



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ- ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**“ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ”**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ:
ΓΙΩΤΑΚΟΥ ΕΥΘΥΜΙΑ-ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ
ΚΑΡΑΓΙΩΡΓΟΥ ΕΛΕΝΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Dr. ΣΤΕΡΓΙΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΠΑΤΡΑ, 2008

<u>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</u>	2-4
<u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u>	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	6
1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
1.2. Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	6-8
1.3. ΓΕΩΜΟΡΦΟΛΟΓΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	8
1.3.1. ΘΕΣΗ – ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ - ΥΔΑΤΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ	8-11
1.3.2. ΚΛΙΜΑ	11
1.3.3. ΣΕΙΣΜΟΙ	12
1.4. ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	12
1.4.1. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	12-13
1.4.2. ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	13
1.4.3. ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	13-14
1.4.4. ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	14
1.4.5. ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	14-15
1.4.6. ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	15
1.5. ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ – ΑΝΕΡΓΙΑ – ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	15-16
1.5.1. ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΑΙ ΑΝΕΡΓΙΑ	15-16
1.5.2. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ-ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	16-17
1.6. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	18
1.6.1. ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	18-20
1.6.2. ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	21
1.6.3. ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	21-22
1.6.4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ	22-24
1.6.4.1. Τουριστικά Καταλύματα	24-26
1.6.4.2. Τουριστική Κίνηση-Πληρότητα	26-29
1.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ	29
1.7.1. ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ	29
1.7.1.1. Μεταφορές	29-32
1.7.1.2. Τηλεπικοινωνίες	32-33
1.7.1.3. Αποχέτευση-Διαχείριση Απορριμμάτων-Υδρευση	33
1.7.1.4. Ενέργεια	33-34
1.7.2. ΥΓΕΙΑ	34-35
1.8. ΧΡΗΣΕΙΣ ΓΗΣ	35-39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ	40
2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	40
2.2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	40
2.2.1. ΚΛΙΜΑ	40
2.2.2. ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑ	40
2.2.3. ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	41
2.2.4. ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	41-44
2.2.5. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	44-46
2.2.6. ΕΙΔΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	46-48

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ	49
3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	49
3.2. ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	49
3.2.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	49-51
3.2.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	51-53
3.3. ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	53
3.3.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	53-54
3.3.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	54-55
3.4. ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	55
3.4.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	55-57
3.4.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	57-59
3.5. ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	59
3.5.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	59-61
3.5.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	61-62
3.6. ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	62
3.6.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	62-64
3.6.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	64-65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ, ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	66
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	66
4.2. ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	67
4.2.1. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	67-70
4.2.2. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	70-72
4.2.3. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ	72-74
4.2.4. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	74-78
4.3. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	78-80
4.4 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	80-83
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ ΤΗΣ ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ – ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΔΥΝΗΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	84
5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	84
5.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	84-85
5.2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ	85-89
5.3. ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	89-90
5.4.ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΕΙΛΩΝ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	90
5.5. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΚΑΙ ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΔΥΝΗΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	90-94

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ. ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ.	95
6.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	95
6.2. ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	95-97
6.3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ – ΣΤΟΧΟΙ – ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	97
6.3.1. ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	97-100
6.3.2. ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	100-102
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	103
7.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	103
7.2. ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	103-105
7.3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	106-107
7.4. ΤΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	107
7.4.1. Ο ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ (ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΘΕΣΗ) ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	107-108
7.4.2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ	108-110
7.4.3. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ MARKETING PLAN ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	110
7.4.3.1 Εισαγωγή – Διευκρινίσεις – Περιορισμοί	110-111
7.4.3.2. Μεθοδολογική Προσέγγιση Εκπόνησης του Έργου	112-113
7.4.3.3. Στόχοι και Αντικείμενο του Έργου	113-114
7.4.3.4. Φάσεις Υλοποίησης του Έργου	114-118
7.4.3.5. Βασικά Στοιχεία ενός Marketing Plan για την Περιφέρεια Πελοποννήσου	118-120
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	121

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός σαν πρακτική μετακίνησης και παραμονής του ατόμου από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του σε κάποιον άλλο τόπο, είναι μια πανάρχαια διαδικασία, σπέρματα της οποίας βρίσκονται στους πολιτισμούς της αρχαίας Κίνας, των Φοινίκων, των Σουμέριων, των Αιγυπτίων και των Ελλήνων.

Η Ελλάδα λόγω της θέσης της στη Μεσόγειο και του εύκρατου κλίματός της, την καθιστά έναν έξοχο τουριστικό προορισμό. Εκτός από την θέση της και το κλίμα της, η Ελλάδα έχει να επιδείξει και έναν καταπληκτικό πολιτισμό πλούσιο σε ιστορικά γεγονότα, με μεγαλοπρεπείς ναούς και πολλούς αρχαιολογικούς χώρους.

Στην πτυχιακή μας θελήσαμε να αναλύσουμε την Περιφέρεια Πελοποννήσου, διότι είναι ο ιδανικός τουριστικός προορισμός για τους ημεδαπούς, καθότι είναι ένα μεγάλο νησί στο οποίο ο οποιοσδήποτε μπορεί να έχει πρόσβαση καθώς συνδέεται με την Ηπειρωτική Ελλάδα με 2 γέφυρες (Ρίου-Αντιρρίου και Ισθμός Κορίνθου).

Παρακάτω αναλύεται η φυσική θέση της Περιφέρειας Πελοποννήσου, οι υποδομές της και εξετάζονται αναλυτικά όλοι οι Νομοί που την απαρτίζουν. Επίσης εξετάζονται τα δυνατά σημεία της Περιφέρειας (παραλίες, τουριστικά αξιοθέατα κτλ) και οι απειλές μέσω της SWOT Analysis. Πιο συγκεκριμένα:

Στην πτυχιακή γίνεται διάγνωση του δυναμικού της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας, η οποία περιλαμβάνει αξιολόγηση των υφιστάμενων πόρων, της τουριστικής προσφοράς και της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος. Στη συνέχεια αναλύονται τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες της σημερινής τουριστικής ανάπτυξης, επισημαίνονται οι ευκαιρίες και οι απειλές που αντιμετωπίζει το τουριστικό δυναμικό της Περιφέρειας και διερευνάται η δυναμική ζήτηση.

Τέλος, θελήσαμε να αναπτύξουμε μια στρατηγική μάρκετινγκ για την ενδυνάμωση του τουριστικού προϊόντος. Για όλα όσα αναφέρονται μέσα στην πτυχιακή μας, βοήθησαν στοιχεία από την ΕΣΥΕ (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος), από τον ΕΟΤ, το ΞΕΕ, το Εργατικό Κέντρο και τέλος από την μελέτη που ανέπτυξαν οι Α. Κοτζαμπόπουλου και Γ. Παυλάκη, για λογαριασμό του Ε.Ο.Τ., με θέμα την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Στην παρακάτω πτυχιακή δεν αναλύεται και δεν αναφέρεται ο Νομός Ηλείας καθότι δεν ανήκει στην Περιφέρεια Πελοποννήσου αλλά στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο παρακάτω κεφάλαιο γίνεται ανάλυση της θέσης της Περιφέρειας Πελοποννήσου τόσο στο διεθνές όσο και στο εθνικό κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον. Για την παρακάτω ανάλυση συλλέξαμε στοιχεία τόσο από την **ΕΣΥΕ** (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος) όσο και από την Νομαρχία Μεσσηνίας. Η ανάλυση εμβαθύνει συνοπτικά ως προς τους επιμέρους Νομούς που απαρτίζουν την Περιφέρεια Πελοποννήσου.

1.2. Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Βάσει της "Μελέτης Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου" **Α. Κοτζαμποπουλος – Γ. Παυλάκης**, οι μεγάλες κοινωνικοπολιτικές και γεωπολιτικές διεθνείς ανακατατάξεις που πραγματοποιήθηκαν κατά την παρελθούσα πενταετία επηρεάζουν κατά ένα βαθμό τον κοινωνικοοικονομικό ιστό της Περιφέρειας Πελοποννήσου, στο πλαίσιο που αυτοί οι παράγοντες επηρεάζουν την Ελληνική Παραγωγική δραστηριότητα.

Η διεθνοποίηση των αγορών, καθώς και η αλλαγή καταναλωτικού προτύπου των κατοίκων της Πελοποννήσου λόγω βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου, έχουν σαν αποτέλεσμα, παραδοσιακά προϊόντα που στήριζαν ή/και συνεχίζουν να στηρίζουν σε μεγάλο βαθμό τον παραγωγικό ιστό της Περιφέρειας, να κινδυνεύουν να υποκατασταθούν από αντίστοιχα εισαγόμενα. Αντίθετα, οι παραγωγικές μονάδες της Περιφέρειας δεν έχουν κατορθώσει να επωφεληθούν αντίστοιχα, κερδίζοντας νέες αγορές εντός και εκτός Ελληνικού, Ευρωπαϊκού ή Διεθνούς χώρου, ακόμη και στον τουριστικό τομέα, ο οποίος κατά βάση στηρίζεται στις διεθνικές συναλλαγές.

Με δεδομένο το μέχρι σήμερα παραδοσιακό αναπτυξιακό πρότυπο της Περιφέρειας και τους αργούς μέχρι σήμερα ρυθμούς χρήσης των νέων τεχνολογιών από την παραγωγική / οικονομική βάση της, η ταχύτερη ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών στον παραγωγικό και κοινωνικό ιστό άλλων περιοχών της χώρας ή/και άλλων χωρών, δημιουργεί κινδύνους αποδυνάμωσης και συρρίκνωσης των

παραγωγικών/ οικονομικών δραστηριοτήτων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου. Το φαινόμενο αυτό είναι εντονότερο στον ήδη ισχύον μεταποιητικό τομέα της Περιφέρειας, αλλά και στον παραδοσιακό και με χαμηλή παραγωγικότητα/ αποδοτικότητα αγροτικό της τομέα, ενώ στον τουριστικό τομέα το φαινόμενο αυτό αμβλύνεται, χωρίς όμως να παρατηρείται ένα ικανοποιητικό επίπεδο αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών. Η ανυπαρξία δε Πανεπιστημιακού ή άλλου Ερευνητικού Ιδρύματος στην Περιφέρεια, αλλά και η γενικότερη ισχνή παρουσία τριτοβάθμιων Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, δυσχεραίνει την κατάσταση της Περιφέρειας, όσον αφορά στην ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών στην παραγωγική της διαδικασία, αφενός, αλλά και στον κοινωνικό ιστό της αφετέρου.

Παράλληλα, οι μέχρι πρόσφατα δυσκολίες που αντιμετώπιζε η Χώρα, ως προς όλους σχεδόν τους μακροοικονομικούς δείκτες και η σχετική αδυναμία σύγκλισης της οικονομίας ως προς εκείνες των Ευρωπαϊών Εταίρων, είχε αναπόφευκτα αρνητικές επιπτώσεις στις Περιφέρειές της και ως εκ τούτου, στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

Οι διαρθρωτικές αλλαγές που σημειώνονται σήμερα στην Ελληνική Οικονομία, αφορούν κυρίως στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των Επιχειρήσεων στους τομείς της μεταποίησης και του εμπορίου, με παράλληλη αποδυνάμωση του ρόλου του Αγροτικού Τομέα, κυρίως, ως προς τη δημιουργία απασχόλησης, αλλά και ως προς την ενίσχυση/ αύξηση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος. Ο τομέας δε των υπηρεσιών, κυρίως των μεταφορών/ τηλεπικοινωνιών, τραπεζών/ ασφαλειών, αλλά και λοιπών υπηρεσιών, όπως του τουρισμού, φαίνεται να παίζει τον κυρίαρχο ρόλο πλέον στη δημιουργία προϊόντος/ εισοδημάτων αλλά και απασχόλησης. Με αυτά τα δεδομένα, η γενικότερη εθνική οικονομική συγκυρία και το εθνικό πρόγραμμα σύγκλισης, έτσι όπως διαμορφώνεται σήμερα, δεν μπορεί παρά να επηρεάσει την οικονομία της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Τα πιθανά άμεσα αρνητικά αναπτυξιακά αποτελέσματα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου από τις γενικότερες εξελίξεις στην Ελληνική Οικονομία, αφορούν τόσο στον πρωτογενή τομέα, όσο και στις τουριστικές δραστηριότητες, τομείς από τους οποίους εξαρτάται κατά σημαντικό βαθμό η οικονομία και κοινωνία της Περιφέρειας Πελοποννήσου, αφού μέχρι σήμερα στηρίζεται στον Αγροτικό Τομέα, ενώ προοπτικά κατευθύνεται προς ένα νέο μοντέλο Τουριστικής Ανάπτυξης, που απαιτεί έντονες παρεμβάσεις με Δημόσιες Δαπάνες για προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων και επενδυτικών πρωτοβουλιών.

Μία άλλη παράμετρος, η οποία επηρεάζει την αναπτυξιακή προοπτική της Περιφέρειας Πελοποννήσου, είναι η γεωφυσική της θέση, η οποία την καθιστά κόμβο επικοινωνίας της Ελλάδας και της Ευρώπης, τόσο με το μελλοντικό νέο κράτος-μέλος της Ε.Ε., δηλ. την Κύπρο, όσο και με τις Χώρες της Μέσης Ανατολής, χρησιμοποιώντας ως γέφυρα την Κρήτη και την Κύπρο.

Το συγκριτικό αυτό πλεονέκτημα της Πελοποννήσου, δημιουργεί σημαντικές θετικές προοπτικές ανάπτυξης της πάνω σε νέες παραγωγικές και οικονομικές βάσεις, με κυρίαρχο στοιχείο τον τουρισμό, εκτός των μέχρι σήμερα παραδοσιακών παραγωγικών της δραστηριοτήτων.

1.3. ΓΕΩΜΟΡΦΟΛΟΓΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

1.3.1. ΘΕΣΗ - ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ - ΥΔΑΤΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Συμφωνα με στοιχεία της **ΕΣΥΕ**, η Περιφέρεια Πελοποννήσου καταλαμβάνει το νότιο τμήμα της ηπειρωτικής Ελλάδας. Αποτελείται από τους νομούς Αργολίδας, Αρκαδίας, Κορινθίας, Λακωνίας και Μεσσηνίας. Έδρα της Περιφέρειας είναι η Τρίπολη, πρωτεύουσα του Νομού Αρκαδίας. Στα δυτικά, βρέχεται από το Ιόνιο Πέλαγος και συνορεύει με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Ανατολικά βρέχεται από το Μυρτώο Πέλαγος και βορειοανατολικά συνορεύει με την Περιφέρεια Αττικής. Οι ακτές της Πελοποννήσου εκτείνονται σε 1.200 χλμ και παρουσιάζουν αρκετή ποικιλομορφία, με αποτέλεσμα να σχηματίζονται πολλοί και σημαντικοί κόλποι. Στο βόρειο τμήμα βρίσκεται ο Κορινθιακός, στα ανατολικά ο Σαρωνικός και ο Αργολικός, στα νότια ο Λακωνικός και ο Μεσσηνιακός και δυτικότερα ο Κυπαρισσιακός Κόλπος.

Η έκταση της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανέρχεται σε 15.490 τ.χλμ. καλύπτοντας το 11,7% της συνολικής έκτασης της χώρας. Το ανάγλυφο της Περιφέρειας χαρακτηρίζεται από έντονες αντιθέσεις, καθώς ο κεντρικός της όγκος είναι γενικά ορεινός, ενώ στις παραθαλάσσιες περιοχές σχηματίζονται αρκετές πεδιάδες. Καλύπτεται από ένα συμπαγές ορεινό συγκρότημα που απλώνεται στο εσωτερικό της και διαμορφώνει το ανάγλυφο στο οποίο υψώνονται οι ορεινοί όγκοι. Όσον αφορά στην εξειδίκευση των παραπάνω χαρακτηριστικών της Περιφέρειας ανά Νομό, αυτά διαμορφώνονται ως εξής:

α) Νομός Αργολίδας

Ο Νομός Αργολίδας έχει έκταση 2.214 τ. Χλμ. και καταλαμβάνει τμήμα της βορειοανατολικής πλευράς της Πελοποννήσου. Στα βόρεια συνορεύει με το Νομό Κορινθίας, στα δυτικά και νότια με το Νομό Αρκαδίας, ενώ στα νοτιοανατολικά βρέχεται από τον Αργολικό Κόλπο και στα βορειοανατολικά από το Σαρωνικό. Το έδαφος του Νομού είναι κατά κύριο λόγο ορεινό. Οι ορεινές και ημιορεινές εκτάσεις καταλαμβάνουν το 81,2% της συνολικής έκτασης του Νομού. Το υπόλοιπο, πεδινό, τμήμα περιλαμβάνει την κλειστή πεδιάδα του Άργους και την κοιλάδα του Λιγουριού, καθώς και μικρά παράκτια τμήματα στην περιοχή Κρανιδίου και Ερμιόνης.

Η Αργολίδα, όπως και ολόκληρη η Ανατολική Πελοπόννησος έχει λίγα και μικρά επιφανειακά υδάτινα ρεύματα. Τα κυριότερα ποτάμια της αργολικής πεδιάδας είναι χείμαρροι όπως ο Ίναχος, που πηγάζει από το Αρτεμίσιο και ο Χάραδρος. Το καρστικό έδαφος της περιοχής ευνοεί τη δημιουργία υπόγειων δεξαμενών που γεμίζουν με τη διείσδυση των υδάτων των κλειστών οροπεδίων των Αργολιδοαρκαδικών ορέων και αναβλύζουν στην επιφάνεια κατά περιόδους. Σε αυτή την κατηγορία ανήκει και ο ποταμός Ερασίνος (Κεφαλάρι), καθώς και οι πηγές της Λέρνης. Υπάρχουν επίσης πολλές παράκτιες και υποθαλάσσιες πηγές, όπως της περιοχής Αγίου Γεωργίου Κυβερίου. Οι ακτές της Αργολίδας παρουσιάζουν μεγάλο διαμελισμό, κυρίως μετά τη χερσόνησο των Μεθάνων και προς την πλευρά του Μυρτώου πελάγους, του οποίου βαθιά κόλπωση αποτελεί ο Αργολικός κόλπος.

β) Νομός Αρκαδίας

Ο Νομός Αρκαδίας έχει έκταση 4.419 τ. Χλμ και βρίσκεται στο κέντρο της Πελοποννήσου. Στα βόρεια συνορεύει με τους Νομούς Αχαΐας και Κορινθίας, στα δυτικά με τους Νομούς Ηλείας και Μεσσηνίας, στα νότια με τους Νομούς Μεσσηνίας και Λακωνίας και στα ανατολικά με το Νομό Αργολίδας, ενώ βρέχεται από τον Αργολικό κόλπο. Ο νομός είναι κατά βάση ορεινός, καθώς οι ορεινοί όγκοι καταλαμβάνουν το 62,5% της συνολικής του έκτασης, ενώ το 28,6% είναι ημιορεινές εκτάσεις και μόλις το 8,8% αποτελούν οι πεδινές εκτάσεις. Στο κέντρο του Νομού απλώνεται το οροπέδιο της Τρίπολης που περιβάλλεται από τα Αργολιδοαρκαδικά Όρη, το οποίο χωρίζεται σε μικρότερες λεκάνες. Τα νερά των λεκανών αυτών αποχετεύονται υπογείως με καταβόθρες, που σχηματίζουν λίμνες, έλη και κεφαλάρια, έξω από τα σύνορα του Νομού ή χύνονται στον Αλφειό και στον Αργολικό κόλπο. Το οροπέδιο της Τρίπολης και τα γύρω βουνά αποτελούν τον κυρίως υδροκρίτη της

Πελοποννήσου, καθώς στα νότια του οροπεδίου πηγάζει ο Αλφειός, ο οποίος πριν βγει από το Νομό, δέχεται τα νερά του Λάδωνα και του Ερυμάνθου που πηγάζουν από την Αχαΐα. Στα βόρεια των Τροπαίων (Γορτυνία) υπάρχει φράγμα που συγκρατεί τα νερά του Λάδωνα και σχηματίζεται έτσι τεχνητή λίμνη.

γ) Νομός Κορινθίας

Ο Νομός Κορινθίας έχει έκταση 2.289 τ.χλμ. Γεωγραφικά οριοθετείται στο βορειοανατολικό τμήμα της Πελοποννήσου, που περιλαμβάνει και μικρό τμήμα της Στερεάς. Συνορεύει στα δυτικά με το Νομό Αχαΐας, στα Νότια με τους Νομούς Αρκαδίας και Αργολίδας και στα Ανατολικά με το Νομό Αττικής. Στα βόρεια βρέχεται από τον Κορινθιακό κόλπο, ενώ ένα τμήμα του βρέχεται και από το Σαρωνικό. Το μεγαλύτερο τμήμα του Νομού είναι ορεινό, σε ποσοστό 59%, ενώ κατά μήκος του Κορινθιακού κόλπου απλώνεται η πεδινή ζώνη του, όπου εκτείνεται ο Κορινθιακός κάμπος καταλαμβάνοντας το 18,32% της συνολικής έκτασης του Νομού, ενώ το υπόλοιπο 22,5% αποτελούν οι ημιορεινές εκτάσεις. Μεταξύ Ζήριας, Αροανίων, Σαΐτά και Ολιγύρτου σχηματίζεται η λεκάνη του Φενεού και ανατολικότερα η λεκάνη και η λίμνη της Στυμφαλίας. Οι υδάτινοι πόροι του Νομού περιορίζονται σε μικρά υδάτινα ρεύματα, που κατεβαίνουν από το ορεινό εσωτερικό στη χαμηλή παραλιακή ζώνη. Ποταμοί αξιόλογοι δεν υπάρχουν. Οι κυριότεροι όμως από αυτούς είναι ο Τρικαλίτικος, ο Ασωπός και ο Ελισσών.

δ) Νομός Λακωνίας

Ο Νομός Λακωνίας καταλαμβάνει το νοτιοανατολικό τμήμα της Περιφέρειας. Έχει έκταση 3.636 τ. Χλμ. Στα βόρεια συνορεύει με το Νομό Αρκαδίας, στα ανατολικά επίσης με το Νομό Αρκαδίας και βρέχεται από το Μυρτώο Πέλαγος και το Λακωνικό κόλπο και στα δυτικά με το Νομό Μεσσηνίας, ενώ μικρό τμήμα του βρέχεται και από το Μεσσηνιακό κόλπο. Το βασικό χαρακτηριστικό του γεωγραφικού ανάγλυφου είναι η ρηξιγενής λεκάνη που σχηματίζεται μεταξύ των οροσειρών του Πάρνωνα και του Ταΰγετου, οι οποίες απολήγουν, χαμηλώνοντας, στα ακρωτήρια Μαλέα και Ταΐναρο. Οι ορεινοί όγκοι καταλαμβάνουν το 32,79% της συνολικής έκτασης του Νομού, ενώ το 43,5% είναι ημιορεινές και το 23,72% πεδινές εκτάσεις.

