – Τόποι του Πνεύματος» αποτελεί μία καινοτόμο πύλη πολιτισμού και ταυτόχρονα νέα προσέγγιση στην προστασία ,ανάδειξη και αξιοποίηση του πολιτιστικού πλούτου και τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος του νομού Μαγνησίας .Στο πρόγραμμα συμμετέχουν η Αναπτυξιακή Εταιρία Μαγνησίας ( ANEM), σε συνεργασία με τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Μαγνησίας (NAM) και τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Τρικάλων( NAT).

##### Προσέλκυση νέων τουριστών

Η πρωτοβουλία αυτή, παράλληλα με τις υπόλοιπες δραστηριότητες που προωθεί η ANEM στο Νομό, έρχεται να αγκαλιάσει και να υποστηρίξει την προσπάθεια της για ανάδειξη της Μαγνησίας, αλλά και ευρύτερα της Περιφέρειας Θεσσαλίας, σε πύλη πολιτισμού και τόπο προσέλκυσης νέων ρευμάτων επισκεπτών που αναζητούν την πνευματική ενασχόληση, ενισχύοντας με τον τρόπο αυτό και τις υπόλοιπες οικονομικές δραστηριότητες της περιοχής.

##### Από το 2004-2006

Το πρόγραμμα EST, που υλοποιείται στο πλαίσιο της κοινοτικής πρωτοβουλίας Interreg IIIB – CADSES για το χρονικό διάστημα 2004-

2006, φιλοδοξεί να αποτελέσει ένα καινοτόμο μεθοδολογικό εργαλείο για την ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής του ευρωπαϊκού χώρου μέσα από τη δημιουργία ενός θεματικού δικτύου σημείων πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος το οποίο θα αναδείξει το νέο μοντέλο προσέλκυσης επισκεπτών, θα το προωθήσει στην αγορά και θα αναπτύξει μεθόδους αξιοποίησης του για την ανάπτυξη των περιοχών εφαρμογής.

Ειδικότερα το Πρόγραμμα εστιάζει σε μια ενιαία Ευρωπαϊκή προσέγγιση για την τοπική ανάπτυξη την οποία επιχειρεί να προωθήσει μέσα από την δημιουργία ενός θεματικού δικτύου ανάμεσα σε περιφέρειες εντός και εκτός της Ε.Ε. Ο σχεδιασμός κοινών διαδρόμων σε τόπους πνευματικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος για τις συμμετέχουσες περιφέρειες, η ανάληψη δράσεων από κοινού και η εφαρμογή ενιαίων μεθοδολογικών προσεγγίσεων, θα συμβάλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της συνοχής των Περιφερειών της Ζώνης CADSES, αμβλύνοντας ανισότητες και αναπτύσσοντας κοινές αντιλήψεις, τόσο σε οικονομικό όσο και σε πολιτιστικό επίπεδο.

#### Νέο ρεύμα επισκεπτών

Η προσέλκυση ενός νέου ρεύματος επισκεπτών που αναζητά την πνευματική ενασχόληση για αποστασιοποίηση από το σύγχρονο, έντονο τρόπο ζωής, αποτελούν ευκαιρία για την ανάδειξη νέων προορισμών και την αξιοποίηση του μεγάλου πολιτιστικού πλούτου της χώρας μας.

Η διασύνδεση παράλληλα του δημιουργούμενου ρεύματος τουριστών με τις ευρύτερες περιοχές των νέων προορισμών και η διάθεση των προϊόντων και υπηρεσιών προσαρμοσμένων στις ανάγκες του τουρισμού μπορούν να αποτελέσουν μοχλό κινητοποίησης της οικονομικής δραστηριότητας και προώθησης της τοπικής ανάπτυξης γενικότερα.

#### Οι Δράσεις

Οι δράσεις του Προγράμματος αναφέρονται ειδικότερα στα πιο κάτω:

- Μελέτη των συνθηκών για την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και την προσέλκυση σημαντικού τουριστικού ρεύματος στις συμμετέχουσες περιοχές μέσα από την καταγραφή πολιτιστικών πόρων και διερεύνηση της σχέσης που διέπει την αξιοποίηση του πολιτιστικού πλούτου και την τοπική ανάπτυξη.

- Αξιολόγηση και διερεύνηση της δυνατότητας μεταφοράς «βέλτιστων πρακτικών» που εφαρμόζονται παγκοσμίως όσο αφορά το συγκεκριμένο τουριστικό μοντέλο.
- Δημιουργία δικτύων των «πνευματικών τόπων»: Διερεύνηση των παραμέτρων ένταξης στο δίκτυο, σχεδιασμός στο δίκτυο, δημιουργία μοντέλου διαχείρισης δικτύου, δημιουργία βάσης δεδομένων των προορισμών του δικτύου, δημιουργία λογισμικού για την ένταξη των προορισμών του δικτύου σε τουριστικά πακέτα.
- Ανάπτυξη στρατηγικής προώθησης και προβολής του δικτύου και των «πνευματικών τόπων» για την αύξηση της ελκυστικότητας των περιοχών και τη σωστή τους τοποθέτηση στη αγορά.
- Οργάνωση εκπαιδευτικών σεμιναρίων και ενημερωτικών εκδηλώσεων για την ευαισθητοποίηση των τοπικών και εθνικών αρχών, αλλά και των πολιτών σχετικά με τους στόχους του προγράμματος και την προσαρμογή των πολιτικών που προσαρμόζονται στη φιλοσοφία του.
- Δράσεις για τη διάδοση του προγράμματος μέσα από την οργάνωση διακρατικών εκδηλώσεων στις περιοχές των εταίρων, την έκδοση ενημερωτικών δελτίων και τη δημιουργία ενός πολύγλωσσου CD-Rom.

Εκτός από την ANEM, τη Νομαρχία Μαγνησίας και τη Νομαρχία Τρικάλων, στην υλοποίηση του Προγράμματος EST εμπλέκονται πέντε επιπλέον φορείς από την Ιταλία και τη Ρουμανία. Συντονιστής του Προγράμματος είναι η Περιφέρεια της Umbria στην Ιταλία.

### **Κοινοτική Πρωτοβουλία Interreg II B**

Έργο: Οικονομική Ανάπτυξη Περιοχών με Περιφερειακά Αεροδρόμια ( Developing the Economics of Airport Regions-DEAR)

Η ANEM συμμετέχει στο έργο ( Developing the Economics of Airport Regions-DEAR)

Στο Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα διαπεριφερειακής συνεργασίας **Interreg III C** που εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση τον Ιανουάριο του 2004. Στην κοινοπραξία του έργου συμμετέχουν αυτοδιοικήσεις περιοχών που διαθέτουν περιφερειακά αεροδρόμια και τεχνολογικά πάρκα από την Γερμανία, Αγγλία και Πολωνία.

Στόχοι του έργου είναι:

- Η αξιοποίηση περιφερειακών αεροδρομίων ώστε να συνεισφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα της ευρύτερης περιοχής με καλύτερη πρόσβαση στις διεθνείς αγορές και υπηρεσίες και προσέλκυση νέων επιχειρήσεων, επενδύσεων και τουρισμού.
- Συνεργασία μεταξύ περιοχών με περιφερειακά αεροδρόμια για ανταλλαγή εμπειρίας και μεγιστοποίηση των πλεονεκτημάτων των περιοχών με κοινές πρακτικές και πρωτοβουλίες.
- Συμμετοχή των επιχειρήσεων και τοπικών φορέων στην αξιοποίηση των αεροδρομίων για περιφερειακή ανάπτυξη.

Μέσω του προγράμματος DEAR αναμένεται να ενισχυθεί η προσπάθεια της ΝΑΜ και των φορέων του Ν.Μαγνησίας για αξιοποίηση του αεροδρομίου Ν.Αγχιάλου και την ανάδειξη του σε αεροδρόμιο Κεντρικής Ελλάδος, με αναπτυξιακά οφέλη για την ευρύτερη περιοχή.

#### **Δίκτυο «Αργώ»**

Το ερευνητικό πρόγραμμα «Αργώ» αποτελεί πρωτοβουλία του Δήμου Βόλου και της Δημοτικής Τουριστικής Επιχείρησης Βόλου. Φιλοδοξία του προγράμματος είναι η ανακατασκευή του μυθικού πλοίου της Αργούς με την τήρηση όλων των κανόνων της «εμπειρογνομονικής προσέγγισης» που έπεται της αρχαιολογικής έρευνας

Την επιστημονική ευθύνη του Ερευνητικού Προγράμματος Ναυτικής Αρχαιολογίας «Αργώ» την έχει το Ινστιτούτο Έρευνας Ναυπηγικής και Τεχνολογίας ΝΑΥΔΟΜΟΣ. Το πρόγραμμα χρηματοδοτείται από την Δημοτική Τουριστική Επιχείρηση Βόλου (ΔΗΤΕΒ).

Αντικείμενο του Ερευνητικού προγράμματος ανακατασκευής « Αργώ» είναι η ανασύνθεση μιας ρεαλιστικής και τεκμηριωμένης εκδοχής της Αργούς, ενός κωπηλατικού προϊστορικού πλοίου, του 15<sup>ου</sup> αιώνα.

Το μήκος του πλοίου προσεγγίζει τα 30 μέτρα, το πλάτος τα 4 μέτρα και ο αριθμός των κουπιών ανέρχεται στα 50, κάτι που αποτέλεσε την καινοτομία στην κατασκευή του, δίνοντας του μεγαλύτερη επιχειρησιακή ικανότητα από τα υπόλοιπα πλοία της εποχής.

#### *Μεθοδολογία - Προγραμματισμός*

Τα βήματα υλοποίησης του έργου της ανακατασκευής της Αργούς είναι τα ακόλουθα:

2000-2002 : Συλλογή στοιχείων – τεκμηρίωση σχεδίου – υλικού-εργαλείων-μεθόδων κατασκευής

2003: Σχεδίαση πλοίου

2004: Κατασκευή μοντέλου

2004: Έναρξη Ναυπήγησης – Τελετή Τρόπιδος

2005: Επιστημονικό συνέδριο για την τεκμηρίωση του Προγράμματος

2006: Ολοκλήρωση Πειραματικής Ναυπήγησης Πλοίου

2006: Δοκιμαστικοί πλόες –Ρυθμίσεις

2006: Πειραματικό ταξίδι ΑΡΓΟΥΣ ( Βόλος – Εύξεινος Πόντος – Γεωργία)

#### *Πορεία υλοποίησης*

Έχουν ολοκληρωθεί οι μελέτες, η τεκμηρίωση, η κατασκευή του μοντέλου ενώ έχει γίνει και η έναρξη της ναυπήγησης .

Ο χώρος αυτός αποτέλεσε το αρχαίο λιμάνι των Παγασών, όπου προσδιορίζεται ότι πραγματοποιήθηκε η κατασκευή του μυθικού πλοίου. Μετά την ολοκλήρωση του ταξιδιού το πλοίο θα αποτελέσει μόνιμο έκθεμα σε τμήμα θεματικού πάρκου με θέμα την Αργοναυτική Εκστρατεία.

Έτσι ο Βόλος θα καταστεί το σημείο πολιτιστικής και επιχειρηματικής επικοινωνίας της Ευρώπης με τις χώρες του Εύξεινου Πόντου.

Εκπρόσωποι των φορέων των πόλεων του δικτύου:

Από Ελλάδα: Δήμαρχος Βόλου, Δήμαρχος Λήμνου, Δήμαρχος Σαμοθράκης, Νομάρχης & Δήμαρχος Θεσσαλονίκης .Από Ρουμανία: Νομάρχης & Δήμαρχος Κωνσταντίας, Νομάρχης, Δήμαρχος & Αντιδήμαρχος Τουλτσέας. Από Ατζαρία : Δήμαρχος από το Βατούμι και Σύμβουλος Προέδρου της Κυβέρνησης. Από Γεωργία: Δήμαρχος Πότι. Από Τουρκία: Δήμαρχος Κωνσταντινούπολης,Δήμαρχος Γκεμλίκ, Νομάρχης & Δήμαρχος Ορντού, Δήμαρχος Ηράκλειας ,Δήμαρχος Τραπεζούντας, Πρόεδρος Επιμελητηρίου Κωνσταντινούπολης, Πρόεδρος Επιμελητηρίου Τραπεζούντας.

#### **Π.Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**

Κάθε Π.Ε.Π είναι μια μικρογραφία του Κ.Π.Σ, με ενέργειες για όλους τους τομείς της οικονομίας, περιορισμένο στα γεωγραφικά όρια κάθε Περιφέρειας.

Σε κάθε Π.Ε.Π ορίζονται ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και την ανάπτυξη κάθε Περιφέρειας και μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται μια σειρά



προγράμματα ενίσχυσης των Μ.Μ.Ε στους τομείς της Μεταποίησης και του τουρισμού.

Για την εφαρμογή του προγράμματος η χώρα διαιρείται σε τρεις θεματικές ενότητες οι οποίες καθορίζουν και τις προϋποθέσεις ένταξης των επιχειρήσεων στο πρόγραμμα, τα ποσοστά επιδότησης κ.λ.π.

Σύμφωνα με το σχεδιασμό προγραμματικής περιόδου 2000-2006 για το νομό Μαγνησίας, στο ανώτερο επίπεδο σχεδιασμού, προτάθηκαν αρκετά έργα που έχουν υλοποιηθεί, που είναι σε φάση υλοποίησης, και αναπτυξιακά έργα που βρίσκονται σε φάση σχεδιασμού- υποβολής προτάσεων τα οποία είναι τα εξής:

#### **Α. Σημαντικά αναπτυξιακά έργα που έχουν υλοποιηθεί τα τελευταία χρόνια στον Νομό**

1.Λιμάνι	Βόλου	Προϋπολογισμού	6	δίσ.	δρχ.
2.Έργα	Πανεπιστημίου	Θεσσαλίας	"	15,5	δίσ. δρχ.
3.Περιφερειακές	αρτηρίες	Λ. Βόλου	"	1	δίσ. δρχ.
4.Λιμάνι	Σκοπέλου	"	1,3	δίσ.	δρχ.
5.Π.Ε.	Βόλου	- Λάρισας	"	2,8	δίσ. δρχ.
6.Λύκειο	Μουρτζούκου	"	1	δίσ.	δρχ.
7.8ο και	9ο	Λύκειο Βόλου	"	1	δίσ. δρχ.
8.Υδροαρδευτικά	έργα	Πηλίου	"	454	εκ. δρχ.
9.	Υδροαρδευτικά έργα	Αλμυρού	"	451	εκ. δρχ.
10.Υδρευση	Βόλου	"	2,56	δίσ.	δρχ.
11.Βιολογικός	καθαρισμός	επεξ. λυμάτων Βόλου	"	6,4	δίσ. δρχ.
12.Αποχέτευση	Σκιάθου	"	900	εκ.	δρχ.
13.ΧΥΤΑ	Βόλου	"	800	εκ.	δρχ.
14.Πολεοδομικές	εφαρμογές	Ν. Ιωνίας	"	950	εκ. δρχ.
15.Συνεδριακό	Κέντρο	Ι. Μ. Δημητριάδος	"	1,3	δίσ. δρχ.
16.	Αποκατάσταση	Λιθόστρωτων Πηλίου	"	600	εκ. δρχ.
17.Αναπλάσεις	παραλίων	Σκοπέλου	"	400	εκ. δρχ.
18.Δίκτυα	Φυσικού	Αερίου	"	2,1	δίσ. δρχ.
19.Γυμνάσιο	-	Λύκειο Τρικεριού	"	180	εκ. δρχ.
20.Κέντρο	Μεταφοράς-Τεχνολογίας	& Καινοτομίας	"	488	εκ. δρχ.
21.	Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο	Βορ. Σποράδων	"	1	δίσ. Δρχ.

### **Β. Σημαντικά αναπτυξιακά προγράμματα/έργα που βρίσκονται στη φάση της υλοποίησης**

1. Παράκαμψη Βόλου & είσοδος από Μικροθήβες, προϋπολογισμού 3,2 δισ. δρχ.
2. Οδικό Κύκλωμα Πηλίου, προϋπολογισμού 35 δισ. δρχ.
3. Αεροδρόμιο Σκιάθου, προϋπολογισμού 4,5 δισ. δρχ.
4. Τοπικό Σύμφωνο Απασχόλησης, προϋπολογισμού 832 εκ. δρχ.
5. Φράγμα Παναγιώτικου, προϋπολογισμού 2 δισ. δρχ.
6. Αξιοποίηση Πηγών Μαυρομματίου, προϋπολογισμού 425 εκ. δρχ.
7. LEADER Πηλίου, προϋπολογισμού 1,5 δισ. δρχ.
8. Λιμάνι Πατητήρι Αλοννήσου, προϋπολογισμού 413 εκ. δρχ.
9. URBAN Βόλου - Νέας Ιωνίας, προϋπολογισμού 3,5 δισ. δρχ.
10. Ταμιευτήρας Κάρλας, προϋπολογισμού 60 δισ. δρχ.
11. ΒΙΟΠΑ Βόλου, προϋπολογισμού 1,4 δισ. δρχ.
12. Αθλητικό Κέντρο Νέας Ιωνίας, προϋπολογισμού - δρχ.
13. Ειδικό Πρόγραμμα Τοπικής Αυτ/σης (ΕΠΤΑ), προϋπολογισμού 26 δισ. δρχ.

### **Γ. Αναπτυξιακά προγράμματα/έργα που βρίσκονται στη φάση του σχεδιασμού - υποβολής προτάσεων**

1. Ολοκλήρωση Νοσοκομείου Βόλου.
2. Ολοκλήρωση παράκαμψης Βόλου και είσοδος από Μικροθήβες.
3. Ολοκλήρωση Φράγματος και κατασκευή δικτύων Παναγιώτικου.
4. Ολοκλήρωση και δίκτυα Μαυρομματίου.
5. Λιμνοδεξαμενές Πανόρμου και Αλοννήσου.
6. Λιμάνι Βόλου.
7. Ολοκλήρωση Λιμάνι Πατητήρι Αλοννήσου.
8. Έργα Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.
9. Οδικό Κύκλωμα Πηλίου
10. Ολοκληρωμένα προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης και Τουριστικής ανάπτυξης.
11. Αεροδρόμιο Νέας Αγχιάλου.

#### 4.4 Προβλήματα τουριστικών φορέων

Οι τουριστικοί Φορείς σε μια αστική πόλη είναι όλες οι υπηρεσίες εκείνες οι οποίες μπορούν να έχουν λόγω πάνω στην ανάπτυξη και στην πορεία του τουρισμού. Εμπλέκονται ενεργά τόσο με την δράση του όσο και με την έννοια του γι' αυτό εξαρτώνται ολικά από αυτόν. Κατά συνέπεια, τα προβλήματα τα οποία έχουν την δυνατότητα να εντοπίσουν οι εκάστοτε αυτοί οι φορείς και μπορούν να αποτελέσουν με την επίλυση τους πρόλογο για μια δυναμική αστική τουριστική ανάπτυξη.

##### 4.4.1 Προβλήματα που εντοπίζουν οι τουριστικοί φορείς

*Βασικά θέματα ανάπτυξης του εκπροσώπου του ΕΟΤ:*

- Όσο αφορά τις τουριστικές υποδομές παρατηρείται από τη μια η πλευρά για αναβάθμιση τους και από την άλλη το πρόβλημα του πελάτη είτε από τον εστιάτορα είτε από τον ξενοδόχο είτε από το προσωπικό του λιμενικού
- Ο Βόλος αντιμετωπίζει την έλλειψη ξενοδοχειακής και ποιοτικής στέγασης. Το ποσοστό διανυκτερεύσεων που έχει καταγραφεί είναι 60% στα γ' τάξης και 50% στα β' τάξης. Βέβαια το ποσοστό πληρότητας σαν διανυκτερεύσεις είναι ασήμαντο
- Πρέπει να δοθούν κίνητρα σε επενδυτές και επιχειρηματίες έτσι ώστε να δημιουργηθούν σωστές και καλά οργανωμένες μονάδες
- Η διαφήμιση που γίνεται, για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος είναι υπερβολική με αποτέλεσμα τα τουριστικά αγαθά να κοστολογούνται κατά πολύ περισσότερο από ότι τους αξίζει.

*Βασικά θέματα ανάπτυξης του εκπροσώπου της Τουριστικής Αστυνομίας:*

- Ανεξέλεγκτη χρήση και καταπάτηση χώρου των καταστημάτων εστίασης με τραπεζοκαθίσματα σε πεζόδρομους, πεζοδρόμια
- Εμφανές είναι το πρόβλημα διαμονής στο Πήλιο σε περιόδους αιχμής από τουρίστες που αναζητούν ολιγοήμερη διαμονή
  - Κατάληξη των παραπάνω αποτελεί το γεγονός ότι πρέπει να γίνει κάποιου είδους κατάρτιση ή σεμινάρια για τους ξενοδόχους. Ακόμη περισσότερο στα πλαίσια έλλειψης παιδείας θα πρέπει να γίνει υποχρεωτική παρέμβαση από την πολιτεία

*Βασικά θέματα ανάπτυξης του Λιμεναρχείου:*

- Η έλλειψη δρομολογίων των πλοίων αποτελεί βασική αιτία για την ταλαιπωρία των τουριστών, οι οποίοι αναγκάζονται πολλές φορές να διανυκτερεύσουν στο λιμάνι του Βόλου λόγω πληρότητας των πλοίων

- Παρατηρείται ανικανότητα να διατηρηθεί ο τουριστικός πληθυσμός που έρχεται με κρουαζιερόπλοια στη πόλη του Βόλου με αποτέλεσμα ο πληθυσμός αυτός να διαφεύγει σε κοντινές τουριστικές περιοχές
- Πρόταση για επαναλειτουργία γραμμής Βόλου- Συρίας λόγω των πλεονεκτημάτων της για την πόλη του Βόλου

*Βασικά θέματα ανάπτυξης του εκπροσώπου της Διεύθυνσης Εμπορίου και Τουρισμού:*

- Είναι γενικά αποδεκτή η απουσία τουριστικής συνείδησης από τον πολίτη του Βόλου.
- Προτείνεται να αξιοποιηθούν ακόμα και παραμικρές δυνατότητες που έχει η πόλη του Βόλου ( πάρκα, αρχαίο Θέατρο)

Θα πρέπει να μάθει ο πολίτης του Βόλου σε ένα άλλο τρόπο σκέψης και αντίληψης. Να υιοθετηθεί την συνήθεια να χρησιμοποιεί τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς αντί για το αυτοκίνητο του, κάνοντας καλό έτσι και στον εαυτό του και στο περιβάλλον είτε αυτό είναι φυσικό είτε τουριστικό.

#### **4.4.2 Προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Ξενοδόχοι Μαγνησίας**

Σοβαρά προβλήματα καλούνται να αντιμετωπίσουν οι ξενοδόχοι του Ν.Μαγνησίας, έπειτα από πρόσφατες κυκλοφοριακές ρυθμίσεις, που τέθηκαν σε ισχύ στο Βόλο και κάνουν δυσχερέστατη την πρόσβαση του κοινού στα ξενοδοχεία της περιοχής. Όπως επισήμανε ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων του Ν.Μαγνησίας σε μια συνέντευξη του, που πραγματοποιήθηκε από το κανάλι TRT « η θετική εξέλιξη που είχε η ανάπλαση της παραλίας του Βόλου, που πραγματικά έδωσε άλλο χρώμα στην εικόνα της παραλίας, δυστυχώς δεν συνοδεύτηκε με συγκεκριμένα μέτρα, που έπρεπε να ληφθούν για τους επαγγελματίες του ξενοδοχειακού κλάδου, οι οποίοι έχουν δημιουργήσει τις απαραίτητες υποδομές, ώστε ο Βόλος να φθάσει στο σημερινό σημείο να είναι το επίκεντρο του τουριστικού επιχειρηματικού ενδιαφέροντος παρασύροντας και άλλους κλάδους και μετατρέποντας τον τουρισμό σε μια από τις μελλοντικές προοπτικές τις περιοχής μας».

Η ένωση ξενοδόχων Μαγνησίας ζητά κυρίως :

- 1) Την στήριξη της σε κάποιους ξενοδόχους που έχουν προσφύγει στη δικαιοσύνη με νομική εμπλοκή

2) Την εξέταση της σήμανσης και με την βοήθεια ειδικών να παρεκβούν στην αλλαγή σήμανσης με αλλαγή κατεύθυνσης δρόμων, σήματα στάθμευσης και επιβίβασης και μέριμνα για την ολιγόλεπτη επιβίβαση και αποβίβαση λεωφορείων πέραν από την είσοδο που υπάρχει σήμερα στην οδό Ιάσωνος

3) Να ζητηθεί με όλα τα μέσα από τους φορείς και ειδικότερα από τον Οργανισμό Λιμένος Βόλου παραχώρηση χώρου στάθμευσης χωρίς χρέωση που θα ανέρχεται περίπου στο 10% της δυναμικότητας σε δωμάτια, στο χώρο της κεντρικής προβλήτας.

4) Να ζητηθεί ειδικό τιμολόγιο για στάθμευση των πελατών τους πλέον του 10% της δυναμικότητας.

5) Ακύρωση νυχτερινής χρέωσης.

6) Να εξεταστεί η δυνατότητα προαγοράς μακροχρόνιας στάθμευσης και τέλος

7) Ζητάνε από το Δήμο Βόλου όσο αφορά τα Συγκοινωνιακά θέματα να διαθέσει διπλάσιους χώρους για αποβίβαση και επιβίβαση των πελατών μπροστά στα ξενοδοχεία.

#### **4.5 Ανάλυση SWOT ( Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα- Ευκαιρίες- Απειλές)**

Η ανάλυση **SWOT** είναι μια μέθοδος που αναπτύχθηκε με σκοπό την καθολική αξιολόγηση μιας επιχείρησης, μιας εταιρίας ή ενός οργανισμού που θα βοηθούσε στην επιλογή των καταλληλότερων εναλλακτικών σεναρίων μελλοντικής δράσης για τη βελτίωση της λειτουργίας της. Επειδή, όμως, αυτή η μέθοδος, στην απλοποιούμενη της μορφή κρίνεται εύκολη, γρήγορη και αρκετά αξιόπιστη μπορεί να χρησιμοποιηθεί και σε άλλες περιπτώσεις( Αραβώσης, 1999).

Η πιο κάτω ανάλυση **SWOT**, εφαρμόζεται για την πόλη του Βόλου, λαμβάνοντας την ως μια επιχείρηση που παράγει ένα συνολικό τουριστικό προϊόν με συγκεκριμένα και διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά.

##### **Πλεονεκτήματα:**

- Η κεντροβαρική θέση της πόλης στον ελλαδικό χώρο
- Η γειτνίαση με το Πήλιο και τα νησιά των Β.Σποράδων, που εξασφαλίζουν ποιότητα φυσικού περιβάλλοντος και δυνατότητες ανάπτυξης τουρισμού και εναλλακτικών μορφών του.
- Ο συνδυασμός βουνού – θάλασσας
- Η παραδοσιακή ταυτότητα του Πηλίου
- Η ύπαρξη του χιονοδρομικού κέντρου στα Χάνια

- Η γειτνίαση με αξιόλογες παραλίες
- Τουρισμός καθόλη τη διάρκεια του έτους
- Ο γρήγορα αναπτυσσόμενος τριτογενής τομέας και μάλιστα η αύξηση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών
- Το επιβατικό και εμπορικό λιμάνι της πόλης
- Τα ερευνητικά του Κέντρα και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, που διακρίνεται για την ερευνητική του παραγωγή και τη διοργάνωση σημαντικών συνεδρίων καθώς και την πολυάριθμη και δραστήρια φοιτητική του κοινότητα
- Το σχετικά μεγάλο μέγεθος της πόλης
- Το όμορφο φυσικό περιβάλλον, ιδίως κατά μήκος του θαλάσσιου μετώπου και στην πλευρά του λόφου της Γορίτσας
- Το ευνοϊκό κλίμα, με ήπιους χειμώνες και δροσερά καλοκαίρια
- Η ιστορική της κληρονομιά ( Ιάσων, Αργοναυτική Εκστρατεία, κ.λ.π)
- Η ύπαρξη πολιτιστικών υποδομών ( Δημοτικό Θέατρο, Δημοτικό Ωδείο, Κινηματογράφοι, Αρχαιολογικά Μουσεία)
- Η πλούσια και ενδιαφέρουσα πολιτιστική ζωή ( διοργάνωση διεθνών φεστιβάλ, συναυλιών, κλπ) καθώς και ο πρωτότυπος τρόπος αναψυχής.
- Η δραστηριοποίηση πολλών τοπικών αθλητικών συλλόγων ( Ολυμπιακή πόλη για τους Αγώνες το 2004)
- Σημαντικό απόθεμα ιστορικών και ενδιαφερόντων κτιρίων σε όλο το αστικό ιστό.

### **Μειονεκτήματα**

- Η περιορισμένη αισθητική εικόνα της πόλης (λόγω έλλειψης κτιρίων – συμβόλων, κατασκευής κτιρίων χαμηλής αρχιτεκτονικής αξίας )
- Η χαμηλή ποιότητα αστικών υποδομών (έλλειψη πάρκων, χώρων πρασίνου και πλατειών, καθώς και ανεπαρκείς δρόμοι σε κάποιες περιοχές)
- Η έλλειψη διεθνούς πολιτικού αεροδρομίου με αποτέλεσμα την ελλιπή σύνδεση της πόλης με την υπόλοιπη χώρα και κυρίως με το εξωτερικό
- Οι μέτριες λιμενικές υποδομές και οι ανεπαρκείς διασυνδέσεις με άλλα μεγάλα λιμάνια
- Η μέτριας ποιότητας στις σιδηροδρομικές υπηρεσίες
- Η έλλειψη επαρκών τουριστικών υποδομών

- Η ανεπαρκής και μέτριας ποιότητας υποδομής σε ξενοδοχειακές κλίνες – Έλλειψη ξενοδοχείων Α΄ κατηγορίας
- Η έλλειψη συνεργασίας μεταξύ των φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό
- Χαμηλή ποιότητα εξειδίκευσης και κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού της πόλης
- Η έλλειψη μεγάλου συνεδριακού κέντρου
- Η μη ικανοποιητική αξιοποίηση και ανάδειξη των φυσικών πόρων της πόλης ( θαλάσσιου μετώπου και περιοχών πρασίνου)
- Η μη ικανοποιητική αξιοποίηση και ανάδειξη του ενδιαφέροντος κτιριακού αποθέματος της πόλης (παλιά βιομηχανικά κτίρια και νεοκλασικά κτίρια)
- Ρύπανση του Παγασητικού Κόλπου και από το εργοστάσιο της ΑΓΕΤ Ηρακλής

### Ευκαιρίες

- Η προσπελασιμότητα καλή. Η πρόσβαση από το εξωτερικό διευκολύνεται, επειδή βρίσκεται πλησιέστερα από κάθε άλλη θεσσαλική πόλη στα δύο αεροδρόμια της Θεσσαλίας. Η πρόσβαση από το εσωτερικό διευκολύνεται επίσης επειδή πρόκειται για πόλη- λιμάνι και επιπέδων βρίσκεται κοντά στο μεγάλο οδικό άξονα βορρά- νότου της χώρας (ΠΑΘΕ)
- Τα προγράμματα της ΕΕ και του Αναπτυξιακού Νόμου και η τάση για ταχεία ανάπτυξη του αστικού τουρισμού
- Ο Βόλος βρίσκεται σε προνομιακή θέση, συγκριτικά με τις άλλες θεσσαλικές πόλεις. Λόγω της υψηλής αισθητικής αξίας του φυσικού και του δομημένου περιβάλλοντος αποτελεί περιοχή υψηλού τουριστικού ενδιαφέροντος και υποχρεωτικό πέρασμα προς τους τουριστικούς προορισμούς του Πηλίου και των Σποράδων.
- Η συγκράτηση των τουριστών στη πόλη, με την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού, είναι μια σημαντική ευκαιρία για το Βόλο
- Ο Βόλος μπορεί να ανταγωνιστεί εύκολα το Ευρωπαϊκό περιβάλλον με τα υπάρχοντα και συγκριτικά του πλεονεκτήματα

- Η αξιοποίηση των ευκαιριών που δόθηκαν από τους Ολυμπιακούς Αγώνες, καθώς των έργων και των υποδομών που κατασκευάστηκαν γι' αυτό το γεγονός
- Το πολιτικό αεροδρόμιο της Ν.Αγχιάλου και η αναβάθμιση του δημιουργεί ευκαιρίες ανάπτυξης
- Ο εκσυγχρονισμός και η επέκταση του επιβατικού λιμένα και η ανάδειξη του θαλάσσιου μετώπου της πόλης. Η δημιουργία τελεφερίκ στο Πήλιο
- Η αξιοποίηση των μελετών από το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας για την περιοχή
- Η δημιουργία κέντρου τουριστικής πληροφόρησης στην είσοδο της πόλης
- Η δυνατότητα προσέλκυσης τουριστών από τρίτες χώρες ( Α.Χώρες, Ρωσία, Κίνα)
- Ο εμπλουτισμός των παρερχομένων υπηρεσιών των ξενοδοχείων

#### Απειλές

- Η πλήρης απελευθέρωση στη μετακίνηση κεφαλαίου, εργασίας και υπηρεσιών. Η λειτουργία της ενιαίας ευρωπαϊκής αγοράς δεν δημιουργεί μόνο ευκαιρίες, αφού η πλήρης εξάλειψη εμποδίων στη διακίνηση των ατόμων βλάπτει τις αναπτυσσόμενες χώρες ενώ οι επιχειρήσεις τους έρχονται αντιμέτωπες με εκείνου του Βορρά
- Ο οικονομικός ανταγωνισμός μεταξύ των ελληνικών και ξένων επιχειρήσεων του τουριστικού κυκλώματος
- Ο ανταγωνισμός από γειτονικές και φθηνότερες χώρες καθώς και ο πιθανός εσωτερικός ανταγωνισμός με τη νησιωτική Μαγνησία
- Η Μαγνησία παρουσιάζει έλλειψη σε αποτελεσματικές συνδέσεις όπως ένα διεθνές θεσσαλικό αεροδρόμιο όπου με αυτό αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για την προσέλκυση μεγάλων ευρωπαϊκών επενδύσεων
- Η πτώση του τουρισμού λόγω οικονομικής δυσπραγίας
- Η συνάρτηση του τουρισμού με οικονομική και πολιτική αστάθεια
- Η νομισματική πολιτική της ΕΕ η οποία υπαγορεύει την υποτίμηση του νομίσματος με στόχο την αύξηση του ανταγωνισμού
- Το μονοπώλιο από τους tour-operators που δρουν κερδοσκοπικά



- Η Λάρισα είναι η έδρα της Περιφέρειας Θεσσαλίας και ως εκ τούτου συγκεντρώνει και τώρα υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και εξυπηρετήσεις. Πρόκειται όμως για ένα κίνδυνο που μπορεί να ξεπεραστεί με τη συνεργασία και τον υγιή ανταγωνισμό των δύο πόλεων
- Η μείωση του αριθμού των αφιχθέντων κρουαζιερόπλοιων. Δεν υπάρχει συνολικός σχεδιασμός για τον τουρισμό σε επίπεδο Βόλου.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:**

5.1 Αξιολόγηση Ερωτηματολογίων των Ξένων Επισκεπτών στο Βόλο

5.2 Αξιολόγηση Ερωτηματολογίων από τους συνέδρους του «ERSA 2006» στο Βόλο.( Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας)

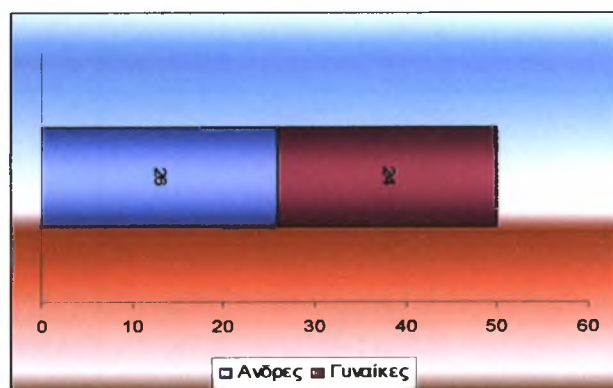
**Αξιολόγηση Ερωτηματολογίων**

Στα πλαίσια της εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας μοιράστηκαν 50 (πενήντα) ερωτηματολόγια στους επισκέπτες του Βόλου και 40(σαράντα) ερωτηματολόγια στους συνέδρους του «ERSA 2006», το οποίο πραγματοποιήθηκε στο Βόλο όπου και οι μεν και οι δε έμεναν σε διάφορα ξενοδοχεία της πόλης. Τα ερωτηματολόγια αυτά αποσκοπούν στην καταγραφή των απόψεων, γνώμων και αντιλήψεων όσο αφορά την πόλη του Βόλου κατά την διάρκεια της παραμονής τους σε αυτή, όπου οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήσεις κλειστού τύπου και με αυτό τον τρόπο να δείξουν την δυσαρέσκεια ή την ικανοποίηση τους σε διάφορους τομείς και δραστηριότητες, κατά τους οποίους παρέχονται ή δεν παρέχονται. Αυτό βέβαια γίνεται με στόχο την αξιολόγηση της τουριστικής ανάπτυξης στο Βόλο, με την επισήμανση κυρίως των πλεονεκτημάτων της πόλης συνάμα και των μειονεκτημάτων ουτωςώστε να οριστεί μια ολοκληρωτική εικόνα της τουριστικής ανάπτυξης και αν υπάρχουν τυχόν προβλήματα να αντιμετωπιστούν, έτσι ώστε ο Βόλος να αποτελέσει μια καλύτερη οικονομική και ανοδική πορεία για ένα καλύτερο αύριο.

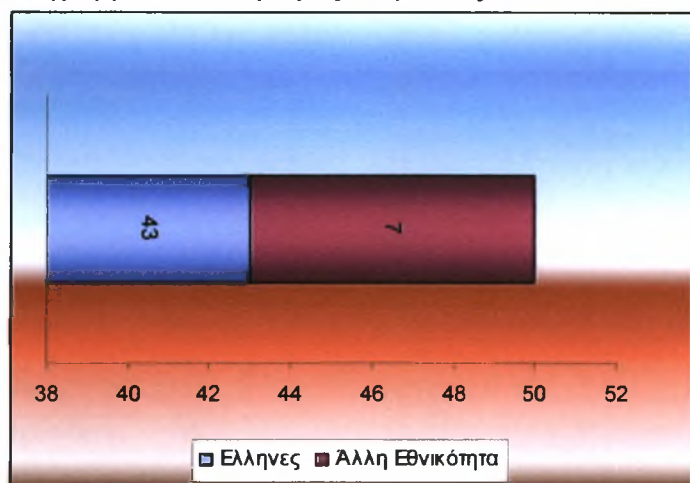
**A. Αξιολόγηση Ερωτηματολογίων των Ξένων Επισκεπτών στο Βόλο**

5.1 Ταυτότητα Δείγματος

Διάγραμμα 5.1: Φύλο ερωτηθέντων

*Πηγή: Ιδία Επεξεργασία*

Διάγραμμα 5.1.1: Αριθμός ιθαγένειας

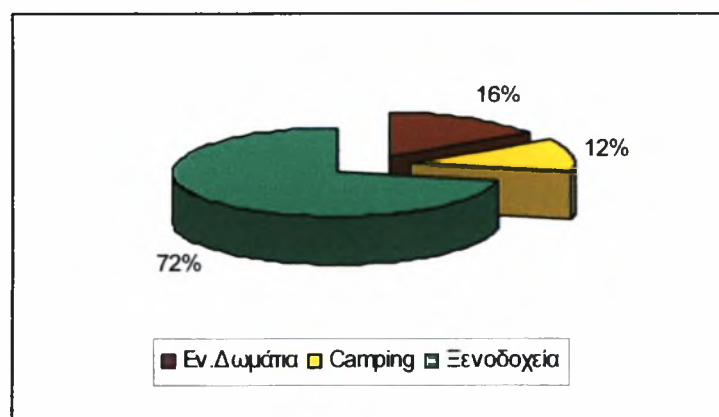


Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Καταρχήν το δείγμα συμπεριλήφθηκε σχεδόν από τον ίδιο αριθμό ανδρών και γυναικών.

Τα 26 άτομα από τα 50 ήταν άνδρες ενώ τα υπόλοιπα 24 ήταν γυναίκες (βλ.διάγραμμα 5.1). Αυτό έχει προμελετηθεί έτσι να έχουμε ένα πιο δίκαιο δείγμα και να υπάρχουν ποικίλες απόψεις και ενδιαφέροντα. Επίσης το μεγαλύτερο αριθμό του δείγματος αποτέλεσαν Έλληνες επισκέπτες όπου αυτό έδειξε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών στο Βόλο είναι κυρίως Έλληνες. Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 5.1.1, τα 43 άτομα από τα 50 ήταν Έλληνες και τα υπόλοιπα 7 άλλης εθνικότητας.

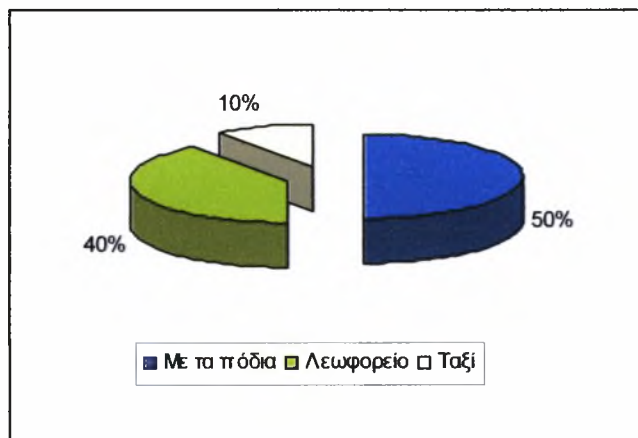
Διάγραμμα 5.1.2: Προτιμότερο μέρος διαμονής στο Βόλο από τους ξένους επισκέπτες



Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 5.1.2, το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών το 72% αποτελούν αυτοί που μένουν σε ξενοδοχεία, το 16% σε ενοικιαζόμενα δωμάτια στο Πήλιο και το 12% σε camping. Κυρίως σε camping έμεναν άτομα μικρής ηλικίας π.χ φοιτητές ενώ στα υπόλοιπα μέρη διαμονής, οικογένειες.

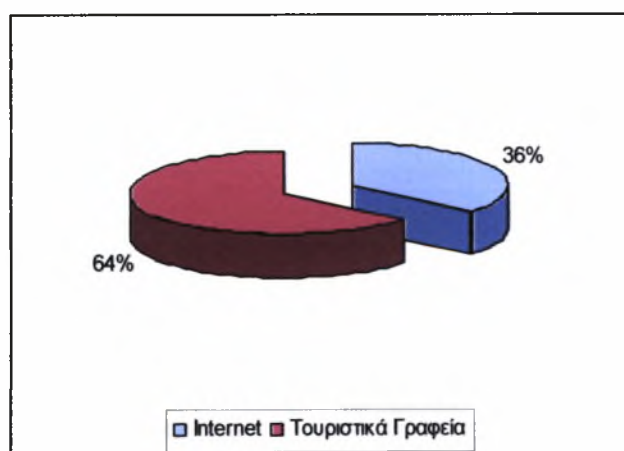
Διάγραμμα 5.1.3 : Καλύτεροι τρόποι μετακίνησης μέσα στην πόλη



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Λόγω του ότι ο Βόλος έχει μια πολύ καλή ρυμοτομία, και ο οποιοσδήποτε ξένος επισκέπτης δεν μπορεί να χαθεί εύκολα κατά την περιήγηση του σε αυτή, η έρευνα των ερωτηματολογίων έδειξε ότι το 50% των επισκεπτών προτιμά την μετακίνηση του μέσα στην πόλη με τα πόδια, το 40% με λεωφορείο και το 10% με ταξί ( βλ.διάγραμμα 5.1.3).

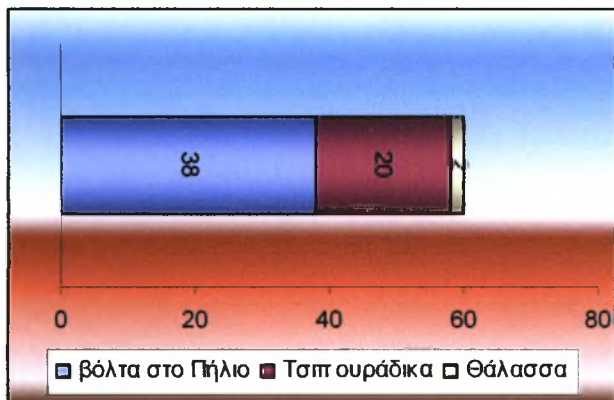
Διάγραμμα 5.1.4: Αξιολόγηση των καλύτερων κέντρων πληροφόρησης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

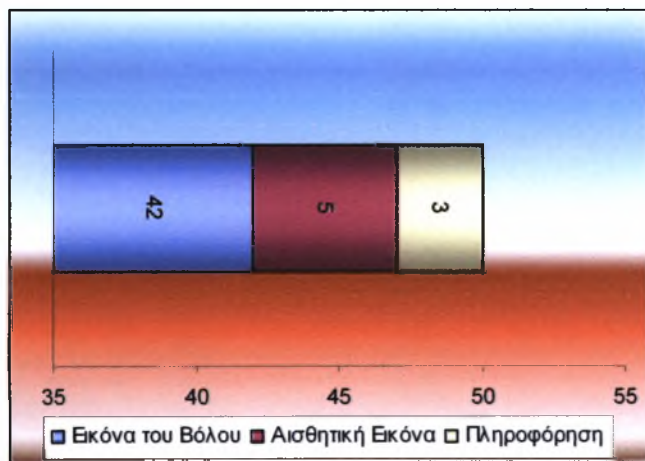
Σύμφωνα με την αξιολόγηση των καλύτερων και προτιμότερων κέντρων πληροφόρησης από τους τουρίστες αποδείχθηκε ότι το 64% εμπιστεύονται τα τουριστικά γραφεία και από εκεί διαπραγματεύονται και μαθαίνουν όσο πιο πολλές πληροφορίες θέλουν για το μέρος των διακοπών τους και το 35% μέσω διαδικτύου.