Μοναδικός ποταμός του Νομού είναι ο Ευρώτας, ο οποίος διασχίζει ολόκληρη την πεδιάδα της Λακωνίας, ενώ γενικά δεν σημειώνονται σημαντικοί υδάτινοι πόροι. Οι ακτές του Νομού χαρακτηρίζονται από το βαθύ Λακωνικό κόλπο που σχηματίζεται

από το Ταΐναρο και τον Μαλέα, όπου στην είσοδο του κόλπου, κοντά στο Μαλέα, υπάρχει η Ελαφώνησος.

ε) Νομός Μεσσηνίας

Ο Νομός Μεσσηνίας έχει έκταση 2.991 τ. Χλμ και καταλαμβάνει το νοτιοδυτικό τμήμα της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Στα βόρεια συνορεύει με το Νομό Ηλείας και στα ανατολικά με τους Νομούς Αρκαδίας και Λακωνίας, ενώ στα δυτικά, στα νότια και κατά ένα τμήμα στα ανατολικά, βρέχεται από το Ιόνιο πέλαγος και το Μεσσηνιακό κόλπο. Το ανατολικό τμήμα του Νομού κυριαρχείται από τον ορεινό όγκο του Ταΰγετου, ενώ το βορειοανατολικό άκρο του φράσσεται από ορεινούς όγκους. Στο δυτικό τμήμα του Νομού κυριαρχούν χαμηλά όρη. Στο κέντρο του Νομού, σχηματίζεται η πεδιάδα της Μεσσηνίας, ενώ μικρότερες πεδιάδες σχηματίζονται στις ακτές του Ιονίου και στις περιοχές της Κυπαρισσίας, των Φιλιατρών, των Γαργαλιάνων, της Πύλου και της Μεθώνης. Συνολικά οι ορεινοί όγκοι καταλαμβάνουν το 40,17% της έκτασης του Νομού, ενώ το 25,9% είναι ημιορεινό και το 33,9 είναι πεδινό. Η πεδινή Μεσσηνία είναι πλούσια σε νερά, επιφανειακά και υπόγεια. Η μεγάλη Μεσσηνιακή πεδιάδα διασχίζεται από πολλά ποτάμια, μικρά κατά κύριο λόγο, μεγαλύτερο των οποίων είναι ο Πάμισος, ενώ στα βόρεια του Νομού ρέει ο Νέδας. Στον όρμο του Πεταλιδίου, στον Μεσσηνιακό κόλπο εκβάλλει ο Βέλικας, ενώ στην παραλία της Καλαμάτας χύνεται ο Νέδων.

1.3.2. ΚΛΙΜΑ

Από κλιματολογική άποψη, η Πελοπόννησος μπορεί να διαιρεθεί σε τρία τμήματα:

- ◆ στο δυτικό, όπου επικρατεί, ιδίως στις παράκτιες περιοχές του, ο θαλάσσιος μεσογειακός τύπος (υγρό κλίμα),
- ◆ στο ανατολικό και στο μεγαλύτερο μέρος του εσωτερικού όπου επικρατεί ο χερσαίος μεσογειακός τύπος (ξηρό κλίμα) και
- ◆ στο ορεινό που περιλαμβάνει τα μεγάλα υψομέτρου ορεινά συγκροτήματα, όπου επικρατεί ο ορεινός τύπος κλίματος.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου ανήκει στη ζώνη του ελάχιστου της νέφωσης, άρα του μέγιστου της ηλιοφάνειας, καθώς οι έννοιες αυτές είναι συμπληρωματικές. Το χαρακτηριστικό αυτό του κλίματος είναι ιδιαίτερα ευνοϊκό για την προσέλκυση

επισκεπτών. Από όλους τους μήνες του χρόνου κατά το Δεκέμβριο παρατηρείται ο μεγαλύτερος αριθμός ημερών με νέφωση, ενώ τον Αύγουστο ο μεγαλύτερος αριθμός ημερών με ηλιοφάνεια.

1.3.3. ΣΕΙΣΜΟΙ

Η Πελοπόννησος βρίσκεται πολύ κοντά στα όρια σύγκλισης των λιθοσφαιρικών πλακών, της Αφρικανικής και της Ευρασιατικής. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα η περιοχή να γειτνιάζει με το χώρο στον οποίο εκλύεται το μεγαλύτερο ποσοστό σεισμικής ενέργειας στην Ελλάδα.

Η μεγαλύτερη σεισμική δραστηριότητα παρατηρείται στο θαλάσσιο χώρο δυτικά- νοτιοδυτικά της Πελοποννήσου και κατά μήκος του Κορινθιακού και Πατραϊκού κόλπου, ενώ τα επίκεντρα των σεισμών στην ξηρά έχουν μικρότερη πυκνότητα και περιορίζονται στη Μεσσηνία, Αρκαδία και Κορινθία. Οι σεισμοί στην πλειονότητά τους είναι τεκτονικοί σεισμοί, ενώ ελάχιστοι είναι ηφαιστειακής προέλευσης και συνδέονται με τη δράση των ηφαιστείων των Μεθάνων και του Σουσακίου.

1.4. ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ

1.4.1. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με πληθυσμό 632.955 κατοίκους, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της απογραφής του 2001 (**ΕΣΥΕ**), παρουσιάζει πληθυσμιακή πυκνότητα 40,9 κατοίκους ανά τ. Χλμ. Πρόκειται για μια από τις πιο αραιοκατοικημένες περιοχές της χώρας, καθώς η πυκνότητα αυτή είναι σημαντικά χαμηλότερη από την πυκνότητα σε επίπεδο χώρας, η οποία διαμορφώνεται στους 82,90 κατοίκους ανά τ. χμ.

Η πληθυσμιακή εξέλιξη στην Περιφέρεια από το 1960 μέχρι και σήμερα, χαρακτηρίζεται από αρνητική μεταβολή. Ο πληθυσμός της Περιφέρειας μειώθηκε στο διάστημα 1961-2001 κατά 5,29%, ενώ στη χώρα κατά την ίδια περίοδο παρατηρήθηκε αύξηση, η οποία έφθασε το 30,4%.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της τελευταίας απογραφής (2001 - **ΕΣΥΕ**) , ο πληθυσμός παρουσιάζει έντονα στοιχεία ανισοκατανομής μεταξύ των Νομών, καθώς οι Νομοί Κορινθίας και Μεσσηνίας συγκεντρώνουν ποσοστό που φθάνει το 52% του

πληθυσμού της Περιφέρειας, ενώ το υπόλοιπο του πληθυσμού σχεδόν ισοκατανέμεται στους υπόλοιπους νομούς.

1.4.2. ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ

Ο Νομός Αργολίδας συγκεντρώνει το 16,6% του πληθυσμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου, ήτοι 105.295 κατοίκους, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της απογραφής του 2001 (**ΕΣΥΕ**). Είναι ο μικρότερος σε έκταση νομός της Περιφέρειας. Η πληθυσμιακή πυκνότητα φθάνει τους 48,9 κατοίκους ανά τ. Χλμ., υπερβαίνοντας το μέσο όρο της Περιφέρειας. Ο πληθυσμός του Νομού ακολουθεί αυξητικές τάσεις από το '70 και μετά. Σε αντίθεση με την Περιφέρεια, στην περίοδο 1961-2001 ο πληθυσμός του Νομού Αργολίδας αυξήθηκε κατά 16,8%.

Η αστικοποίηση που χαρακτηρίζει το Νομό είναι εντονότερη σε σχέση με το μέσο όρο της Περιφέρειας, καθώς το 35% του συνολικού πληθυσμού για το έτος 1991 κατοικεί στις αστικές περιοχές του Νομού. Ένα πολύ σημαντικό ποσοστό που αντιστοιχεί στο 52% του πληθυσμού κατοικεί σε αγροτικές περιοχές ενώ το υπόλοιπο 13% κατοικεί σε ημιαστικές περιοχές. Η πλειονότητα του πληθυσμού του Νομού, σε ποσοστό που φθάνει το 63% κατοικεί σε πεδινές περιοχές, σημαντικά υψηλότερο ποσοστό από το μέσο όρο της Περιφέρειας, ενώ το 13% κατοικεί σε ορεινές περιοχές και το 18% σε ημιορεινές.

1.4.3. ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Ο Νομός Αρκαδίας είναι ο μεγαλύτερος σε έκταση Νομός της Περιφέρειας, συγκεντρώνοντας όμως μόλις το 16% του πληθυσμού της Περιφέρειας, ήτοι 101.223 κατοίκους το 2001 και ως εκ τούτου είναι ο πλέον αραιοκατοικημένος Νομός, με πληθυσμιακή πυκνότητα 22,9 κατοίκους ανά τ. χμ. Η πληθυσμιακή πυκνότητα του Νομού είναι σημαντικά χαμηλότερη από το μέσο όρο της Περιφέρειας και απέχει κατά πολύ από το μέσο όρο της χώρας.

Ο Νομός Αρκαδίας έχει υποστεί τις σημαντικότερες πληθυσμιακές απώλειες σε σχέση με τους υπόλοιπους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου κατά την περίοδο 1961-2001, καθώς ο πληθυσμός του Νομού μειώθηκε κατά 25,04%. Το φαινόμενο αυτό είναι ανάλογο με τη γεωμορφολογία της περιοχής, όπου είναι έντονο το ορεινό στοιχείο. Σύμφωνα με τα στοιχεία της απογραφής του 1991, το 38% του

πληθυσμού του Νομού κατοικεί σε ορεινές περιοχές, επίσης ένα 38% κατοικεί σε πεδινές περιοχές και ένα 25% σε ημιορεινές περιοχές, ποσοστά που διαφοροποιούνται από το μέσο όρο της Περιφέρειας. Ο Νομός Αρκαδίας συγκεντρώνει το υψηλότερο ποσοστό αγροτικού πληθυσμού σε σχέση με τους υπόλοιπους νομούς, το οποίο φθάνει το 68% το 1991, ενώ ο αστικός πληθυσμός αποτελεί το 21% και ο ημιαστικός το 11%. Η χωρική κατανομή του πληθυσμού με βάση την αστικότητα, διαφοροποιείται από το μέσο όρο της Περιφέρειας, κυρίως ως προς το ποσοστό του πληθυσμού που κατοικεί σε αστικές περιοχές, το οποίο είναι σημαντικά χαμηλότερο από το αντίστοιχο μέγεθος της Περιφέρειας.

1.4.4. ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ

Ο Νομός Κορινθίας έχει έκταση 2.290 τ. Χλμ. Σύμφωνα με την τελευταία απογραφή, ο πληθυσμός ανέρχεται σε 153.941 κατοίκους, συγκεντρώνοντας το 24,3% του πληθυσμού της Περιφέρειας. Με πληθυσμιακή πυκνότητα 67,2 κατοίκους ανά τ. Χλμ, είναι ο πλέον πυκνοκατοικημένος νομός της Περιφέρειας. Ο Νομός Κορινθίας είναι ο μοναδικός από τους νομούς της Περιφέρειας που παρουσιάζει πληθυσμιακή αύξηση από τη δεκαετία του '60 μέχρι και σήμερα, η οποία ανέρχεται στο 36,8%, ξεπερνώντας ακόμα και την πληθυσμιακή αύξηση σε εθνικό επίπεδο.

Οι πληθυσμιακές εξελίξεις στο Νομό είναι άμεση συνάρτηση της γεωμορφολογίας του, αλλά και της γεινιάσής του με το μητροπολιτικό κέντρο της Αθήνας. Η πλειονότητα του πληθυσμού, ήτοι 59% για το 1991, κατοικεί σε πεδινές περιοχές, το 21% σε ορεινές και το 20% σε ημιορεινές. Ο πληθυσμός δεν είναι αστικοποιημένος, καθώς μόνο το 19% κατοικεί σε αστικές περιοχές, το 35% σε ημιαστικές και η πλειονότητα του πληθυσμού, το 46%, κατοικεί σε αγροτικές περιοχές.

1.4.5. ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ

Ο Νομός Λακωνίας με έκταση 3.636 τ. Χλμ είναι ο δεύτερος σε έκταση νομός της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Ο πληθυσμός του αντιπροσωπεύει το 15,7% του πληθυσμού της Περιφέρειας και ανέρχεται, κατά το 2001, σε 99.671 κατοίκους. Η πληθυσμιακή πυκνότητα είναι μόλις 27,4 κάτοικοι ανά τ. Χλμ, όντας ο δεύτερος πιο αραιοκατοικημένος νομός της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Η μεταναστευτική κίνηση

της δεκαετίας του '60 συνετέλεσε αποφασιστικά στην πληθυσμιακή αποψίλωση που υπέστη ο Νομός. Με εξαίρεση τη δεκαετία του '80, ο πληθυσμός του Νομού συνέχισε να συρρικνώνεται από το 1961 μέχρι και τις μέρες μας, έχοντας υποστεί συνολική μείωση 16% ως το 2001.

Ο πληθυσμός του Νομού κατοικεί σε ποσοστό 67% σε αγροτικές περιοχές, ενώ το υπόλοιπο του πληθυσμού ισοκατανέμεται σε αστικές και ημιαστικές περιοχές. Οι περισσότεροι κάτοικοι διαμένουν σε πεδινές περιοχές σε ποσοστό 49%, ενώ το 38% κατοικεί στις ημιορεινές και το 14% στις ορεινές περιοχές του Νομού.

1.4.6. ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

Ο πληθυσμός του Νομού Μεσσηνίας ανέρχεται σε 172.825 κατοίκους, αντιπροσωπεύοντας το 27,3% του πληθυσμού της Περιφέρειας για το 2001 (**ΕΣΥΕ**). Η έκτασή του είναι 2.991 τ.χλμ. και η πληθυσμιακή του πυκνότητα είναι 57,8 κάτοικοι ανά τ. Χλμ., όντας ο δεύτερος πιο πυκνοκατοικημένος νομός της Περιφέρειας.

Όπως και ο Νομός Λακωνίας, ο Νομός Μεσσηνίας υπέστη έντονη πληθυσμιακή συρρίκνωση, κυρίως λόγω της μετανάστευσης κατά τη δεκαετία του '60. Η πληθυσμιακή αποψίλωση συνεχίζεται και τις επόμενες δεκαετίες, με εξαίρεση τη δεκαετία του '80.

Πρόκειται για έναν Νομό εντονότερα αστικοποιημένο από το μέσο όρο της Περιφέρειας, ο δεύτερος πιο αστικοποιημένος νομός μετά την Αργολίδα, με ποσοστό αστικού πληθυσμού 29%. Το υπόλοιπο του πληθυσμού κατανέμεται κατά 55% σε αγροτικό και κατά 16% σε ημιαστικό πληθυσμό. Ο Νομός Μεσσηνίας συγκεντρώνει το χαμηλότερο ποσοστό πληθυσμού, συγκριτικά με τους υπόλοιπους νομούς της Περιφέρειας που κατοικεί σε ορεινές περιοχές, το οποίο διαμορφώνεται στο 12% κατά το 1991, ενώ το υπόλοιπο του πληθυσμού ισοκατανέμεται σε πεδινές και ημιορεινές περιοχές.

1.5. ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ – ΑΝΕΡΓΙΑ-ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

1.5.1. ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ & ΑΝΕΡΓΙΑ

Από στοιχεία που μελετήσαμε σε πίνακες της **ΕΣΥΕ** (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος) για το εργατικό δυναμικό της Περιφέρειας Πελοποννήσου συμπεραίνονται τα παρακάτω:

- I. Το ποσοστό συμμετοχής του εργατικού δυναμικού στον πληθυσμό εργάσιμης ηλικίας της Περιφέρειας μειώνεται διαχρονικά, παραμένοντας μικρότερο από το αντίστοιχο ποσοστό συμμετοχής της Χώρας,.
- II. Το ποσοστό του μη εργατικού δυναμικού (ποσοστό αεργίας), παρουσιάζει αύξηση (1,82 ποσοστιαίων μονάδων), φθάνοντας το αντίστοιχο της Χώρας, ενώ στην αρχή της περιόδου διερεύνησης ήταν μικρότερο κατά τρεις (3) ποσοστιαίες μονάδες.
- III. Όσον αφορά στην κατά ηλικία διάρθρωση το ποσοστό συμμετοχής του εργατικού δυναμικού στον πληθυσμό εργάσιμης ηλικίας των νέων (κάτω των 25 ετών) είναι ιδιαίτερα χαμηλό (40,9% περίπου) σε σχέση με το ποσοστό συμμετοχής των άλλων ηλικιακών ομάδων. Μία πιθανή εξήγηση για το φαινόμενο της χαμηλής συμμετοχής των νέων στο εργατικό δυναμικό, είναι η επιθυμία τους να βελτιώσουν τα προσόντα τους και το επίπεδο των βασικών δεξιοτήτων τους, σίγουρα όμως αντικατοπτρίζει και μία μείωση του αριθμού των κατάλληλων ευκαιριών απασχόλησης.
- IV. Όσον αφορά στην ανεργία, η Περιφέρεια Πελοποννήσου εμφανίζει χαμηλότερα ποσοστά ανεργίας σε σχέση με το σύνολο της χώρας, παρουσιάζοντας όμως σταθερά ανοδική πορεία την τελευταία εξαετία, παρά το μεγάλο ποσοστό υποαπασχόλησης που εμπεριέχεται στην απασχόληση του πρωτογενή τομέα.

1.5.2. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ – ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Για την περιγραφή των βραχυχρόνιων εξελίξεων όσον αφορά στην απασχόληση τόσο κατά φύλο και ηλικία όσο και κατά κλάδο Οικονομικής Δραστηριότητας, χρησιμοποιήθηκαν τα στοιχεία της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού **(Ε.Ε.Δ.)** της **ΕΣΥΕ** κατά Περιφέρεια και μονοψήφιο κωδικό. Από την ανάλυση αυτή προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

- I. Το ποσοστό απασχόλησης παρουσιάζει μείωση 2,6 ποσοστιαίων μονάδων, παραμένοντας όμως υψηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό του συνόλου της χώρας.
- II. Όπως συμβαίνει και με το εργατικό δυναμικό, όσον αφορά στην κατά ηλικία διάρθρωση της απασχόλησης, το ποσοστό απασχόλησης των νέων (κάτω των 25 ετών) είναι σημαντικά χαμηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των άλλων ηλικιακών ομάδων.
- III. Όσον αφορά στην κατά παραγωγικό τομέα διάρθρωση της απασχόλησης, η συνολική μείωση που παρατηρείται στην απασχόληση της Περιφέρειας Πελοποννήσου και αφορά στον πρωτογενή (22,2%) και δευτερογενή τομέα (1,8%),

ενώ ο τριτογενής τομέας σημειώνει αύξηση κατά 4,7%. Η μείωση αυτή οφείλεται εξολοκλήρου στην μείωση της ανδρικής απασχόλησης, ενώ η γυναικεία απασχόληση αυξάνεται κατά ένα πολύ μικρό ποσοστό.

IV. Ο Πρωτογενής Τομέας στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, ακολουθώντας την τάση που εμφανίζεται στο σύνολο της χώρας, αλλά με μικρότερη ένταση, παρουσιάζει μείωση της απασχόλησης. Η μείωση αυτή είναι μεγαλύτερη της μέσης συνολικής μείωσης της απασχόλησης της Περιφέρειας, με αποτέλεσμα να παρουσιάζεται μείωση της συμμετοχής του Πρωτογενή Τομέα στη συνολική απασχόληση της τάξης των 6,8 μονάδων.

V. Στο Δευτερογενή Τομέα, εμφανίζεται μία μείωση 663 ατόμων ή ποσοστό 1,8%, τη στιγμή που στο σύνολο της χώρας παρουσιάζεται μία αύξηση της τάξης του 1%. Παρά τη μείωση αυτή, η συμμετοχή του Δευτερογενή τομέα στη συνολική απασχόληση της Περιφέρειας αυξάνεται, από 16,4% το 1995 να φθάνει στο 17,6%.

VI. Όπως προαναφέρθηκε, αύξηση της απασχόλησης παρατηρείται στον τριτογενή τομέα. Συγκεκριμένα, παρατηρείται μία αύξηση κατά 3.911 άτομα, που αντιστοιχεί σε ποσοστό αύξησης 4,7% (πολύ μικρότερη όμως από την αντίστοιχη αύξηση σε επίπεδο Χώρας). Η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στην αύξηση της απασχόλησης στον κλάδο "τραπεζών και λοιπών χρηματοοικονομικών οργανισμών", ακολουθούν οι κλάδοι των "υπηρεσιών" και των "μεταφορών", ενώ ο κλάδος του "εμπορίου / εστιατορίων / ξενοδοχείων", που έχει άμεση σχέση με την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, παρουσιάζει μικρή μείωση της τάξης του 0,3%. Όσον αφορά στη διάρθρωση της απασχόλησης στον Τριτογενή Τομέα, παρουσιάζεται συγκέντρωση της απασχόλησης στις επιχειρήσεις που σχετίζονται με τουριστικές δραστηριότητες (εμπόριο /εστιατόρια/ ξενοδοχεία, που αποτελούν το 17,3% του συνόλου των απασχολουμένων) και στον κλάδο των υπηρεσιών (16,8% του συνόλου των απασχολουμένων), ενώ ο κλάδος των "τραπεζών και λοιπών χρηματοοικονομικών οργανισμών" παρουσιάζει μικρότερη συγκέντρωση (4,3% του συνόλου των απασχολουμένων), με έντονες όμως αυξητικές τάσεις όπως είδαμε προηγουμένως.

Μικρή μείωση σημειώνεται, τέλος, στην απασχόληση στον κλάδο του εμπορίου / εστιατορίων / ξενοδοχείων. Ενώ, το ποσοστό απασχόλησης των νέων, κάτω των 25 ετών είναι χαμηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των άλλων ηλικιακών ομάδων.

1.6. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

1.6.1. ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Γενικά Στοιχεία

Η οικονομία της Περιφέρειας στηρίζεται σήμερα κατά κύριο λόγο στον πρωτογενή τομέα (αγροτική παραγωγή) και στον τριτογενή τομέα (κυρίως στις Υπηρεσίες), ενώ μειώνεται η σημασία και ο ρόλος του δευτερογενή τομέα, ο οποίος χαρακτηρίζεται από φθίνουσα πορεία και χαμηλά ποσοστά συμμετοχής στο **Ακαθάριστο Περιφερειακό Προϊόν**². Πιο συγκεκριμένα:

Η εξέλιξη του Ακαθάριστου Προϊόντος του πρωτογενή τομέα στην Περιφέρεια για την περίοδο 1991-2001 παρουσιάζει μικρή αύξηση της τάξης του 0,8%. Η αύξηση αυτή είναι κατά πολύ χαμηλότερη από την αντίστοιχη του συνόλου της χώρας (11%). Παρά τη φθίνουσα πορεία του κατά τη δεκαετία του '80, ο πρωτογενής τομέας δείχνει να ανακάμπτει, καθώς την επόμενη δεκαετία σημειώνεται, έστω και μικρή, αύξηση. Η προβληματικότητα του πρωτογενή τομέα της Περιφέρειας φαίνεται από το γεγονός ότι στη διάρκεια της τριακονταετίας 1971-2001, το προϊόν του πρωτογενή τομέα της Περιφέρειας αυξήθηκε κατά 17%, ενώ η αντίστοιχη αύξηση στη χώρα φθάνει το 70%.