Διάγραμμα 5.1.5: Αξιολόγηση των καλύτερων δραστηριοτήτων συμμετοχής στο Βόλο



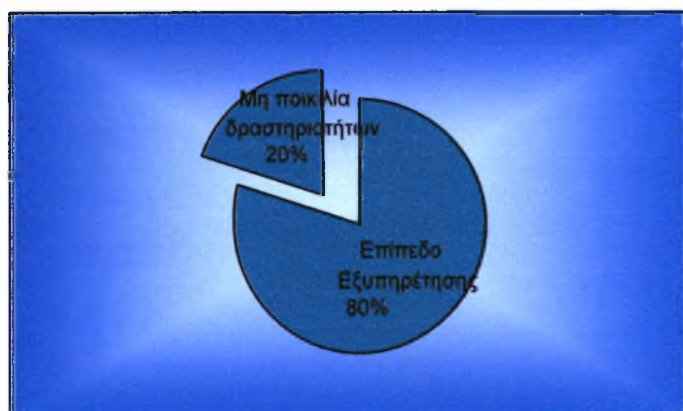
Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Διάγραμμα 5.1.6 Αξιολόγηση των πιο θετικών στοιχείων της πόλης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Διάγραμμα 5.1.7: Αξιολόγηση των πιο αρνητικών στοιχείων της πόλης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

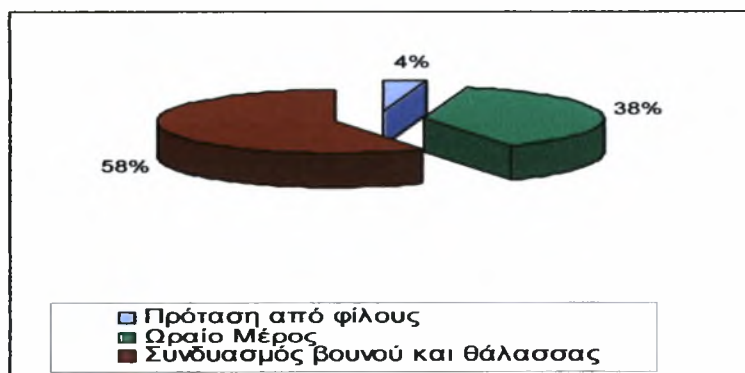
Προσπαθώντας να αποκομιστεί μια καλύτερη άποψη και μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα της πόλης του Βόλου, τέθηκαν κάποιες ερωτήσεις σε σχέση με τη συμμετοχή κάποιων δραστηριοτήτων, οι οποίες είναι εφικτών να γίνουν στο Βόλο και αν τις πραγματοποίησαν κατά πόσο έχουν μείνει ικανοποιημένοι και αν όχι τί άλλο θα θέλανε να κάνουν.

Το πόρισμα, της συμμετοχής των δραστηριοτήτων έδειξε ότι τα 38 άτομα έμειναν πολύ ευχαριστημένοι με την βόλτα στο Πήλιο, ενώ θεωρήθηκε μια από τις πιο αξιόλογες και εντυπωσιακές δραστηριότητες στο Βόλο, τα 20 με τα τσιπουράδικα και τα υπόλοιπα δύο με την παραμονή τους στις πολύ όμορφες και καθαρές παραλίες του Πηλίου (βλ.διάγραμμα 5.1.5).

Τα πιο θετικά στοιχεία στα οποία έχουν μείνει πολύ ευχαριστημένοι ήταν η εικόνα και η αισθητική της εικόνας του Βόλου και η πληροφόρηση που είχαν από αρκετά κέντρα πληροφόρησης (βλ.διάγραμμα 5.1.6).

Και τα αρνητικά στοιχεία τα οποία τους δυσαρέστησαν, ήταν κυρίως το επίπεδο εξυπηρέτησης και η μη ποικιλία δραστηριοτήτων ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό το 80% συμφώνησε με το ελλιπές επίπεδο εξυπηρέτησης και το 20% με την μη ποικιλία δραστηριοτήτων (βλ.διάγραμμα 5.1.7).

Διάγραμμα 5.1.8: Αξιολόγηση επιλογής του Βόλου ως προορισμού



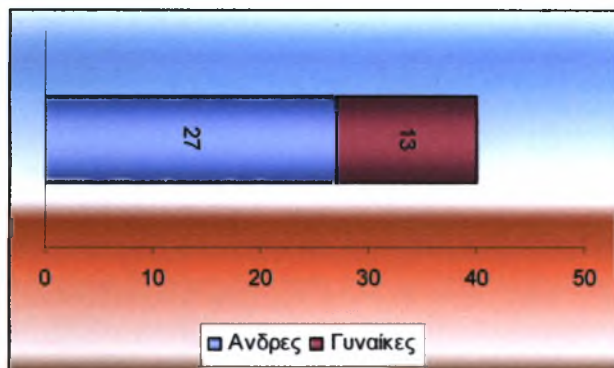
Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Τέλος, το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών, όπως φαίνεται και από το πιο πάνω διάγραμμα, το 58% επιλέξανε το Βόλο ως τον καλύτερο προορισμό γιατί συνδυάζει βουνό και θάλασσα κάτι που μπορεί να ευχαριστήσει δύο γούστα και κάτι το ιδανικό για πλήρης διακοπές, το 38% γιατί είναι ωραίο μέρος και το 4% ήταν σαν πρόταση από φίλους.

## 5.2 Αξιολόγηση Ερωτηματολογίων από τους συνέδρους « ERSΑ 2006» στο Βόλο ( Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας)

### 5.2 Ταυτότητα Δείγματος

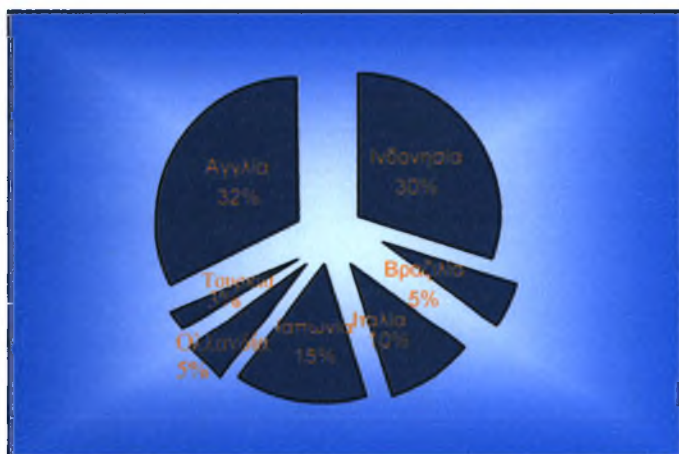
Διάγραμμα 5.2.1 : Φύλο ερωτηθέντων



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η αξιολόγηση των 40 ερωτηματολογίων, όπως είχαμε αναφέρει και πιο πάνω έγινε από τους συνέδρους στο « ERSΑ 2006» το οποίο πραγματοποιήθηκε στο Βόλο υπό την διοργάνωση του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Σε αυτό το δείγμα έδειξε ότι η πλειοψηφία ήταν άνδρες σύνεδροι, με τον αριθμό 27 στο σύνολο και οι υπόλοιπες γυναίκες 13 στο σύνολο (βλ. διάγραμμα 5.2.1)

Διάγραμμα 5.2.2 : Κατανομή ποσοστού εθνικότητας των συνέδρων

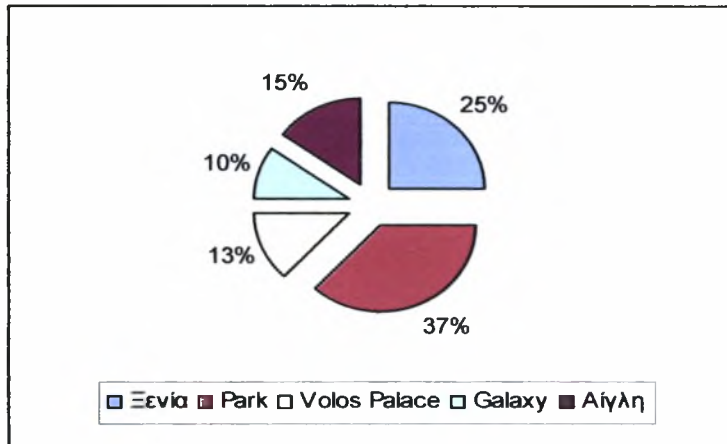


Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Το μεγαλύτερο ποσοστό συνέδρων σύμφωνα με το δείγμα έδειξε ότι το αποτελούσαν οι Άγγλοι με 32%, το 30% σύνεδροι από την Ινδονησία, το 3% από την Τουρκία, το 5% από την Ολλανδία, το 15% από την Ιαπωνία, το 10% από την

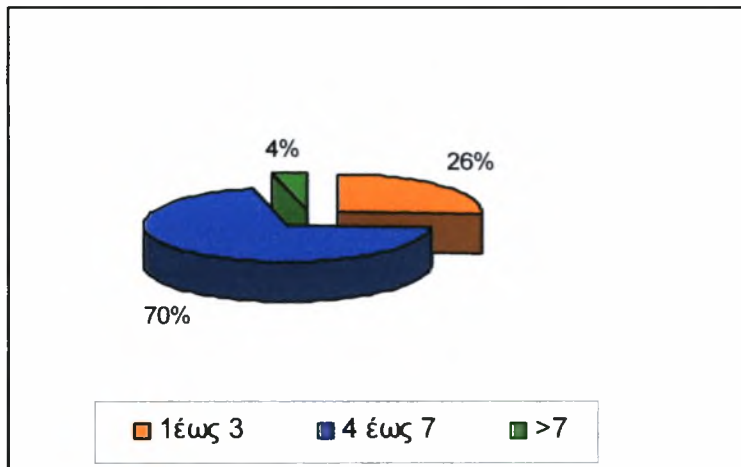
Ιταλία και ένα 5% από την Βραζιλία. Παρατηρείται λοιπόν σύμφωνα με το δείγμα, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον έγινε κυρίως από την Αγγλία και την Ινδονησία και ελάχιστα από τις υπόλοιπες χώρες( βλ. διάγραμμα 5.2.2).

Διάγραμμα 5.2.3 : Αξιολόγηση του τόπου διαμονής τους στα διάφορα ξενοδοχεία της πόλης



Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Διάγραμμα 5.2.4: Αριθμός διανυκτερεύσεων κατά την διαμονή τους στο Βόλο

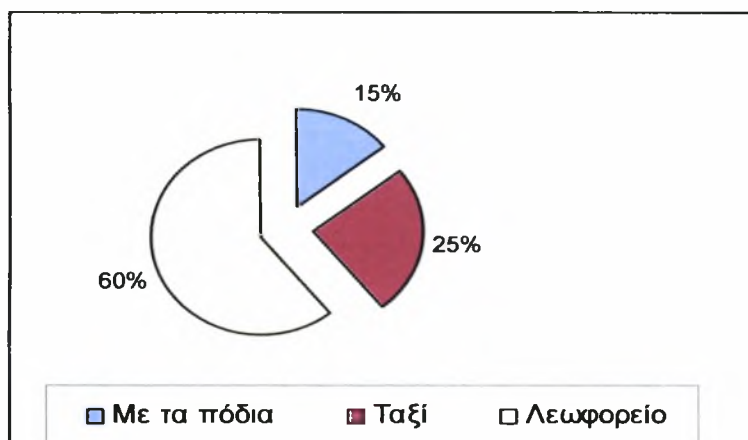


Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Όπως διακρίνεται και από τα διαγράμματα 5.2.3 και 5.2.4 το 92% έμεινε στην πόλη κατά μέσο όρο 4 έως 7 μέρες, ενώ το 8% από 1 έως 3 μέρες. Από αυτό φαίνεται ότι οι περισσότεροι προτίμησαν να μείνουν περισσότερες μέρες στο Βόλο ενώ παράλληλα με το συνέδριο συνδύασαν και λίγες διακοπές. Όλοι μένανε σε ξενοδοχεία ενώ από κανέναν δεν προτιμήθηκε άλλος τόπος διαμονής και η πλειοψηφία επέλεξε υψηλής κατηγορίας ξενοδοχείο όπου το 37% έμεινε στο PARK-HOTEL, το 25% στο ΞΕΝΙΑ, το 15% στο ΑΙΓΛΗ, το 10% στο GALAXY και το 13% στο VOLOS-PALACE.



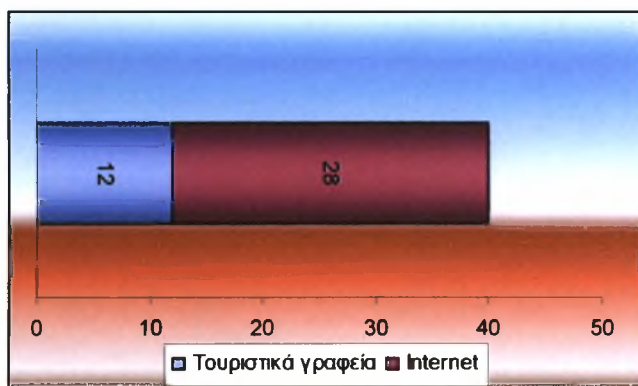
Διάγραμμα 5.2.5: Καλύτεροι τρόποι μετακίνησης μέσα στην πόλη



Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Σύμφωνα με τον τρόπο μετακίνησης τους στην πόλη έδειξε ότι το 62% προτιμούσε την μεταφορά του με λεωφορείο, το 13% με τα πόδια ενώ το 25% με ταξί. Θεωρήθηκε το λεωφορείο ως το πιο πρακτικό, εύκολο και οικονομικό μέσο μεταφοράς τους στην πόλη.

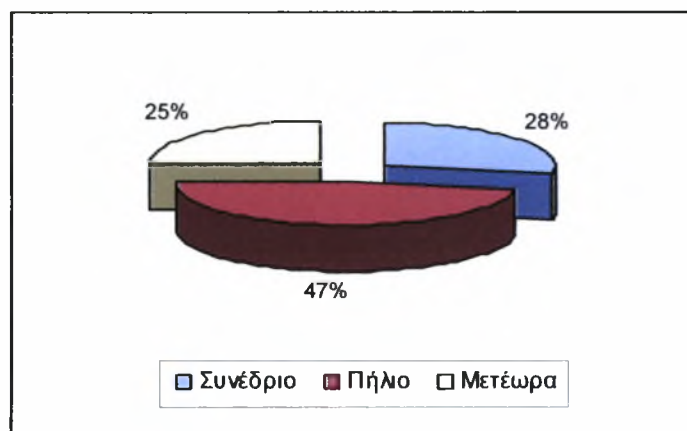
Διάγραμμα 5.2.6: Αξιολόγηση των καλύτερων κέντρων πληροφόρησης



Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Το καλύτερο κέντρο πληροφόρησης ήταν το διαδίκτυο(Internet), το οποίο μπορούσαν να προμηθευτούν δωρεάν από το Κ.Ε.Π.Σ του Πανεπιστημίου ενώ ελάχιστοι προτίμησαν τα τουριστικά γραφεία.(βλ. διάγραμμα 5.2.6).

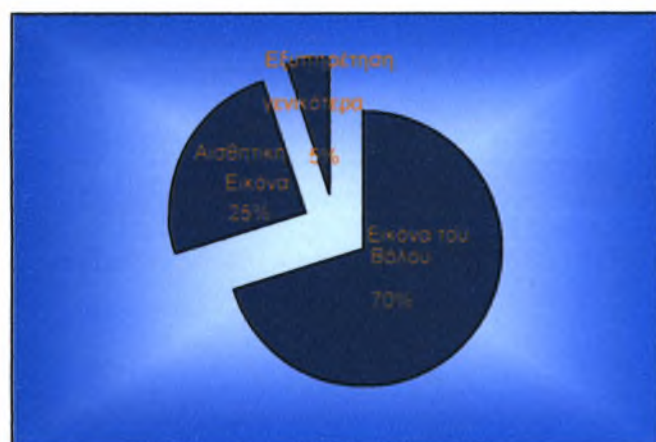
Διάγραμμα 5.2.7: Αξιολόγηση των καλύτερων δραστηριοτήτων συμμετοχής στο Βόλο



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

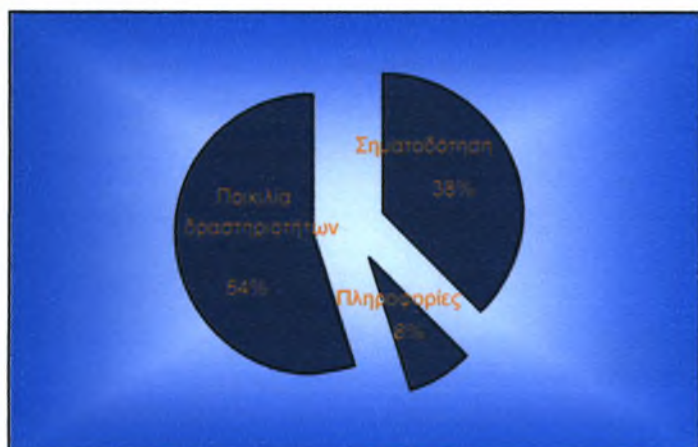
Οι πιο καλές δραστηριότητες συμμετοχής τους στο Βόλο ήταν η βόλτα στο Πήλιο, η επίσκεψη τους στα Μετέωρα και βέβαια το συνέδριο. Όπως αποδείχθηκε η μεγαλύτερη σε ποσοστό συμμετοχή τους ήταν το Πήλιο, ενώ αποτέλεσε και το 47% σε ποσοστό από τις υπόλοιπες δύο δραστηριότητες.

Διάγραμμα 5.2.8: Αξιολόγηση των πιο ικανοποιητικών στοιχείων της πόλης την παραμονή τους



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Διάγραμμα 5.2.9: Αξιολόγηση των μη-ικανοποιητικών στοιχείων της πόλης κατά την παραμονή τους



Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Τέλος, σύμφωνα με την αξιολόγηση των πιο ικανοποιητικών στοιχείων της πόλης (βλ. διάγραμμα 5.2.8) κατά την παραμονή τους, έδειξε ότι το 70% έμεινε ευχαριστημένο από την εικόνα του Βόλου, το 25% από την αισθητική εικόνα και ένα 5% από την εξυπηρέτηση γενικότερα. Όσο για την αξιολόγηση των μη ικανοποιητικών στοιχείων (βλ. διάγραμμα 5.2.9) το δείγμα έδειξε ανικανοποίητο, ως προς την ποικιλία δραστηριοτήτων με το 54%, το 38% για την ακριβής σηματοδότηση και το 6% γενικά για τις πληροφορίες μέσα στην πόλη.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : Προτάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού στο Βόλο

### 6.1 Εισαγωγή

### 6.2 Προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού και των υποδομών

### 6.3 Διεύρυνση τουριστικών Δικτύων

### 6.4 Άξονες και Δράσεις

#### **6.1 Εισαγωγή**

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται παρουσίαση εναλλακτικών προτάσεων και στόχων για την εφαρμογή στρατηγικής, βιώσιμης τουριστικής και περιφερειακής ανάπτυξης στο Δήμο Βόλου. Όλες οι επιδιώξεις και οι στόχοι έχουν διαφορετικές χρονικές προτεραιότητες του δημόσιου προγραμματισμού και διαφορετική μέθοδο επιδιώκοντας την τελική επίτευξη των στρατηγικών στόχων στο πλαίσιο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για το Βόλο.

#### **6.2 Προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού και των υποδομών**

##### ***1) Προώθηση ενός στρατηγικού σχεδίου ( marketing plan)***

Το Στρατηγικό Πλάνο θα οργανώσει εκ του μηδενός τη διαδικασία με βάση την οποία θα προβάλλουμε την εικόνα της περιοχής του Βόλου λαμβάνοντας υπόψη όλες τις παραμέτρους και έχοντας άποψη από όλες τις οπτικές γωνίες.

Κατά πρώτη φάση, δεδομένου ότι ο σχεδιασμός γεννιέται μέσα από την αναγκαιότητα οργάνωσης των δράσεων από έναν ενιαίο δημόσιο φορέα. Έτσι λοιπόν προτείνεται η ίδρυση ενός διαδημοτικού φορέα ο οποίος θα έχει υπό την ευθύνη του την υλοποίηση του σχεδίου προώθησης της συνολικής περιοχής. Ο φορέας αυτός θα έχει συντονιστικό ρόλο και θα πρέπει να είναι αντικειμενικός καθώς θα αποτελείται από μέλη προερχόμενα από κάθε έναν από τους οχτώ δήμους.

Ο διαδημοτικός φορέας θα συνεργάζεται με την Περιφέρεια Θεσσαλίας της οποίας ο ρόλος θα είναι να πιέζει την κυβέρνηση και κατά συνέπεια την ευρωπαϊκή Ένωση για την απόκτηση όσο το δυνατόν περισσότερων χρηματοδοτικών πακέτων για ανάπτυξη του τουρισμού.

Ένας επιπλέον φορέας που μπορεί να εμπλακεί είναι ο Ε.Ο.Τ, με την προϋπόθεση όμως που θα είναι σε θέση να βοηθήσει καταλλήλως. Ο Ε.Ο.Τ θα είναι

υπεύθυνος για τις δημόσιες σχέσεις με αντίστοιχους οργανισμούς του εξωτερικού και για την υποβοήθηση συνεργασιών μεταξύ τοπικών ιδιωτικών επιχειρήσεων του Βόλου και ταξιδιωτικών πρακτορείων του εξωτερικού με σκοπό την ανταλλαγή τουριστών. Αυτό βεβαίως προϋποθέτει την ικανοποιητική συνεργασία των επιχειρήσεων με τον Ε.Ο.Τ καθώς και την απόπειρα αυτών για συνεργασία με ξένα ταξιδιωτικά πρακτορεία καθ' όλη τη διάρκεια του σχεδίου.

Ένας άλλος ιδιωτικός φορέας που εμπλέκεται στη συνεργασία είναι ο έντυπος τύπος τοπικός ή και εγχώριος ο οποίος θα συνεργάζεται με ξένο τύπο προς την κατεύθυνση πάντα της διαφήμισης της περιοχής. Άμεση συνεργασία με τον τοπικό ή εγχώριο αυτό τύπο θα έχει ένα διαφημιστικό γραφείο το οποίο θα είναι αρμόδιο για τη διαφήμιση της περιοχής σε αυτόν και κατά συνέπεια στον ξένο τύπο. Τέλος, ένας άλλος φορέας συνεργασίας ο οποίος συμβάλει κατά πολύ σε ένα συγκεκριμένο είδος εναλλακτικού τουρισμού είναι το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. Πρέπει να αναπτυχθεί συνεργασία μεταξύ του Πανεπιστημίου και του διαδημοτικού φορέα για την προώθηση και τη σωστή διεξαγωγή επιστημονικών συνεδρίων στο Βόλο.

Όλα τα προαναφερθέντα νομικά πρόσωπα δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου θα είναι υπό τον έλεγχο του διαδημοτικού φορέα συντονισμού ο οποίος θα φέρει την κύρια ευθύνη για την υλοποίηση του σχεδίου.

Διάγραμμα 5.7.1: Οργάνωση των δράσεων



Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, ( στοιχεία από Μεταξάς 2001)*

Το σύνολο των παρεχόμενων υπηρεσιών μπορούν να συγκεντρωθούν και να ιεραρχηθούν μέσα σε συγκεκριμένα πακέτα. Στα πακέτα αυτά επιχειρείται να συμπεριληφθούν όσες περισσότερες υπηρεσίες γίνεται σε συγκεκριμένο χρόνο. Εκτός της ιεράρχησης των υπηρεσιών σε κάθε πακέτο ξεχωριστά, αναγκαίος είναι και ο ορθολογικός συνδυασμός των υπηρεσιών αυτών ( Chevalier A, 1971) . Τα πακέτα αυτά πέραν από τους ίδιους τους τουρίστες αφορούν άμεσα τα ξένα ταξιδιωτικά πρακτορεία, τους ξεναγούς και τους επιχειρηματίες. Τα προτεινόμενα πακέτα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα είναι:

Πίνακας 5.7.2: Προτεινόμενα Τουριστικά Πακέτα

Α/ Α	ΕΙΔΗ ΠΑΚΕΤΩΝ	ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ	ΑΞΟΝΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ
1	Προγραμματισμός με βάση Ειδικά Ενδιαφέροντα	Περιήγηση-ξενάγηση-Πληροφόρηση, πολιτιστικά, φυσικού κάλλους αξιοθέατα	ΕΙΔΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ, ΟΡΓΑΝΩΣΗ, ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ
2	Πακέτο με βάση τη Χρονική Διάρκεια Διακοπών	Εβδομαδιαίο Πακέτο, Τριών ημερών ή Σαββατοκύριακου	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΕΩΝ με βάση την ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ, τον ΑΡΙΘΜΟ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ, τα ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΧΟΥ
3	Πακέτο ‘Συνοδευμένων Περιοδειών’ (escorted tours)	Περιήγηση-ξενάγηση-Πληροφόρηση στο Β.Πήλιο – Παραδοσιακοί Οικισμοί – Αρχαιολογικοί χώροι με την συνοδεία Ειδικού (Ξεναγών, ερευνητών κ.α)	ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ, ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΞΕΝΑΓΗΣΗ, ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
4	Πακέτο Συνεδρίων και Συναντήσεων (convention / meeting packages)	Συγκεκριμένο πακέτο με βάση το θέμα του Συνεδρίου ή της συνάντησης- Προγραμματισμός υποστηρικτικών δράσεων, όπως ξενάγηση σε παραδοσιακούς οικισμούς, γνωριμία με παραδοσιακά επαγγέλματα και δεξιότητες τοπικές, γνωριμία με μονοπάτια.	ΟΡΓΑΝΩΣΗ, ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ με βάση την ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ, αλλά και την ΞΕΚΟΥΡΑΣΗ-ΧΑΛΑΡΩΣΗ-ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ των συμμετεχόντων
5	Πακέτο Εκδηλώσεων	Περιβαλλοντικές εκδηλώσεις – Πολιτιστικές- Παρουσίαση των τοπικών δεξιοτήτων – Παρουσίαση εναλλακτικών μορφών τουρισμού – Εκδηλώσεις ιστορικού περιεχομένου	ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ με στόχο την ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ, τη ΓΝΩΡΙΜΙΑ με τον ΤΟΠΟ, την ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ και την ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Πηγή: *Ίδια Επεξεργασία (Μεταξάς, 2001), Morrison 1999*

Ο παραπάνω πίνακας ( βλ.πίνακα 5.7.2) δείχνει τα *Προτεινόμενα Πακέτα Τουρισμού* (Morrison, 1999) επεξεργασμένα από (Μεταξάς, 2001). Ωστόσο, από τα πιο πάνω, ορθό είναι να κατηγοριοποιηθούν τα προτεινόμενα πακέτα, περισσότερο ανάλογα με τις απαιτήσεις των τουριστών.

## 2) *Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού*

Το συγκριτικό πλεονέκτημα που παρουσιάζει η Ελλάδα σε σχέση με τις υπόλοιπες ανταγωνίστριες χώρες, είναι η θέση της και το πλούσιο φυσικό περιβάλλον που διαθέτει το οποίο επιτρέπει την ανάπτυξη και άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται όλο και πιο συστηματικά οι ειδικές μορφές τουρισμού, που προσφέρουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους και με προγράμματα εξειδικευμένων δράσεων, όπως είναι ο θεραπευτικός-ιαματικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικολογικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο συνεδριακός, ο αθλητικός κ.λπ. Έτσι, ο Βόλος μπορεί να αποτελεί πλέον έναν προσφιλή τουριστικό προορισμό όχι μόνο για διακοπές «κλασσικού τύπου», αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές.

Η προτεινόμενη ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο δήμο του Βόλου αφορά:

- στον πολιτιστικό τουρισμό μέσω της προβολής της ιστορίας της πόλης, στη δημιουργία και ανάδειξης μόνιμων λαογραφικών εκθέσεων, στην προβολή παραδοσιακών υποδομών αναψυχής (τσιπουράδικα) καθώς και στη δημιουργία τοπικού φορέα διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς
- στον αγροτουρισμό μέσω του οποίου θα πραγματοποιηθεί η στήριξη της καλλιέργειας τοπικών προϊόντων και η σύνδεση του με την τουριστική προσφορά
- στον οικοτουρισμό προβάλλοντας την παραδοσιακή Πηλιορείτικη αρχιτεκτονική
- στο Θρησκευτικού τουρισμού, όπου θα συμβάλλει στην δημιουργία του τουριστικού πακέτου συνδυασμένης αξιοποίησης εκκλησιαστικών μνημείων του Βόλου
- στον αθλητικό τουρισμό με την ορθολογική αξιοποίηση της υφιστάμενης Ολυμπιακής Αθλητικής Υποδομής του Βόλου. Επίσης συνίσταται η ανάπτυξη



και διοργάνωση τουρνουά για σπορ αέρος (ανεμόπτερα), θαλλάσης (ναυτικός όμιλος Βόλου) καθώς και τουρισμού στην ύπαιθρο (καγιάκ)

- στον περιπατητικό τουρισμό με την διεύρυνση των δικτύων περιπατητικών διαδρομών (Πήλιο) καθώς και στον χιονοδρομικό

### **3) Εγχείρημα της διασυνοριακής συνεργασίας μέσω των αναπτυξιακών εταιριών**

Το εγχείρημα της διασυνοριακής συνεργασίας είναι δύσκολο αλλά ταυτόχρονα είναι και αναγκαίο ελπίζοντας ότι θα αποτελέσει σημαντικό ρόλο στο Δήμο Βόλου.

Είναι αναγκαίο γιατί συμβάλλει στην μεταφορά εμπειριών, στη διεύρυνση ευκαιριών και στην από κοινού αντιμετώπιση των αναπτυξιακών προκλήσεων στις διασυνοριακές περιοχές.

Και είναι δύσκολο για τους πιο κάτω λόγους:

- α) Περιορισμένη γνώση των κανόνων λειτουργίας της ελεύθερης αγοράς
  - β) Έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης για τους τομείς ανάπτυξης των οικονομικών δραστηριοτήτων
  - γ) Πολιτική αστάθεια
  - δ) Έλλειψη επαρκών υποδομών
  - ε) Απουσία υψηλού καταναλωτικού επιπέδου
- στ) Μεταφορά επιχειρήσεων λόγω από την Ελλάδα σε βαλκανικές χώρες με μοναδικό κριτήριο το χαμηλό εργατικό κόστος ( Σιδηρόπουλος, 2005).

Οι Αναπτυξιακές Εταιρίες, αποτελούν πεδία σύγκλισης των απόψεων των τοπικών κοινωνιών για την αναπτυξιακή προοπτική των περιοχών που δραστηριοποιούνται. Στο πεδίο αυτό έχουν πολύ σημαντικό ρόλο να διαδραματίσουν, αξιοποιώντας αποτελεσματικά τις τεχνοκρατικές τους ικανότητες και έχοντας σαν υπόβαθρο και αιχμή του δόρατος το αναπτυξιακό όραμα των περιφερειακών και τοπικών κοινωνικών φορέων.

### **4) Εφαρμογή και υλοποίηση προγραμμάτων για τον τομέα του τουρισμού**

Για την στήριξη και την ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης στο Βόλο αποκτούν σημαντικό ρόλο τα πιο κάτω προγράμματα :

- α) Κοινοτική πρωτοβουλία Interreg IIIB – CADSES (ανάλυση στο κεφάλαιο 4)
- β) Κοινοτική Πρωτοβουλία Interreg IIB (ανάλυση στο κεφάλαιο 4)
- γ) Δίκτυο «Αργώ» ( ανάλυση στο κεφάλαιο 4)

- δ) Το Σχέδιο Ενεργειών Προβολής τα χειμερινού τουρισμού στη Μαγνησία ( ΕΟΤ)
- ε) Η Προγραμματική σύμβαση ANEM – NAM για την εκπόνηση Σχεδίου Ανάπτυξης του Χιονοδρομικού Κέντρου Πηλίου
- στ) Η βελτίωση και αναβάθμιση του υπάρχοντος δικτύου Μονοπατιών της Περιοχής Χανίων - Πηλίου, ως προς τη βατότητα, τα σημεία αναψυχής και τη σήμανση των διαδρομών.
- ζ) Το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα : E-CONTENT, έργο:GEORAMA
- η) Το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα «E-TEN», έργο: « GEOCOMPASS »
- θ) Προγράμματα κατάρτισης νέων ανέργων στον τουριστικό τομέα σε συνεργασία με τον ΟΑΕΔ και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας καθώς επίσης ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης του πληθυσμού

### **5) Ανάπτυξη προτεινόμενων υποδομών**

Κάποιες εναλλακτικές προτάσεις που θα μπορούσαν να συμβάλουν στη τουριστική και περιφερειακή ανάπτυξη του Βόλου είναι :

1. Η ύπαρξη του αεροδρομίου αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά έργα, ως προς την περαιτέρω ανάπτυξη και προβολή του Δήμου τόσο σε διεθνές όσο και σε τοπικό επίπεδο.

Αυτή η προβολή και ανάπτυξη του Δήμου Βόλου μπορεί να γίνει ακόμη πιο επιτυχής με:

α) Την εφαρμογή της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Interreg-Dear, η οποία επιτρέπει την διασύνδεση αεροδρομίων με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Στόχος μας η διασύνδεση του αεροδρομίου της Νέας Αγχίαλου με άλλα αεροδρόμια ευρωπαϊκών χωρών με σκοπό την αύξηση της τουριστικής κίνησης και ύπαρξης της προσπελασιμότητας.

β) Ένα καλό και τεκμηριωμένο marketing – plan όσο για το αεροδρόμιο όσο και για την ευρύτερη ανάπτυξη του Δήμου. Αυτό εξηγείται με την δημιουργία ενός επιχειρησιακού σχεδίου μέσω της έρευνας αγοράς η οποία θα πραγματοποιηθεί με την βοήθεια των κατοίκων της περιοχής, μέσω συγκεκριμένων ερωτηματολογίων, σύμφωνα με τα οποία θα αποσκοπούν στην ανάλυση και την εκτίμηση των δυνατοτήτων για την ευρύτερη ανάπτυξη τόσο στο Δήμο Βόλου όσο και στο αεροδρόμιο της Νέας Αγχίαλου ( KANA).

γ) Ένα ειδικό τουριστικό γραφείο και την συμβολή των tour-operators

( τουριστικών πρακτόρων) το οποίο θα ενημερώνει μέσω Internet την ύπαρξη του αεροδρομίου και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπου θα αποσκοπεί στην τουριστική προβολή του Δήμου Βόλου τόσο σε διεθνές όσο και σε τοπικό επίπεδο.

δ) Με την δημιουργία μιας ιστοσελίδας στο Internet ή την δημιουργία ενός dvd, όπου θα προβάλλεται η τουριστική εικόνα του Βόλου.

ε) Δημιουργία πολιτικών πτήσεων έτσι ώστε να πραγματοποιούνται εσωτερικές και εξωτερικές πτήσεις όπου σε αυτό μπορεί να βοηθήσει και η ANEM ( Αναπτυξιακή Εταιρία Μαγνησίας ) μέσω της υλοποίησης αναπτυξιακών προγραμμάτων, έτσι ώστε να παρέχεται πιο εύκολη δυνατότητα πρόσβασης τουριστών στο Βόλο από τον διεθνή χώρο. Ως επίσης με την δημιουργία πολιτικών πτήσεων επιτυγχάνεται και ένας ακόμη τρόπος τουριστικής προβολής και αναγνωρισιμότητας του Βόλου ως ένας από τους αξιόλογους και ενδιαφέρον τουριστικούς προορισμούς που θα μπορούσε να επισκεφθεί κανείς συνδυάζοντας σαν επίσκεψη τους το Πήλιο, τα νησιά των Βορείων Σποράδων και τα Μετέωρα.

στ) Διασύνδεση αεροδρομίου Αθήνας και Βόλου. Αυτό εξηγείται στο ότι το αεροδρόμιο της Αθήνας αποτελεί προορισμό του μεγαλύτερου ποσοστού τουριστών στην Ελλάδα έτσι θα μπορεί να γίνεται πιο εφικτή, εύκολη και σε λιγότερο χρόνο η πρόσβαση των τουριστών στο Βόλο μέσω αεροπλάνου.

ζ ) Συγχρηματοδότηση πτήσεων από όλους τους φορείς, έτσι ώστε να καλύπτονται τα έξοδα κόστους και συντήρησης τόσο στο αεροδρόμιο όσο και στα αεροπλάνα.

η) Με στοχευμένες δαπάνες για το αεροδρόμιο (KANA) θα πραγματοποιείται η τουριστική προβολή της περιοχής του Πηλίου, γιατί η εξασφάλιση του Πηλίου ως ένα από τους ενδιαμέσους σταθμούς θα μπορεί να προσελκύσει περισσότερο τους τουρίστες.

θ ) Με την λειτουργία και την στήριξη του αεροδρομίου (KANA) επιτυγχάνεται η λειτουργία βιώσιμων επιχειρήσεων, η ύπαρξη διαχρονικών και βιώσιμων έργων ανάπτυξης όπως μπορεί να γίνει και το αεροδρόμιο βιώσιμο όπως :

α) με την ύπαρξη του προσωπικού για κάθε ειδικότητα και η εξειδίκευση του και

β) η κάλυψη των εξόδων της επικοινωνιακής πολιτικής.

2. Επιβάλλεται η προστασία και η ανάδειξη τουριστικών πόρων και ο έλεγχος της τουριστικής ανάπτυξης. Όσο αφορά την ανάδειξη και την προστασία των τουριστικών πόρων μπορεί να επιτευχθεί με προγράμματα παρεμβάσεων αισθητικής και αναβάθμισης της πόλης, με μελέτες αισθητικής αναβάθμισης της πόλης και με

την δημιουργία φορέα διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Επίσης, ως προς τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης μπορούν να αντιμετωπιστούν κάποια προβλήματα αισθητικής υποβάθμισης και αυθαίρετης δόμησης.

3. Βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών καταλυμάτων η οποία θα στοχεύει στην δημιουργία ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων (αναβάθμιση, εκσυγχρονισμός) στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, στην βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών καταλυμάτων, στην προβολή τους, στη δημιουργία καταλυμάτων για όλες τις ομάδες τουριστών και στη χωροθέτηση κλινών κατόπιν προσέγγισης που θα λαμβάνει υπόψη όλες τις «συμπληρωματικές» προς τον τουρισμό λειτουργίες.

4. Η βελτίωση των τουριστικών πόρων και υποδομών με σκοπό την διερεύνηση της δυνατότητας εξυπηρέτησης σκαφών αναψυχής εντός του εμπορικού λιμένα Βόλου με την ολοκλήρωση των έργων, την αξιοποίηση της γεωγραφικής θέσης του λιμανιού του Βόλου που είναι συνδεδεμένο με το Διευρωπαϊκό κύριο οδικό δίκτυο και με το βασικό σιδηροδρομικό δίκτυο, την δικτύωση με άλλα μεγάλα λιμάνια της χώρας με τα τακτικότερα δρομολόγια στα νησιά των Βορείων Σποράδων και την επέκταση του επιβατικού και τουριστικού τμήματος στο λιμάνι του Βόλου. Ως επίσης στοχεύετε η βελτίωση του οδικού δικτύου στο Πήλιο, η ανάπτυξη προαστιακού σιδηρόδρομου Λάρισας- Βόλου καθώς σημαντικός κρίνεται και ο εξοπλισμός των τουριστικών επιχειρήσεων με υποδομή πληροφορικής/διαδικτύου στο κοινό.

5. Η αναβάθμιση ποιότητας τουρισμού και υπηρεσιών καθώς αποβλέπει στην κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού στον τουριστικό τομέα και στον εκσυγχρονισμό των υπηρεσιών του τουρισμού π.χ. επαρκής σήμανση στη πόλη, αναπαλαίωση ιστορικών μνημείων, βελτίωση τραπεζικών συστημάτων 24ωρης εξυπηρέτησης, κατάλληλες συνθήκες υγιεινής σε εξειδικευμένο προσωπικό στις υπηρεσίες υγείας, βελτίωση προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων στα εστιατόρια και στους χώρους αναψυχής και πιο τακτικά δρομολόγια των πλοίων.

6. Η αποπεράτωση των μεγάλων έργων στο νομό Μαγνησίας όπως ο καθορισμός της μεταολυμπιακής χρήσης του Πανθεσσαλικού Σταδίου, η ανάπλαση των συνοικιών, και της συνοικίας των Παλαιών, η ολοκλήρωση των εργασιών στο λιμάνι της πόλης, η πλήρης και σωστή λειτουργία του αερολιμένα της Νέας Αγχιάλου, η αποπεράτωση της Περιφερειακής Οδού, και η έναρξη λειτουργίας του νοσοκομείου αποτελούν βασικές προϋποθέσεις ανάπτυξης.

7. Η αύξηση των ρυθμών ανάπτυξης των επιχειρήσεων, στο τομέα του τουρισμού αφού με ρυθμό 1,44%, αναπτύχθηκαν οι επιχειρήσεις το 2005, επίδοση σαφώς χαμηλότερη σε σύγκριση με την περίοδο προετοιμασίας και τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων 2004/2003(+4,8%) και 2003/2002 ( + 4,6%).

8. Η αξιοποίηση του Πανθεσσαλικού Σταδίου και η βελτίωση των έργων αθλητικής υποδομής για την διεκδίκηση των Μεσογειακών Αγώνων του 2013, στο Βόλο από τη Λάρισα( *Βήμα, 2006*).

9. Δραστηριοποίηση της εταιρείας ΓΕΚ-ΤΕΡΝΑ ΑΕ (μεγάλη κατασκευαστική και ενεργειακή εταιρία της χώρας ,δραστηριοποιείται εντατικά στην εκτέλεση δημόσιων και ιδιωτικών έργων της οποίας σύμβουλος είναι ο Βολιώτης επιχειρηματίας Νίκος Κάμπας ) στο συγκρότημα Τσαλαπάτα, στο Βόλος Parking, και στα Village Cinemas ενώ δείχνει και ζωνρό ενδιαφέρον και για το Θεματικό Πάρκο.

10. Τέλος η δημιουργία ενός ανταγωνιστικού σιδηροδρόμου, ο οποίος με τη σειρά του θα μπορέσει να δώσει νέα ώθηση στην τοπική οικονομία και στη συνολικότερη ανάπτυξη της πόλης αλλά και της διατήρησης της ιδιαίτερης σχέσης του Βόλου με το σιδηρόδρομο. Σε αυτή την προσπάθεια, η τοπική κοινωνία από πλευράς πολιτών και δημοτικών αρχών πρέπει να αναλάβει πρωτοβουλίες και να στηρίξει την πορεία για την ανάπτυξη του σιδηροδρόμου της πόλης.

### 6.3 Διεύρυνση τουριστικών Δικτύων

Η λογική της στρατηγικής αυτής είναι να αντληθούν στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό τα οφέλη που έχει να αναδείξει η πόλη του Βόλου με την εφαρμογή της πολιτικής των δικτύσεων και των συνεργασιών που έχει επιτυχώς δοκιμασθεί στον ευρωπαϊκό αλλά και στον διεθνή χώρο.

Έχει ως προτεραιότητα τη δημιουργία μεγεθών κλίμακας μέσω της δικτύωσης και των συνεργασιών μεταξύ του Βόλου και των γύρω τουριστικών πόλων έλξης π.χ. κοινών μορφών εναλλακτικού ή θεματικού τουρισμού, ομοιότητας ή συμπληρωματικότητας του τουριστικού προϊόντος, συνεργασιών σε οικονομικές δραστηριότητες, καινοτομιών, νέων τεχνολογιών, ανθρώπινου δυναμικού κ.α

#### *Αναμενόμενες επιπτώσεις*

- **Θετικές**

- ✓ Η αναβάθμιση της ανταγωνιστικότητας του Βόλου και η βελτίωση του στη Διεθνή και ελληνική αγορά

- ✓ Η συνολική αύξηση της τουριστικής κίνησης με επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου καθώς και της διάρκειας παραμονής
  - ✓ Η προσέλκυση υψηλότερων εισοδηματικών κατηγοριών επισκεπτών
  - ✓ Η ανάδειξη και η προβολή της πόλης του Βόλου μέσα από την δικτύωση αυτή αναμένεται να προσελκύσει ιδιωτικές επενδύσεις και να συμβάλλει στη βαθμιαία εγκατάσταση σε αυτές τουριστικών επιχειρήσεων
  - ✓ Οι περιοχές αυτές που παρουσιάζουν διαβαθμίσεις μεταξύ τους ως προς την τουριστική τους ανάπτυξη, θα οδεύσουν έγκαιρα εντός του πλαισίου της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και των θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού
  - ✓ Η αποτελεσματικότητα που αναμένεται να έχουν οι στοχοθετημένες παρεμβάσεις μιας και θα γίνουν βάσει προγραμματισμού και σχεδιασμού καθώς και η εξοικονόμηση δημόσιων χρηματοδοτήσεων με την ορθολογική κατανομή των δράσεων ανάλογα με το δίκτυο που εξυπηρετούν
  - ✓ Αντίστοιχα προβλέπεται η βαθμιαία κατεύθυνση ιδιωτικών επενδύσεων προς το πολεοδομικό συγκρότημα Βόλου καθώς και η αξιοποίηση του δυναμικού τμήματος του πληθυσμού του για την βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής του
  - ✓ Η βελτίωση του βιοτικού και μορφωτικού επιπέδου καθώς και της ποιότητας ζωής
- **Αρνητικές**
    - ✓ Η μικρή εμπειρία που υπάρχει στο πεδίο των δικτυώσεων και συνεργασιών και σε θέματα που, όπως οι δικτυώσεις απαιτούν υψηλότερο από τον συνήθη βαθμό οργάνωσης. Ως παραδείγματα δικτυώσεων που ήδη λειτουργούν στο χώρο της Θεσσαλίας είναι οι « Δρόμοι του Κρασιού» και τα δίκτυα πιστοποίησης ποιότητας αγροτικών προϊόντων ( Leader +)

Στο σημείο αυτό προτείνεται να ενεργοποιηθούν στη βάση της ανάπτυξης θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού οι παρακάτω δικτυώσεις και συνεργασίες:

- ✓ Θαλάσσιος τουρισμός
- ✓ Οικοτουρισμός
- ✓ Πολιτιστικός τουρισμός

- ✓ Θρησκευτικός τουρισμός
- ✓ Αθλητικός τουρισμός
- ✓ Τουρισμός Περιπέτειας
- ✓ Συνεδριακός τουρισμός
- ✓ Άλλες μορφές τουρισμού

#### **6.4 Αξονες και δράσεις**

##### **Αξονες :**

Μέσα στα πλαίσια της ύπαρξης τουριστικών δικτύων, της οποίας μοναδικός σκοπός είναι η βιώσιμη αστική τουριστική ανάπτυξη της πόλης του Βόλου κρίνεται απαραίτητη η παράθεση ορθολογικών αξόνων δράσης. Με τον τρόπο αυτό η παραπάνω διαδικασία περνάει σε ένα πιο συγκεκριμένο επίπεδο.