Ο πρωτογενής τομέας κατά το 2001 συμμετέχει στο συνολικό προϊόν της Περιφέρειας κατά 18%, παρουσιάζοντας συνεχή μείωση του ποσοστού συμμετοχής του από το έτος 1981 και μετά, χάνοντας δηλαδή τη δυναμική του στη διαμόρφωση του συνολικού προϊόντος της Περιφέρειας.

Σε σύγκριση με το ποσοστό συμμετοχής του πρωτογενή τομέα σε επίπεδο συνόλου χώρας, το αντίστοιχο της Περιφέρειας Πελοποννήσου βρίσκεται σε σαφώς υψηλότερο επίπεδο (18% έναντι 8% κατά το έτος 2001), γεγονός που υποδηλώνει ότι, παρά τη φθίνουσα πορεία εξέλιξης, ο πρωτογενής τομέα διατηρεί τη σημασία του για την οικονομία της Περιφέρειας σε σχέση με τη Χώρα.

Καλλιεργούμενες εκτάσεις

Από την παρατήρηση των στοιχείων της ΕΣΥΕ διαπιστώνονται τα εξής:

² Όσον αφορά στις εκτιμήσεις του Ακαθάριστου Περιφερειακού Προϊόντος από την Ομάδα Μελέτης, η μεθοδολογία εκτίμησης έχει βασιστεί στο νέο τρόπο υπολογισμού που εφαρμόζει η ΕΣΥΕ για την εκτίμηση του ΑΕΠ σε εθνικό επίπεδο, σύμφωνα με στοιχεία που αναφέρονται στην έκδοση της ALPHA ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΙΣΤΕΩΣ & ΕΠΙΛΟΓΗΣ «ΟΙ ΝΟΜΟΙ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ 2001», προσαρμόζοντας ανάλογα τα αντίστοιχα στοιχεία των ετών 1970-2001. Όλη δε η σειρά των στοιχείων του ΑΕΠ εκφράζεται σε τιμές 2000, με βάση τους αντίστοιχους πληθωριστές.

- Η συνολική γεωργική γη (περιλαμβανομένων των αγραναπαύσεων) της Περιφέρειας Πελοποννήσου εμφανίζει διαχρονική τάση μείωσης, κατά τη διάρκεια των ετών 1985 - 1998 (μείωση της τάξης του 8,5%).
- Η εξέλιξη των καλλιεργούμενων εκτάσεων είναι επίσης πτωτική στην εξεταζόμενη χρονική περίοδο 1985-1998, αφού σημειώθηκε πτώση της καλλιεργούμενης γεωργικής γης κατά 2,6%.
- Στη χρονική περίοδο που εξετάζεται, οι εκτάσεις σε αγρανάπαυση κυμάνθηκαν σε ποσοστά από 16,5% έως 24,4% των συνολικών γεωργικών γαιών της Περιφέρειας. Το μέγεθος τους όμως διαχρονικά παρουσιάζει πτώση, με αποτέλεσμα να αποτελούν το 16,5% των συνολικών γεωργικών γαιών (μείωση κατά 29,9% σε σχέση με το 1985).
- Στις καλλιεργούμενες εκτάσεις, κυριαρχούν οι δενδρώδεις καλλιέργειες, ειδικότερα ελιές και εσπεριδοειδή, που καταλαμβάνουν σταθερά πάνω από το 57% της συνολικής καλλιεργούμενης γης, καθ' όλη την εξεταζόμενη χρονική περίοδο.

Ζωικό Κεφάλαιο

Μία άλλη παράμετρος η οποία επηρεάζει αλλά και καταδεικνύει την πτώση της αγροτικής δραστηριότητας στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, είναι η συνεχής φθίνουσα πορεία την οποία ακολουθεί το ζωικό κεφάλαιο της Περιφέρειας Πελοποννήσου, μέχρι το έτος 1998, όπου υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.

Πιο συγκεκριμένα, με βάση τα στοιχεία της **ΕΣΥΕ** παρατηρούνται τα εξής: Συνολικά ο αριθμός του ζωικού κεφαλαίου στην Περιφέρεια Πελοποννήσου μειώνεται κατά την εξεταζόμενη περίοδο 1989-1998. Το μέγεθος της μείωσης διαφέρει στα διάφορα είδη του ζωικού κεφαλαίου. Η μείωση του αριθμού των ζώων στα διάφορα είδη του ζωικού κεφαλαίου δεν ακολουθεί συγκεκριμένη τάση, αλλά παρουσιάζει διακυμάνσεις με ακανόνιστες αυξομειώσεις, γεγονός που υποδηλώνει ότι η κτηνοτροφία στην Περιφέρεια Πελοποννήσου είναι αγροτική δραστηριότητα η οποία τελεί υπό χαμηλή οργάνωση και σε περιστασιακή συμπληρωματικότητα με τις καλλιέργειες της φυτικής παραγωγής.

Η μοναδική κτηνοτροφική δραστηριότητα, η οποία δεν εμφανίζει αρνητική πορεία αλλά αυξητική, είναι η μελισσοκομία. Συνολικά, η αύξηση του αριθμού των κυψελών φθάνει το 35% κατά την εξεταζόμενη περίοδο.

Δάση

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της πρώτης Εθνικής Απογραφής Δασών, τα δάση στην Περιφέρεια καλύπτουν το 48,8% της συνολικής έκτασης, ήτοι 7.560.000 στρέμματα.

Το πρόβλημα των πυρκαγιών είναι έντονο στα δάση της Περιφέρειας Πελοποννήσου, αφού κατά την τελευταία πενταετία αποτεφρώθηκαν περίπου 100.000 στρέμματα δασών. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα δάση και οι δασικές εκτάσεις της Περιφέρειας Πελοποννήσου αφορούν κυρίως σε κινδύνους από ασθένειες, από διαβρωτικά φαινόμενα και από πυρκαγιές.

Η παραγωγική εκμετάλλευση των δασών στην Περιφέρεια ακολουθεί φθίνουσα πορεία και έχει πολύ μικρό ειδικό βάρος για το σύνολο της Περιφέρειας Πελοποννήσου εκτός από το Ν. Αρκαδίας, ο οποίος εμφανίζει μια σχετικά αξιόλογη αλλά φθίνουσα δραστηριότητα σε αυτόν τον τομέα.

Αλιεία

Η αλιευτική παραγωγή συμμετέχει μόνο κατά 3% στη συνολική ακαθάριστη αξία παραγωγής του πρωτογενή τομέα της Περιφέρειας Πελοποννήσου, με μικρές ετήσιες διακυμάνσεις. Παρατηρείται λοιπόν μικρή αλιευτική δραστηριότητα, παρά τη μεγάλη ακτογραμμή της Περιφέρειας, αφού αυτή περιβάλλεται σχεδόν στο σύνολό της από θάλασσα. Η αλιευτική δραστηριότητα συγκεντρώνεται γύρω από τους κόλπους της Περιφέρειας και είναι κυρίως παράκτια και μέση, με μεγάλη συμμετοχή και ερασιτεχνών αλιέων.

Ο Νομός Αργολίδας είναι εκείνος ο οποίος παρουσιάζει την εντονότερη δραστηριότητα στην αλιεία και ακολουθούν με μεγάλη απόσταση οι υπόλοιποι Νομοί, κυρίως της Λακωνίας και της Μεσσηνίας.

Η αλιεία εσωτερικών υδάτων είναι περιορισμένη εξαιτίας της στενότητας των φυσικών πόρων και της κατά πολύ μεγαλύτερης δυνατότητας που προσφέρεται για παράκτια αλιεία.

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες έχει αρχίσει να αναπτύσσεται και στην Περιφέρεια Πελοποννήσου η ιχθυοκαλλιέργεια σε θαλάσσια ύδατα. Συνολικά, στην Περιφέρεια Πελοποννήσου λειτουργούν 37 μονάδες πάχυνσης ευρύαλων ψαριών, ποσοστό 15% στο σύνολο της χώρας και 1 μονάδα οστρακοκαλλιέργειας.

1.6.2. ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο δευτερογενής τομέας κατά το έτος 2001, εκτιμάται ότι συμμετέχει κατά 23% στη διαμόρφωση του συνολικού Ακαθάριστου Προϊόντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου., με συνεχώς φθίνουσα συμμετοχή από το έτος 1971. Με εξαίρεση τη δεκαετία του '70, όπου το προϊόν του δευτερογενή τομέα παρουσιάζει μικρή μείωση (σε απόλυτες τιμές), τις επόμενες δεκαετίες το προϊόν του τομέα αυξάνεται, με ρυθμό που φθάνει το 14% κατά την τριακονταετία 1971-2001, αν και ακολουθεί χαμηλότερους ρυθμούς, τόσο από την αντίστοιχη αύξηση σε εθνικό επίπεδο, όσο και από την αντίστοιχη αύξηση του συνολικού ΑΕΠ της Περιφέρειας. Η μείωση του ποσοστού συμμετοχής του δευτερογενή τομέα στο συνολικό ΑΕΠ της Περιφέρειας, οφείλεται στην εντονότερη αύξηση του προϊόντος στον τριτογενή τομέα.

Από τους επιμέρους κλάδους του δευτερογενή τομέα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, οι κλάδοι που παρουσιάζουν αύξηση στο Ακαθάριστο Προϊόν τους για το σύνολο της τριακονταετίας 1971-2001, είναι ο κλάδος των Κατασκευών και της Ενέργειας, το Ακαθάριστο Προϊόν των οποίων αυξήθηκε κατά την προαναφερθείσα περίοδο κατά 77% και 426% αντίστοιχα. Η αύξηση του Ακαθάριστου Προϊόντος των παραπάνω κλάδων είναι ιδιαίτερα έντονη κατά την περίοδο 1971-1981. Η μεταποίηση, τέλος, δείχνει να ανακάμπτει τη δεκαετία του '90, καθώς είναι η πρώτη φορά τα τελευταία 30 χρόνια που το προϊόν του κλάδου αυξάνεται, με αύξηση που φθάνει το 17%.

Τέλος, αναφορικά με τη συμμετοχή των Νομών στο Ακαθάριστο Περιφερειακό Προϊόν του δευτερογενή τομέα, τη σημαντικότερη συμμετοχή σημειώνει ο Νομός Κορινθίας, ο οποίος το 2001 παράγει το 37% του αντίστοιχου Περιφερειακού Προϊόντος, ενώ σημαντική είναι η συμμετοχή και του Νομού Αρκαδίας, με 22%. Ακολουθεί ο Νομός Μεσσηνίας με 18%, ο Νομός Αργολίδας με 14% και ο Νομός Λακωνίας με 9%.

1.6.3. ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο τριτογενής τομέας είναι ο πρώτος τομέας οικονομικής δραστηριότητας από πλευράς Ακαθάριστου Προϊόντος, συμμετέχοντας το έτος 2001 με ποσοστό 59% στο συνολικό Ακαθάριστο Προϊόν της Περιφέρειας, παρουσιάζοντας παράλληλα αυξητική πορεία από άποψη ποσοστού συμμετοχής και αυξάνοντας σταδιακά τη δυναμική του

στη διάρθρωση του συνολικού προϊόντος της Περιφέρειας. Παραμένει όμως σημαντικά χαμηλότερο το ποσοστό αυτό από το αντίστοιχο της Χώρας (68%).

- Η εξέλιξη του Ακαθάριστου Προϊόντος του τριτογενή τομέα παρουσιάζει έντονη ανοδική τάση, τόσο σε επίπεδο χώρας όσο και στην Περιφέρεια Πελοποννήσου. Η εξέλιξη του προϊόντος του τομέα στην Περιφέρεια εμφανίζει ρυθμούς που πλησιάζουν αυτούς της χώρας, με υπερδιπλασιασμό του προϊόντος του τομέα στη διάρκεια της τριακονταετίας 1971-2001 και στα δύο χωρικά επίπεδα.
- Από τους επιμέρους κλάδους του τριτογενή τομέα, εκείνοι που παρουσιάζουν τη θετικότερη εξέλιξη στο Ακαθάριστο Προϊόν τους είναι οι κλάδοι των Τραπεζών - Ασφαλειών, της Δημόσιας Διοίκησης, της Υγείας – Εκπαίδευσης και των Διαφόρων Υπηρεσιών. Το προϊόν των υπόλοιπων κλάδων του τριτογενή τομέα παρουσιάζει χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης.
- Όσον αφορά στο ποσοστό συμμετοχής του τριτογενή τομέα στη συνολική απασχόληση της Περιφέρειας εμφανίζεται διαχρονικά αυξανόμενο. Στην περίοδο 1995-2000, ο αριθμός των απασχολουμένων αυξήθηκε κατά 4,7%, ενώ παράλληλα αυξάνεται και η συμμετοχή του τομέα από 37,9% το 1995 σε 43,5% το 2000, καθιστώντας έτσι τον τριτογενή τομέα τον πρώτο σε σημασία από πλευράς απασχόλησης οικονομικό τομέα της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

1.6.4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ “ΤΟΜΕΑΣ”

Ο τουριστικός τομέας είναι για την Περιφέρεια Πελοποννήσου η δραστηριότητα στην οποία σχεδιάζεται να στηρίξει την αναπτυξιακή της προοπτική, παρά τη σχετικά χαμηλή σημερινή συμμετοχή της στην οικονομική δραστηριότητα της Περιφέρειας. Ως εκ τούτου, στο σημείο αυτό ακολουθεί συνοπτική αναφορά τόσο στις τουριστικές ιδιωτικές υποδομές, όσο και στην τουριστική δραστηριότητα της Περιφέρειας.

Είναι γεγονός ότι οι εκτεταμένοι και ποικιλόμορφοι τουριστικοί πόροι της Περιφέρειας αποτέλεσαν πλουτοπαραγωγική πηγή για τους κατοίκους της, από τις αρχές του 1960. Η τουριστική ανάπτυξη ξεκίνησε πρώτα από τους Νομούς Κορινθίας και Αργολίδας. Ο πρώτος παρουσίασε αυξημένη ζήτηση του παραλιακού χώρου για παραθεριστική κατοικία λόγω του ότι αποτελεί περιαστική περιοχή της Αττικής και ο δεύτερος δέχτηκε, από τις πρώτες περιοχές της Χώρας, τουριστικές εισροές. Έτσι οι δύο αυτοί Νομοί ξεκίνησαν την τουριστική τους δραστηριότητα δύο δεκαετίες

νωρίτερα από τους άλλους, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται τώρα σχετικά κορεσμένοι τουριστικά, ενώ άλλες περιοχές εμφανίζουν ελάχιστη τουριστική αξιοποίηση. Αυτό είναι ένα στοιχείο χωροταξικής ανισότητας όσον αφορά στην τουριστική ανάπτυξη, που εμπειρικά εκφράζεται σε διαφοροποιημένα μεγέθη υποδομής, πληρότητας και τουριστικής δραστηριότητας μεταξύ των Νομών.

Έχοντας υπόψη τα παραπάνω στοιχεία και με βάση τη σημερινή κατάσταση, η Περιφέρεια δέχεται μόνο το 6,4% των αφίξεων τουριστών επί του συνόλου της Χώρας, ποσοστό ελάχιστο, το οποίο δεν αντιστοιχεί / ανταποκρίνεται ούτε στην έκταση ούτε στους τουριστικούς πόρους της Περιφέρειας. Το ποσοστό των διανυκτερεύσεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου είναι ακόμη μικρότερο από το ποσοστό αφίξεων (3,3% επί του συνόλου της Χώρας), γεγονός που καταδεικνύει τη μικρή μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών στην Περιφέρεια.

Από την ανάλυση των στοιχείων του Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, φαίνεται ότι η συγκεκριμένη περιοχή, ενώ έχει πλούσιους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, παρουσιάζει περιορισμένη τουριστική κίνηση. Συγκριτικά με την υπόλοιπη Ελλάδα, προσελκύει μικρούς αριθμούς επισκεπτών, ιδιαίτερα αλλοδαπών και υστερεί σημαντικά στον αριθμό διανυκτερεύσεων τόσο συνολικά, όσο και κατ' άτομο. Η Περιφέρεια προσελκύει τουρισμό διακοπών μόνο σε μικρό αριθμό συγκεκριμένων σημείων. Ο μεγάλος όγκος επισκεπτών πραγματοποιούν ολιγοήμερες επισκέψεις που συναρτώνται κύρια με συγκεκριμένα μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους (αλλοδαποί) ή με τουρισμό Σαββατοκύριακου (ημεδαποί). Σημαντική μείωση του αλλοδαπού τουρισμού στην Περιφέρεια παρατηρήθηκε κατά την περίοδο 1985- 1999 ενώ ο εγχώριος τουρισμός παρουσίασε σχετική αύξηση.

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Περιφέρεια ως προς την τουριστική δραστηριότητα, εντείνονται λόγω της σχετικά χαμηλής ποιότητας των καταλυμάτων και της περιορισμένης διάρκειας τουριστικής σαιζόν. Τα χαμηλής ποιότητας καταλύματα (ξενοδοχεία Γ' τάξης, τα οποία αποτελούν το 51,8% του συνόλου των καταλυμάτων της Περιφέρειας το 2001) που κυριαρχούν στην Περιφέρεια, όπως εξάλλου και στο σύνολο της χώρας, πολλαπλασιάζουν τις γενικές αρνητικές τάσεις του τουρισμού στην Περιφέρεια. Οι κατηγορίες αυτές τείνουν να προσελκύσουν πολύ μικρότερο αριθμό αλλοδαπών τουριστών. Γενικά η Περιφέρεια στερείται ξενοδοχειακής υποδομής στις υψηλές τάξεις τουριστικών καταλυμάτων, με αποτέλεσμα να προσελκύει κυρίως μεσαία προς χαμηλά εισοδήματα επισκεπτών.

Οι διαφορές ανάμεσα στους πέντε Νομούς της Περιφέρειας ως προς την ποσότητα και την ποιότητα της ξενοδοχειακής υποδομής είναι μεγάλες, με επακόλουθη την ανισομερή κατανομή των επισκεπτών και του παραγόμενου εισοδήματος στις επιμέρους περιοχές της.

Άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο οικολογικός, ο χιονοδρομικός, ο εξειδικευμένος πολιτιστικός, ο ορειβατικός και ο αθλητικός διαφόρων τύπων, είναι νέες εν δυνάμει μορφές τουρισμού, οι οποίες ατονούν μέχρι σήμερα, αλλά αναμένεται να διευρύνουν τις επιλογές των τουριστών, δρώντας θετικά υπέρ της επιμήκυνσης της τουριστικής σαιζόν και της διεύρυνσης / μεγέθυνσης της τουριστικής δραστηριότητας της Περιφέρειας.

1.6.4.1. Τουριστικά Καταλύματα

1. Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου υπήρχαν, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του ΕΟΤ (2001), 521 ξενοδοχειακές μονάδες, με σύνολο 33.612 κλίνες.

Η συμμετοχή των ξενοδοχειακών κλινών της Περιφέρειας Πελοποννήσου στο ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας κινείται σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα, φθάνοντας το 5% περίπου. Η μέση δυναμικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων της Περιφέρειας είναι 65 κλίνες, σύμφωνα με τα τελευταία συγκριτικά στοιχεία του ΕΟΤ, σημαντικά χαμηλότερη από την αντίστοιχη μέση δυναμικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων στο σύνολο της χώρας (73,6).

2. Σε ότι αφορά στη χωρική κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού της Περιφέρειας ανά Νομό, παρατηρείται ότι η ξενοδοχειακή υποδομή δεν ισοκατανέμεται ανάμεσα στους Νομούς της Περιφέρειας. Αντίθετα μάλιστα, παρατηρείται έντονη διαφοροποίηση μεταξύ των Νομών. Πιο συγκεκριμένα, στους Νομούς Αργολίδας και Κορινθίας συγκεντρώνεται η πλειονότητα της ξενοδοχειακής υποδομής της Περιφέρειας, καθώς οι δύο αυτοί Νομοί κατέχουν αθροιστικά το 51,4% των μονάδων και το 63,6% των κλινών της Περιφέρειας.

3. Κατά την περίοδο 1985 - 2001, τόσο ο συνολικός αριθμός Τουριστικών καταλυμάτων, όσο και ο αριθμός κλινών της Περιφέρειας παρουσίασαν αύξηση, αφού παρατηρήθηκε, κατά την προαναφερθείσα περίοδο, αύξηση των μονάδων κατά 19,2% και ακόμα υψηλότερη των κλινών (κατά 27,8%).

Στους Νομούς Μεσσηνίας και Λακωνίας σημειώθηκε η μεγαλύτερη αύξηση της ξενοδοχειακής υποδομής, κατά την περίοδο 1985 - 2001. Στους Νομούς Αργολίδας,

Κορινθίας και Αρκαδίας υπήρξε μικρή αύξηση της ξενοδοχειακής υποδομής (μικρότερη από την αντίστοιχη της Περιφέρειας) κατά 9,6%, 14,5% και 0,9% αντίστοιχα, όσον αφορά στον αριθμό των μονάδων και κατά 13%, 9% και 22% αντίστοιχα, όσον αφορά στον αριθμό των κλινών.

4. Σε σχέση με τις κατηγορίες κλινών των τουριστικών καταλυμάτων της Περιφέρειας, η μεγαλύτερη αύξηση κατά την περίοδο 1985 – 2001 παρατηρήθηκε στον αριθμό των μονάδων Γ' τάξης (κατά 67,7%), ενώ ο αριθμός των κλινών αυξήθηκε κατά 47,6%. Οι ξενοδοχειακές μονάδες Α' τάξης αυξήθηκαν κατά 63,3% και οι αντίστοιχες κλίνες κατά 33,1%, ενώ η αύξηση για την κατηγορία Β' είναι 4,6% και 11,5% για τον αριθμό μονάδων και κλινών αντίστοιχα. Μείωση σημειώθηκε στον αριθμό μονάδων και κλινών Δ' και Ε' τάξης (κατά 23,5% και 17,8% για την κατηγορία Δ' και 47,3% και 38,3% για μονάδες και κλίνες αντίστοιχα). Οι μονάδες πολυτελείας διπλασιάστηκαν, ενώ ο αριθμός των κλινών τους πενταπλασιάστηκε.

5. Ο μέσος όρος δυναμικότητας των Νομών είναι αντιπροσωπευτικός της τουριστικής φυσιογνωμίας τους, καθώς στο Νομό Αργολίδας η μέση δυναμικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων είναι 85 κλίνες, ενώ στο Νομό Αρκαδίας μόλις 37. Επιπλέον, παρατηρούνται διαφοροποιήσεις μεταξύ των Νομών της Περιφέρειας στη δυναμικότητα ξενοδοχειακών μονάδων διαφόρων κατηγοριών. Οι μονάδες Α' και Β' τάξης είναι πολύ μεγαλύτερης κλίμακας, ενώ οι Γ' και Δ' τάξης, που ανήκουν σε μικρούς επιχειρηματίες, είναι πολύ μικρότερες.

Από τα παραπάνω, διαπιστώνεται ότι η κατανομή των τουριστικών μονάδων είναι ανισομερής, τόσο ως προς τον αριθμό τους όσο και ως προς το μέγεθός τους, καθώς οι μονάδες μεγάλης δυναμικότητας συγκεντρώνονται στην περιοχή Πορτοχελίου-Ερμιονίδας στην Αργολίδα και Λουτρακίου στην Κορινθία, ενώ στις άλλες τουριστικές περιοχές της Περιφέρειας συγκεντρώνονται μονάδες μικρής / μεσαίας μέσης δυναμικότητας.

6. Η υποδομή της Περιφέρειας είναι κυρίως Γ' τάξης, όπως και σε εθνικό επίπεδο. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΕΟΤ, η τουριστική υποδομή Γ' τάξης της Περιφέρειας αντιστοιχεί στο 51,8% των μονάδων και στο 39,7% των κλινών, με μέση δυναμικότητα 49 κλίνες. Οι μονάδες Β' τάξης προσφέρουν, επίσης, σημαντικό αριθμό κλινών (30,3% επί του συνόλου), και αντιπροσωπεύουν σημαντικό ποσοστό (17,5%) του συνολικού αριθμού ξενοδοχειακών μονάδων της Περιφέρειας. Οι μονάδες Α' τάξης αντιπροσωπεύουν το 9,4% των μονάδων και το 18,2% του συνόλου των ξενοδοχειακών κλινών της Περιφέρειας, με μέση δυναμικότητα 125 κλίνες, ενώ

εκείνες της Δ' και Ε' τάξης αντιπροσωπεύουν μικρά ποσοστά κλινών. Θα πρέπει, επίσης, να επισημανθεί το γεγονός της ελάχιστης συμμετοχής στο ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας των μονάδων στην κατηγορία "Πολυτελείας", που αντιπροσωπεύουν μόλις το 0,8% των μονάδων και το 4,2% των κλινών.

7. Διαχρονικά, παρατηρείται αύξηση της συμμετοχής των κλινών Γ' τάξης και μικρή μείωση των κλινών Β' τάξης στο σύνολο των κλινών της Περιφέρειας. Η συμμετοχή των κλινών Α' τάξης και Πολυτελείας σημειώνει μικρή αύξηση, ενώ η ποσοστιαία συμμετοχή των κλινών Δ' και Ε' τάξης παρουσιάζει διαχρονικά μείωση.

8. Διαφοροποιήσεις παρατηρούνται και σε ότι αφορά τη διαχρονική εξέλιξη της δυναμικότητας του ξενοδοχειακού δυναμικού της Περιφέρειας. Ο μέσος όρος δυναμικότητας της Περιφέρειας παρουσιάζει διαχρονικά μικρή αύξηση και από 60 κλίνες ανέρχεται σε 65 το 2001. Ειδικότερα, κατά την εξεταζόμενη περίοδο αυξάνεται η μέση δυναμικότητα των μονάδων όλων των τάξεων πλην της Γ', η οποία παρουσιάζει μείωση (από 56 κλίνες το 1985 σε 49 κλίνες το 2001).

1.6.4.2. Τουριστική Κίνηση-Πληρότητα

Παρακάτω παρουσιάζονται στοιχεία που αφορούν στην εξέλιξη των αφίξεων, των διανυκτερεύσεων και της μέσης ετήσιας πληρότητας στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Από τα στοιχεία αυτά, τα οποία είχαμε ως πηγή την ΕΣΥΕ , προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

α) Αφίξεις

- Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα από την ΕΣΥΕ στοιχεία τουριστικής κίνηση, για το 1999, στην Περιφέρεια Πελοποννήσου πραγματοποιήθηκαν 781.143 αφίξεις τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Η πλειονότητα των τουριστών, δηλαδή το 66% είναι ημεδαποί και το υπόλοιπο 34% είναι αλλοδαποί.
- Η συμμετοχή της Περιφέρειας Πελοποννήσου στις συνολικές αφίξεις τουριστών που πραγματοποιούνται στη Χώρα κυμαίνεται, για την περίοδο 1985-1999, μόνο μεταξύ 6% και 8%. Οι ημεδαποί επισκέπτες της Περιφέρειας συμμετέχουν στις αντίστοιχες αφίξεις που πραγματοποιούνται στη Χώρα σε ποσοστό που κυμαίνεται από 8% ως 10%, ενώ οι αφίξεις των αλλοδαπών κινούνται σε λίγο χαμηλότερα επίπεδα, της τάξης του 5% ως 7,6%.

- Κατά την περίοδο 1985-1999 ο αριθμός αφίξεων της Περιφέρειας παρουσίασε μείωση της τάξης του 10%. Η μείωση αυτή οφείλεται αποκλειστικά στη μείωση των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών, καθώς στο ίδιο διάστημα οι αφίξεις των ημεδαπών αυξήθηκαν.

Οι εξελίξεις στην τουριστική κίνηση της Περιφέρειας Πελοποννήσου, δεν συμβαδίζουν με τις αντίστοιχες εξελίξεις στη Χώρα, όπου τόσο στο διάστημα 1985-1990 όσο και κατά τη δεκαετία του '90, οι αφίξεις τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα χαρακτηρίζονται από αυξητικές τάσεις.

- Όσον αφορά στους Νομούς της Περιφέρειας, η εικόνα διαφοροποιείται, καθώς ενώ οι Νομοί Αρκαδίας, Λακωνίας και Μεσσηνίας παρουσιάζουν θετικές τάσεις αφίξεων, η μείωση των αφίξεων στους άλλους δύο Νομούς, Αργολίδας και Κορινθίας, διαμορφώνει αρνητικές τις τάσεις στο σύνολο της Περιφέρειας. Ο Νομός Αργολίδας έχει υποστεί τη σημαντικότερη μείωση (κατά 40%), ενώ η μείωση των αφίξεων στο Νομό Κορινθίας κινείται σε χαμηλότερα επίπεδα, φθάνοντας το 13%.

Και στις δύο περιπτώσεις, η μείωση οφείλεται στη μείωση των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών. Στους άλλους Νομούς, οι τάσεις είναι αυξητικές. Η σημαντικότερη αύξηση σημειώθηκε στο Νομό Μεσσηνίας, κατά 67%, ενώ οι Νομοί Αρκαδίας και Λακωνίας ακολουθούν με πολύ μικρότερη αύξηση, η οποία φθάνει το 15%.

- Οι περισσότερες αφίξεις της Περιφέρειας, σε ποσοστό που υπερβαίνει το 50%, παρατηρούνται στους Νομούς Αργολίδας και Μεσσηνίας. Ο Νομός Κορινθίας συγκεντρώνει το 20% και ακολουθούν οι Νομοί Λακωνίας και Αρκαδίας, με 19% και 10% αντίστοιχα. Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι ότι διαχρονικά φαίνεται να διαφοροποιείται η εικόνα των Νομών ως προς την προσέλκυση τουριστικής κίνησης.

β) Διανυκτερεύσεις

- Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία τουριστικής κίνησης της **ΕΣΥΕ** για το 1999, πραγματοποιήθηκαν 1.982.751 διανυκτερεύσεις τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Το 56% είναι διανυκτερεύσεις ημεδαπών και το υπόλοιπο 44% είναι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών.

Οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας αντιστοιχούν στο 3,3% των συνολικών διανυκτερεύσεων της Χώρας για το 1999. Όπως προαναφέρθηκε, το ποσοστό διανυκτερεύσεων αλλοδαπών τουριστών είναι χαμηλότερο, σε σύγκριση με το αντίστοιχο των ημεδαπών.

Αντίστοιχα χαμηλή είναι και η συμμετοχή των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών της Περιφέρειας στο αντίστοιχο μέγεθος της χώρας. Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου πραγματοποιείται το 7,7% περίπου των διανυκτερεύσεων ημεδαπών της Χώρας, ενώ οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών αντιστοιχούν μόνο στο 1,9% της Χώρας. Σε σύγκριση με το σύνολο της Χώρας, η Περιφέρεια Πελοποννήσου παρουσιάζει υψηλότερη και συνεχώς αυξανόμενη ποσοστιαία συμμετοχή διανυκτερεύσεων ημεδαπών τουριστών στο σύνολο των διανυκτερεύσεων και χαμηλότερη και διαρκώς μειούμενη συμμετοχή αλλοδαπών τουριστών.

Σε ότι αφορά στη συμμετοχή των επιμέρους Νομών στο σύνολο των διανυκτερεύσεων της Περιφέρειας, παρατηρείται ότι οι Νομοί Αργολίδας και Κορινθίας, οι οποίοι όπως προαναφέρθηκε συγκεντρώνουν την πλειονότητα της ξενοδοχειακής υποδομής της Περιφέρειας, κατέχουν αθροιστικά το 56% του συνόλου των διανυκτερεύσεων της Περιφέρειας. Αντίθετα, ο Νομός Αρκαδίας, που έχει το μικρότερο ξενοδοχειακό δυναμικό συγκεντρώνει μόνο το 7,8% των συνολικών διανυκτερεύσεων της Περιφέρειας.

Μείωση των διανυκτερεύσεων παρατηρήθηκε στους Νομούς Αργολίδας, Αρκαδίας και Κορινθίας, με εντονότερη στο Νομό Αργολίδας (- 54,4%), ενώ στους Νομούς Λακωνίας και Μεσσηνίας ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων σημείωσε άνοδο, που ήταν υψηλότερη από την αντίστοιχη του συνόλου Χώρας. Στους Νομούς Αργολίδας και Κορινθίας παρατηρήθηκε η μεγαλύτερη μείωση στις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών (-62,9% και -45,9% αντίστοιχα), ενώ στους Νομούς Λακωνίας και Μεσσηνίας παρατηρήθηκε η μεγαλύτερη αύξηση των διανυκτερεύσεων ημεδαπών τουριστών (κατά 79,5% και 92,3% αντίστοιχα), σε σύγκριση πάντα με το σύνολο της Περιφέρειας.

- Από τα παραπάνω στοιχεία φαίνεται ότι οι δύο Νομοί της Περιφέρειας με τη μεγαλύτερη τουριστική κίνηση, όσον αφορά στις διανυκτερεύσεις, είναι οι Νομοί Αργολίδας και Κορινθίας, με μεγάλη συμμετοχή αλλοδαπών τουριστών, η οποία όμως διέρχεται κρίση (ιδίως στο Νομό Αργολίδας), ενώ στους δύο Νομούς (Λακωνίας και Μεσσηνίας) με μικρή τουριστική δραστηριότητα, στην οποία κυρίαρχο ρόλο έχει ο εσωτερικός τουρισμός, παρατηρείται αύξηση των διανυκτερεύσεων ημεδαπών τουριστών.

γ) Πληρότητα

- Η πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων αποτελεί έναν αξιόλογο δείκτη της τουριστικής κίνησης μιας περιοχής, σε σχέση με την υπάρχουσα υποδομή σε καταλύματα. Με βάση το δείκτη αυτό, διαφαίνεται ότι τα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας παρουσιάζουν χαμηλό βαθμό πληρότητας.
- Διαχρονικά, η πληρότητα των καταλυμάτων της Περιφέρειας σημειώνει αυξομειώσεις. Η υψηλότερη τιμή παρατηρήθηκε το 1990 όπου έφθασε το 44,2%, ενώ η χαμηλότερη παρατηρήθηκε το 1996, όπου έφθασε το 37,3%.
- Από τους πέντε επιμέρους Νομούς, την υψηλότερη πληρότητα διαχρονικά, παρουσιάζει ο Νομός Αργολίδας, με πληρότητες που κυμαίνονται από 51% το 1985 στο 47,4% το 2001, καταδεικνύοντας διαχρονική τάση μείωσης της προσέλευσης και διανυκτέρευσης τουριστών στο Νομό. Οι χαμηλότερες πληρότητες διαχρονικά παρατηρούνται στο Νομό Αρκαδίας, όπου η πληρότητα κυμαίνεται από 35% περίπου (το 1985) μέχρι 31% (το 2001).
- Όπως έχει προαναφερθεί, χαρακτηριστικό της Περιφέρειας Πελοποννήσου είναι ο εσωτερικός τουρισμός, γεγονός που αποτυπώνεται και στην πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Όλοι οι Νομοί, με εξαίρεση την Αργολίδα, παρουσιάζουν υψηλότερες πληρότητες από ημεδαπούς τουρίστες.

1.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

1.7.1. ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

1.7.1.1. Μεταφορές

Οδικό Δίκτυο

Βάσει της "Μελέτης Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου" **Α. Κοτζαμποπουλος – Γ. Παυλάκης**, το συνολικό Εθνικό και Επαρχιακό οδικό δίκτυο της Περιφέρειας με την εφαρμογή και του Β'ΚΠΣ ανέρχεται σε 6.200 χλμ. Από αυτά, τα 1.250 αφορούν εθνικό οδικό δίκτυο και τα υπόλοιπα 4.950 επαρχιακό.

Αρκετά σημαντικές ήταν οι παρεμβάσεις κατά την τελευταία δεκαετία στη δημιουργία του αυτοκινητόδρομου Αθήνα - Τρίπολη – Καλαμάτα, ο οποίος συνδέει τα αστικά κέντρα της Περιφέρειας με την Αθήνα και την Καλαμάτα και θα παραδοθεί στην κυκλοφορία το 2011, ενώ επίσης σημαντικός αναπτυξιακός παράγοντας για την

Περιφέρεια είναι η διέλευση, από το βόρειο τμήμα της, μεγάλου μέρους του οδικού άξονα ΠΑΘΕ.

Το μεγαλύτερο μέρος του εθνικού δικτύου της Περιφέρειας διέρχεται μέσα από τους Νομούς Κορινθίας, Αρκαδίας και Μεσσηνίας (περίπου το 70%), ενώ το Νομό Αρκαδίας διασχίζει το μεγαλύτερο ποσοστό του επαρχιακού δικτύου της Περιφέρειας (32% περίπου).

Η σύνδεση των δήμων και των κοινοτήτων ανά νομό, κατά το μεγαλύτερο τμήμα, γίνεται μέσω του επαρχιακού και κοινοτικού δικτύου, το μεγαλύτερο τμήμα του οποίου βρίσκεται σε μέτρια κατάσταση από πλευράς ποιότητας, αρκετά χιλιόμετρα χρειάζονται ασφαλτόστρωση, διαπλάτυνση και βελτιώσεις ή/και συντήρηση.

Ταυτόχρονα σε ένα μεγάλο τμήμα των δασικών και αγροτικών δρόμων απαιτείται βελτίωση. Επίσης, ύστερα από την εφαρμογή του Προγράμματος "Ι. Καποδίστριας" προέκυψαν ιδιαίτερες ανάγκες σύνδεσης των Δημοτικών Διαμερισμάτων με τις έδρες των νέων Δήμων, οι οποίες συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο τμήμα των υπηρεσιών. Ήδη σε πολλές περιοχές έχουν καλυφθεί αυτού του είδους οι ανάγκες μέσω του Β' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, (κυρίως μέσω του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Πελοποννήσου). Αναμένεται δε σε δεύτερη φάση οι ανάγκες σε οδικό δίκτυο του Νομού να καλυφθούν από το Γ'Κ.Π.Σ. και ειδικότερα από το νέο ΠΕΠ Πελοποννήσου 2000-2006.

Όσον αφορά στο αγροτικό / δασικό δίκτυο, αυτό φαίνεται να εκτείνεται στα δασικά συμπλέγματα των ορεινών περιοχών, εξυπηρετώντας αφενός τις ανάγκες μετακινήσεων για δασικές εργασίες, αφετέρου τις ανάγκες διασύνδεσης ορισμένων ορεινών αγροτικών οικισμών.

Από τα παραπάνω και σε γενικές γραμμές, το οδικό δίκτυο της Περιφέρειας χαρακτηρίζεται ως εκτεταμένο, παρουσιάζοντας ωστόσο δυσλειτουργίες λόγω κακών γεωμετρικών χαρακτηριστικών του και χρήζει σε αρκετά σημεία του (κυρίως το επαρχιακό και το τοπικό διακοινοτικό) ανάγκης βελτιώσεων.

Όσον αφορά στην πρόσβαση προς τους τουριστικούς πόρους, πολιτιστικούς και φυσικούς, χαρακτηρίζεται γενικά ικανοποιητική, καθώς η πλειονότητα των πόρων είναι προσπελάσιμοι. Η βατότητα του οδικού δικτύου όμως δεν είναι πάντοτε καλή, ενώ ορισμένοι πολιτιστικοί και εν δυνάμει τουριστικοί πόροι, είναι ακόμα δυσπρόσιτοι.

Θαλάσσιες μεταφορές

Το μεταφορικό έργο των λιμένων της Περιφέρειας Πελοποννήσου είναι σχετικά περιορισμένο, παρά τη γεωμορφολογική της θέση. Στις θαλάσσιες μεταφορές της Περιφέρειας, σημαντικό ρόλο παίζει το λιμάνι της Καλαμάτας. Άλλα λιμάνια της Περιφέρειας είναι της Πύλου και της Κυπαρισσίας στη Μεσσηνία, του Ναυπλίου, της Ερμιονίδας, του Πορτοχελίου, του Τολού και της Παλαιάς Επιδαύρου στην Αργολίδα, καθώς και του Παράλιου Άστρους, του Λεωνιδίου και του Τυρού στην Αρκαδία, της Κορίνθου, του Κιάτου και των Αγίων Θεοδώρων στην Κορινθία.

Τέλος, σημαντική υποδομή θαλάσσιων μεταφορών αποτελεί το λιμάνι του Γυθείου στη Λακωνία, ενώ δευτερεύουσας σημασίας για το Νομό είναι τα λιμάνια της Μονεμβασίας, της Νεάπολης, του Κυπαρισσίου, του Ιέρακα και της Ελαφονήσου.

Το σύστημα λιμένων της Περιφέρειας Πελοποννήσου είναι ενταγμένο σε ένα δίκτυο θαλάσσιων μεταφορών σε διαπεριφερειακή-εθνική, αλλά και σε διεθνή κλίμακα. Το υπάρχον όμως σύστημα λιμένων της Περιφέρειας συνίσταται κυρίως σε μεταφορικές εξυπηρετήσεις τοπικού χαρακτήρα, σχετιζόμενες με τη σύνδεση ορισμένων λιμένων της περιοχής με νησιά που απέχουν μικρή απόσταση (π.χ. Σπέτσες, Κύθηρα). Οι συνδέσεις του συστήματος λιμένων της περιοχής σε διαπεριφερειακή κλίμακα είναι περιορισμένες σε αριθμό και με χαμηλές συχνότητες δρομολογίων. Ο λιμένας του Γυθείου εξυπηρετεί μια σύνδεση με Κύθηρα και Κρήτη, ενώ μία άλλη ακτοπλοϊκή γραμμή συνδέει τον Πειραιά με τη Μονεμβασία και τα Κύθηρα.

Αεροπορικές μεταφορές

Στον τομέα των αεροπορικών μεταφορών, η Περιφέρεια Πελοποννήσου εξυπηρετείται κατά ένα μικρό βαθμό από τον αερολιμένα Καλαμάτας καθώς και κατά ένα άλλο πολύ μικρότερο βαθμό, από το αεροδρόμιο της Τρίπολης. Ο κρατικός αερολιμένας Καλαμάτας, ανήκει στην κατηγορία των διεθνών αερολιμένων. Λειτουργεί στις εγκαταστάσεις του στρατιωτικού αεροδρομίου, εξυπηρετώντας επιβατική κίνηση εσωτερικού και εξωτερικού. Εξυπηρετεί έκτακτες πτήσεις (charter) με εξωτερικό, ενώ μέχρι πρόσφατα εξυπηρετούσε και τακτικές πτήσεις με Αθήνα.

Σιδηροδρομικό δίκτυο

Η σημερινή διάρθρωση και τα χαρακτηριστικά του σιδηροδρομικού δικτύου της Περιφέρειας Πελοποννήσου παραμένουν αμετάβλητα από τις αρχές του

προηγούμενου αιώνα. Το δίκτυο χαρακτηρίζεται από σοβαρές ελλείψεις και προβλήματα, τα οποία συνίστανται στο ότι δεν είναι συμβατό με το υπόλοιπο εθνικό σιδηροδρομικό δίκτυο, οι γραμμές του έχουν μικρότερο πλάτος, είναι μονής κατεύθυνσης, δεν υπάρχουν ανισόπεδες διαβάσεις και έχει κακή χάραξη.

Ο κύριος δυτικός κλάδος του σιδηροδρομικού δικτύου της Περιφέρειας Πελοποννήσου, μέρος του οποίου αποτελεί η βασική γραμμή Αθήνας-Πάτρας, διέρχεται από το Νομό Κορινθίας, διασχίζει τους Νομούς Αχαΐας και Ηλείας, που ανήκουν στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας και επανέρχεται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου διασχίζοντας το Νομό Μεσσηνίας και κατευθύνεται βορειο- ανατολικά μέχρι την Κόρινθο και την Αθήνα. Το τμήμα του σιδηροδρομικού δικτύου που εξυπηρετεί την Περιφέρεια Πελοποννήσου, συντίθεται από μια γραμμή, 6 διακλαδώσεις και 76 σταθμούς.

Η γραμμική χάραξη του δικτύου και η έλλειψη πλέγματος περιορίζει την πρόσβαση σημαντικών πληθυσμιακών ενοτήτων της περιφέρειας σε αυτό. Ταυτόχρονα, επειδή η μορφή της γραμμής είναι κυκλική χωρίς να είναι ακτινωτή, οι δυνατές συνδέσεις από σημεία της νότιας Πελοποννήσου προς τη βόρεια Πελοπόννησο και την Αττική επιμηκύνουν σημαντικά τους χρόνους διαδρομών, γεγονός που καθιστά τη χρήση του σιδηροδρομικού δικτύου δεύτερη επιλογή από τους επιβάτες, μετά το οδικό δίκτυο.

1.7.1.2. Τηλεπικοινωνίες

Η τηλεπικοινωνιακή υποδομή μιας περιοχής, εκτός από δείκτη ανάπτυξης, αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα τόσο για την επιχειρηματική δραστηριότητα εν γένει της περιοχής, όσο και για την τουριστική δραστηριότητα και ταυτόχρονα για την εξέλιξη της περιοχής σε πόλο τουριστικής έλξης.

Η Τηλεπικοινωνιακή Περιφέρεια της Πελοποννήσου έχει οργανωθεί έτσι ώστε να καλύπτεται κάθε Νομός με ξεχωριστή οργανωτική μονάδα της, το Τηλεπικοινωνιακό Διαμέρισμα κάθε Νομού. Τα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα του ΟΤΕ και των θυγατρικών του (κύρια της ΟΤΕΝΕΤ και της COSMOTE) καλύπτουν το σύνολο της Περιφέρειας Πελοποννήσου, ενώ είναι ισχυρή η παρουσία του οργανισμού για την εξυπηρέτηση των πελατών του σε 41 σημεία (7 στην Αργολίδα, 7 στην Αρκαδία, 11 στην Κορινθία, 7 στη Λακωνία και 9 στη Μεσσηνία), μέσω των οποίων εξυπηρετείται όλη η Περιφέρεια από 1.118 εργαζομένους.