##### **Αξονες :**

1. Προστασία – ανάδειξη τουριστικών πόρων, έλεγχος τουριστικής ανάπτυξης/ Ρυθμίσεις χρήσεων γης
2. Ανάπτυξη θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού/ Δίκτυα – Συνεργασίες
3. Προβολή τουριστικού προϊόντος
4. Βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών καταλυμάτων
5. Βελτίωση τουριστικών πόρων και υποδομών
6. Βελτίωση μη τουριστικών υποδομών

Αντίστοιχα στο πλαίσιο των Αξόνων αυτών, προτείνεται συγκεκριμένες Δράσεις οι οποίες παρουσιάζονται στους ακόλουθους πίνακες :

Πίνακας 6.4.1: Άξονες

**ΑΞΟΝΕΣ**

1. Προστασία – ανάδειξη τουριστικών πόρων, έλεγχος τουριστικής ανάπτυξης/ Ρυθμίσεις χρήσεων γης.
2. Ανάπτυξη θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού/ Δίκτυα – Συνεργασίες .
3. Προβολή τουριστικού προϊόντος
4. Βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών καταλυμάτων
5. Βελτίωση τουριστικών πόρων και υποδομών
6. Βελτίωση μη τουριστικών υποδομών

Πίνακας 6.4.2: Δράσεις

**ΔΡΑΣΕΙΣ**

1.2	Προστασία ή/και ανάδειξη φυσικών πολιτιστικών πόρων
1.3	Έλεγχος τουριστικής ανάπτυξης
2.1	Αναπροσανατολισμός προς τη βιώσιμη ανάπτυξη και τον "επιλεκτικό" Τουρισμό
2.2	Οικοτουρισμός
2.3	Πολιτιστικός Τουρισμός
2.4	Θρησκευτικός Τουρισμός
2.5	Αθλητικός Τουρισμός
2.6	Τουρισμός Περιπέτειας
2.7	Συνεδριακός Τουρισμός
2.8	Ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού
2.9	Ανάπτυξη, οργάνωση, λειτουργία θεματικών δικτύων και συνεργασιών
3.1	Προβολή τουριστικού προϊόντος
4.1	Οικονομική Ανάπτυξη
4.2	Περιβαλλοντικός στόχος
4.3	Συγκράτηση και αύξηση του τουρισμού
5.1	Θαλάσσιος Τουρισμός
5.2	Ανάπτυξη-βελτίωση Αεροπορικής Υποδομής
5.3	Ανάπτυξη-βελτίωση άλλων μεταφορικών Υποδομών
5.4	Ανάπτυξη-βελτίωση Αστικών Υποδομών
5.5	Τουρισμός Πόλεων
6.1	Περιβαλλοντική προστασία



Πίνακας 6.4.3: Κύριοι/αρμόδιοι Δημόσιοι( κεντρικοί &amp; τοπικοί Φορείς)

ΚΕΝΤΡΙΚΟΙ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ
Υπουργείο Ανάπτυξης
Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Ελληνικός Οργανισμός Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας
Υπουργείο Μεταφορών & Επικοινωνιών
Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας
Υπουργείο Περιβάλλοντος-Χωροταξίας & Δημοσίων Έργων
Υπουργείο Πολιτισμού
Γενική Γραμματεία Αθλητισμού
Περιφέρεια Θεσσαλίας
Νομαρχίες
Δήμοι Περιοχών Μελέτης

Πίνακας 6.4.4: Συναρμόδιοι δημόσιοι( κεντρικοί &amp; τοπικοί Φορείς)

ΚΕΝΤΡΙΚΟΙ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ
Δίκτυα Leader Plus
ΚΤΕΛ
Αναπτυξιακές Εταιρίες Δήμων
Δημοτικές Επιχειρήσεις Ύδρευσης - Αποχέτευσης
Ναυτιλιακές Εταιρίες
Τοπικοί Πολιτιστικοί Φορείς
Τοπικοί Αθλητικοί Φορείς
Ξενοδόχοι
Επιχειρηματίες
Τουριστικοί Πράκτορες
Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού
Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης
Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης

Όπως διαπιστώνεται, η υλοποίηση της προτεινόμενης ύπαρξης τουριστικών δικτύων η οποία διαρθρώνεται σε Άξονες και Δράσεις απαιτεί την εμπλοκή και συνεργασία πολλών κεντρικών και τοπικών δημόσιων φορέων ( Υπουργεία, Γενικές Γραμματείες Υπουργείων, Γενική Γραμματεία Περιφέρειας Θεσσαλίας , Νομαρχίες και Δήμους), καθώς και ιδιωτικών φορέων και συλλόγων. Ιδιαίτερα όσον αφορά στον ιδιωτικό φορέα ( ιδιώτες επιχειρηματίες του τουρισμού) οι αυξανόμενες απαιτήσεις της διεθνούς αγοράς και ο ανταγωνισμός στον τομέα του τουρισμού, υποδεικνύουν την ανάγκη κινητοποίησης του ιδιωτικού τομέα για τη μεγιστοποίηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης του τουρισμού τόσο στο επίπεδο της χώρας όσο και των Περιφερειών.

Για να είναι αποτελεσματική η κινητοποίηση αυτή, προτείνεται να έχει την κατεύθυνση των συνεργασιών και συνεργιών των υπαρχουσών αλλά και νέων μορφών φορέων του ιδιωτικού τομέα με το δημόσιο τομέα και μεταξύ τους. Δεν αποκλείεται βέβαια και η αξιοποίηση πρωτοβουλιών μεμονωμένων επιχειρήσεων.

<b>1.ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ Η/ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ/ΡΥΘΜΙΣΗ ΧΡΗΣΕΩΝ</b>
1.1.1 Έλεγχος, καθαρισμός χώρων ανεξέλεγκτης απόθεσης απορριμμάτων
1.1.2 Αντιπυρική προστασία δασών για πυρκαγιές
1.1.3 Προστασία αισθητικής του τοπίου
<b>1.2 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ Η/ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΦΥΣΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΒΟΛΟΥ</b>
1.2.1 Μελέτη αισθητικής αναβάθμισης της πόλης
1.2.2 Πρόγραμμα παρεμβάσεων αισθητικής αναβάθμισης της πόλης
1.2.3 Πρόγραμμα προστασίας- ανάδειξης πολιτιστικών πόρων
1.2.4 Εκτέλεση λοιπών έργων προγράμματος προστασίας-ανάδειξης πολιτιστικών πόρων
1.2.5 Μελέτη για το είδος και την έκταση των αρχαιολογικών χώρων
1.2.6 Δημιουργία φορέα διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς της πόλης
1.2.7 Προστασία-ανάδειξη θρησκευτικών μνημείων και διατηρητέων κτιρίων
1.2.8 Δημιουργία- βελτίωση μόνιμων λαογραφικών εκθέσεων
1.2.9 Πρόγραμμα διάσωσης και ανάδειξης λαϊκού πολιτισμού του Βόλου(Ηθη-Εθίμα,τοπικά Προϊόντα)
<b>1.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ</b>
1.3.1 Αντιμετώπιση του προβλήματος της αυθαιρέτης και μη δόμητης καθώς και άλλων παρεμβάσεων στις Εκτός Σχεδίου Περιοχές
1.3.2 Αντιμετώπιση των προβλημάτων αισθητικής υποβάθμισης, αυθαιρέτης δόμησης και άλλων παρεμβάσεων στις Εντός Σχεδίου Περιοχές
1.4 Ρύθμιση Χρήσεων Γής
1.4.1 Εκπόνηση, θεσμοθέτηση των κατάλληλων χωροταξικών και Πολεοδομικών Σχεδίων

<b>2.ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ/ΔΙΚΤΥΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ</b>
<b>2.1 ΑΝΑΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ</b>
2.1.1 Έρευνες γνώμης στους κατοίκους και στους επισκέπτες της τουριστικής περιοχής
2.1.2 Απογραφή μη δηλωμένων καταλυμάτων της τουριστικής περιοχής
2.1.3 Αξιολόγηση και διαμόρφωση επικαιροποιημένου προγράμματος νομιμοποίησης αθλητών καταλυμάτων
2.1.4 Παρακολούθηση (καταγραφή, ποιοτικές έρευνες) των παρεχόμενων υπηρεσιών στις τουριστικές δραστηριότητες
2.1.5 Πιστοποίηση τοπικών προϊόντων
<b>2.2 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>
2.2.1 Στήριξη καλλιέργειας τοπικών προϊόντων και σύνδεση με την τουριστική προσφορά
<b>2.3 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>
2.3.1 Δημιουργία - βελτίωση μόνιμων λαογραφικών εκθέσεων
2.3.2 Δημιουργία φορέα διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς
2.3.3 Σήμανση- πληροφόρηση στους πολιτιστικούς πόρους του Βόλου
2.3.4 Κέντρο πολιτιστικών και συνεδριακών χρήσεων
<b>2.4 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>
2.4.1 Δημιουργία τουριστικού πακέτου συνδυασμένης αξιοποίησης εκκλησιαστικών μνημείων Βόλου
<b>2.5 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>
2.5.1 Ορθολογική αξιοποίηση της υφιστάμενης Ολυμπιακής Αθλητικής Υποδομής του Βόλου
<b>2.6 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ</b>
2.6.1 Ανάπτυξη - οργάνωση σπορ αέρος (ανεμοπτερισμός, αερόπλοια) με την αξιοποίηση του αεροδρομίου της Αγχιάλου καθώς και αεροπτερισμού, αλεξίπτωτου πταγιάς κ.α
<b>2.7 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>
2.7.1 Σύσταση Φορέα διοργάνωσης συνεδρίων .Μελέτη σκοπιμότητας, καταγραφή υφιστάμενης κατάστασης
2.7.2 Εκσυγχρονισμός- συμπλήρωση υφιστάμενων συνεδριακών κέντρων σε φορείς και ξενοδοχεία

<b>2.8 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΛΛΩΝ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>
2.8.1 Εξοπλισμός καταλυμάτων για χρήση διαδικτύου για την ανάπτυξη τουρισμού τηλεργασίας
2.8.2 Οργάνωση τουριστικών προγραμμάτων 3ης ηλικίας
2.8.2 Οργάνωση τουριστικών προγραμμάτων τουρισμού νέων, εκπαιδευτικού τουρισμού
2.8.3 Οργάνωση τουριστικών προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού
2.8.4 Οργάνωση τοπικών προγραμμάτων για άτομα με αναπηρία
<b>2.9 ΑΝΑΠΤΥΞΗ - ΟΡΓΑΝΩΣΗ - ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕ ΘΕΜΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ</b>
2.9.1 Οργάνωση - λειτουργία Περιφερειακού Δικτύου Πολιτιστικού Τουρισμού μεταξύ του Βόλου και των γύρων τουριστικών πόλων
2.9.2 Οργάνωση - λειτουργία Περιφερειακού Δικτύου Αθλητικού Τουρισμού μεταξύ των περιοχών Ολυμπιακών Εγκαταστάσεων με τα δίκτυα πιστοποίησης προϊόντων
2.9.4 Οργάνωση - λειτουργία Περιφερειακού Δικτύου Τουρισμού μεταξύ του Βόλου και των γύρων τουριστικών πόλων
2.9.4 Οργάνωση - λειτουργία Περιφερειακού Δικτύου Τουρισμού γευσιγνωσίας, συντονισμός και συνεργασία

<b>3. ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ, ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ &amp; ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ /ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ</b>
<b>3.1 ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ</b>
3.1.1 Ανάπτυξη κεντρικού δικτυακού κόμβου (portal) για την αναλυτική και θεματική τουριστική προβολή της Περιφέρειας
3.1.2 Επικοινωνιακό Πρόγραμμα τουριστικής προβολής του Βόλου
3.1.3 Δημιουργία Κέντρου Πληροφόρησης και Υποδοχής Επισκεπτών (προβολή περιοχής και υποδομής, ανάδειξη τουριστικών προϊόντων οργάνωση της επίσκεψης, παρακολούθηση συστήματος καταλυμάτων, λειτουργία εκθετηρίου, χώρων πώλησης προϊόντων κ.α)
<b>3.2 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ / ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ</b>
3.2.1 Ενημέρωση των επιχειρηματιών για την αξιοποίηση των κινήτρων και προγραμμάτων, για εκσυγχρονισμό τουριστικών επιχειρήσεων
3.2.2 Επαγγελματική κατάρτιση σε επαγγέλματα που αφορούν τουρισμό
3.2.3 Εξειδικευμένη ενημέρωση/ εκπαίδευση / κατάρτιση όλων των κατηγοριών των απασχολούμενων στον τουρισμό
3.2.4 Κατάρτιση των στελεχών δημόσιων φορέων και στελεχών του Ο.Τ.Α
3.2.5 Εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού τουριστικών επιχειρήσεων σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος και περιβαλλοντικής διαχείρισης
3.2.6 Εφαρμογή Προγράμματος ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης φορέων και πολιτών για σημασία αειφορικού τουρισμού
3.2.7 Προγράμματα κατάρτισης νέων ανέργων στον τουριστικό τομέα σε συνεργασία με τον ΟΑΕΔ και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
3.2.8 Πρόγραμμα κατάρτισης εκπαίδευσης από τις πρώτες βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος ( ΙΕΚ, ΤΕΕ)
<b>3.3 ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ</b>
3.3.1 Εφαρμογή προγραμμάτων ενημέρωσης-ευαισθητοποίησης του πληθυσμού για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

<b>4. ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ</b>
<b>4.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ</b>
4.1.1 Δημιουργία βιώσιμων ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων ( αναβάθμιση, εκσυγχρονισμός)
4.1.2 Λειτουργία των καταλυμάτων ως επιχειρήσεων
4.1.3 Προώθηση των επενδύσεων σε καταλύματα από ντόπιους επιχειρηματίες
4.1.4 Δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης
4.1.5 Οι τιμές να ανταποκρίνονται στην ποιότητα των υπηρεσιών
<b>4.2 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ</b>
4.2.1 Απασχόληση στα καταλύματα ντόπιων εργαζομένων
4.2.2 Συνεργασία των ιδιοκτητών των καταλυμάτων με την τοπική
4.2.3 Συνεργασία των ιδιοκτητών των ξενοδοχείων με τις τοπικές επιχειρήσεις για την προμήθεια των εμπορευμάτων τους
<b>4.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ</b>
4.3.1 Επεξεργασία και διάθεση των λυμάτων των καταλυμάτων μέσω συστήματος βιολογικού καθαρισμού
4.3.2 Απόκτηση από τα καταλύματα περιβαλλοντικών προτύπων πιστοποίησης
4.3.3 Χρησιμοποίηση ανανεώσιμων ή φιλικών προς το περιβάλλον πηγών ενέργειας
4.3.4 Σεβασμός προς το περιβάλλοντα χώρο του καταλύματος
4.3.5 Αποφυγή δημιουργίας χώρων στάθμευσης σε περιοχές πρασίνου
<b>4.4 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ</b>
4.4.1 Χωροθέτηση κλινών κατόπιν προσέγγισης που θα λαμβάνει υπόψη όλες τις " συμπληρωματικές " προς τον τουρισμό λειτουργίες
<b>4.5 ΣΥΓΚΡΑΤΗΣΗ ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>
4.5.1 Βελτίωση ποιότητας τουριστικών καταλυμάτων
4.5.2 Δημιουργία καταλυμάτων για όλες τις ομάδες τουριστών
4.5.3 Βελτίωση παρεχόμενων υπηρεσιών από τα ξενοδοχεία
4.5.4 Προβολή των καταλυμάτων
4.5.5 Συνεργασία και κοινή στρατηγική από τους ιδιοκτήτες καταλυμάτων

<b>5.ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΩΝ</b>
<b>5.1 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>
5.1.1 Διερεύνηση της δυνατότητας εξυπηρέτησης σκαφών αναψυχής εντός του εμπορικού λιμένα Βόλου με την ολοκλήρωση των έργων
5.1.2 Μελέτη χωροθέτησης και κατασκευής σταθμών εφοδιασμού σκαφών αναψυχής
5.1.3 Ολοκλήρωση των προγραμματισμένων έργων στα πλαίσια του Γ'ΚΠΣ (διπλασιασμός των αποθηκευτικών χώρων, δημιουργία επιβατικού τέρμιναλ στο κεντρικό προβλήτα, συνέχιση της κατασκευής του τρίτου προβλήτα containers)
5.1.4 Αξιοποίηση της γεωγραφικής θέσης του λιμανιού του Βόλου που είναι συνδεδεμένο με το Διευρωπαϊκό κύριο οδικό δίκτυο και με το βασικό σιδηροδρομικό δίκτυο
5.1.5 Δικτύωση και με άλλα μέγαρα λιμάνια της χώρας
5.1.6 Τακτικότερα δρομολόγια για τα νησιά των Βορείων Σποράδων χωρίς εποχιακή διακύμανση
5.1.7 Συνεργασία με τα τουριστικά γραφεία για την προβολή των Σποράδων Νήσων και του Βόλου
5.1.8 Επέκταση του επιβατικού και τουριστικού τμήματος στο λιμάνι του Βόλου
5.1.9 Εκτέλεση των έργων έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η αισθητική αναβάθμιση και προστασία του υγρότοπου της Μπουρμπουλήθρας
<b>5.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ - ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ</b>
5.2.1 Κατασκευή εγκαταστάσεων για την εξυπηρέτηση των πολιτικών πτήσεων, δημιουργία νέων αεροδιαδρόμων και επέκταση των ήδη υφιστάμενων
5.2.2 Κατασκευή ελικοδρομίου μέσα στο χώρο του αεροδρομίου για την ολοκλήρωση του δικτύου εξυπηρέτησης έκτακτων αναγκών των κατοίκων των νησιωτικών περιοχών των Σποράδων
5.2.3 Τακτικότερες πτήσεις, πτήσεις charter εσωτερικού και εξωτερικού λόγω της εντεινόμενης συνάφειας του περιφερειακού με το διεθνή χώρο
5.2.4 Συνεργασία με τουριστικά γραφεία
5.2.5 Βελτίωση οδικής σύνδεσης με την πόλη του Βόλου
5.2.6 Στα πλαίσια της προστασίας του περιβάλλοντος οι οποιεσδήποτε επεμβάσεις να συνοδεύονται από μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων



<b>5.3 ΑΝΑΠΤΥΞΗ-ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΆΛΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ</b>
5.3.1 Βελτίωση οδικού δικτύου στο Πήλιο
5.3.2 Ανάπτυξη προαστιακού ηλεκτροκίνητου σιδηροδρόμου Λάρισας- Βόλου, διπλής γραμμής
5.3.3 Διασύνδεση των λιμανιών Ηγουμενίτσας - Βόλου με επέκταση της σιδηροδρομικής γραμμής Παλαιοφρασάλου-Καλαμπάκας
<b>5.4 ΑΝΑΠΤΥΞΗ-ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ</b>
5.4.1 Επιλεγμένοι χώροι στάθμευσης και πεζοδρομήσεις στη πόλη του Βόλου
5.4.2 Βελτίωση λοιπών χώρων στάθμευσης και πεζοδρομήσεις στην πόλη του Βόλου
5.4.3 Μέτρα για τον περιορισμό των ΙΧ και αύξηση χρήσης μαζικών μέσων μεταφοράς
5.4.4 Συμπλήρωση - βελτίωση της αστικής και υπεραστικής συγκοινωνίας
5.4.5 Συμπλήρωση των πεζοδρομήσεων και κατασκευή parking περιμετρικά του κέντρου πόλης(συντήρηση και επέκταση του δικτύου κίνησης των πεζών-δημιουργία οργανωμένων χώρων στάθμευσης)
5.4.6 Δημιουργία λεωφορειοδρόμων και ποδηλατοδρόμων
5.4.7 Βελτίωση των τηλεπικοινωνιών των τουριστικών περιοχών
<b>5.5 ΑΝΑΠΤΥΞΗ-ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ /ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ</b>
5.5.1Εξοπλισμός των τουριστικών επιχειρήσεων με υποδομή πληροφορικής για τη λειτουργία και οργάνωση τους
5.5.2 Ανάπτυξη επιχειρήσεων διάθεσης υποδομής πληροφορικής/διαδικτύου στο κοινό
<b>5.6 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΕΩΝ</b>
5.6.1 Οργάνωση και ανάδειξη- σήμανση πολιτιστικών - ιστορικών, αρχιτεκτονικών και τέχνης, shopping, φαγητού-ποτού, αναψυχής, επιχειρηματικού ενδιαφέροντος, διαδρόμων και δραστηριοτήτων στο Βόλο
5.6.2 Επέκταση εφαρμογής του θεσμού των Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας στις επιχειρήσεις εστίασης και στις λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις

<b>6. ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ</b>
<b>6.1. ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>
6.1.1 Κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού στον τουριστικό τομέα
6.1.2 Ένταξη του μάρκετινγκ ως βασικού στόχου του στρατηγικού σχεδιασμού
6.1.3 Αναβάθμιση των ήδη υφιστάμενων τουριστικών υποδομών
6.1.4 Βελτίωση ποιότητας τουριστικών καταλυμάτων
6.1.5 Βελτίωση και εκσυγχρονισμός του επιπέδου των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών
<b>6.2. ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ, ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>
6.2.1 Αναβάθμιση, εκσυγχρονισμός, συμπλήρωση υπηρεσιών τουρισμού
6.2.2 Οργάνωση και βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών των τουριστικών επιχειρήσεων
6.2.3 Εκσυγχρονισμός-βελτίωση της τεχνολογίας των τουριστικών επιχειρήσεων
6.2.4 Βελτίωση τραπεζικών υπηρεσιών και αύξηση αριθμού αυτόματων μηχανημάτων συναλλάγματος για 24ωρη εξυπηρέτηση των τουριστών
6.2.5 Πρόσληψη γλωσσομαθούς προσωπικού σε όλες τις υπηρεσίες(ξενοδοχεία, τράπεζες, ταχυδρομεία, μεταφορές και αναψυχής) για εύκολη συνεννόηση με τους τουρίστες
6.2.6 Βελτίωση προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων στα εστιατόρια και στους χώρους αναψυχής
6.2.7 Καλύτερη οργάνωση και προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης και προβολή περιοχής (διαφήμιση) από τον ΕΟΤ
6.2.8 Επίβλεψη παράνομων θέσεων στάθμευσης και ρύθμιση κυκλοφορίας από την τουριστική αστυνομία και την τροχαία
6.2.9 Επαρκής σήμανση μέσα στην πόλη (αξιοθέατα, οδικά σήματα) από τις αντίστοιχες υπηρεσίες της Νομαρχίας
6.2.10 Γρήγορη εξυπηρέτηση-Σύγχρονος εξοπλισμός-Ασφάλεια μεταφερόμενων αποσκευών στο χώρο του τελωνίου
6.2.11 Τακτικά δρομολόγια των πλοίων - Ανάπλαση προβλήτας λιμανιού - Επαρκείς θέσεις για στάθμευση από το λιμεναρχείο
6.2.12 Αναπαλαίωση ιστορικών μνημείων - Συνεχή ωράρια λειτουργίας μουσειακών και αρχαιολογικών χώρων- Προσιτές τιμές εισιτηρίων(κυρίως σε Έλληνες τουρίστες) από την εφορεία αρχαιοτήτων
6.2.13 Στις υπηρεσίες υγείας να υπάρχει εξειδικευμένο προσωπικό, συγχρόνως εξοπλισμός και να επικρατούν οι κατάλληλες συνθήκες υγιεινής

Εκτός από τα μέτρα βελτίωσης της ήδη υπάρχουσας εικόνας της πόλης του Βόλου, κρίνεται απαραίτητη η παράθεση κάποιων καινοτόμων παρεμβάσεων που συμπληρώνουν την ελκυστική τουριστική εικόνα και τη διαμόρφωση του αστικού τουριστικού πλέγματος.

1. Ανάπλαση του πάρκου του Αγίου Κωνσταντίνου το οποίο είναι λειτουργικά και αισθητικά υποβαθμισμένο. Προτείνεται η δημιουργία πρότυπου βοτανικού πάρκου.
2. Δραστηριοποίηση του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, Δημοτικής Αρχής και Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης για την δημιουργία ημερίδων και διεθνών συνεδρίων
3. Ανάδειξη του υπάρχοντος μοντέλου Νεολιθικού οικισμού Σέσκλου- Διμηνίου στο πάρκο Αναύρου. Προτείνεται ο εμπλουτισμός του με επέκταση του, λειτουργία μόνιμης έκθεσης αντικειμένων, προσθήκη οπτικοαουστικών μέσων και ξενάγηση στους χώρους του από ειδικό ξεναγό του Αρχαιολογικού Μουσείου
4. Ανέγερση καλαίσθητου συμπλέγματος κτιρίων σε κατάλληλη θέση του Πάρκου Αναύρου, όπου θα στεγαστούν Ενυδρείο, Μουσείο Υδάτινου Περιβάλλοντος και Υδροβιολογικός Σταθμός( Μπακογιάννη,2000)
5. Δημιουργία πλωτών εστιατορίων και αναψυκτήριων στο λιμάνι του Βόλου, κατά το πρότυπο πολλών μεγάλων Ευρωπαϊκών πόλεων( Μπακογιάννη,2000)
6. Δημιουργία Κέντρου Θαλάσσιων Αθλημάτων (ιστιοπλοΐας, κωπηλασίας, θαλάσσιου σκι, σέρφινγκ) στην περιοχή όπου σήμερα βρίσκονται οι εγκαταστάσεις του NOBA
7. Και τέλος τοποθέτηση ευδιάκριτων και καλαίσθητων πινακίδων της πόλης και χαρτών σε βασικούς συγκοινωνιακούς κόμβους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

## 7.1 Προοπτικές - Συμπεράσματα

Ο Τουρισμός αποτελεί μία βιομηχανία με μεγάλη ανάπτυξη και σύμφωνα με εκτιμήσεις παρατηρητών θα εξακολουθήσει να είναι η πρώτη « βιομηχανία» και μελλοντικά. Αντιπροσωπεύει μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα που συνέβαλλε στην ανάπτυξη μεγάλου αριθμού χωρών. Η δυναμική πορεία του τουρισμού οδήγησε στη διαμόρφωση πολλών και διαφορετικών προτύπων τουριστικής ανάπτυξης στον κόσμο ως αποτέλεσμα των παραμέτρων που διαμορφώνουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ( Χ.Κοκκώσης-Π.Τσάρτας,2001).

Οι Παράμετροι διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών της τουριστικής ανάπτυξης είναι: α) Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης β)οι τουριστικοί πόροι της χώρας εθνικοί ή περιοχής γ) Οι φορείς, οι οργανισμοί και κοινωνικοεπαγγελματικές ομάδες που εμπλέκονται στη διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης δ) η επιρροή της τουριστικής προσφοράς από τα υπαρκτά πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης ε) οι τουριστικές επιχειρήσεις και στ) η τουριστική πολιτική ( διεθνές ,τοπική).

Πολλές είναι οι περιπτώσεις όπου ο τουρισμός έχει συμβάλει στην ενίσχυση της ανάπτυξης περιφερειών αποβιομηχανοποιημένων, γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής. Ειδικότερα δε στις περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους, η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική σε ετήσιους ρυθμούς ( Χ.Κοκκώσης-Π.Τσάρτας,2001).

Η κυρίαρχη σήμερα μορφή του τουρισμού μεταξύ των χωρών υποδοχής τουριστών είναι ο μαζικός τουρισμός. Παρά τη μείωση που παρουσίασε αυτή η μορφή τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες εξακολουθεί να αποτελεί την κύρια μορφή τουριστικής ανάπτυξης στις χώρες υποδοχής.

Το σημερινό αναπτυξιακό πρότυπο του μαζικού τουρισμού προκαλεί στις χώρες υποδοχής σημαντικά προβλήματα. Χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν :

ο κορεσμός ορισμένων περιοχών, καθώς ο τουρισμός συγκεντρώνεται σε μικρό αριθμό περιοχών, τα περιβαλλοντικά προβλήματα ( καταστροφή του τοπίου, μόλυνση αλλοίωση του τοπικού παραδοσιακού χαρακτήρα κ.α), η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου κατά τη διάρκεια μόνο οκτώ μηνών του χρόνου, η οποία με τη σειρά της προκαλεί προβλήματα στην απασχόληση και στις επιχειρήσεις και τέλος η μείωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, λόγω της μεταβολής των επιθυμιών των επισκεπτών.

Τα παραπάνω ανησυχητικά φαινόμενα παρουσιάζονται και στη χώρα μας, χωρίς να γίνει μέχρι σήμερα προσπάθεια για μία ολοκληρωμένη προσέγγιση τους.

Η μη σχεδιασμένη και ορθολογικά προγραμματισμένη τουριστική πολιτική που ακολουθήθηκε τις δεκαετίες '70 και '80, για την κάλυψη της μεγάλης ζήτησης που υπήρχε τότε, συντέλεσε στην αύξηση των αρνητικών συνεπειών του τουρισμού. Το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν εκείνης της περιόδου οργανώθηκε ώστε να καλύψει τις ανάγκες εκείνης της εποχής αδιαφορώντας για τις αρνητικές επιπτώσεις που θα είχε η υπερσυγκέντρωση τουριστών τα επόμενα χρόνια. Έτσι φθάνουμε στο σημείο να αναζητούμε νέες λύσεις και προοπτικές για τον τουριστικό κλάδο.

Το παλιό τουριστικό προϊόν με κύρια στοιχεία τη θάλασσα και τον ήλιο δεν αποτελεί αποκλειστικό συγκριτικό πλεονέκτημα για τη χώρα μας. Οι τουρίστες αναζητούν πλέον την ποιότητα, και οι απαιτήσεις τους είναι υψηλότερου επιπέδου. Η διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας στον τουριστικό κλάδο περνά μέσα από την ποιοτική συνολικά αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Η ποιοτική αναβάθμιση επιτυγχάνεται αρχικά μέσω της βελτίωσης της γενικής (κατασκευή οδικών αρτηριών, αεροδρόμια, σιδηρόδρομος, λιμάνια, μαρίνες) και της ειδικής υποδομής ( συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, αθλητικές εγκαταστάσεις).

Ακολούθως πρέπει να υπάρξει εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος, ο οποίος είναι άμεσα συνδεδεμένος με τον προσανατολισμό στην ανάπτυξη και προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ( συνεδριακός, θρησκευτικός, αγροτικός, εκπαιδευτικός, πολιτιστικός, θαλάσσιος, ιαματικός κα), με στόχο την ανάπτυξη ενός ποιοτικού τουρισμού διάρκειας 12 μηνών. Οι νέες αυτές μορφές τουρισμού αντέχουν περισσότερο στις διεθνείς μεταβολές και συγκυρίες, προβάλλουν τον πολιτισμό, την ιδιαίτερη φυσική ομορφιά και προστατεύουν το περιβάλλον

Περαιτέρω απαραίτητα επίσης στοιχεία για το σχεδιασμό των νέων τουριστικών δραστηριοτήτων είναι η ύπαρξη ενός ικανοποιητικού δικτύου προβολής και η ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού, με την κατάλληλη εμπειρία και την απαραίτητη εκπαίδευση. Πριν σχεδιαστεί ο τρόπος προώθησης του νέου τουριστικού προϊόντος, πρέπει να πραγματοποιηθεί μια έρευνα αγοράς, ώστε να εκτιμηθεί το μέγεθος της ζήτησης, αν υπάρχει, το είδος των τουριστών που στοχεύουμε κ.α. Παράλληλα αναγκαία είναι η καταγραφή του προϊόντος και η ανταγωνιστικότητα του απέναντι σε άλλες χώρες.

Από όσα έχει δείξει μέχρι τώρα η διεθνής εμπειρία, ένας ορθολογικά σχεδιασμένος συνδυασμός μεταξύ των πολλών και διαφορετικών τουριστικών πόρων που διαθέτει μια πόλη, είναι προτιμότερος από τη μετατόπιση του βάρους σε έναν μόνο πόλο έλξης.

Η πόλη του Βόλου μια χαρακτηριστική περίπτωση πόλης υπό καθεστώς αποβιομηχάνισης- η οποία διαθέτει αξιόλογους τουριστικούς πόρους, έχει τις προοπτικές για τη δόμηση ειδικών στρατηγικών και την εφαρμογή στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη αστικού τουρισμού. Ο Βόλος συγκεντρώνει τα κατάλληλα χαρακτηριστικά και τις βασικές συνθήκες για την ανάπτυξη του τουρισμού. Η πόλη είναι προικισμένη με αξιόλογους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, με καλή ποιότητα ζωής που επιδέχεται, βέβαια επιδόσεις σε αρκετούς τομείς για να αποκτήσει ανταγωνιστικό χαρακτήρα.

Η πόλη κατέχει μια προνομαϊκή θέση, τόσο λόγω της γεωγραφικής της θέσης που είναι τέτοια ώστε να μπορεί να είναι πύλη προς χώρους τουριστικού ενδιαφέροντος ( Πήλιο, Σποράδες, Μετέωρα), όσο και λόγω της εγγύτητας της στους μεγάλους συγκοινωνιακούς άξονες της χώρας ( ΠΑΘΕ και γραμμή σιδηροδρομικής διασύνδεσης Αθήνα-Θεσσαλονίκη) και της ύπαρξης του λιμανιού. Αποτελεί δηλαδή συγκοινωνιακό κόμβο.

Βέβαια για την ανάπτυξη του τουρισμού πρέπει να βελτιωθούν και οι τρόποι πρόσβασης στην πόλη. Ο Βόλος έχει την τύχη να διαθέτει επιβατικό λιμάνι, αλλά και την ατυχία ότι αυτό το λιμάνι σχεδόν υπολειτουργεί. Αυτό που θα αύξανε την άφιξη των τουριστών και θα ωφελούσε την τοπική οικονομία είναι ο εκσυγχρονισμός και η επέκταση του επιβατικού λιμανιού, κατά πρώτον με νέες υποδομές υποδοχής σκαφών και κατά δεύτερον με νέες συνδέσεις του σε όλο το Αιγαίο.

Δεν είναι μόνο το επιβατικό λιμάνι που πρέπει να εκσυγχρονιστεί, αλλά ολόκληρο το παραλιακό μέτωπο, δηλαδή η « βιτρίνα » του Βόλου, πρέπει να

αναμορφωθεί (ήδη έχει ξεκινήσει). Όπως αναφέρθηκε ο Βόλος θεωρείται πλέον τουριστική παρά βιομηχανική πόλη.

Οι παραπάνω ρυθμίσεις, εντάσσονται στα πλαίσια της αισθητικής, λειτουργικής και ποιοτικής αναβάθμισης της πόλης. Σε συνέχεια με αυτές προτείνεται η παράλληλη υλοποίηση κάποιων έργων που θα καλύψουν βασικές ελλείψεις της πόλης του Βόλου.

Τα έργα αυτά αφορούν ζητήματα καινοτόμου πολεοδομικού σχεδιασμού, κυκλοφοριακών ρυθμίσεων και αισθητικού εξωραϊσμού των δημόσιων χώρων.

Μια μορφή εκδήλωσης του τουριστικού φαινομένου θα είναι ο αθλητικός τουρισμός και η πόλη μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πόλο του αθλητικού τουρισμού. Η υψηλών προδιαγραφών αθλητική υποδομή που αναπτύχθηκε και η εμπειρία που αποκτήθηκε από την φιλοξενία αγωνισμάτων κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων θα καταστήσουν την πόλη ικανή να διεκδικήσει και μελλοντικά τη διοργάνωση σημαντικών αθλητικών γεγονότων. Η εξειδίκευση της στη διοργάνωση αθλητικών συναντήσεων, θα περάσει στη συνείδηση των κατοίκων και των επισκεπτών, προσδίδοντας την ταυτότητα της αθλητικής πόλης, τουλάχιστον σε εθνικό επίπεδο (Κυριαζής, 2001:10).

Η ανάληψη της φιλοξενίας τέτοιων γεγονότων έγκειται στην έγκαιρη και αποτελεσματική δραστηριοποίηση της πόλης. Πετυχαίνοντας και τη σωστή προβολή τους οι ροές των επισκεπτών θα ενδυναμώσουν και η πόλη θα είναι σε θέση να αναπτύξει και άλλες μορφές τουρισμού, όπως συνεδριακό και πολιτιστικό. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια ειδικότερη μορφή αστικού τουρισμού που έχει πολύ θετικές προοπτικές. Η ανάπτυξη του στην πόλη του Βόλου, μπορεί να επιφέρει πολλά οφέλη, με σημαντικότερο την προσέλκυση στελεχών σημαντικών εταιριών, αλλά και επιχειρήσεων και υπηρεσιών υψηλού επιπέδου. Προς αυτή την κατεύθυνση μπορεί να συμβάλει καθοριστικά το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας που διοργανώνει κατά καιρούς συνέδρια (εθνικά και διεθνή). Επομένως αν η πόλη φιλοδοξεί να προσελκύσει τουρισμό υψηλού επιπέδου πρέπει να μεριμνήσει για την κατασκευή ενός πραγματικά μεγάλου συνεδριακού κέντρου, βάσει των διεθνών προτύπων και προδιαγραφών.

Όσον αφορά τον πολιτιστικό τουρισμό και αυτός έχει πολύ θετικές προοπτικές αν η πόλη εκμεταλλευτεί τον εν δυνάμει πολιτιστικό της πόρο της ιστορικής κληρονομιάς.

Ο Βόλος μπορεί να δημιουργήσει νέα τουριστικά προϊόντα που θα αναδεικνύουν τα αρχαία και τη Μυθολογία της περιοχής, δημιουργώντας ένα νέο και πολιτιστικό και τουριστικό πόλο ανάπτυξης. Είναι βέβαιο πως η Αργοναυτική Εκστρατεία μπορεί και αξίζει να προβληθεί περισσότερο απ'ότι προβάλλεται σήμερα. Παράλληλα και η ενδυνάμωση των ήδη υπάρχοντων πολιτιστικών γεγονότων ( φεστιβάλ, εκθέσεις) και προσέλκυση νέων θα καταστήσει την πόλη πιο ελκυστική για υψηλής ποιότητας αστικού τουρισμού στον τομέα του πολιτισμού.

Τέλος, η εξασφάλιση της κοινωνικής συναίνεσης αποτελεί τη εγγύηση ότι οι κάτοικοι θα πεισθούν για τα μακροπρόθεσμα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη από την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού( Κουτσιανά,2001:140).

Βασικός στόχος είναι ο Βόλος να αποτελέσει είτε έναν αυτοτελή τουριστικό προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές, κατά το πρότυπο πολλών Ευρωπαϊκών πόλεων, είτε έναν ιδιαίτερο τουριστικό προορισμό, συνδυασμένο με άλλες τουριστικές δραστηριότητες του πακέτου διακοπών για Πήλιο, Σποράδες, Μετέωρα ( Κουτσιανά, 2001:139).

Η βιομηχανική εποχή στη πόλη έχει τελειώσει, όπως άλλωστε και στις περισσότερες πόλεις. Εκτός από την τριτογενοποίηση της παγκόσμιας οικονομίας, η ίδια πόλη αποφάσισε να απαλλαγεί από τη φθαρμένη ταυτότητα της και να αναζητήσει νέους στόχους και νέους δρόμους ανάπτυξης. Αυτό που της χρειάζεται είναι αρμόδιοι φορείς που ακούνε τους πολίτες και προμηνύουν τις αλλαγές.

Έχοντας την εμπειρία από τη φιλοξενία των Ολυμπιακών Αγώνων η πόλη μπορεί να αναδειχθεί σε αξιόλογο τουριστικό προορισμό, πανευρωπαϊκής εμβέλειας και να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της. Ειδικότερα για την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σημαντικό ρόλο παίζει η κατάλληλη προβολή και ενημέρωση, αλλά κυρίως η εκπαίδευση όσων είναι αναμεμιγμένοι με δραστηριότητες που περιστρέφονται γύρω από τον εναλλακτικό τουρισμό. Η ελληνική τουριστική πολιτική θα πρέπει να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες που διασφαλίζονται από τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης ώστε να μπορέσει να αναβαθμίσει την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος προστατεύοντας το φυσικό και πολιτιστικό της περιβάλλον, εκμεταλλευόμενη το τοπικό δυναμικό της.

Ο Βόλος είναι πραγματικά μια όμορφη πόλη. Με τις σωστές αναπτυξιακές στρατηγικές μπορεί να γίνει ακόμη πιο όμορφη και η ομορφιά αυτή να πηγάζει όχι μόνο από το φυσικό περιβάλλον αλλά και από το επίπεδο διαβίωσης των ανθρώπων την επιστήμη, τον πολιτισμό, τον αθλητισμό, τη δημιουργικότητα και τη



λειτουργικότητα της. Είναι μια μεσαία πόλη που μπορεί να αποτελέσει πρότυπο, όχι μόνο για τα ελληνικά δεδομένα.

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ Ι – ΙΙ - ΙΙΙ**

**Ι ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ**

**ΙΙ ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T**

**ΙΙΙ ΧΑΡΤΕΣ**

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

<b>1.Πόσες φορές έχετε έρθει στην πόλη τα τελευταία 5 χρόνια;</b>	<b>1. 1.έως 5</b>	<b>2. &gt;5</b>				
<b>2.Μέρος διαμονής:</b>	<b>1.Ξενοδοχείο</b>	<b>3.Camping</b>	<b>4.εξοχική κατοικία</b>			
	<b>Ποιο;</b>	<b>5.άλλο</b>				
<b>3.Πώς ήλθατε στη πόλη;</b>						
<b>1.ΙΧ</b>	<b>2.Πούλμαν</b>	<b>3.Λεωφορείο</b>	<b>4.Τραίνο</b>	<b>5.Πλοίο</b>	<b>6.δελφίνι</b>	<b>7.άλλο</b>
<b>4.Τόπος Προέλευσης</b>	<b>5.Τόπος Προορισμού</b>					
<b>6.Αριθμός Διανυκτερεύσεων στο Βόλο:</b>	<b>1. 0</b>	<b>2. 1-3</b>	<b>3. 4-7</b>	<b>4.&gt;7</b>		
<b>7.Αριθμός Διανυκτερεύσεων στο προορισμό:</b>	<b>1. 0</b>	<b>2. 1-3</b>	<b>3. 4-7</b>	<b>4.&gt;7</b>		
<b>8.Πώς μετακινείστε μέσα στη πόλη;</b>						
<b>1.ΙΧ</b>	<b>2.μηχανή</b>	<b>3.λεωφορείο</b>	<b>4.ποδήλατο</b>	<b>5.ταξί</b>	<b>6.με τα πόδια</b>	
<b>9.Λόγοι Επίσκεψης</b>	<b>1.Κύριες Διακοπές</b>	<b>2.Ολιγοήμερη Εκδρομή</b>	<b>3.Οργανωμένη Εκδρομή</b>			
<b>4.Επαγγελματικά</b>	<b>5.Επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς</b>	<b>6.Άλλο</b>				
<b>10. Γιατί επιλέξατε το Βόλο ως προορισμό;</b>	<b>1.Είναι ωραίο μέρος</b>	<b>2.μου το πρότειναν φίλοι</b>				
	<b>3.έχω γνωστούς</b>	<b>4.συνδυάζει βουνό και θάλασσα</b>	<b>5.είναι κοντά</b>	<b>6.άλλο</b>		
<b>11.Από πού πήρατε πληροφορίες για το Βόλο;</b>						
<b>1.Μ.Μ.Ε</b>	<b>2.φίλους και γνωστούς</b>	<b>3.τουριστικό γραφείο</b>				
<b>4.Internet</b>	<b>5.Τουριστικές εκθέσεις</b>	<b>6.άλλο</b>				
<b>12.Κατά την επίσκεψη/παραμονή σας στη πόλη συμμετείχατε ή σκοπεύετε να συμμετέχετε σε κάποια από τις πιο κάτω δραστηριότητες;</b>						

1. επίσκεψη στο Σέσκλο ή Διμήνι	2. Επίσκεψη στο μουσείο	3. εκδήλωση ή σεμινάριο
4. επίσκεψη στα Μετέωρα;	5. αγορά	6. επίσκεψη στα νησιά
7. βόλτα στη πόλη	8. βόλτα στο Πήλιο	9. bar/cafe
10. βόλτα με τρέινο	11. τσπουράδικα	12. μπάνιο στη θάλασσα
13. θρησκευτικές εκδηλώσεις	14. θέατρο/συναυλία	15. άλλο
13. Επιλέξτε τρεις από τις οποίες θεωρείται ως τις πιο σημαντικές		
1.	2.	3.
14. Υπάρχει κάτι άλλο που θα θέλατε να κάνετε στο Βόλο εκτός από τα παραπάνω;		
15. Ποιές από τις εκδηλώσεις που γίνονται ξέρετε στο Βόλο;		
16. Έχετε συμμετέχει σε καμιά από αυτές;		
17. Πόσο ευχαριστημένος/η είσατε από....		
1. την εικόνα του Βόλου κατά την άφιξη	πολύ	αρκετά
2. αίσθηση του χώρου-προσανατολισμό στη πόλη	λίγο	καθόλου
3. αισθητική εικόνα της πόλης		
4. καθαριότητα της πόλης		
5. σήμανση για σημαντικά αξιοθέατα της πόλης		
6. την ποικιλία δραστηριοτήτων που προσφέρονται		
7. πληροφόρηση για τις διάφορες δραστηριότητες-εκδηλώσεις		
8. Επίπεδο εξυπηρέτησης στο μέρος διαμονής σας(ποιότητα/τιμή)		
9. Επίπεδο εξυπηρέτησης γενικότερα στη πόλη		δεν γνωρίζω

## ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

### ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

<b>1. Πόσες φορές έχετε έρθει στην πόλη τα τελευταία 5 χρόνια;</b>		1. 1 έως 5 (26/50)	2. >5 (24/50)			
<b>2. Μέρος διαμονής:</b>		1. Ξενοδοχείο (36/50)	2. Εν. Δωμ. (8/50)	3. Camping (6/50)	4. εξοχική κατοικία	
<b>3. Πώς ήλθατε στη πόλη;</b>		5. άλλο				
<b>1. ΙΧ</b>		3. Λεωφορείο (24/50)	4. Τραίνο (26/50)	5. Πλοίο	6. δελφίνι	7. άλλο
<b>4. Τόπος Προέλευσης (37/50) Αθήνα, (13/50) Θεσ/κη. (10/50) Λάρισα</b>		5. Τόπος Προορισμού (35/50) Βόλο, (15/50) Πήλιο, 10/50 Σιάθιο				
<b>6. Αριθμός Διανυκτερεύσεων στο Βόλο:</b>		1. 0	2. 1-3 (13/50)	3. 4-7 (35/50)	4. >7 (2/50)	
<b>7. Αριθμός Διανυκτερεύσεων στο προορισμό:</b>		1. 0 (35/50)	2. 1-3 (15/50)	3. 4-7	4. >7	
<b>8. Πώς μετακινήσατε μέσα στη πόλη;</b>		3. Λεωφορείο (20/50)				
<b>1. ΙΧ</b>		2. μηχανή	4. ποδήλατο (5/50)	5. ταξί (25/50)	6. με τα πόδια (10/50)	
<b>9. Λόγοι Επίσκεψης</b>		1. Κύριες Διακοπές (38/50)	2. Ολιγόημερη Εκδρομή (10/50)	3. Οργανωμένη Εκδρομή (10/50)		
<b>4. Επαγγελματικά (2/50)</b>		5. Επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς				6. Άλλο
<b>10. Γιατί επιλέξατε το Βόλο ως προορισμό;</b>		1. Είναι ωραίο μέρος				2. μου το πρότειναν φίλοι