Η Τηλεπικοινωνιακή Περιφέρεια Πελοποννήσου εκμεταλλεύεται δίκτυα επικοινωνιών όπως είναι το Τηλεφωνικό Δίκτυο, το Δίκτυο ISDN, το Νοήμον Δίκτυο, το Δίκτυο Hellas Pac και το Δίκτυο Hellas Com.

Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι η Περιφέρεια διαθέτει σύγχρονες τηλεπικοινωνιακές υποδομές, παράγοντας που δρα υπέρ της προσέλκυσης τουριστών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, ενώ δημιουργεί ευνοϊκό κλίμα για την προώθηση μορφών τουρισμού, όπως ο συνεδριακός.

1.7.1.3. Αποχέτευση - Διαχείριση Απορριμμάτων-Υδρευση

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου διαπιστώνεται σημαντική έλλειψη στις βασικές περιβαλλοντικές υποδομές διαχείρισης υγρών και στερεών αποβλήτων, τόσο στην ύπαιθρο, όσο και στις αστικές και ημιαστικές περιοχές.

Στην πλειονότητα των εγκαταστάσεων επεξεργασίας λυμάτων απαιτείται βελτίωση ή αναβάθμιση λόγω αύξησης του εξυπηρετούμενου πληθυσμού, ενώ απαραίτητη είναι και η επέκταση/ολοκλήρωση του αποχετευτικού δικτύου.

Οι υποδομές στην ύπαιθρο της Περιφέρειας, τόσο στον τομέα της συλλογής, επεξεργασίας και διάθεσης των υγρών αποβλήτων, όσο και στη διαχείριση των στερεών απορριμμάτων παρουσιάζουν ελλείψεις. Τα προβλήματα εντοπίζονται στην πολύ αραιή κάλυψη της περιοχής από αποχετευτικά δίκτυα και τη διάθεση των λυμάτων σε βόθρους, καθώς και στην έλλειψη ορθολογικά χωροθετημένων και οργανωμένων χώρων διάθεσης απορριμμάτων.

Στον τομέα της ύδρευσης, η πλειονότητα των οικισμών της Περιφέρειας διαθέτει δίκτυο ύδρευσης, μεγάλο όμως ποσοστό του παρουσιάζει τεχνικά προβλήματα και ελλείψεις (όπως παλαιότητα ή ακαταλληλότητα του δικτύου).

Σε γενικές γραμμές, τα δίκτυα ύδρευσης και αποχέτευσης καθώς και η μέθοδος διάθεσης των απορριμμάτων της Περιφέρειας απαιτούν βελτιώσεις και επεκτάσεις, ειδικότερα σε περιοχές που δέχονται αυξημένες πληθυσμιακές πιέσεις κατά την καλοκαιρινή περίοδο.

1.7.1.4. Ενέργεια

Η εξέλιξη στην κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας στους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου παρουσιάζει αυξητική τάση, με εξαίρεση το Νομό

Αρκαδίας όπου σημειώνεται μείωση της κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας που οφείλεται στη μείωση της βιομηχανικής κατανάλωσης. Τη σημαντικότερη αύξηση κατά τη δεκαετία 1987-1997 στην κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας σημειώνει ο Νομός Λακωνίας κατά 126%, η οποία οφείλεται κυρίως στην αύξηση της βιομηχανικής κατανάλωσης, ακολουθεί ο Νομός Κορινθίας, κατά 67%, ο Νομός Αργολίδας κατά 65% και τέλος ο Νομός Μεσσηνίας, όπου η κατανάλωση αυξήθηκε κατά 61%.

1.7.2. Υγεία

Συμφωνα με στοιχεία της **ΕΣΥΕ**, η υγεία και οι παρεχόμενες υγειονομικές υπηρεσίες αφενός αποτελούν σοβαρό δείκτη του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων μιας περιοχής, αφετέρου είναι μια από τις παραμέτρους, οι οποίες συμβάλουν και υποβοηθούν την ανάπτυξη υψηλών τουριστικών υπηρεσιών.

Η δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια νοσοκομειακή περίθαλψη στην Περιφέρεια στηρίζεται σε ένα εκτεταμένο δίκτυο νοσοκομείων, νομαρχιακής και περιφερειακής εμβέλειας, τα οποία καλύπτουν τόσο τις αστικές και ημιαστικές περιοχές όσο και τις αγροτικές περιοχές της Περιφέρειας. Η χωροταξική κατανομή τους κρίνεται ικανοποιητική και η δυναμικότητά τους σε γενικές κλίνες επαρκής, ιδιαίτερα μετά την ουσιαστική παρέμβαση από το ΠΕΠ 1994–1999 (ένα νέο νοσοκομείο και τρεις επεκτάσεις σε αντίστοιχα νομαρχιακά και περιφερειακά νοσοκομεία).

Αναφορικά με την κάλυψη αναγκών τριτοβάθμιας περίθαλψης ανά νομό, φαίνεται ότι με τις παρεμβάσεις του ΠΕΠ Πελοποννήσου και τη συμπληρωματική παρέμβαση του αντίστοιχου τομεακού Επιχειρησιακού Προγράμματος σε εξοπλισμό, καλύπτονται κατά σημαντικό βαθμό οι ανάγκες όλων των νομών και με οριακές ελλείψεις σε εξοπλισμό και υποδομές εξυπηρέτησης της λειτουργικότητας των υφιστάμενων νοσοκομειακών μονάδων.

Σημαντική για τη λειτουργική διαχείριση και αποδοτικότητα του συστήματος είναι η μεταρρύθμιση του Εθνικού Συστήματος Υγείας και η δημιουργία του ΠΕΣΥ Πελοποννήσου.

Όσον αφορά στις αγροτικές περιοχές της Περιφέρειας Πελοποννήσου, οι υπηρεσίες πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας παρέχονται από τα Κέντρα Υγείας και τα περιφερειακά τους ιατρεία. Το δίκτυο Κέντρων Υγείας και Περιφερειακών Ιατρείων των Νομών της Περιφέρειας άμβλυσε σημαντικά τις προϋπάρχουσες αδυναμίες και

σοβαρές ελλείψεις πρωτοβάθμιας περίθαλψης στην ύπαιθρο, παρά τις υπάρχουσες αδυναμίες σε τεχνολογία, εργαστηριακό εξοπλισμό και εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Τα Κέντρα Υγείας στην ύπαιθρο της Περιφέρειας ανέρχονται σε 8, ενώ τα Περιφερειακά τους ιατρεία φθάνουν στα 138. Αντίστοιχα ένας σημαντικός αριθμός Κέντρων Υγείας, αλλά και ένας μικρότερος αριθμός ιατρείων, χωροθετούνται σε ημιαστικές περιοχές της Περιφέρειας και εξυπηρετούν εν δυνάμει και κατοίκους αγροτικών περιοχών. Με αυτά τα δεδομένα, μπορεί να θεωρηθεί ότι στην Περιφέρεια Πελοποννήσου υφίστανται και λειτουργεί ένα δίκτυο περίθαλψης, το οποίο εξυπηρετεί σε ένα ικανοποιητικό βαθμό τις αντίστοιχες ανάγκες του πληθυσμού της υπαίθρου.

Από τα παραπάνω, τεκμαίρεται ότι οι υποδομές υγείας θεωρούνται οριακά επαρκείς για την εξυπηρέτηση των αναγκών τόσο των κατοίκων, όσο και των επισκεπτών, οι οποίοι επιφέρουν πρόσθετες φορτίσεις κυρίως κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου.

1.8. ΧΡΗΣΕΙΣ ΓΗΣ

Το μεγαλύτερο μέρος της έκτασης της Περιφέρειας καταλαμβάνουν οι βοσκότοποι με ποσοστό 45,8% της συνολικής έκτασης, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τη χώρα είναι 39,6%. Η γεωργική γη αποτελεί το 29,2% της έκτασης της Περιφέρειας, ποσοστό που κινείται κοντά στον εθνικό μέσο όρο, ο οποίος κυμαίνεται στο 29,9%. Τα δάση καταλαμβάνουν το 19,4% της συνολικής έκτασης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, έναντι 22,3% του συνόλου της χώρας. Οι άλλες χρήσεις, αντιπροσωπεύουν το 5,6% της συνολικής έκτασης και περιλαμβάνουν τις εκτάσεις που καταλαμβάνουν οι οικισμοί, οι πλατείες, οι δρόμοι και οι εκτάσεις που καλύπτονται από νερά.

Όσον αφορά, τέλος, στην κατανομή των χρήσεων γης ανά νομό, στους Νομούς Αργολίδας, Αρκαδίας και Λακωνίας κυριαρχούν οι βοσκότοποι, ενώ στους Νομούς Κορινθίας και Μεσσηνίας κυριαρχούν οι καλλιεργούμενες εκτάσεις.

Κτηνοτροφία – Βοσκότοποι

Ένα πολύ σημαντικό ποσοστό της έκτασης της Περιφέρειας καταλαμβάνεται από βοσκότοπους καθώς η κτηνοτροφία αποτελεί βασική απασχόληση των

κατοίκων. Ο Ν. Αρκαδίας παρουσιάζεται με μεγαλύτερα ποσοστά βοσκοτόπων από τους υπόλοιπους νομούς της Περιφέρειας. Οργανωμένες κτηνοτροφικές / πτηνοτροφικές μονάδες υπάρχουν στο Ν. Αργολίδας (7), στο Ν. Αρκαδίας (4), στο Ν. Λακωνίας (1) και στο Ν. Μεσσηνίας (2).

Δάση

Το 48,8% της έκτασης της περιφέρειας με βάση την πρώτη Εθνική Απογραφή Δασών², καλύπτεται από δάση τα οποία εντοπίζονται κυρίως στα δασικά συμπλέγματα του Ταΰγετου, του Μαινάλου και του Πάρνωνα και στην ορεινή Κορινθία. Κάποια από αυτά τα δάση (σε μικρή κλίμακα) είναι βιομηχανικά, όπου παράγονται διάφορα προϊόντα ξυλείας.

Υδατοκαλλιέργειες

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου λειτουργούν 39 μονάδες ιχθυοκαλλιέργειας. Μια μονάδα είναι εκτατικής μορφής (λιμνοθάλασσα της Γιάλοβας Μεσσηνίας), ενώ οι υπόλοιπες αφορούν στην εκτροφή ψαριών σε κλωβούς ποντισμένους σε θαλάσσιες περιοχές, συνήθως μικρών υπήνεμων κολπίσκων. Μεγαλύτερη συγκέντρωση μονάδων ιχθυοκαλλιέργειας παρατηρούνται στο Σαρωνικό και στον Αργολικό κόλπο, εκμεταλλεζόμενες την εγγύτητα με την Αθήνα. Ιδιαίτερη συγκέντρωση ιχθυοκαλλιεργειών παρατηρείται στο Τολό Αργολίδας με 11 μονάδες και στα Πηγαδάκια Αρκαδίας με 4 μονάδες.

Ορυκτός πλούτος

Στο Ν. Αρκαδίας υπάρχουν κοιτάσματα λιγνίτη τα οποία εκμεταλλεύεται η ΔΕΗ για την κάλυψη αναγκών λειτουργίας του ΑΗΣ Μεγαλόπολης. Κοιτάσματα λιγνίτη εντοπίζονται επίσης στην Κυπαρισσία και στην Αγ. Μαρίνα (όρια Ν. Μεσσηνίας και Ν. Ηλείας). Επίσης, σημαντικές ποσότητες λιγνίτη εντοπίζονται στην περιοχή της Κορώνης, όπου προς το παρόν δεν εκμεταλλεύονται και είναι ιδιοκτησία της ΛΑΡΚΟ. Εκτός από τα κοιτάσματα λιγνίτη στην Περιφέρεια, υπάρχουν ακόμα λατομεία μαρμάρου (τα γνωστά μάρμαρα Μυκηνών, Πάρνωνα και Μάνης) και πωρόλιθου. Πιο συγκεκριμένα, στο Ν. Αργολίδας υπάρχουν λατομεία σε 3 περιοχές, στο Ν. Αρκαδίας σε 9 περιοχές, στο Ν. Λακωνίας σε 4 περιοχές και στο Ν. Μεσσηνίας σε δύο περιοχές. Στο Ν. Κορινθίας δεν υπάρχουν λατομεία, εκτός των αδρανών υλικών. Σε όλους τους νομούς της Περιφέρειας έχουν καθοριστεί λατομικές περιοχές αδρανών

υλικών από το 1983. Παρ' όλα αυτά, μεμονωμένα λατομεία αδρανών υπάρχουν διάσπαρτα στην Περιφέρεια. Στην περιοχή Αχλαδίτσας και Θερμησίας υπάρχει μεταλλείο εξόρυξης σιδηρομεταλλεύματος, το οποίο πλέον δεν λειτουργεί.

Μεταποιητική δραστηριότητα

Όσον αφορά στον κλάδο της βιομηχανίας – βιοτεχνίας που συμπεριλαμβάνει μικρές μονάδες που εξυπηρετούν την τοπική αγορά, αυτές χωροθετούνται εντός των οικισμών ή στον εξωαστικό χώρο, κυρίως κατά μήκος των αξόνων. Στις παρυφές των αστικών κέντρων και στην εκτός σχεδίου περιοχή, συγκεντρώνονται βιομηχανικές μονάδες που αναπτύσσουν εμπορικές δραστηριότητες. Επίσης, κάποιες από τις μεγαλύτερες βιομηχανικές μονάδες είναι εγκατεστημένες στην Περιφέρεια όπως η Μότορ Οιλ Ελλάς (στο Νομό Κορινθίας) και ο Θερμοηλεκτρικός σταθμός Μεγαλόπολης (στο Νομό Αρκαδίας).

Τουρισμός – Αναψυχή

Συμφωνα με την "Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου" **Α. Κοτζαμποπουλος – Γ. Παυλάκης**, οι παραλιακές περιοχές των Νομών Αργολίδας, Κορινθίας και Μεσσηνίας είναι αυτές που συγκεντρώνουν τις περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες. Πιο συγκεκριμένα η παραλιακή ζώνη Τολό – Ερμιόνη συγκεντρώνει ένα πολύ σημαντικό αριθμό κλινών, η πλειονότητα των οποίων βρίσκεται σε καταλύματα Α και Β τάξης. Μαζί με το Ναύπλιο, που αποτελεί σημαντικό τουριστικό προορισμό σε συνδυασμό και με τους αρχαιολογικούς χώρους των Μυκηνών και της Επιδαύρου, δημιουργούν μια εκτεταμένη τουριστική ζώνη. Επίσης, η παραλιακή ζώνη του Ν. Κορινθίας αποτελεί παραθεριστικό τόπο των κατοίκων του Λεκανοπεδίου Αττικής, με την παράλληλη ανάπτυξη χρήσεων Β' κατοικίας. Σ' αυτή την περιοχή συναντάται μεγάλος αριθμός διαθέσιμων κλινών, ενώ σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της περιοχής διαδραματίζει το καζίνο του Λουτρακίου. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν χαρακτηριστεί ως τουριστικά κορεσμένες περιοχές από τον ΕΟΤ, με βάση το ΦΕΚ 797/Β/1986, το Νότιο και Ανατολικό παραλιακό τμήμα του Δήμου Κρανιδίου, το Πόρτο-Χέλι και το Τολό.

Επίσης, λόγω υπέρμετρης και άναρχης ανάπτυξης των τουριστικών δραστηριοτήτων στην περιοχή εκτός ορίων του ΓΠΣ Ναυπλίου, έχει καθοριστεί η συγκεκριμένη περιοχή ως ελέγχου τουριστικής ανάπτυξης.

Οικιστική χρήση

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου στα πλαίσια του προγράμματος Επιχείρηση Πολεοδομικής Ανασυγκρότησης (ΕΠΑ), έχουν εκπονηθεί και θεσμοθετηθεί μελέτες Γενικών Πολεοδομικών Σχεδίων (ΓΠΣ) αλλά και Πολεοδομικές Μελέτες. Στο Ν. Αργολίδας έχουν θεσμοθετηθεί 5 μελέτες ΓΠΣ συνολικής έκτασης 9.352 στρεμμάτων, στο Ν. Αρκαδίας 8 μελέτες συνολικής έκτασης 12.847 στρεμμάτων, στο Ν. Κορινθίας 5 μελέτες συνολικής έκτασης 12.318 στρεμμάτων, στο Ν. Λακωνίας 6 μελέτες συνολικής έκτασης 11.450 στρεμμάτων και στο Ν. Μεσσηνίας 4 μελέτες συνολικής έκτασης 9.619 στρεμμάτων. Παράλληλα, στην Περιφέρεια έχει θεσμοθετηθεί η δημιουργία παραθεριστικών οικισμών με βάση το **ΠΔ 93 ΦΕΚ 52/Α/87** περί οικοδομικών συνεταιρισμών.

Θεσμοθετημένες περιοχές

Θεσμοθετημένες χρήσεις γης μέσω **ΖΟΕ** υπάρχουν μόνο στην περιοχή Αγ. Θεοδώρων Κορινθίας. Ταυτόχρονα, εκκρεμεί η θέσπιση κάποιων άλλων σε όλη την Περιφέρεια.

Στη Περιφέρεια υπάρχουν δύο **ΒΙΠΕ**, της Τρίπολης και της Καλαμάτας. Η ΒΙΠΕ Τρίπολης καταλαμβάνει 1.620 στρέμματα και είναι χωροθετημένη ανατολικά της πόλης κοντά στην Εθνική οδό Αθήνας – Τρίπολης. Η ΒΙΠΕ Καλαμάτας απαρτίζεται από δύο τμήματα: της Σπερχόγειας, που καταλαμβάνει έκταση 248 στρεμμάτων και είναι χωροθετημένη στα δυτικά της πόλης στο δρόμο προς Μεσσήνη, και του Μελιγαλά που χωροθετείται νοτιοανατολικά του οικισμού. Η ΕΤΒΑ έχει επιλέξει κάποιες θέσεις στη Περιφέρεια για τη δημιουργία ΒΙΠΕ αλλά δεν έχει προχωρήσει η θεσμοθέτησή τους. Στην είσοδο της Καλαμάτας υπάρχει το μοναδικό ΒΙΟΠΑ της Περιφέρειας, το οποίο έχει έκταση 52 στρέμματα. Τέλος, ο ΕΟΤ έχει εγκρίνει τη δημιουργία Περιοχής Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ) στο Ν. Μεσσηνίας.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Όπως φαίνεται από τα παραπάνω, η μεταποίηση διαδραματίζει πρωταρχικό ρόλο στη διαμόρφωση του προϊόντος του δευτερογενή τομέα για όλους τους Νομούς, ενώ η παρουσία της φαίνεται να ισχυροποιείται κατά την τελευταία δεκαετία. Εξαίρεση αποτελεί ο Νομός Αρκαδίας, όπου διαχρονικά ισχυροποιείται η συμμετοχή

του κλάδου της ενέργειας (λόγω της ύπαρξης των μονάδων παραγωγής ενέργειας από τη ΔΕΗ), ο οποίος παράγει το 40% του προϊόντος του δευτερογενή τομέα του Νομού, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία καταγραφής του ΑΕΠ για το έτος 2001.

Από την ανάλυση που προηγήθηκε διαπιστώνεται ότι, γενικά σημειώνεται αύξηση της απασχόλησης στον τριτογενή και μείωση στους άλλους δύο παραγωγικούς τομείς της οικονομίας. Ειδικότερα, αύξηση σημειώνεται στους περισσότερους κλάδους του τριτογενή τόσο στους παραδοσιακούς όπως οι «λοιπές υπηρεσίες», όσο και σε έναν κλάδο εφαρμογής νέων τεχνολογιών και παραγωγής νέων προϊόντων, τον κλάδο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, ο οποίος καταγράφει και τη μεγαλύτερη αύξηση. Αύξηση σημειώνεται επίσης στον κλάδο των κατασκευών, τον μοναδικό από τους κλάδους του δευτερογενή τομέα που σημειώνει αύξηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ

2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο μέρος αυτό της μελέτης γίνεται αναφορά στους υφιστάμενους τουριστικούς πόρους, τόσο σε συνολικό επίπεδο Περιφέρειας, όσο και ανά Νομό.

2.2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

2.2.1. ΚΛΙΜΑ

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου μπορεί να διαιρεθεί σε τρία μέρη με κοινά κλιματολογικά χαρακτηριστικά: α) στο δυτικό, με θαλάσσιο μεσογειακό τύπο, όπου οι βροχές είναι πολύ περισσότερες και οι χειμώνες θερμότεροι, β) στο ανατολικό, με χερσαίο μεσογειακό τύπο με πλούσια ηλιοφάνεια αλλά σχετικά ξηρό κλίμα και φτωχό σε ρέοντα ύδατα και γ) στην ορεινή συγκροτημάτων με ορεινό κλίμα, όπου ο χειμώνας είναι δριμύς με παγετούς και άφθονα χιόνια. Πέρα από αυτή την πολύ γενική διάκριση η Περιφέρεια Πελοποννήσου παρουσιάζει μεγάλη κλιματική ποικιλία.

2.2.2. ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

Συμφωνα με στοιχεία της **ΕΣΥΕ**, ο βαθμός προσπελασιμότητας της Περιφέρειας Πελοποννήσου, όπως είναι αναμενόμενο διαφέρει, και μάλιστα σημαντικά, ανάλογα με το Νομό και τις επιμέρους περιοχές του. Η μορφολογία του εδάφους με τον έντονα ορεινό και ημιορεινό χαρακτήρα δημιουργεί κατά κύριο λόγο τις διαφοροποιήσεις στο βαθμό προσπελασιμότητας τόσο μεταξύ των Νομών όσο και μεταξύ των επιμέρους περιοχών τους. Κατατάσσοντας τους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανάλογα με την ευκολία πρόσβασης, ο Ν. Κορινθίας είναι ο πιο εύκολα προσβάσιμος Νομός. Ακολουθούν ο Ν. Αργολίδας και ο Ν. Αρκαδίας. Τέλος οι Νομοί με τη μεγαλύτερη δυσκολία πρόσβασης είναι ο Ν. Μεσσηνίας και Ν. Λακωνίας. Μεταξύ των επιμέρους περιοχών των Νομών οι διαφοροποιήσεις στην προσπελασιμότητα εστιάζονται κυρίως στις ορεινές και νότιες περιοχές. Η δυσκολία πρόσβασης σε ορισμένες περιοχές εντείνεται και από την ελλειπή διασύνδεση τους, είτε με τα αστικά κέντρα της Περιφέρειας, είτε μεταξύ τους.

2.2.3. ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Τα αστικά κέντρα της Περιφέρειας Πελοποννήσου είναι οι πέντε έδρες των Νομών Τρίπολη, Ναύπλιο, Κόρινθος, Σπάρτη και Καλαμάτα καθώς και το Άργος με το Λουτράκι. Γενικά, οι λειτουργίες των αστικών κέντρων αφορούν σε διοικητικές, οικονομικές, πολιτισμικές και κοινωνικές, σε συμπληρωματικές όπως αναψυχής και άλλες που αναπτύσσονται, είτε στον πολεοδομικό ιστό, είτε στον περιβάλλοντα χώρο. Μεταξύ των αστικών κέντρων υπάρχουν διαφοροποιήσεις όσον αφορά στο μέγεθος, στο επίπεδο των εξυπηρετήσεων, στην ακτίνα επιρροής και στην παραγωγική εξειδίκευση τους.

Τα αστικά κέντρα με παραγωγική κατεύθυνση προς τον τουρισμό είναι το Ναύπλιο, η Σπάρτη, η Καλαμάτα και το Λουτράκι. Στο Ναύπλιο και στο Λουτράκι ο τουρισμός αποτελεί κυρίαρχη οικονομική δραστηριότητα, ενώ στην Καλαμάτα και στη Σπάρτη, είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη δίχως όμως να είναι η μοναδική κυρίαρχη. Τα αστικά κέντρα της Περιφέρειας, διαθέτουν αξιόλογους πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους με αποτέλεσμα να αποτελούν ισχυρό πόλο έλξης επισκεπτών.

Η Καλαμάτα είναι ισχυρό αστικό κέντρο με αυξημένη επιρροή και διασυνδέσεις τόσο με την Περιφέρεια Πελοποννήσου, όσο και με άλλες περιοχές της χώρας. Διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές σε συνδυασμό με πλούσιο πολιτιστικό υπόβαθρο και πλήθος φυσικών πόρων στην ευρύτερη περιοχή με αποτέλεσμα να αποτελεί σημείο εξόρμησης του Ν. Μεσσηνίας.

Η Σπάρτη μικρής εμβέλειας αστικό κέντρο, βρίσκεται σε κομβικό σημείο για περιήγηση στα αξιόλογα μνημεία της βυζαντινής και μεταβυζαντινής περιόδου του Νομού.

2.2.4. ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

Ακτές

Συμφωνα με τη "Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου" **Α. Κοτζαμποπουλος – Γ. Παυλάκης**, το συνολικό μήκος της ακτογραμμής της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανέρχεται σε 1.200 χλμ. ενώ όλοι οι Νομοί της έχουν πρόσβαση στη θάλασσα. Το μεγαλύτερο μήκος ακτογραμμής έχει ο Ν. Μεσσηνίας, ενώ το μικρότερο ο Ν. Αρκαδίας. Ένα μεγάλο τμήμα της ακτογραμμής

της Περιφέρειας είναι δυσπρόσιτο και απότομο με αποτέλεσμα η δυνατότητα κολύμβησης σε αυτό το τμήμα είναι πολύ περιορισμένη.

Γενικά παρατηρείται ότι, κατά μήκος των μεγάλων κόλπων διαμορφώνονται εκτεταμένες και ήπιας μορφολογίας παραλίες, ενώ κατά μήκος των χερσονήσων οι ακτές είναι απότομες.

Το μήκος των ακτών που προσφέρεται για κολύμβηση, στο σύνολο της Περιφέρειας φθάνει τα 333,7 χλμ. ήτοι το 27,8% του συνολικού μήκους της ακτογραμμής της. Από τους Νομούς της Περιφέρειας το μικρότερο μήκος κατάλληλων ακτών για κολύμβηση έναντι του συνολικού μήκους ακτογραμμής κατέχει ο Ν. Λακωνίας.

Το μεγαλύτερο μήκος των ακτών, το οποίο φθάνει στα 145 χλμ., περιλαμβάνει ακτές που χαρακτηρίζονται ως πολύ καλές, ενώ το δεύτερο μεγαλύτερο μήκος κατέχουν εκείνες, που χαρακτηρίζονται ως άριστες ακτές, με μήκος 128 χλμ. Ως εκ τούτου, η πλειονότητα των ακτών είναι ιδανική για κολύμβηση. Το πλεονέκτημα αυτό είναι ιδανικά αξιοποιήσιμο για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που σχετίζονται με το θαλάσσιο τουρισμό. Ήδη μεγάλο μέρος της τουριστικής ανάπτυξης στηρίχτηκε στην ύπαρξη αυτού του συγκεκριμένου και μόνο φυσικού πόρου.

Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν θεσμοθετηθεί 15 περιοχές ως τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Οι περιοχές αυτές έχουν μεγάλη αισθητική αξία, ενώ προσφέρονται για αναψυχή και ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων, με ταυτόχρονη όμως, ανάγκη προστασίας τους. Οι περιοχές αυτές μπορεί να είναι, είτε ένα μεμονωμένο φυσικό τοπίο, όπως το Ηραίο Περαχώρας, είτε ένα ολοκληρωμένο φυσικό σύνολο, όπως το όρος του Ταΰγετου, είτε τέλος ένα τοπίο που περιλαμβάνει και οικιστικά σύνολα, όπως η περιοχή της Καρδαμύλης της Μεσσηνιακής Μάνης. Τα τοπία αυτά συνθέτουν την εικόνα του φυσικού τοπίου της Περιφέρειας, προσδίδοντας της έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα, ο οποίος αυξάνει την ελκυστικότητά της.

Διατηρητέα Μνημεία Φύσης

Ως διατηρητέα μνημεία φύσης στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν κηρυχτεί κυρίως μεμονωμένα δένδρα ή συστάδες δένδρων. Τα 14 μνημεία φύσης της Περιφέρειας Πελοποννήσου έχουν εξ' ορισμού ιδιαίτερη παλαιοντολογική, γεωμορφολογική και ιστορική αξία. Το καθεστώς προστασίας τους είναι το ίδιο με

τους πυρήνες των Εθνικών Δρυμών. Η συμβολή τους στη διαμόρφωση της εικόνας του φυσικού τοπίου της Περιφέρειας είναι σχετικά μικρή, καθώς πρόκειται κυρίως, για μικρής έκτασης μνημεία φύσης.

Βιότοποι CORINE

Σύμφωνα με την απογραφή των βιοτόπων CORINE, (**ΕΣΥΕ**), την περίοδο 1985-1990, στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν καταμετρηθεί 42 βιότοποι αυτού του είδους. Οι περιοχές αυτές είναι σημαντικές για τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, ενώ ταυτόχρονα συνθέτουν τους φυσικούς πόλους έλξης επισκεπτών στην Περιφέρεια. Μεγάλος αριθμός αυτών των βιοτόπων είναι επισκέψιμος και ήδη εντάσσεται σε δίκτυα περιήγησης περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος.

Υγροβιότοποι

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν καταμετρηθεί συνολικά 32 υγρότοποι. Μεταξύ αυτών, δεν περιλαμβάνεται κανένας υγρότοπος διεθνούς σημασίας Ramsar, οπότε δεν τελούν υπό καθεστώς ειδικής προστασίας. Η σημασία τους δεν έγκειται μόνο στη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και στη διαφύλαξη των φυσικών πόρων, αλλά και στη διαμόρφωση της εικόνας του φυσικού πλούτου της Περιφέρειας. Το πλούσιο φυσικό περιβάλλον της Περιφέρειας συντελεί στην αύξηση της ελκυστικότητάς της ως τόπος προορισμού, ιδιαίτερα για δραστηριότητες που συνδέονται με νέες μορφές τουρισμού.

Περιοχές Natura 2000

Οι περιοχές Natura 2000 αποτελούν ένα δίκτυο ειδικών ζωνών διατήρησης που τελούν υπό ειδικό καθεστώς προστασίας σύμφωνα με την οδηγία **92/43/EEC**. Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν ενταχθεί σε αυτό το δίκτυο 26 περιοχές. Μεταξύ των περιοχών αυτών υπάρχουν διαβαθμίσεις ως προς τη σημαντικότητά τους και κατανέμονται σε αντίστοιχες κατηγορίες. Οι περιοχές αυτές πέρα από τη σημασία που έχουν για τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, αποτελούν σημαντικό απόθεμα και για τη διατήρηση των φυσικών πόλων έλξης της Περιφέρειας. Η αξιοποίηση των περιοχών αυτών, μέσω της ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων, γίνεται πάντα με γνώμονα την προστασία τους. Σε μερικές περιπτώσεις η δυνατότητα ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων είναι

περιορισμένη ή ακόμη και απαγορευτική. Η ανάπτυξη όμως, δραστηριοτήτων ήπιων μορφών τουρισμού με εκπαιδευτικό ή φυσιολατρικό χαρακτήρα είναι δόκιμες και στο πλαίσιο της προστασίας των περιοχών αυτών.

Καταφύγια θηραμάτων

Οι περιοχές που αποτελούν καταφύγια θηραμάτων έχουν οριστεί από το Υπουργείο Γεωργίας για την προστασία της άγριας πανίδας. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τον έντονα ορεινό χαρακτήρα και το πλούσιο φυσικό περιβάλλον διαθέτει αρκετές τέτοιες περιοχές. Στις περιοχές αυτές δεν επιτρέπεται το κυνήγι, οπότε δεν είναι αξιοποιήσιμες από αυτήν την πλευρά, αλλά όσες είναι επισκέψιμες μπορούν να ενταχθούν σε δίκτυα φυσιολατρικών περιηγήσεων. Μερικές από τις σημαντικότερες περιοχές είναι οι ορεινές περιοχές στη Β. Κυνουρία, το όρος Μαίναλο, η λίμνη Τάκα, η λίμνη Στυμφαλία, το όρος Ταΰγετος το νησί Σαπιέντζα και η λιμνοθάλασσα της Γιάλοβας.

2.2.5. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

Παραδοσιακοί Οικισμοί

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με την πλούσια ιστορική της παράδοση περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό θεσμοθετημένων παραδοσιακών οικισμών, είτε από το Υπουργείο Πολιτισμού, είτε από το ΥΠΕΧΩΔΕ. Οι παραδοσιακοί οικισμοί αποτελούν την αρχιτεκτονική κληρονομιά της Περιφέρειας Πελοποννήσου και έναν από τους αξιολογότερους πολιτιστικούς πόρους της Περιφέρειας, με σημασία και εμβέλεια που υπερβαίνει τα ελληνικά σύνορα. Σε πολλές περιπτώσεις οι παραδοσιακοί οικισμοί αποτέλεσαν τη βάση ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού τα τελευταία χρόνια. Από άποψη χωροθέτησης, η μεγαλύτερη συγκέντρωση θεσμοθετημένων παραδοσιακών οικισμών παρατηρείται στη Λακωνική Μάνη. Ακολουθεί περιοχή της ορεινής Γορτυνίας στην Αρκαδία και η Μεσσηνιακή Μάνη. Μικρότερες συγκεντρώσεις ή ακόμη και μεμονωμένοι διάσπαρτοι παραδοσιακοί οικισμοί υπάρχουν σε πολλά σημεία σε όλη την έκταση της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Αρχαιολογικοί Χώροι

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου βρίσκονται ορισμένα από τα σημαντικότερα μνημεία του ελληνικού πολιτισμού των αρχαίων χρόνων, με παγκόσμια εμβέλεια και εξέχουσα πολιτιστική αξία.

Τα σημαντικότερα απ' αυτά σε πολιτιστική αξία και μέγεθος είναι της Αρχαίας Επιδαύρου, των Μυκηνών, της Αρχαίας Κορίνθου, της Αρχαίας Μεσσήνης, της Αρχαίας Τίρυνθας καθώς, και αρκετά άλλα. Ο συνολικός αριθμός των αρχαιολογικών χώρων της Περιφέρειας ανέρχεται στους 60 περίπου. Στα μνημεία αυτά έχουν γίνει έργα αναστήλωσης και ανάδειξης αλλά, λόγω της μεγάλης κλίμακας δεν έχουν ολοκληρωθεί σε όλους τους αρχαιολογικούς χώρους. Η αξιοποίηση του πολιτιστικού πλούτου της Περιφέρειας είναι αναπόσπαστο στοιχείο του ήδη αναπτυξιακού μοντέλου του τουρισμού της Πελοποννήσου. Οι αρχαιολογικοί χώροι της Περιφέρειας συνιστούν τα σημαντικότερα πολιτιστικά δίκτυα της χώρας και αποτελούν πόλο έλξης επισκεπτών όχι μόνο από την Ελλάδα, αλλά και από χώρες του εξωτερικού.

Μουσεία

Από τις ανασκαφές στους αρχαιολογικούς χώρους της Περιφέρειας Πελοποννήσου έχει βρεθεί ένα μεγάλο πλήθος ευρημάτων, από όλες τις ιστορικές περιόδους της αρχαιότητας με ιδιαίτερη αξία. Το πλήθος των αρχαιολογικών ευρημάτων είναι τόσο μεγάλο, που ένα μεγάλο μέρος φυλάσσεται σε μουσεία δίχως να υπάρχει η δυνατότητα έκθεσής τους. Εκτός από τα αρχαιολογικά ευρήματα υπάρχουν σημαντικά ευρήματα και από άλλες, μεταγενέστερες ιστορικές περιόδους. Ο συνολικός αριθμός μουσείων στην Περιφέρεια φθάνει στα είκοσι (20). Σε αυτά περιλαμβάνονται αρχαιολογικά, βυζαντινά, λαογραφικά και θεματικά μουσεία και συλλογές. Σε όλους τους Νομούς υπάρχουν αρχαιολογικά και λαογραφικά μουσεία ενώ βυζαντινά υπάρχουν στο Ν. Αρκαδίας, Ν. Λακωνίας και Ν. Μεσσηνίας. Εκτός από τα παραπάνω μουσεία υπάρχουν αξιόλογα θεματικά μουσεία όπως της Υδροκίνησης στη Δημητσάνα και του Σιδηροδρόμου στην Καλαμάτα. Τα μουσεία εμπλουτίζουν τους πολιτιστικούς πόρους και αυξάνουν την ελκυστικότητα της Περιφέρειας, καθώς συντελούν σε μια πιο ολοκληρωμένη και εμπειριστατωμένη γνώση της ιστορίας της περιοχής.

Τοπικές Εκδηλώσεις – Εορτές

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου λαμβάνουν χώρα μερικές από τις πιο αξιόλογες πολιτιστικές εκδηλώσεις της χώρας, με διεθνή ακτινοβολία. Πολλές από τις πολιτιστικές εκδηλώσεις είναι καθιερωμένες για πολλά χρόνια στις προτιμήσεις του ελληνικού και ξένου φιλότεχνου κοινού. Αξίζει να αναφερθεί ότι πολιτιστικές εκδηλώσεις συγκεντρώνουν διεθνές ενδιαφέρον με συμμετοχές και από χώρες του εξωτερικού.

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις γίνονται συνήθως στο πλαίσιο «Φεστιβάλ» κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Είναι γεγονός ότι την περίοδο του χειμώνα η συχνότητα των πολιτιστικών εκδηλώσεων είναι κατά πολύ μειωμένη.

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτελούν ζωντανό πολιτιστικό στοιχείο, το οποίο είναι σε θέση να εμπλουτίσει και διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν. Με αυτόν τον στόχο, τα τελευταία χρόνια έχει ξεκινήσει μια σημαντική προσπάθεια για την διοργάνωση ακόμη περισσότερων πολιτιστικών εκδηλώσεων, καθώς επίσης και σημαντική προσπάθεια για την προβολή τους.

Δίκτυα Πόλεων

Η συμμετοχή των Νομών της Περιφέρειας Πελοποννήσου σε δίκτυα συνεργασίας μεταξύ πόλεων διαφόρων χωρών είναι περιορισμένη, παρόλο που είναι ένας θεσμός που προωθείται και αναπτύσσεται σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Συνολικά μετέχουν πέντε πόλεις, το Άργος, η Τρίπολη, η Καλαμάτα και η Χώρα Μεσσηνίας.

Περισσότερο αυξημένη είναι η συμμετοχή των πόλεων της Περιφέρειας Πελοποννήσου σε μια άλλη μορφή συνεργασίας και ανταλλαγής σε πολιτιστικό επίπεδο, των «αδελφοποιήσεων». Σε αυτής της μορφής τη συνεργασία συμμετέχουν 16 πόλεις της Περιφέρειας.

2.2.6. ΕΙΔΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

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

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχει προγραμματιστεί η υλοποίηση του ενός από τα δύο πιλοτικά έργα διαφοροποίησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Προβλέπεται δηλαδή, η δημιουργία μια Περιοχής Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ) στο Ν. Μεσσηνίας. Η αυτή πράξη συνίσταται στην προγραμματισμένη δημιουργία ενός νέου ποιοτικού και προσανατολισμένου σε

ειδικές μορφές τουριστικού προορισμού, που θα αποτελεί από μόνος του μια νέα τοπική αγορά υψηλής στάθμης.

Η επιλογή της περιοχής για τη δημιουργία της ΠΟΤΑ στηρίχτηκε στην ύπαρξη των αξιόλογων φυσικών, πολιτιστικών και ανθρωπίνων πόρων της ευρύτερης περιοχής του Ν. Μεσσηνίας.

Χιονοδρομικά Κέντρα

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

Ορεινές διαδρομές

Η γεωμορφολογία της Περιφέρειας Πελοποννήσου, με τον έντονα ορεινό χαρακτήρα, ενδείκνυται για περιηγητικές και ορειβατικές διαδρομές. Πολλές από τις ορεινές διαδρομές περιλαμβάνουν και στοιχεία πολιτιστικού χαρακτήρα, με αποτέλεσμα να παρουσιάζουν αυξημένο ενδιαφέρον. Η συστηματική και κατάλληλη ανάπτυξη των υποδομών ορεινού τουρισμού θα συντελέσει στη διάχυση του τουριστικού ρεύματος από τις παράλιες περιοχές προς την ενδοχώρα με συνέπεια μια ισορροπημένη τουριστική ανάπτυξη, η οποία δεν θα δημιουργεί πιέσεις σε μεμονωμένες περιοχές.

Rafting και Kayak

Μεταξύ των νέων δραστηριοτήτων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και συνδυάζουν την άθληση με την επαφή με τη φύση, είναι οι διαδρομές Rafting και Kayak. Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου μόνο στο Ν. Αρκαδίας οργανώνονται διαδρομές Rafting και Kayak, στους ποταμούς Λούσιο και Αλφειό, οι οποίες συγκεντρώνουν κόσμο από διάφορα μέρη της Ελλάδας.

Ιαματικές Πηγές

Οργανωμένες υποδομές ιαματικού τουρισμού υπάρχουν μόνο στο Λουτράκι του Ν. Κορινθίας. Ιαματικές πηγές υπάρχουν και σε άλλες περιοχές της Περιφέρειας Πελοποννήσου αλλά δεν είναι ούτε διαδεδομένες αλλά ούτε και οργανωμένες κατάλληλα. Οι εγκαταστάσεις ιαματικού τουρισμού στο Λουτράκι είναι πολύ

διαδεδομένες και είναι ένας από τους λόγους που βοήθησαν στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Μαρίνες – τουριστικά αγκυροβόλια

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου υπάρχουν λιμενικές εγκαταστάσεις υποδοχής και σταθμοί ανεφοδιασμού για ιδιωτικά σκάφη αναψυχής. Αυτού του είδους οι υποδομές εντοπίζονται σε όλους τους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Δεν παρέχουν όμως όλες το ίδιο επίπεδο εξυπηρητήσεων. Υπάρχει επομένως, η ανάγκη αναβάθμισης τους και σε ορισμένες περιπτώσεις και η δημιουργία νέων, όπως άλλωστε προβλέπεται και από την αντίστοιχη μελέτη για λογαριασμό του Υπουργείου Ανάπτυξης.

Περιοχές Καταδύσεων

Μια αναδυόμενη δραστηριότητα, τα τελευταία χρόνια κατά τη διάρκεια των διακοπών, είναι η ελεύθερη κατάδυση. Ο φυσικός θαλάσσιος πλούτος της Περιφέρειας Πελοποννήσου μπορεί να καλύψει δραστηριότητες αυτού του είδους καθώς υπάρχουν οι κατάλληλες περιοχές σε όλους τους Νομούς, όπου είναι δυνατή η ελεύθερη κατάδυση. Επιπλέον, με απόφαση της Εφορείας Ενάλιων Αρχαιοτήτων έχουν αποδεσμευτεί και άλλες περιοχές όπου επιτρέπεται η ελεύθερη κατάδυση, όπως στο ακρωτήριο Στενό Αργολίδας, στον όρμο Μεγ. Μυλοκοπής Κορινθίας, στον κόλπο Επιδαύρου Λιμηράς, στον κόλπο της Καλαμάτας και στις βραχονησίδες Πετροκάραβο και Αυγό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι οικονομολόγοι ορίζουν την **τουριστική ζήτηση** σαν το σύνολο των τουριστικών αγαθών ή υπηρεσιών που θέλουν και μπορούν να αγοράσουν οι άνθρωποι σε κάθε τιμή τους, που διαμορφώνεται στην **τουριστική αγορά** σε **ορισμένο τουριστικό προορισμό** και **χρόνο**. (Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, "ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ", Τόμος Β'). Παρακάτω αναλύονται τα τουριστικά αγαθά ανά νομό της Περιφέρειας Πελοποννήσου σύμφωνα με στοιχεία που μας δόθηκαν από τον ΕΟΤ.

3.2. ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ

3.2.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Καταλύματα στο Νομό Αργολίδας

Η τουριστική προσφορά του Νομού Αργολίδας, όπως εκφράζεται από τον αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων, ενοικιαζόμενων δωματίων και camping και των αντίστοιχων κλινών (**ΕΣΥΕ**), αποτελεί σημαντικό τμήμα της συνολικής τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Παρά το γεγονός όμως της αύξησης των ξενοδοχειακών μονάδων και κλινών, η συμμετοχή του Νομού Αργολίδας στο ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας διαχρονικά μειώνεται, καθώς οι ρυθμοί με τους οποίους αυξάνεται ο αριθμός των μονάδων και κλινών της Περιφέρειας είναι υψηλότεροι από αυτούς του Νομού. Έτσι, ενώ η συμμετοχή των κλινών του Νομού στην Περιφέρεια το 1990 διαμορφωνόταν στο 31%, το 1999 είχε μειωθεί κατά τρεις (3) ποσοστιαίες μονάδες, φθάνοντας το 28%.

Η πλειονότητα των μονάδων και κλινών, ήτοι 79 μονάδες και 4.068 κλίνες, που αντιστοιχούν στο 53% των συνολικών μονάδων και στο 32% των συνολικών κλινών του Νομού για το 2001, είναι Γ΄ τάξης. Η αύξηση που έχει σημειωθεί στον αριθμό των μονάδων και κλινών του Νομού στη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας οφείλεται κατά πολύ μεγάλο βαθμό στην αύξηση των μονάδων της συγκεκριμένης τάξης. Οι μονάδες Β΄ τάξης ανέρχονται σε 21 και ο αριθμός των κλινών τους στις 4.613, συμμετέχοντας κατά 35% στο συνολικό αριθμό κλινών του Νομού. Η μέση

δυναμικότητα των μονάδων Β΄ τάξης είναι σαφώς πολύ μεγαλύτερη από τη μέση δυναμικότητα των μονάδων Γ΄ τάξης, αφού οι μεν ξενοδοχειακές μονάδες Β΄ τάξης έχουν μέση δυναμικότητα 219 κλίνες, ενώ οι ξενοδοχειακές μονάδες Γ΄ τάξης έχουν μέση δυναμικότητα 55 κλίνες.