		(19 /50)	(2/50)
3. Έχω γνωστούς	4.συνδυάζει βουνό και θάλασσα (29/50)	5.είναι κοντά	6.άλλο
<b>11. Από πού πήρατε πληροφορίες για το Βόλο;</b>			
1.Μ.Μ.Ε	2. φίλους και γνωστούς	3.τουριστικό γραφείο (32/50)	
4. Internet (18/50)	5. Τουριστικές εκθέσεις	6. άλλο	
<b>12. Κατά την επίσκεψη/παραμονή σας στη πόλη συμμετείχατε ή σκοπεύετε να συμμετέχετε σε κάποια από τις πιο κάτω δραστηριότητες;</b>			
1. επίσκεψη στο Σέσκλο ή Διμήνι	2.Επίσκεψη στο μουσείο	3. εκδήλωση ή σεμινάριο	6.επίσκεψη στα νησιά (4/50)
4. επίσκεψη στα Μετέωρα;	5. αγορά ( 3/50)	8.βόλτα στο Πήλιο (15/50)	9.bar/cafe (6/50)
7. βόλτα στη πόλη	11.τσιπουράδικα (10/50)	12.μπάνιο στη θάλασσα (12/50)	15.άλλο
10.βόλτα με τρένο	14.θέατρο/συναυλία		
13.θρησκευτικές εκδηλώσεις			
<b>13.Επιλέξτε τρεις από τις οποίες θεωρείται ως τις πιο σημαντικές</b>			
1. ( 38/50 ) Πήλιο	2. (20/38) Τσιπουράδικα	3. (2/50) Θάλασσα	
<b>14.Υπάρχει κάτι άλλο που θα θέλατε να κάνετε στο Βόλο εκτός από τα παραπάνω; ( 50/50) Όχι</b>			
<b>15.Ποιές από τις εκδηλώσεις που γίνονται ξέρετε στο Βόλο; (50/50) Καμία</b>			
<b>16.Έχετε συμμετέχει σε καμιά από αυτές; (50/50) Δεν γνωρίζουν</b>			
<b>17.Πόσο ευχαριστημένος/η είσαστε από....</b>			

	πολύ	αρκετά	λίγο	καθόλου	Δεν γνωρίζω		
1.την εικόνα του Βόλου κατά την άφιξη		(45/50)	(5/50)				
2.αίσθηση του χώρου-προσανατολισμό στη πόλη		(48/50)	(2/50)				
3.αισθητική εικόνα της πόλης		(15/50)	(35/50)				
4.καθαριότητα της πόλης		(45/50)	(5/50)	(5/50)			
5.σήμενανση για σημαντικά αξιοθέατα της πόλης		(45/50)		(45/50)	(5/50)		
6.την ποικιλία δραστηριοτήτων που προσφέρονται		(42/50)	(8/50)				
7.πληροφόρηση για τις διάφορες δραστηριότητες-εκδηλώσεις			(47/50)		(3/50)		
8.Επίπεδο Εξυπηρέτησης στο μέρος διαμονής σας(ποιότητα/τιμή)		(32/50)	(16/50)	(2/50)			
9.Επίπεδο εξυπηρέτησης γενικότερα στη πόλη		(15/50)	(29/50)	(6/50)			
<b>18.Τί σας άρεσε περισσότερο στη πόλη;</b>		(42/50) Εικόνα του Βόλου , (5/50) Αισθητική εικόνα (3/50), Πληροφόρηση					
<b>19.Τί δεν σας άρεσε κατά τη διαμονή σας;</b> (40/50) Επίπεδο εξυπηρέτησης, (10/50) Δεν υπάρχουν ποικιλίες δραστηριοτήτων							
<b>20.Ποιά άλλη πόλη θα διαλέγατε να επισκεφθείτε εκτός από τον Βόλο;</b> (36/50) Σκιάθο, (10/50) Θεσσαλονίκη, (4/50) Καμία							
<b>21.Φύλο:</b>	1.Ανδρας (26/50)	2.Γυναίκα (24/50)	22.Ηλικία (6/50)	1.15 – 30 (29/50)	2.31 – 45 (6/50)	3.45 – 65 (15/50)	4.>65
<b>23.Εθνικότητα</b>	1.Ελληνική (43/50) 2.άλλη (7/50)						
<b>24.Σπουδές:</b>	1.Υποχρεωτική Εκπαίδευση		2.Μέση Εκπαίδευση (24/50)		3.Ανώτατη Εκπαίδευση (26/50)		

<b>25.Επαγγελματική Ενασχόληση</b>	<b>1. μαθητής/φοιτητής (4/50)</b>	<b>2. ελ. επαγγελματίας (12/50)</b>
<b>3. δημ. υπάλληλος (24/50)</b>	<b>4. ιδ. υπάλληλος (4/50)</b>	<b>6. βιοτέχνης (4/50)</b>
<b>7. άνεργος</b>	<b>5. αγρότης</b>	
<b>8. οικιακά</b>	<b>9. άλλο</b>	
<b>26. Οικογενειακή κατάσταση:</b>	<b>1. Ελεύθερος/η (1/50)</b>	<b>2. οικ. με μεγάλα παιδιά (6/50)</b>
<b>3. δεσμευμένος/η (3/50)</b>	<b>4. οικ. με μικρά παιδιά (40/50)</b>	<b>5. άλλο</b>
		<b>Ημερομηνία.....</b>
		<b>Ωρα.....</b>
		<b>Υπογραφή...</b>



**SWOT Ανάλυση μέσα από συνεντεύξεις με φορείς που σχετίζονται με τον τουρισμό για το Π.Σ Βόλου και την ευρύτερη περιοχή**

**ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

- Συνδυασμός βουνού και θάλασσας
- Γειτνίαση με Πήλιο και νησιά Β.Σποράδων
- Τουρισμός καθόλη τη διάρκεια του έτους
- Πληθώρα πολιτιστικών εκδηλώσεων
- Πολιτιστική κληρονομιά
- Ευκολία κίνησης της πόλης μέσα στη πόλη
- Συνειδητοποιημένοι ξενοδόχοι
- Ύπαρξη χιονοδρομικού κέντρου στα Χάνια
- Κεντροβαρική θέση στον ελλαδικό χώρο
- Ύπαρξη επιβατικού λιμένος
- Καλή σύνδεση με τον Π.Α.Θ.Ε
- Ύπαρξη Πανεπιστημίου
- Τρενάκι του Πηλίου
- Ποικιλία διαβάθμισης κλινών

**ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

- Έλλειψη τουριστικών υποδομών
- Κακό οδικό δίκτυο στο Πήλιο
- Απουσία πολιτικού αεροδρομίου
- Μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις στον τουρισμό
- Έλλειψη ξενοδοχείων Πολυτελείας – Α' κατηγορίας
- Δυσοσμία σε τμήματα του παραλιακού μετώπου του Βόλου
- Ρύπανση του Παγασητικού
- Έλλειψη χώρων στάθμευσης
- Μακρινή απόσταση από το ανεπτυγμένο κέντρο της Ευρώπης
- Απόβλητα ελαιτριβείου στα ύδατα του Παγασητικού
- Πολύ μικρή τουριστική περίοδος για ορισμένες επιχειρήσεις
- Ελλιπής ανάπτυξη μορφών διασκέδασης που απευθύνονται σε νέους
- Κακή ποιότητα στις σιδηροδρομικές υπηρεσίες
- Έλλειψη σήμανσης
- Έλλειψη τουριστικής παιδείας
- Ύπαρξη μεγάλου αριθμού βοηθητικών τουριστικών καταλυμάτων
- Ελλιπής πληροφόρηση για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις

## **ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ**

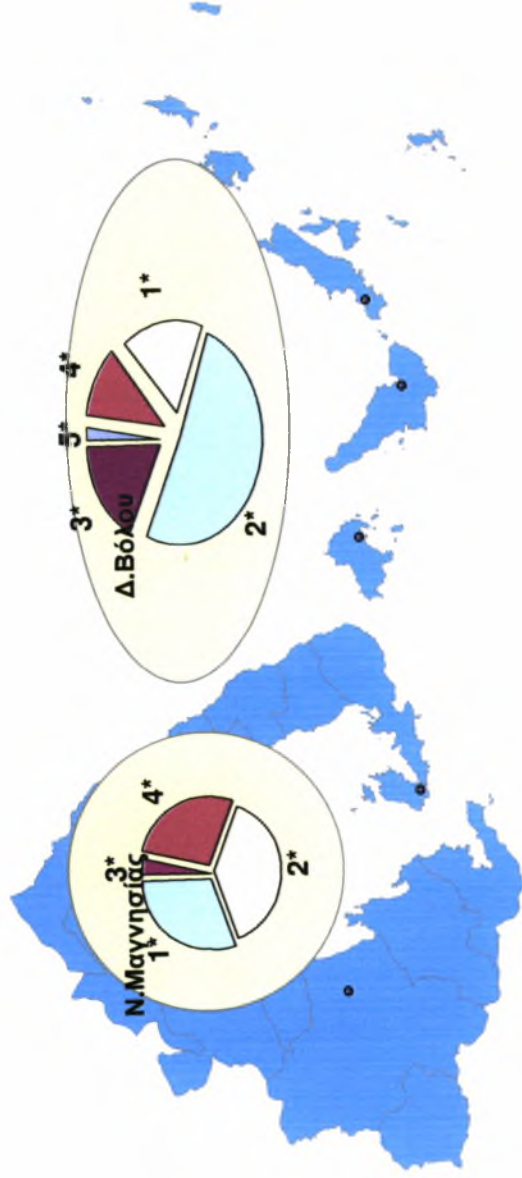
- Ολυμπιακοί Αγώνες και έργα
- Πύλη προς το Πήλιο – Νησιά
- Προγράμματα Ε.Ε και του αναπτυξιακού νόμου
- Δυνατότητα προσέλκυσης τουριστών από τρίτες χώρες (Αν.Χώρες , Ρωσία, Κίνα)
- Δυνατότητα εναλλακτικού τουρισμού στο χιονοδρομικό ( αναρρίχηση, τοξοβολία, ιππασία, ορεινή ποδηλασία)
- Αναβάθμιση αεροδρομίου Ν.Αγχιάλου
- Δυνατότητα ανάπτυξης του θρησκευτικού Τουρισμού
- Ανάπλαση Λόφου Γορίτσας
- Ίδρυση νέων ξενοδοχείων πολυτελείας
- Δημιουργία Τελεφερίκ στο Πήλιο

## **ΑΠΕΙΛΕΣ**

- Ανταγωνισμός από γειτονικές φθηνότερες χώρες (Αν.Ευρώπη, Τουρκία)
- Πτώση του τουρισμού λόγω οικονομικής δυσπραγίας
- Μείωση αριθμού αφιχθέντων κρουαζιερόπλοιων
- Μονοπώλιο από τους tour-operators που δρουν κερδοσκοπικά
- Ισχυρή γραφειοκρατία
- Απειλή κλεισίματος πολλών ενοικιαζόμενων δωματίων λόγω ανεπάρκειας παροχής υπηρεσιών που απαιτούνται από τους αρμόδιους φορείς
- Προβλήματα συνεργασίας με τον Ο.Σ.Ε για το Τρενάκι του Πηλίου
- Συνάρτηση του τουρισμού με οικονομική και πολιτική αστάθεια

## ΧΑΡΤΕΣ

Κατανομή ξενοδοχείων ανά κατηγορία στο Ν.Μαγνησίας  
και στο Δ.Βόλου



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ  
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ  
& ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Διπλωματική Εργασία:  
Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη.  
Το παράδειγμα του Βόλου.

Επιβλέπων Καθηγητής:  
Ιωάννης Ψυχάρης

Επιμέλεια:  
Ιωαννίδου Μαρία

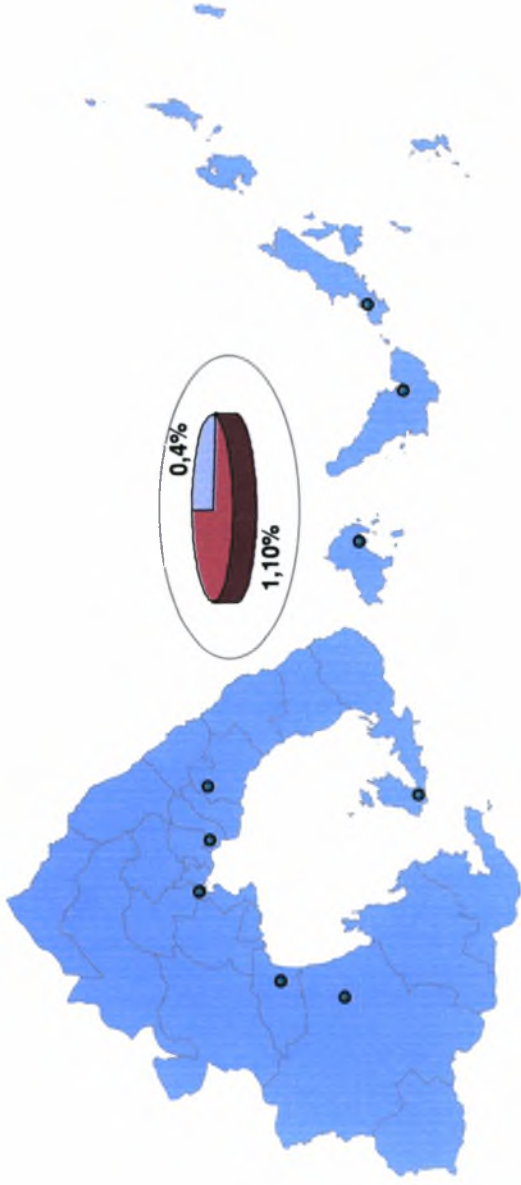
Κλίμακα: Ενδεικτική

ΥΠΟΜΝΗΜΑ

- Πόλη
- Magnisia
- Ε' Κατηγορία (1\*)
- Δ' Κατηγορία (2\*)
- Γ' Κατηγορία (3\*)
- Β' Κατηγορία (4\*)
- Α' Κατηγορία (5\*)

Ιδια Επεξεργασία:  
Πηγή: (ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ  
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ)

<b>ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ</b>
<b>ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ &amp; ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b>
<b>Διπλωματική Εργασία: Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη. Το παράδειγμα του Βόλου.</b>
<b>Επιβλέπων Καθηγητής: Ιωάννης Ψυχάρης</b>
<b>Επιμέλεια: Ιωαννίδου Μαρία</b>
<b>Κλίμακα: Ενδεικτική</b>
<b>ΥΠΟΜΝΗΜΑ</b> ● Πόλη ■ Magnisia
<b>Κατανόμηση ΑΕΠ % στο Ν.Μαγνησίας και στο Δ.Βόλου Ν.Μαγνησίας</b> <p>Π.Θεσσαλίας</p>
<b>Ίδια Επεξεργασία: Πηγή: (ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ)</b>



**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ  
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ  
& ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**Διπλωματική Εργασία:  
Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη.  
Το παράδειγμα του Βόλου.**

**Επιβλέπων Καθηγητής:  
Ιωάννης Ψυχάρης**

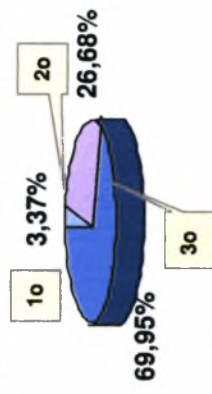
**Επιμέλεια:  
Ιωαννίδου Μαρία**

**Κλίμακα: Ενδεικτική**

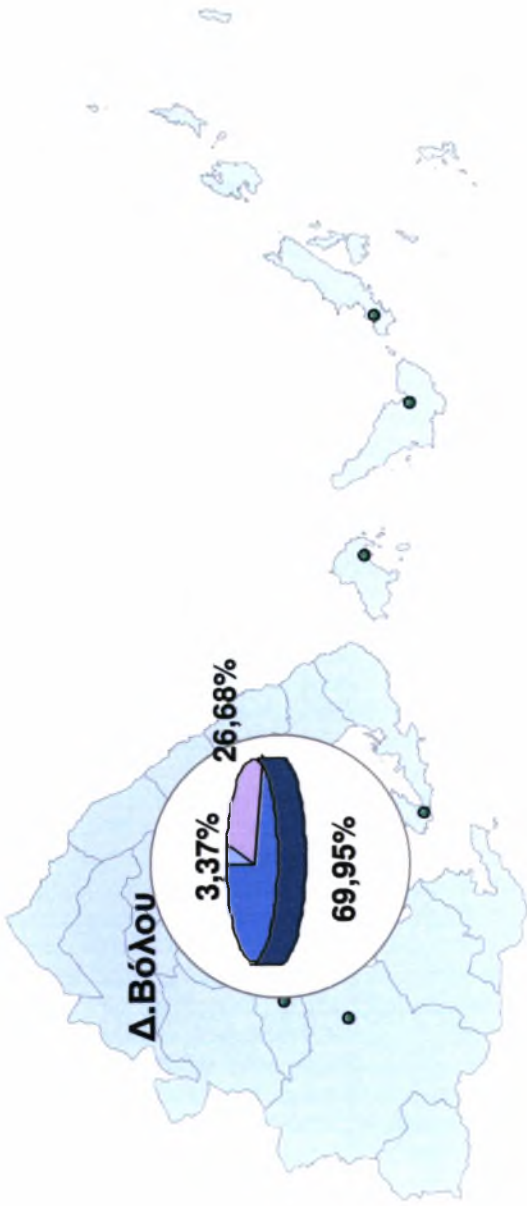
**ΥΠΟΜΝΗΜΑ**

- Πόλη
- Magnisia

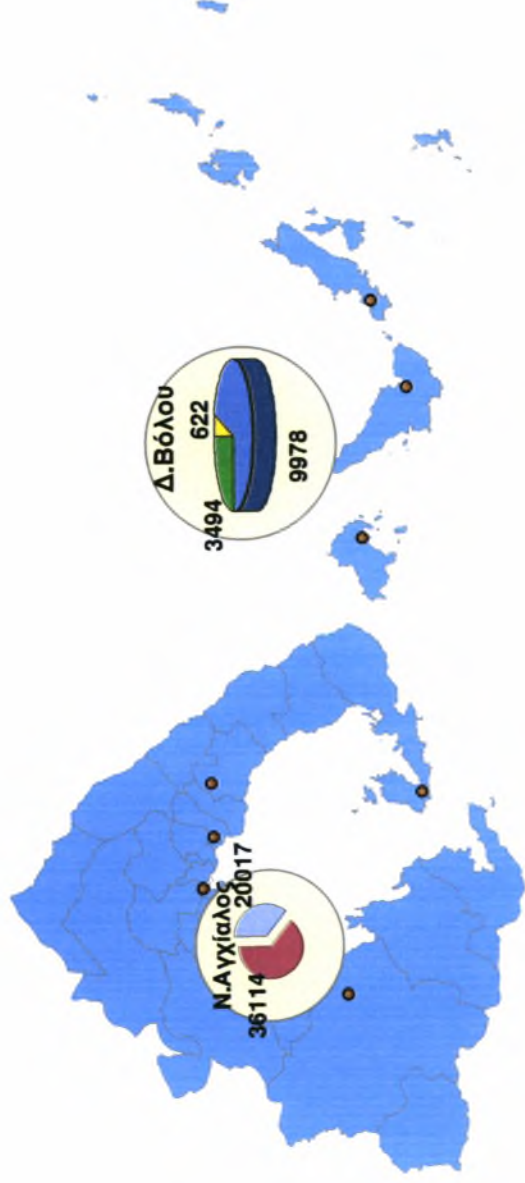
**Ποσοστό Τομεακής Σύνθεσης Απασχόλησης στο Βόλο**



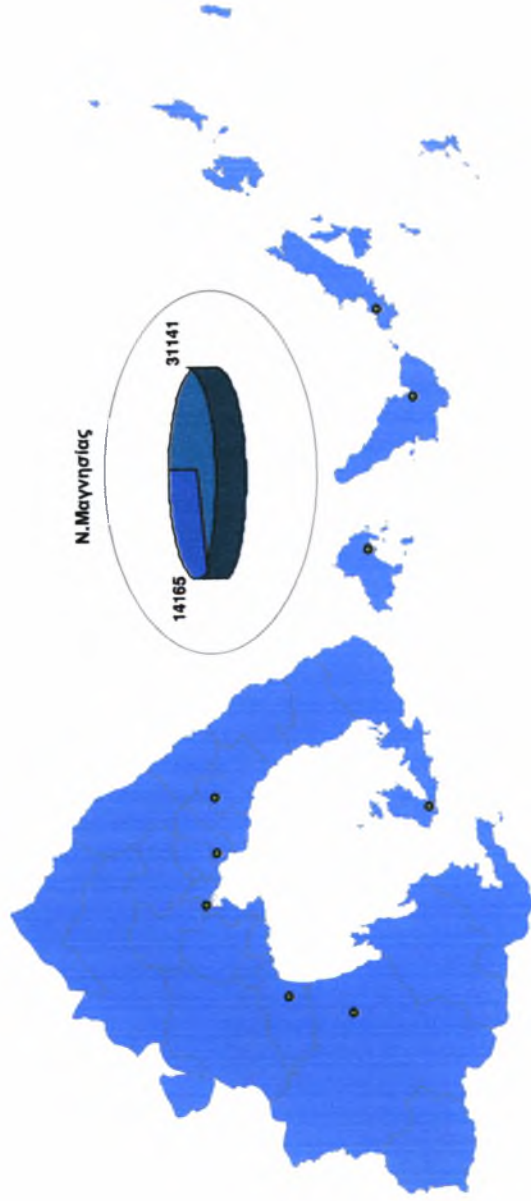
Ίδια Επεξεργασία:  
(ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ  
Πηγή: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ)



Ναυτιλιακή, Ακτοπλοϊκή κίνηση και κίνηση αεροσκαφών στο Δ.Βόλου και αριθμός αφίξεων-αναχωρήσεων και διερχομένων στο Κ.Α.Ν.Α



<b>ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ</b>
<b>ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ &amp; ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b>
<b>Διπλωματική Εργασία: Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη- Το παράδειγμα του Βόλου.</b>
<b>Επιβλέπων Καθηγητής: Ιωάννης Ψυχάρης</b>
<b>Επιμέλεια: Ιωαννίδου Μαρία</b>
<b>Κλίμακα: Ενδεικτική</b>
<b>ΥΠΟΜΝΗΜΑ</b> ● Πόλη ■ Magnisia
<p>Αφίξεις - Αναχωρήσεις Ναυτιλιακή Κίνηση Κίνηση Αεροσκαφών Κίνηση Ακτοπλοίας Διερχόμενοι</p>
<b>Ίδια Επεξεργασία: Πηγή: ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ</b>



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ  
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ  
& ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Διπλωματική Εργασία:  
Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη.  
Το παράδειγμα του Βόλου.

Επιβλέπων Καθηγητής:  
Ιωάννης Ψυχάρης

Επιμέλεια:  
Ιωαννίδου Μαρία

Κλίμακα: Ενδεικτική

ΥΠΟΜΝΗΜΑ

- Πόλη
- Magnisia

Δημόσιες Επενδύσεις



Ιδιωτικές Ενταγμένες στο Γ'ΚΠΣ

Ιδια Επεξεργασία:  
(ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ  
ΠΗΓΗ: ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ)



**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ  
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ  
& ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**Διπλωματική Εργασία:  
Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη.  
Το παράδειγμα του Βόλου.**

**Επιβλέπων Καθηγητής:  
Ιωάννης Ψυχάρης**

**Επιμέλεια:  
Ιωαννίδου Μαρία**

**Κλίμακα: Ενδεικτική**

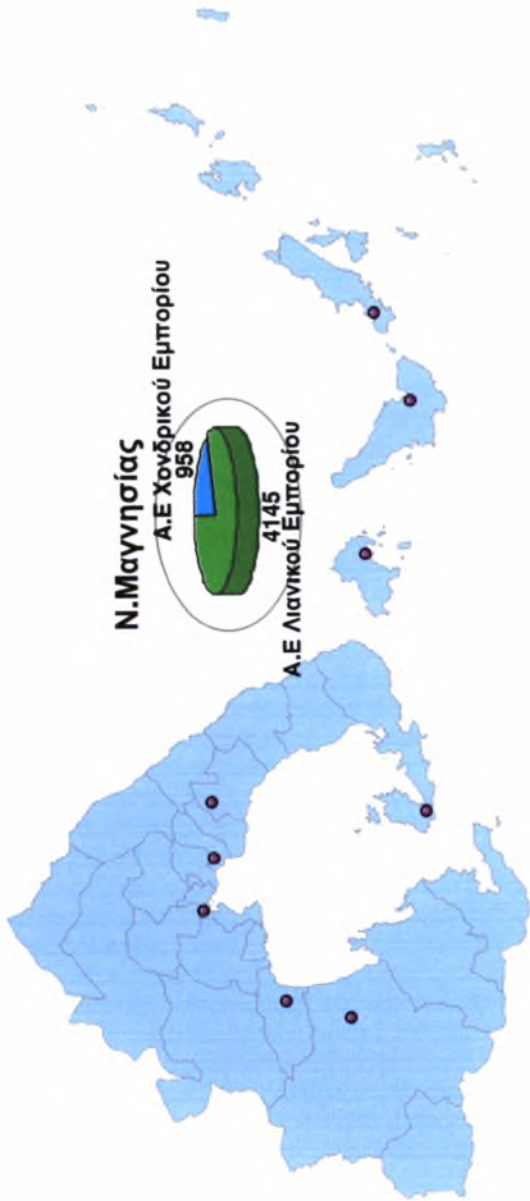
**ΥΠΟΜΝΗΜΑ**

- Πόλη
- Magnisia

Χονδρικό-Λιανικό Εμπόριο στο Ν.Μαγνησίας



**Ιδία Επεξεργασία:  
Πηγή: (ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ  
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ)**





**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ  
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ  
& ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**Διπλωματική Εργασία:  
Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη.  
Το παράδειγμα του Βόλου.**

**Επιβλέπων Καθηγητής:  
Ιωάννης Ψυχάρης**

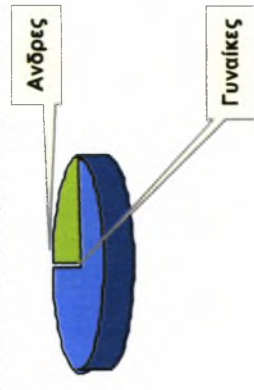
**Επιμέλεια:  
Ιωαννίδου Μαρία**

**Κλίμακα: Ενδεικτική**

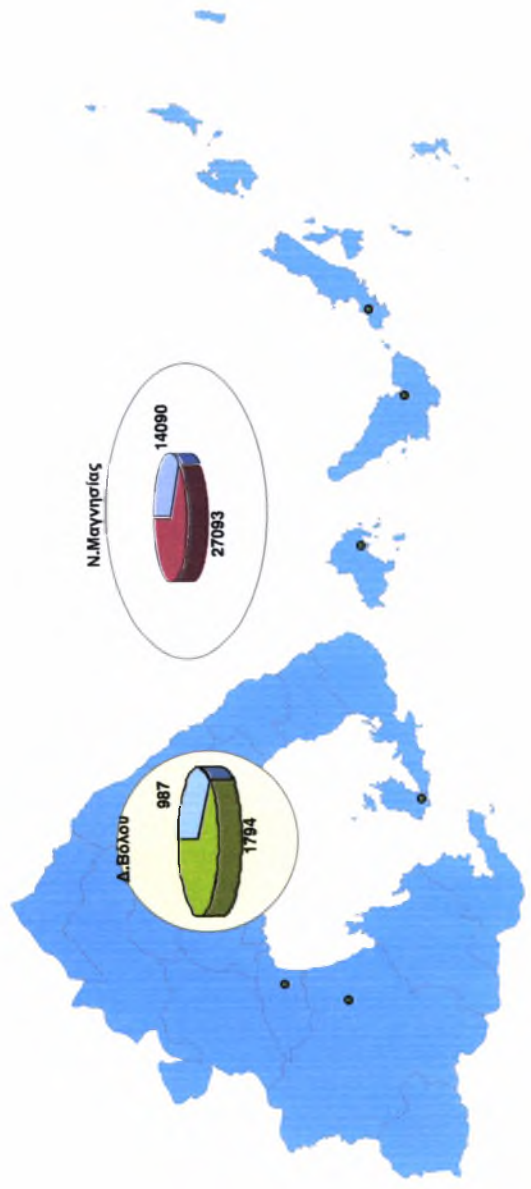
**ΥΠΟΜΝΗΜΑ**

- Πόλη
- Magnisia

Ποσοστό Ανεργίας στο Ν.Μαγνησίας ( Ανδρες - Γυναίκες)

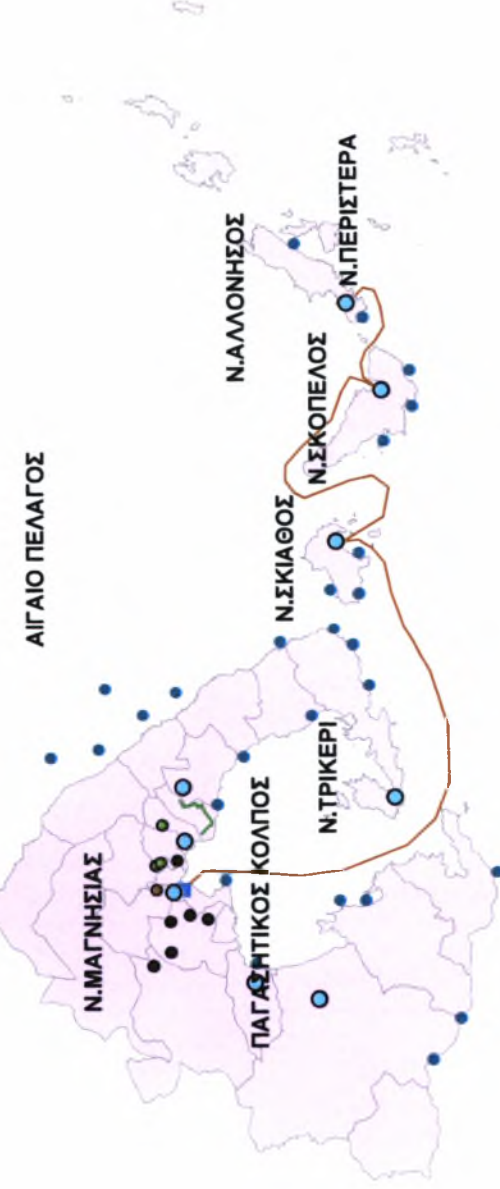


Ίδια επεξεργασία:  
Πηγή: ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ  
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ



<b>ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ</b>
<b>ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ &amp; ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b>
<b>Διπλωματική Εργασία: Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη. Το παράδειγμα του Βόλου.</b>
<b>Επιβλέπων Καθηγητής: Ιωάννης Ψυχάρης</b>
<b>Επιμέλεια: Ιωαννίδου Μαρία</b>
<b>Κλίμακα: Ενδεικτική</b>
<b>ΥΠΟΜΝΗΜΑ</b> ● Πόλη ■ Magnisia
<b>Κατανομή Τουριστικής Υποδομής στο Ν.Μαγνησίας και στο Δ.Βόλου το 2005</b> Δωμάτια ΚΛΙΝΕΣ
ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ) Πηγή: (ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ Ιδία Επεξεργασία:

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ  
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ  
& ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Διπλωματική Εργασία:  
Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη.  
Το παράδειγμα του Βόλου.

Επιβλέπων Καθηγητής:  
Ιωάννης Ψυχάρης

Επιμέλεια:  
Ιωαννίδου Μαρία

Κλίμακα: Ενδεικτική

ΥΠΟΜΝΗΜΑ

- Πόλη
- Λιμάνι
- Αρχαία Μνημεία
- Βυζαντινά Μνημεία
- Νεώτερα
- Παραλία αναψυχής
- Γραμμή πλοίων
- Τρενάκι Πηλίου
- Magnisia



Ίδια Επεξεργασία:  
Πηγή: (ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ  
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ)

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνόγλωσσα

**Αραβαντινός, Α.(1997):***Πολεοδομικός Σχεδιασμός – Για μια βιώσιμη Ανάπτυξη του Αστικού Χώρου*, Αθήνα: Εκδόσεις Συμμετρία.

**Αραβώσης, Κ.(1999):** «Σημειώσεις Μαθήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού», ΤΜΧΠΠΑ, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, Βόλος.»

**Ανίβας Μυλωνάς (1997):** Τουρισμός: Πολιτική, Εξελίξεις, Προοπτικές και Συμβολή στην Οικονομία, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα

**Γενική Γραμματεία Περιφέρειας Θεσσαλίας (2000):** «Σχέδιο Ανάπτυξης Περιφέρειας Θεσσαλίας».

**Δαμανάκης, ΕΜ.(1996):** « Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού στο Νομό Μαγνησίας», Διπλωματική Εργασία ΤΜΧΠΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος

**Δέφνερ, Α.(1999):** « Πολιτιστικός τουρισμός και δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου: η επίδραση στις λειτουργίες των πόλεων, στο Δ.Οικονόμου και Γ.Πετράκος *Η Ανάπτυξη των Ελληνικών Πόλεων : Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις Αστικής Ανάλυσης και Πολιτικής* , Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.

**Δούνια, Ι.(1999):** « Η Συμβολή του Place Marketing στην Τουριστική Ανάπτυξη», Διπλωματική Εργασία ΤΜΧΠΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος.

**ΕΟΤ(2003):** « Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρεια Θεσσαλίας».

**Ηγουμενάκης, Ν.Γ.(1997):** Τουριστική Πολιτική , Αθήνα.

**Κομίλης,Π., Βαγιόνης,Ν., Κάρμας, Κ.,Μυλωνάς, Α.,Παπαδημητρίου,Μ.,& ΑΠαπαπολύμερος,Γ.(2001):** « Εκθέσεις 37: Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Νομού Εύβοιας», Αθήνα: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών.

**Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π.(2001):** Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

**Κότιος, Α.& Ψυχάρης,Ι.(2002):** « Οι χωρικές και Οικονομικές επιδράσεις του προγράμματος Ελλάδα 2004 στο ΠΣ Βόλου», Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος.

**Κουτσιανά, Ε.(2001):** « Αστικός Τουρισμός: Μια Δυναμικά Αναπτυσσόμενη Μορφή Τουρισμού. Η Περίπτωση του Βόλου- Ολυμπιακής Πόλης το 2004», Διπλωματική Εργασία ΤΜΧΠΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος.

**Κυριαζής, Α.(2001)** « Βόλος 2004: Αστικός και Αθλητικός Τουρισμός», Διπλωματική Εργασία ΤΜΧΠΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος.

**Μαλούτας, Θ.& Συνεργάτες(1995):** *Βόλος – Αναζήτηση της Κοινωνικής Ταυτότητας*, Αθήνα: Εκδόσεις Παρατηρητής.

**Μεταξάς,Θ.(2001):** «Αστική Διαχείριση», Θεσσαλίας, Βόλος.

**Πετράκος, Γ.&Σκάγιαννης,Π.(1998):** « Ερευνητικό Πρόγραμμα : Σχέδιο Ανάπτυξης της Μαγνησίας για το 21<sup>ο</sup> αιώνα», Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος.

**Ρωμα, Ε.(1999):** « Εναλλακτικές Μορφές Αστικού Τουρισμού », Διπλωματική Εργασία Μεταπτυχιακού ΤΜΧΠΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος.

**Τσάρτας,Π.(Α):** Αειφορική Ανάπτυξη και Τουρισμός , Αθήνα.

**Χαστάογλου,Β.(2002):** Βόλος-Πορτραίτο της Πόλης το 19<sup>ο</sup> και 20<sup>ο</sup> αιώνα, Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης Βόλου.

**Πετράκος, Γ.,(1996):** Σημειώσεις Περιφερειακής Ανάπτυξης και Πολιτικής, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ΤΜΧΠΠΑ, Βόλος

**Σκούντζος Θ.,(1989):** « Οικονομική Ανάπτυξη. Θεωρία, Πρακτική, Προγραμματισμός » , Τόμος Ι,Β' Έκδοση, Εκδόσεις: Α.Σταμούλης, Πειραιάς.

## **Στατιστικά στοιχεία ΕΣΥΕ**

### **Στατιστικά στοιχεία Διεύθυνση Τουρισμού Βόλου ΕΟΤ**

**Δαγκωνάκη (1998):** « Πολιτιστικός Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη ( Μελέτη Περίπτωσης: Περιφέρεια Κρήτης), Διπλωματική Εργασία ΤΜΧΠΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος

**Dorling Kindersley (1996):** Άτλας: « Σύγχρονος Άτλας 1996 του Κόσμου», Εκδόσεις: Dorling Kindersley – Ο Αγών, Λονδίνο 1994.

**Adrian Bull (2002):** « Τουριστική Οικονομία», «Κλειδάριθμος»

**ΤΕΕ( Τμήμα Μαγνησίας)(2006):** Περιοδική Ενημερωτική Εκδοση – Τεύχος 25 – (Απρίλιος 2006), « Πρωτοβουλίες για την αυθαίρετη δόμηση, Αντιδράσεις για Περιφερειακό και Νοσοκομείο», Βόλος.

**Ευκαιρίες:** Εβδομαδιαία Εφημερίδα – Για την Οικονομία- την απασχόληση-την αγορά- το αυτοκίνητο-την τεχνολογία-τα ακίνητα-τις Μ.αγγελίες(2-07-2006), Βόλος

**Η Θεσσαλία:** Καθημερινή Τοπική Εφημερίδα,( 6-07-2006), Οικονομία και Πόλη, « Πώς θα αποδώσουν καρπούς οι χώροι του Πανθεσσαλικού Σταδίου», « Ι.Πρίντζου: Ο Περιφερειακός στην κυκλοφορία σε 15 μέρες», « Η Μαγνησία τουριστική ναυαρχίδα», Βόλος

**Βόλος :** Κυριακάτικη Εφημερίδα της Μαγνησίας,( 2-07-2006), « Στο Βόλο δραστηριοποιείται μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες της χώρας η ΓΕΚ- ΤΕΡΝΑ ΑΕ, στο συγκρότημα Τσαλαπάτα, στο Βόλος Πάρκινγκ και στα Village Cinemas ενώ δείχνει ζωνφό ενδιαφέρον και για το θεματικό πάρκο», Βόλος

**Βόλος:** Κυριακάτικη Εφημερίδα της Μαγνησίας, (30-07-06), « Οικονομική Ενίσχυση επιχειρήσεων της Μαγνησίας », Βόλος

**Η Θεσσαλία:** Καθημερινή Τοπική Εφημερίδα,( 6-07-2006), « Πώς θα μπορούσε να αξιοποιηθεί το Πανθεσσαλικό Στάδιο», Βόλος

**Υπουργείο Ανάπτυξης( 2006):** Ενημερωτικό Δελτίο: « Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα», Τεύχος 20, Υπεύθυνος Έκδοσης: Σπύρος Ευσταθόπουλος- Ειδικός γραμματέας του ΥΠΑΝ για την Ανταγωνιστικότητα

**BCS / REMACO (2005):** « Έκθεση Ενδιάμεσης Αξιολόγησης ΕΠΑΝ 2000-2006 , Αθήνα

**Υπουργείο Ανάπτυξης (2003):** « Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα» , Αθήνα

**Υπουργείο Ανάπτυξης (2003):** «Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης Ελληνικού Τουρισμού 2004-2010», Αθήνα

**Τεχνολογική Προοπτική Διερεύνηση στην Ελλάδα (2004) :**

« Έκθεση Ομάδας Εργασίας - Τουρισμός», Αθήνα: Ομάδα Εργασίας Τεχνολογικής Προοπτικής Διερεύνησης

**Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης Βόλου( 2006):**

« ...στη συνοικία των Παλαιών », Βόλος

**Μαγνησία (2006):** «Στη χώρα των Αργοναυτών & των Κενταύρων», Επικοινωνία

**Δήμητρα Βασιλείου (2004):** « 2004 MAGNESIA », Επικοινωνία

**Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος (2005):** « Οικονομικά Μεγέθη της Ελληνικής Οικονομίας ( τριμηνιαία -ετήσια - περιφερειακά)» , Ειδική Ενημερωτική έκδοση Πειραιάς.

**Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος (2005):** « Στατιστικές Εργατικού Δυναμικού ( απασχολούμενοι – άνεργοι-οικονομικά μη ενεργοί), Ειδική Ενημερωτική έκδοση Πειραιάς. Ειδική Ενημερωτική έκδοση Πειραιάς.

**Ζ.Μαλακασιώτη, Α.Δεριζιώτης, Δ.ΠαληούραςΣ, Α.Ζούγκας, Γ.Σπανός, Γ.Α.Εμμανουήλ, Β.Αδρύμη ( 2006):** « Θεσσαλία οι μύθοι ζούν εδώ (ιστορική και



πολιτιστική εξέλιξη της Θεσσαλίας στον Ευρωπαϊκό και Ελλαδικό χώρο», Περιφέρεια Θεσσαλίας

**Κ.Αραβώσης (2003):** « Κατάρτιση & Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων & Προγραμμάτων( από τη θεωρία στη πράξη)», Νομική Βιβλιοθήκη

**Γ.Μιχαηλίδης ( 2003):** « Σχεδιάζοντας την ανάπτυξη ( Μεθοδολογία και Πρακτικές σχεδιασμού, Αξιολόγησης και Διαχείρισης)», Θεσσαλονίκη

**Κέντρο Υποδοχής Επενδυτών Νομού Μαγνησίας (2006):**

«Ενημέρωση για τα προγράμματα και τις δυνατότητες χρηματοδότησης», Αναπτυξιακή Εταιρεία Μαγνησίας( ANEM)

**Τράπεζα Πειραιώς (2006):** « Γ´ Κ.Π.Σ Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα Μεταποίηση- Τουρισμός », Βόλος

**Τάσεις και προβλήματα της Οικονομίας (2006):** « ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2007-2013: Προβλήματα – Τάσεις - Προοπτικές»,Βόλος

**Οικονομία (2006):** « Στόχοι για όλους .Ενίσχυση ανταγωνιστικότητας και περιφερειακή ανάπτυξη»,Βόλος

**Δημοτικό κέντρο Ιστορίας και τεκμηρίωσης Βόλου, (2006):**

« ΒΟΛΟΣ: Η Πόλη των Αργοναυτών », Δημοτική Τουριστική Επιχείρηση Βόλου

### Ξενόγλωσση

**Blank, U. (1996):**' Tourism in United States Cities', in C.Law *Tourism in Major Cities*, London: Routledge

**Commision of the European Communities (1993):**' DG for Regional Policies: New Location Factors for Mobile Investment in Europe', Luxembourg

**Gladstone, D. (1998):**'Tourism Urbanization in this U.S.', *Urban Affairs Review*,34(1):3-27

**Law,C.M.(1992) :**'Urban tourism in its contribution to economic regeneration', *Urban Studies*,29:599-618

**Law,C.M.(1993) :** '*Urban tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, London: Mansell Publishing Limited

**Law, C.M. (1996α) :** *Tourism in Major Cities*, London: Routledge

**Law, C.M. (1996β) :** 'Tourism in British provincial cities: a tale of four cities', in C. Law *Tourism in Major Cities*, London: Routledge.

**Shaw, G. & Williams, A.M. (1994) :** *Critical Issues in Tourism A Geographical Perspective*, Oxford :Blackwell

**Thorne, D. (1998) :** 'The global meets the local', *Urban Affairs Review*, 33(2) : 189-208

**Brig Pal Singh (1984):** ' The impact of Tourism on the Balance of Payments', Centre of Planning and Economic Research, Athens

**Inskip Edward (1991):** 'Tourism planning. An Integrated and Sustainable Development Approach', Van Nostrand Reinhold, United States of America

**Loukissas J. Philippos (1997) :** ' The impact of tourism on regional development : a comparative analysis of the Greek Islands', Department of city and regional planning, Cornell University ,Ithaca New York

### **Ιστοσελίδες**

[www.icap.gr](http://www.icap.gr)

[www.anem.gr](http://www.anem.gr)

[www.ypan.gr](http://www.ypan.gr)

[www.ependyseis.gr](http://www.ependyseis.gr)

[www.eommex.gr](http://www.eommex.gr)

[www.aedep.gr](http://www.aedep.gr)

[www.apodimos.gr](http://www.apodimos.gr)

[www.antagonistikotita.gr](http://www.antagonistikotita.gr)

[www.hellenicseaways.gr](http://www.hellenicseaways.gr)

[www.europa.eu.com](http://www.europa.eu.com)

[www.poet.gr](http://www.poet.gr)

[www.yen.gr](http://www.yen.gr)

[www.in.gr](http://www.in.gr)

[www.pox.gr](http://www.pox.gr)

[www.hnms.gr](http://www.hnms.gr)

[www.city.net](http://www.city.net)

[www.hcaa.gr](http://www.hcaa.gr)

[www.info3kps.gr](http://www.info3kps.gr)

[www.gnto.gr](http://www.gnto.gr)

[www.ypan.gr](http://www.ypan.gr)

[www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr)

[www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)

[www.allmedia.gr](http://www.allmedia.gr)

[www.volos-city.gr](http://www.volos-city.gr)

[www.ebusinessforum.gr](http://www.ebusinessforum.gr)

[www.periferiakianaptixi.gr](http://www.periferiakianaptixi.gr)

[www.travel-pelion.gr](http://www.travel-pelion.gr)

[www.demography-lab.org](http://www.demography-lab.org)

[www.Papathanassiou.gr](http://www.Papathanassiou.gr)

[www.tee.gr](http://www.tee.gr)

[www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)

[www.periferia.gr](http://www.periferia.gr)

[www.magnesia.gr](http://www.magnesia.gr)

[www.eurostat.gr](http://www.eurostat.gr)

[www.sports tourist.com](http://www.sports-tourist.com)

[www.SynedriakoThessalias.org](http://www.SynedriakoThessalias.org)

[http://www .ggb. gr](http://www.ggb.gr)



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



004000085638