Οι μονάδες Α΄ τάξης στο Νομό ανέρχονται σε 15 και ο αριθμός των κλινών τους σε 3.138, αντιπροσωπεύοντας το 25% των συνολικών ξενοδοχειακών κλινών του Νομού. Η σημαντική συμμετοχή μιας τέτοιας υψηλής τάξης ξενοδοχειακών μονάδων και κλινών υποδηλώνει τη σχετικά υψηλή ποιότητα του τουριστικού προϊόντος του Νομού, όσον αφορά στο θέμα της προσφοράς, σε σύγκριση με το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας. Η ποιότητα του τουριστικού προϊόντος από τις υψηλές τάξεις ξενοδοχειακών καταλυμάτων του Νομού ενισχύεται με δύο από τις τέσσερις συνολικά μονάδες πολυτελείας της Περιφέρειας. Τέλος, το ξενοδοχειακό δυναμικό του Νομού Αργολίδας συμπληρώνεται από 24 μονάδες Δ΄ τάξης και 8 μονάδες Ε΄ τάξης, οι οποίες συγκεντρώνουν 644 κλίνες που αντιστοιχούν στο 5% των συνολικών κλινών του Νομού.³

Η υποδομή σε κλίνες του Νομού Αργολίδας ενισχύεται από την ισχυρή παρουσία των ενοικιαζόμενων δωματίων, ο αριθμός των οποίων, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του ΕΟΤ, ανέρχεται σε 4.397. Επίσης, σημαντική είναι η παρουσία των camping, η τουριστική κίνηση στα οποία φαίνεται να ισχυροποιείται, κυρίως τα τελευταία χρόνια.

Το προφίλ της τουριστικής προσφοράς του Νομού, όπως προκύπτει από τη διαχρονική εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού, χαρακτηρίζεται μεν από την κυριαρχία των μονάδων / κλινών σχετικά χαμηλής τάξης, στην προκειμένη περίπτωση της Γ΄, αλλά και από την ύπαρξη και σημαντική συμμετοχή μονάδων υψηλών τάξεων. Η παράλληλη ύπαρξη δε ενός σημαντικού αριθμού κλινών σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την προσέλκυση τουριστών διαφόρων εισοδηματικών επιπέδων.

Χαρακτηριστικό της τουριστικής προσφοράς του Ναυπλίου είναι ότι στην πόλη βρίσκονται οι μοναδικές 2 μονάδες πολυτελείας του Νομού, με 210 κλίνες. Εκτός από τις ξενοδοχειακές κλίνες, η τουριστική προσφορά του Ναυπλίου συμπληρώνεται από 402 κλίνες σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, προσφορά που αντιστοιχεί στο 9% των αντίστοιχων κλινών του Νομού.

³ Η απεικόνιση των camping στο σχετικό χάρτη στηρίζεται στα τελευταία διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία ζήτησης της ΕΣΥΕ (αφίξεις- διανυκτερεύσεις για το έτος 1999)

Το προφίλ της τουριστικής προσφοράς του Νομού συμπληρώνεται από την παρουσία camping. Ισχυρότερη είναι η παρουσία τους στην περιοχή του Δρέπανου-Τολού-Ασίνης, στο Πορτοχέλι, στην Παλαιά Επίδαυρο, στις Μυκήνες, και στα Λευκάκια

B´ Κατοικία

Ένας παράγοντας που επηρεάζει το τουριστικό προφίλ του Νομού Αργολίδας είναι η παραθεριστική κατοικία. Στην περιοχή έχουν δημιουργηθεί εγκεκριμένοι παραθεριστικοί οικισμοί στο Πορτοχέλι, στη Θερμησία και στην Ερμιόνη, ενώ υπάρχουν οικοδομικοί συνεταιρισμοί που ενεργοποιούνται στη δημιουργία παραθεριστικής κατοικίας, οι οποίοι εκκρεμούν ή βρίσκονται στη διαδικασία έγκρισης.

Το χαρακτηριστικό του Νομού, όσον αφορά στη Β´ κατοικία είναι ότι εμφανίζει έντονα ανισόρροπη ανάπτυξη παραθεριστικής κατοικίας στην παραλιακή ζώνη, ενώ οι ορεινές περιοχές του εμφανίζουν τάσεις εγκατάλειψης. Από την υπάρχουσα παραθεριστική κατοικία, ένα πολύ σημαντικό ποσοστό καλύπτει εκτός σχεδίου περιοχές, είτε με νόμιμη, είτε με αυθαίρετη δόμηση. Τέτοιες περιοχές, εντατικής ανάπτυξης παραθεριστικής κατοικίας, εντοπίζονται στην Παλαιά και Νέα Επίδαυρο, στην Πλάκα Ασίνης και στο Δρέπανο, στην Παραλία Ιρίων, στην Παραλία Κάντιας, στο Ποδάρι Ερμιόνης, στον Κάμπο Κρανιδίου, στον Άγιο Αιμιλιανό, στη Νέα Κίο, στους Μύλους και στο Κυβέρι, καθώς και στη Βερβερόντα.

3.2.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ

α) Αφίξεις-Διανυκτερεύσεις

Ο Νομός Αργολίδας συμμετέχει δυναμικά στην τουριστική κίνηση της Περιφέρειας Πελοποννήσου, όπως αυτή αποτυπώνεται στον αριθμό αφίξεων και διανυκτερεύσεων κατά τη διάρκεια της περιόδου 1990-1999. Το 1999, οι αφίξεις του Νομού Αργολίδας αποτελούν το 29% σχεδόν των αφίξεων της Περιφέρειας, ενώ οι διανυκτερεύσεις το 27% του αντίστοιχου μεγέθους της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Στις αρχές της δεκαετίας του '90, η συμμετοχή του Νομού Αργολίδας στην τουριστική κίνηση της Περιφέρειας ήταν πολύ πιο έντονη, καθώς συμμετείχε κατά 44% στις αφίξεις και κατά 45% στις διανυκτερεύσεις της Περιφέρειας. Έκτοτε, η πορεία που διαγράφει η τουριστική κίνηση στο Νομό είναι φθίνουσα, ιδιαίτερα από το 1995 ως το 1999, όπου η μείωση στην τουριστική κίνηση φθάνει το 24% για τις

αφίξεις και το 34% για τις διανυκτερεύσεις. Στο σύνολο δε της περιόδου 1990- 1999, η τουριστική κίνηση του Νομού υπέστη ισχυρά πλήγματα, με τις διανυκτερεύσεις να μειώνονται κατά το ήμισυ και τις αφίξεις να υφίστανται μείωση που υπερβαίνει το 1/3.

Η πλειονότητα των τουριστών που επισκέπτονται το Νομό Αργολίδας είναι αλλοδαποί. Η συγκέντρωση ημεδαπών τουριστών, όπως καταγράφεται στατιστικά, πρέπει να θεωρηθεί υποεκτιμημένη, καθώς το στατιστικό σύστημα της ΕΣΥΕ δεν καταγράφει την τουριστική κίνηση στα ενοικιαζόμενα δωμάτια, η ισχυρή παρουσία των οποίων στο Νομό, δύναται να επηρεάσει σημαντικά την κατανομή της τουριστικής αγοράς υπέρ των ημεδαπών.

Η μείωση της τουριστικής κίνησης που σημειώθηκε στο Νομό προέρχεται κυρίως από τη μείωση των αλλοδαπών επισκεπτών, οι διανυκτερεύσεις των οποίων το 1999 είναι κατά 60% περίπου λιγότερες σε σχέση με την αρχή της δεκαετίας του '90. Μείωση σημειώθηκε και στην τουριστική κίνηση των Ελλήνων, φαίνεται όμως ότι ο Νομός κατόρθωσε να συγκρατήσει τους Έλληνες τουρίστες περισσότερο από ότι τους αλλοδαπούς.

Η προέλευση των τουριστών που επισκέπτονται το Νομό διατηρεί διαχρονικά την ίδια εικόνα και εντοπίζεται κατά κύριο λόγο στις χώρες της Ευρώπης, με κυριότερους εκπροσώπους τους Γάλλους, τους Γερμανούς και τους Ιταλούς.

Σημαντική είναι η παρουσία των Αμερικανών, η οποία όμως είναι πολύ μικρότερη σε σχέση με την παρουσία των Ευρωπαίων στην τουριστική αγορά του Νομού.

Η κίνηση που καταγράφεται σε ετήσια βάση στο Νομό σημειώνει τις υψηλότερες τιμές από Απρίλιο ως Σεπτέμβριο, χωρίς όμως να αναδεικνύεται ιδιαίτερα κάποιος μήνας ως ο κατεξοχήν μήνας τουριστικής συγκέντρωσης. Οπωσδήποτε, η υψηλότερη τουριστική συγκέντρωση σημειώνεται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, κυρίως τον Ιούλιο και Αύγουστο.

β) Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Η μέση ετήσια πληρότητα των καταλυμάτων του Νομού Αργολίδας κυμαίνεται άνω του 43%, τιμή που σημειώθηκε το 1993, ως 53%, τιμή η οποία σημειώθηκε το 1998. Η μηνιαία κατανομή της πληρότητας σχετίζεται άμεσα με την μηνιαία κατανομή της τουριστικής κίνησης, συμπίπτοντας με την περίοδο που σημειώνονται οι μεγαλύτερες τιμές της. Η περίοδος με τις υψηλότερες τιμές ξεκινά τον Απρίλιο με πληρότητα που φθάνει στο 44%, κορυφώνεται τον Αύγουστο με 78%, για να μειωθεί

στο 52% τον Σεπτέμβριο. Όλους τους υπόλοιπους μήνες, σημειώνονται αισθητά χαμηλότερες πληρότητες.

3.3. ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

3.3.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Καταλύματα στο Νομό Αρκαδίας

Ο Νομός Αρκαδίας έχει τη μικρότερη συμμετοχή συγκριτικά με τους υπόλοιπους Νομούς στην τουριστική υποδομή της Περιφέρειας, όσον αφορά στην προσφορά, κυρίως ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Το 2001 ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων ανέρχεται σε 63 και ο αριθμός των κλινών τους σε 2.337, συμμετέχοντας κατά 12% και 7% στα αντίστοιχα περιφερειακά μεγέθη, έχοντας σημειώσει μικρή βελτίωση συγκριτικά με τη συμμετοχή που είχε ο Νομός κατά το 1990.

Σε σχέση με τις αρχές της δεκαετίας του '90, η ξενοδοχειακή υποδομή του Νομού εμφανίζεται αισθητά βελτιωμένη, τόσο ως προς τον αριθμό αλλά και ως προς την ποιότητα των καταλυμάτων.

Η ξενοδοχειακή υποδομή του Νομού Αρκαδίας χαρακτηρίζεται από υψηλό ποσοστό μονάδων χαμηλών σχετικά τάξεων, κυρίως Γ' και δευτερευόντως Δ' τάξης, οι οποίες συγκεντρώνουν το 85% των συνολικών κλινών του Νομού. Αισθητά χαμηλότερη είναι η συμμετοχή των μονάδων υψηλών τάξεων (Α' και Β' τάξης). Η υψηλότερη μέση δυναμικότητα σημειώνεται στα καταλύματα Β' τάξης με 52 κλίνες, μέγεθος, όμως, το οποίο είναι χαμηλότερο από το μέσο όρο της Περιφέρειας.

Η σημαντικότερη συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών του Νομού Αρκαδίας σημειώνεται στα αστικά κέντρα όπως η Τρίπολη, ή στα εν δυνάμει αστικά κέντρα του Νομού, όπως η Μεγαλόπολη. Εκτός από την τουριστική κίνηση που λαμβάνει χώρα στις περιοχές αυτές και την ανάλογη τουριστική προσφορά που συνεπάγεται η κίνηση αυτή, με πιθανό κίνητρο τον επαγγελματικό τουρισμό, τουριστική προσφορά σημειώνεται και σε άλλες περιοχές, τόσο ορεινές όσο και παράλιες.

Τέλος, η προσφορά σε κλίνες στην ορεινή ζώνη, γίνεται σχεδόν αποκλειστικά από μικρές ξενοδοχειακές μονάδες, με επίκεντρο του ορεινού χώρου την περιοχή της Γορτυνίας και κυρίως τη Βυτίνα και δευτερευόντως την περιοχή της Μαντινείας. Η τουριστική προσφορά ενισχύεται από την ύπαρξη των camping, στις περιοχές του Τυρού, του Άστρους, των Μαγουλιανών, της Μελιγούς και της Τρίπολης.

B´ Κατοικία

Η παραθεριστική κατοικία κάνει έντονα αισθητή την παρουσία της στο παράλιο τμήμα του Νομού, δηλαδή στις περιοχές της Βόρειας Κυνουρίας και ειδικότερα στο Ξηροπήγαδο, στο Παράλιο Άστρος και στον Πλατανά, στην περιοχή του Τυρού, των Σαπουνακαϊκών και στα Πέρα Μέλανα, ενώ και η ευρύτερη περιοχή του Λεωνιδίου αποτελεί ισχυρό πόλο παραθεριστικής κατοικίας. Επίσης, υπάρχουν δύο εγκεκριμένοι οικισμοί παραθεριστικής κατοικίας στην Μικρή Ρεποντίνα του Αγίου Ανδρέα Κυνουρίας και στο Αρκαδικό Χωριό, το οποίο αποτελεί πρότυπο παραθεριστικό οικισμό. Πρέπει να σημειωθεί ότι αν και η παράκτια ζώνη του Νομού παρουσιάζει τάσεις άναρχης δόμησης, η αυθαίρετη δόμηση για Β´ κατοικία είναι περιορισμένη σε σχέση με την Αργολίδα. Εκτός από τις παράλιες περιοχές, πόλοι «παραθεριστικής» κατοικίας σημειώνονται και σε ορεινές περιοχές του Νομού, κυρίως στη Βυτίνα, στο Λεβίδι, στον Ίσαρη και στη Δημητσάνα.

3.3.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

α) Αφίξεις-Διανυκτερεύσεις

Η φυσιογνωμία του Νομού Αρκαδίας, ο οποίος χαρακτηρίζεται από μια ποικιλία προορισμών, τόσο ορεινών όσο και παράλιων, ανταποκρίνεται περισσότερο στο πρότυπο του τουρισμού διακοπών, με μέση διάρκεια παραμονής τις 2-3 ημέρες. Η ύπαρξη ορεινών προορισμών διευρύνει το διάστημα επισκεψιμότητας στο Νομό, το οποίο περιλαμβάνει όλους τους μήνες. Οι καλοκαιρινοί μήνες συγκεντρώνουν κατά τι μεγαλύτερη κίνηση από τους υπόλοιπους μήνες του έτους.

Η συμμετοχή του Νομού Αρκαδίας στην τουριστική κίνηση της Περιφέρειας Πελοποννήσου διαμορφώνεται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα και κυμαίνεται από 8% ως 10% όσον αφορά στις αφίξεις και από 6% ως 8% όσον αφορά στις διανυκτερεύσεις, σύμφωνα με τα στοιχεία της **ΕΣΥΕ** για την περίοδο 1990-1999.

Σε σύγκριση με τους υπόλοιπους Νομούς, ο Νομός Αρκαδίας σημειώνει τη χαμηλότερη συμμετοχή στην τουριστική κίνηση της Περιφέρειας, χωρίς η συμμετοχή αυτή να διαφοροποιείται σημαντικά μεταξύ των ετών.

Ο Νομός Αρκαδίας φαίνεται να προσελκύει στην συντριπτική πλειονότητά τους, Έλληνες επισκέπτες, οι οποίοι πλησιάζουν το 90% του συνόλου των επισκεπτών του Νομού. Αν μάλιστα σε αυτούς προστεθεί και ο πολύ σημαντικός αριθμός, ο οποίος δεν καταγράφεται στατιστικά, των διανυκτερεύσεων σε

ενοικιαζόμενα δωμάτια, όπου η διαμονή καλύπτεται σε μεγάλο βαθμό από Έλληνες, τότε η τουριστική κίνηση του Νομού ενισχύεται ακόμα περισσότερο υπέρ των Ελλήνων. Ο μικρός αριθμός των αλλοδαπών επισκεπτών του Νομού, προέρχεται κατά κύριο λόγο, όπως και στους άλλους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου, από Ευρωπαϊκές χώρες και ειδικότερα τη Γερμανία, την Αγγλία, τη Γαλλία και την Ιταλία, ενώ υπάρχει και ένας μικρός αριθμός Αμερικανών επισκεπτών.

β) Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Σε ετήσια βάση, η πληρότητα του Νομού Αρκαδίας, κατά την εξεταζόμενη περίοδο 1990-1999 (**ΕΣΥΕ**), κινείται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα, σημειώνοντας τη χαμηλότερη τιμή της, 28%, το 1995 και 1996 και την υψηλότερη τιμή το 1990, όπου έφθασε το 37%. Το τελευταίο έτος παρατήρησης, δηλαδή το 1999, η τιμή της πληρότητας έφθασε το 31%. Αξιοσημείωτο είναι ότι η χαμηλότερη τιμή σημειώθηκε τον Ιούνιο με 25% και η υψηλότερη τιμή τον Αύγουστο με 45%, χωρίς όμως οι μηνιαίες τιμές των υπόλοιπων μηνών να διαφοροποιούνται σημαντικά από αυτές. Το γεγονός ότι η χαμηλότερη τιμή της πληρότητας, σε ετήσια βάση, παρατηρείται σε έναν από τους καλοκαιρινούς μήνες, ερμηνεύεται από την ιδιομορφία του Νομού και κατ' επέκταση του τουρισμού που προσελκύει, ο οποίος δεν περιορίζεται μόνο στους μήνες της καλοκαιρινής περιόδου και σε θαλάσσιους προορισμούς, αλλά λαμβάνει χώρα όλο το χρόνο και περιλαμβάνει και ορεινούς προορισμούς.

Όπως είναι προφανές από την ανάλυση που προηγήθηκε, οι Έλληνες επισκέπτες δημιουργούν τον υψηλότερο βαθμό πληρότητας, ήτοι 27% για το 1999, ενώ οι αλλοδαποί δημιουργούν μόλις το 4%

3.4. ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ

3.4.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Καταλύματα στο Νομό Κορινθίας

Η τουριστική προσφορά του Ν. Κορινθίας, όπως εκφράζεται από τον αριθμό των ξενοδοχειακών μονάδων, ενοικιαζόμενων δωματίων και camping και των αντίστοιχων κλινών, κατέχει τη δεύτερη μεγαλύτερη θέση στην Περιφέρεια Πελοποννήσου. Ο Ν. Κορινθίας το έτος 2001 συγκεντρώνει, το 22,6% και το 25,6% των ξενοδοχειακών μονάδων και κλινών αντίστοιχα του συνόλου της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Η συμμετοχή του ξενοδοχειακού δυναμικού του Ν. Κορινθίας στο

σύνολο της Περιφέρειας Πελοποννήσου κατά τη χρονική περίοδο 1990-2001 μειώνεται ελάχιστα διαχρονικά, διατηρώντας όμως σταθερά τη δεύτερη θέση. Εξετάζοντας αναλυτικότερα, την εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού του Ν. Κορινθίας παρατηρείται μέχρι το 1998, αύξηση τόσο του αριθμού των μονάδων όσο και των κλινών, ενώ στη συνέχεια εμφανίζεται μικρή μείωση. Συγκεκριμένα, η μεταβολή του αριθμού των μονάδων αντιστοιχεί σε μείωση κατά 2,5% και του αριθμού των κλινών σε αύξηση κατά 5,5%.

Η ξενοδοχειακή υποδομή του Νομού Κορινθίας χαρακτηρίζεται υψηλό ποσοστό μονάδων υψηλών τάξεων, καθώς το 58% των κλινών βρίσκονται σε μονάδες πολυτελείας, Α΄ και Β΄ τάξης. Η μοναδική μονάδα πολυτελείας που υπάρχει στο Νομό από το 1999, αποτελεί τη μία από τις τέσσερις μονάδες αντίστοιχης τάξης της Περιφέρειας. Διαθέτει 712 κλίνες, δυναμικότητα πολύ υψηλή με βάση τη μέση δυναμικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων της Περιφέρειας. Οι μονάδες Α΄ τάξης ανέρχονται σε 13 και ο αριθμός των κλινών τους σε 1.895, παρουσιάζοντας μικρή μείωση σε σχέση με τις αρχές της δεκαετίας του '90. Στις μονάδες Β τάξης, αν και έχει μειωθεί σημαντικά ο αριθμός τους, από 36 σε 24, στις κλίνες παρουσιάζουν μικρή αύξηση, από 2.284 σε 2.335. Εκτός από τις κλίνες στις μονάδες υψηλών τάξεων, ένα πολύ σημαντικό ποσοστό των ξενοδοχειακών μονάδων και κλινών, δηλαδή 60 μονάδες με 3.118 κλίνες που αντιστοιχούν στο 36% των συνολικών κλινών του Νομού, είναι Γ΄ τάξης. Τέλος, η ξενοδοχειακή υποδομή του Νομού ενισχύεται από ένα μικρό αριθμό μονάδων Δ΄ και Ε΄ τάξης που ανέρχονται στις 19, οι οποίες παρέχουν συνολικά 489 κλίνες. Όσον αφορά στη δυναμικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων του Νομού Κορινθίας, παρατηρείται ότι δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερα υψηλή μέση δυναμικότητα, με εξαίρεση τη μία μονάδα πολυτελείας.

Η τουριστική προσφορά του Νομού ενισχύεται από ένα μικρό σχετικά αριθμό κλινών σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, ο οποίος ανέρχεται στις 683 κλίνες. Κατέχει επομένως, το μικρότερο ποσοστό συμμετοχής βοηθητικών καταλυμάτων στο σύνολο της Περιφέρειας Πελοποννήσου, με μεγάλη διαφορά από τους υπόλοιπους Νομούς. Η διαφορά αυτή στον αριθμό των κλινών των βοηθητικών καταλυμάτων συνιστά μερική διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος του Ν. Κορινθίας από τους υπόλοιπους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Τέλος, η τουριστική υποδομή του Ν. Κορινθίας ολοκληρώνεται με τα camping, που υπάρχουν στην περιοχή του Λουτρακίου, στα Ίσθμια, στους Άγιους Θεόδωρους, στην Κόρινθο, στο Λέχαιο και στο Γαλατάκι.

B´ Κατοικία

Ο Ν. Κορινθίας με το μεγάλο μήκος ακτογραμμής και με δεδομένη τη μικρή απόσταση από την πρωτεύουσα, αποτελεί έναν από τους κύριους παραθεριστικούς προορισμούς Β´ κατοικίας. Οι περιοχές με έντονη την παρουσία Β´ κατοικίας εντοπίζονται στο παράλιο τμήμα κατά μήκος της βορειανατολικής ακτής στον Κορινθιακό Κόλπο, δηλαδή στο Λουτράκι και στη ζώνη Βραχάτι-Ξυλόκαστρο και κατά μήκος του Αργοσαρωνικού Κόλπου, στην περιοχή των Αγίων Θεοδώρων. Ορισμένες από τις περιοχές αυτές δέχονται μεγάλες πιέσεις, ενώ δεν έχει ολοκληρωθεί η θεσμοθέτηση των σχετικών ζωνών Β´ κατοικίας.

Στο Ν. Κορινθίας εντοπίζονται τόσο θεσμοθετημένες περιοχές παραθεριστικής κατοικίας κυρίως οικοδομικών συνεταιρισμών (ένας παραθεριστικός οικισμός), όσο και περιοχές με αυθαίρετη δόμηση παραθεριστικής κατοικίας. Στο Σοφικό και τα Λουτρά Ωραίας Ελένης υπάρχουν εγκεκριμένοι πολεοδομικοί συνεταιρισμοί, ενώ εκκρεμούν οι αδειοδοτήσεις αρκετών άλλων. Στις περιοχές Λουτράκι, Άγιοι Θεόδωροι, Ίσθμια και Κεχριές εντοπίζεται κυρίως αυθαίρετη δόμηση Β´ κατοικίας, ενώ κατά μήκος της ακτογραμμή Κορίνθου – Ξυλοκάστρου εντοπίζεται κυρίως άναρχη δόμηση στους οριοθετημένους οικισμούς Β´ κατοικίας.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της ομάδας μελέτης, μεγάλες συγκεντρώσεις παραθεριστικών κατοικιών παρατηρούνται στις περιοχές Λουτράκι, Ξυλόκαστρο, Γαλατάκι, Κιάτο, Ίσθμια, Κόρινθο, Μελίσσι, Κάτω Διμηνιό και Πίσια.

3.4.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ

α) Αφίξεις – Διανυκτερεύσεις

Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι του Νομού συνετέλεσαν στη δημιουργία του κατάλληλου υπόβαθρου ανάπτυξης του τουρισμού, ενώ παράλληλα η μικρή απόσταση από την πρωτεύουσα διαμόρφωσε το τουριστικό προφίλ του, το οποίο συντίθεται κυρίως από δύο είδη: τον παραθεριστικό τουρισμό και τον τουρισμό διακοπών, με σημειακούς αλλά παράλληλα ανεπτυγμένους τουριστικούς πόλους, όπως προκύπτει τόσο από την ανάλυση της τουριστικής προσφοράς του Νομού όσο και της ζήτησης.

Ο Ν. Κορινθίας παρουσιάζει τη δεύτερη μεγαλύτερη τουριστική ζήτηση, μετά το Ν. Αργολίδας, όπως εκφράζεται από τον αριθμό των αφίξεων και διανυκτερεύσεων των τουριστών στο Νομό. Ο αριθμός των αφίξεων και

διανυκτερεύσεων στο Ν. Κορινθίας παρουσιάζει μικρή αύξηση διαχρονικά. Η αύξηση αυτή δεν είναι συνεχής αλλά παρουσιάζει μικρές αυξομειώσεις.

Η συμμετοχή του Ν. Κορινθίας στην τουριστική ζήτηση της Περιφέρειας φαίνεται να ενισχύεται, λόγω της μεγάλης μείωσης του αριθμού των αφίξεων και διανυκτερεύσεων στο Ν. Αργολίδας, ο οποίος αποτελεί κατεξοχήν τουριστικό προορισμό της Περιφέρειας. Έτσι, ενώ το 1990 ο Νομός συμμετείχε κατά 16% και 25% αντίστοιχα, στις αφίξεις και διανυκτερεύσεις της Περιφέρειας, το 1999 η συμμετοχή είχε φθάσει αντίστοιχα, στο 20% και 29% για τις αφίξεις και διανυκτερεύσεις.

Οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών είναι λιγότερες από τις αφίξεις των Ελλήνων τουριστών, ενώ στις διανυκτερεύσεις παρατηρείται το αντίθετο. Αυτό ερμηνεύεται από το γεγονός ότι ο τουρισμός επίσκεψης είναι ευκολότερος και πλέον διαδεδομένος με αιχμή το Λουτράκι. Η κατάσταση ανατρέπεται υπέρ των Ελλήνων αν συμπεριληφθούν οι διανυκτερεύσεις στα ενοικιαζόμενα δωμάτια, στα οποία η παρουσία των ελλήνων τουριστών είναι κατά πολύ μεγαλύτερη.

Η προέλευση των αλλοδαπών τουριστών, με συντριπτική διαφορά έναντι των τρίτων χωρών, είναι από τις Ευρωπαϊκές χώρες. Τα μεγαλύτερα ποσοστά αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται το Νομό, όπως και σε περιφερειακό επίπεδο, κατέχουν οι προερχόμενοι από Γαλλία, Ιταλία, Γερμανία, Αγγλία και Δανία. Το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών από την Αμερική είναι μικρό, στο οποίο κυριαρχούν οι τουρίστες από τις ΗΠΑ, ο αριθμός των οποίων σταδιακά, αλλά όχι σταθερά αυξάνεται.

Η τουριστική κίνηση όπως καταγράφεται σε ετήσια βάση εμφανίζει υψηλή συγκέντρωση τους μήνες από Ιούνιο μέχρι και Σεπτέμβριο με την υψηλότερη τον Αύγουστο. Οι μήνες Απρίλιος, Μάιος και Οκτώβριος εμφανίζουν μικρή τουριστική κίνηση, ενώ οι μήνες από Νοέμβριο μέχρι και Μάρτιο εμφανίζουν πολύ μικρή τουριστική κίνηση, η οποία όμως δείχνει να αυξάνει.

β) Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Η μέση ετήσια πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων του Ν. Κορινθίας κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο 1990-1999 κυμαίνεται από 32% μέχρι 44%. Η υψηλότερη τιμή παρατηρείται το 1990, ενώ στη συνέχεια σταδιακά οι τιμές μειώνονται. Οι σχετικά χαμηλές τιμές της πληρότητας στο Νομό, συγκρινόμενες και με αντίστοιχες τιμές στο σύνολο της Περιφέρειας, ερμηνεύουν σε ένα βαθμό το

χαρακτήρα του τουρισμού του Νομού, ο οποίος είναι ισχυρά εποχικός. Η κατανομή των τιμών της πληρότητας ανά μήνα συνδέεται άμεσα με τη μηνιαία τουριστική ζήτηση στο Νομό, με αποτέλεσμα οι μεγαλύτερες τιμές να παρουσιάζονται την περίοδο Ιουνίου – Σεπτεμβρίου, με κορύφωση τον Αύγουστο. Ενδεικτικά το 1999 η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων κυμαινόταν από 12,4% το Δεκέμβριο μέχρι 65,0% τον Αύγουστο.

3.5. ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ

3.5.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Καταλύματα στο Νομό Λακωνίας

Ο Νομός Λακωνίας, το 2001 (**ΕΣΥΕ**), με 83 ξενοδοχειακές μονάδες και 3.804 κλίνες, συγκεντρώνει το 16% και 11% του συνόλου των μονάδων και κλινών της Περιφέρειας, αντίστοιχα. Κατά τη διάρκεια της περιόδου 1990-2001, το ξενοδοχειακό δυναμικό του Νομού σημείωσε μικρή αύξηση ως προς τον αριθμό των κλινών, ενώ σημείωσε μικρή μείωση ως προς τον αριθμό των μονάδων. Ως προς τη συμμετοχή του στο ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας, η θέση του εμφανίζεται σχετικά βελτιωμένη σε σύγκριση με το 1990.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό κυριαρχείται από τη Γ΄ τάξη, με αριθμό μονάδων 35 και αριθμό κλινών 1.765. Ο αριθμός των κλινών της Γ΄ τάξης φθάνει περίπου στο μισό των ξενοδοχειακών κλινών του Νομού. Στην τάξη αυτή σημειώνεται η σημαντικότερη αύξηση μονάδων και κλινών σε σχέση με το 1990, καθώς στις αρχές της δεκαετίας του '90 υπήρχαν μόλις, 14 μονάδες με 1048 κλίνες.

Σημαντική είναι, η παρουσία των μονάδων Β΄ τάξης, οι οποίες ανέρχονται σε 18 με 946 κλίνες. Η συμμετοχή της τάξης αυτής, φθάνει το 26% επί του συνόλου των ξενοδοχειακών κλινών. Ο τρίτος σημαντικότερος αριθμός κλινών είναι των ξενοδοχειακών μονάδων Α΄ τάξης, με 414 κλίνες, οι οποίες συμμετέχουν κατά 12% στο συνολικό αριθμό κλινών του Νομού. Ο αριθμός των μονάδων της τάξης αυτής έχει σημειώσει μικρή αύξηση σε σχέση με το 1990. Από τις χαμηλές ποιοτικές τάξεις ξενοδοχειακών μονάδων, η τάξη Δ΄ έχει διατηρήσει σταθερό τον αριθμό των μονάδων σε σχέση με το 1990, αυξάνοντας μόνο τις κλίνες από 369 σε 390, ενώ η τάξη Ε΄ έχει υποστεί μεγάλη μείωση, καθώς από 10 μονάδες με 145 κλίνες που υπήρχαν το 1990, το 2001 σημειώνονται μόλις 3 μονάδες με 41 κλίνες.

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι η ποιότητα της τουριστικής προσφοράς κατά τη διάρκεια της περιόδου 1990-2001 έχει βελτιωθεί, με αύξηση των μονάδων και κλινών μιας υψηλής τάξης, όπως η Α' και μείωση των μονάδων και κλινών μιας χαμηλής τάξης, όπως η Ε'. Χαρακτηριστικό της τουριστικής προσφοράς στο Νομό Λακωνίας, όπως συμβαίνει τόσο στους υπόλοιπους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου όσο και στις περισσότερες περιοχές της χώρας, είναι ότι στο ξενοδοχειακό δυναμικό κυριαρχεί η παρουσία των μονάδων και κλινών Γ' τάξης, στην οποία μάλιστα, σημειώνεται η σημαντικότερη αύξηση της τουριστικής προσφοράς στην εξεταζόμενη χρονική περίοδο.

Η τουριστική προσφορά του Νομού, εκτός από την προσφορά κλινών ξενοδοχειακών μονάδων, ενισχύεται σημαντικά από την παρουσία κλινών στα βοηθητικά καταλύματα. Ο αριθμός των κλινών των βοηθητικών καταλυμάτων ανέρχεται σε 3.486, οι οποίες αποτελούν κάτι λιγότερο από το ήμισυ των συνολικών κλινών του Νομού. Επίσης, η τουριστική προσφορά ενισχύεται και από ένα σημαντικό αριθμό camping στις περιοχές της Νεάπολης, του Γυθείου, του Νεοχωρίου, των Μολάων, της Μονεμβασιάς, του Μυστρά, του Οιτύλου, της Σπάρτης, της Ελαφονήσου και άλλων περιοχών.

Από τα παραπάνω, συμπεραίνεται ότι στο Νομό Λακωνίας παρατηρούνται σημαντικοί πόλοι τουριστικής συγκέντρωσης, τόσο σε κλίνες ξενοδοχείων όσο και σε κλίνες ενοικιαζόμενων δωματίων. Εκτός από τις περιοχές της έντονης συγκέντρωσης, παρατηρείται μεγάλη διασπορά της τουριστικής προσφοράς σε περιοχές τόσο της παραλιακής ζώνης όσο και της ενδοχώρας.

Τέλος, η τουριστική προσφορά ενισχύεται από την παρουσία των camping στις περιοχές του Γυθείου, της Γλυκόβρυσης, των Νομιών, του Μυστρά και της Βάθειας.

Β' Κατοικία

Η παραλιακή ζώνη του Νομού Λακωνίας δε φαίνεται να προσελκύει παραθεριστική κατοικία στο βαθμό που παρατηρείται στους άλλους νομούς. Η μεγαλύτερη συγκέντρωση παραθεριστικής κατοικίας σημειώνεται στο Γύθειο, ενώ μικρότεροι πόλοι παραθεριστικής κατοικίας παρατηρούνται στην περιοχή της Μονεμβασιάς, της Ελαφονήσου, της Νεάπολης και της Πλύτρας. Στις περιοχές του Έλους, της Σκάλας, όπως και στο Πορί Μονεμβασιάς και στην Ελαφόνησο, εντοπίζονται θύλακες αυθαίρετης παραθεριστικής κατοικίας. Σύμφωνα με τις

διατάξεις περί οικοδομικών συνεταιρισμών, έχει εγκριθεί ένας οικοδομικός συνεταιρισμός στα Νόμια, ενώ δεν υπάρχουν θεσμοθετημένοι παραθεριστικοί οικισμοί.

3.5.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΛΑΚΩΝΙΑΣ

α) Αφίξεις-Διανυκτερεύσεις

Ο Νομός Λακωνίας συμμετέχει κατά 19% στην τουριστική κίνηση της Περιφέρειας όσον αφορά στις αφίξεις και κατά 14% όσον αφορά στις διανυκτερεύσεις, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία για το 1999 (ΕΣΥΕ). Η συμμετοχή του Νομού στην τουριστική κίνηση της Περιφέρειας εμφανίζεται βελτιωμένη σε σχέση με τις αρχές της δεκαετίας του '90, όπου διαμορφωνόταν στο 17% και 10% των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων, αντίστοιχα.

Όπως και στους υπόλοιπους Νομούς της Περιφέρειας, κυριαρχούν οι Έλληνες επισκέπτες, οι διανυκτερεύσεις των οποίων ξεπερνούν το 70% των συνολικών διανυκτερεύσεων. Αν συνυπολογιστεί ο αριθμός των διανυκτερεύσεων στα ενοικιαζόμενα δωμάτια, τότε ο αριθμός των Ελλήνων που επισκέπτονται την περιοχή αυξάνεται σημαντικά.

Το προφίλ των αλλοδαπών επισκεπτών δεν διαφοροποιείται από τους αλλοδαπούς επισκέπτες των άλλων νομών. Κυριαρχούν οι επισκέπτες από τις Ευρωπαϊκές χώρες, κυρίως την Αγγλία, τη Γαλλία και τη Γερμανία, ενώ μικρότερη συμμετοχή έχουν χώρες όπως η Ιταλία η Ελβετία, η Σουηδία, η Πολωνία αλλά και η Αμερική, η Κύπρος και η Αυστραλία.

Η μέση διάρκεια παραμονής στο Νομό Λακωνίας σε ετήσια βάση είναι σχετικά χαμηλότερη σε σχέση με τη μέση διάρκεια παραμονής στους άλλους Νομούς της Περιφέρειας, φθάνοντας τις 2 ημέρες. Αυτό οφείλεται στο ότι η τουριστική ζήτηση κυριαρχείται από τον αστικό –επαγγελματικό τουρισμό της Σπάρτης και τον τουρισμό διήμευσης-επίσκεψης στη Σπάρτη και τη Μονεμβασιά. Η περίοδος με τα μεγαλύτερα ποσοστά επισκεψιμότητας ξεκινά από τον Απρίλιο και φθάνει ως τον Σεπτέμβριο, με τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο και Αύγουστο να συγκεντρώνουν περισσότερο από το 30% των διανυκτερεύσεων σε ετήσια βάση.

β) Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Σε ετήσια βάση και για την περίοδο 1990-1999, η μέγιστη τιμή της πληρότητας του Νομού Λακωνίας σημειώθηκε το 1991, όπου έφθασε το 38%, ενώ η ελάχιστη τιμή σημειώθηκε το 1996 όπου έφθασε το 31%. Το τελευταίο έτος που καταγράφεται στατιστικά η πληρότητα, δηλαδή το 1999, η τιμή της φθάνει το 36%. Η πληρότητα που παρατηρείται για τους Έλληνες, οι οποίοι υπερτερούν έναντι των αλλοδαπών, όσον αφορά στις διανυκτερεύσεις, φθάνει το 26%, ενώ η πληρότητα των αλλοδαπών ανέρχεται στο 10%.

Όσον αφορά στο διάστημα που παρατηρούνται τα υψηλότερα ποσοστά διανυκτερεύσεων και κατ' επέκταση, οι υψηλότερες τιμές πληρότητας, ο Νομός δεν διαφοροποιείται από τους υπόλοιπους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Οι υψηλότερες πληρότητες παρατηρούνται στο διάστημα Μαΐου-Σεπτεμβρίου, ενώ η μέγιστη τιμή σημειώνεται τον Αύγουστο, με 68%.

3.6. ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

3.6.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Καταλύματα στο Νομό Μεσσηνίας

Η τουριστική προσφορά του Νομού Μεσσηνίας αποτελεί σημαντικό τμήμα της συνολικής τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Όσον αφορά στο ξενοδοχειακό δυναμικό, ο Νομός συγκεντρώνει το 21% των μονάδων και το 19% των κλινών, ο αριθμός των οποίων ανέρχεται σε 109 και 6.249 αντίστοιχα. Στην περίοδο 1990-2001 η ξενοδοχειακή υποδομή του Νομού έχει σημειώσει σημαντική αύξηση, σημαντικότερη από την αύξηση που σημειώθηκε σε Περιφερειακό επίπεδο. Η διαφορά στους ρυθμούς μεταβολής της ξενοδοχειακής υποδομής μεταξύ Νομού Μεσσηνίας και Περιφέρειας, εκφράζεται με την αύξηση της συμμετοχής που έχει ο Νομός στο ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας το 2001, σε σύγκριση με τη συμμετοχή που σημείωνε στις αρχές της δεκαετίας του '90, οπότε και διαμορφωνόταν στο 18% για τις μονάδες και στο 13,5% για τις κλίνες.

Η κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού, ως προς την τάξη των μονάδων και κλινών, ακολουθεί το πρότυπο που επικρατεί στους άλλους νομούς της Περιφέρειας, με εντονότερη την παρουσία των μονάδων χαμηλών τάξεων, κυρίως Γ' τάξης, οι οποίες ανέρχονται σε 23 με 2.676 κλίνες, αποτελώντας το 43% των συνολικών κλινών του Νομού. Η αύξηση που σημειώθηκε κατά την περίοδο 1990-

2001 στο ξενοδοχειακό δυναμικό του Νομού, οφείλεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην αύξηση των καταλυμάτων αυτής της τάξης. Εξίσου σημαντική είναι η παρουσία των μονάδων και κλινών Β΄ τάξης, οι οποίες αποτελούν το 33% του συνολικού αριθμού κλινών του Νομού Μεσσηνίας. Η ξενοδοχειακή υποδομή του Νομού συμπληρώνεται από ένα σημαντικό αριθμό κλινών σε μονάδες υψηλών τάξεων, Α΄ τάξης και πολυτελείας (ΑΑ΄), η παρουσία των οποίων έχει ενταθεί σε σχέση με τις αρχές της δεκαετίας του '90.

Αυτό που διαπιστώνεται όσον αφορά στην ποιότητα των ξενοδοχειακών μονάδων και κλινών, είναι η σταδιακή μεταβολή του προτύπου στο οποίο στηρίζεται η τουριστική υποδομή, καθώς το 1990 επικρατούσε έντονα το πρότυπο των μονάδων με σχετικά χαμηλή μέση δυναμικότητα κλινών που χαρακτηρίζει κυρίως τις χαμηλότερες τάξεις ξενοδοχειακών μονάδων. Το 2001 η μέση δυναμικότητα έχει αυξηθεί κατά 10 κλίνες (57 έναντι 47 το 1990), αυτό που σηματοδοτεί όμως την εικόνα της τουριστικής προσφοράς του Νομού είναι η δημιουργία αρκετών μονάδων υψηλής μέσης δυναμικότητας, η οποία χαρακτηρίζει τις υψηλές τάξεις ξενοδοχειακών μονάδων, δηλαδή τις μονάδες Α τάξης (μέση δυναμικότητα 85 κλίνες το 2001, έναντι μόλις 12 το 1990) και τις μονάδες πολυτελείας.

Η τουριστική προσφορά συμπληρώνεται από την πολύ ισχυρή παρουσία των ενοικιαζόμενων δωματίων, ο αριθμός των οποίων ανέρχεται σε 6.608, υπερβαίνει δηλαδή την τουριστική προφορά σε ξενοδοχειακές κλίνες. Ο Νομός, τέλος, χαρακτηρίζεται από μια πολύ σημαντική παρουσία camping, η μεγαλύτερη συγκέντρωση των οποίων σημειώνεται στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμάτας, στην Κορώνη, στην Κυπαρισσία, στο Νεοχώριο (Στούπα) και στην Καρδαμύλη, στη Φοινικούντα, στο Πεταλίδι και στην Πύλο.

Η τουριστική προσφορά του Νομού συμπληρώνεται από τα camping, η παρουσία των οποίων είναι ισχυρότερη στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμάτας και ειδικότερα στην Καλαμάτα και στη Βέργα, όπως και στην Καρδαμύλη, τη Στούπα και το Προάστιο. Εκτός από τις περιοχές αυτές, camping υπάρχουν ακόμα στη Φοινικούντα, στη Βελίκα, στο Πεταλίδι και στην Πύλο. Οι περιοχές της Αβίας και της Αλαγονίας έχουν επίσης camping, αν και δεν σημειώνεται στατιστικά τουριστική κίνηση κατά το 1999, έτος για το οποίο υπάρχουν τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία τουριστικής κίνησης.

Β΄ Κατοικία

Η μεγάλη ακτογραμμή του Νομού Μεσσηνίας ερμηνεύει εν μέρει την ισχυρή παρουσία παραθεριστικής κατοικίας, η οποία παρατηρείται στις παράλιες περιοχές. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της Ομάδας Μελέτης, από τους πλέον ισχυρούς πόλους παραθεριστικής κατοικίας του Νομού, είναι η Καλαμάτα στο εσωτερικό του Μεσσηνιακού κόλπου, οι Γαργαλιάνοι, τα Φιλιατρά, η Κυπαρισσία και η Κορώνη στη δυτική ακτογραμμή προς το Ιόνιο, ενώ σημαντική είναι η παρουσία της παραθεριστικής κατοικίας στο Πεταλίδι και στην Πύλο. Μικρότερες συγκεντρώσεις παρατηρούνται σε όλο το μήκος της δυτικής πλευράς του Μεσσηνιακού κόλπου και ειδικότερα στη Μαραθόπολη, στο Λογγά, στην Αβία, στη Μεθώνη, στο Μελιγαλά, ενώ η ανατολική πλευρά του κόλπου, ειδικότερα η περιοχή της Στούπας και της Καρδαμύλης, παρουσιάζει μικρότερη συγκέντρωση παραθεριστικής κατοικίας. Εγκρίσεις οικοδομικών ή παραθεριστικών συνεταιρισμών δεν έχουν γίνει.

3.6.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

α) Αφίξεις –Διανυκτερεύσεις

Ο Νομός Μεσσηνίας φαίνεται να είναι ο τρίτος Νομός σε τουριστική κίνηση στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, μετά τους Νομούς Αργολίδας και Κορινθίας. Κατά το 1999, ο Νομός συμμετέχει κατά 22% στην τουριστική κίνηση της Περιφέρειας Πελοποννήσου, τόσο στις αφίξεις όσο και στις διανυκτερεύσεις. Σε σχέση με τις αρχές της δεκαετίας του '90, η συμμετοχή του Νομού στη συνολική τουριστική κίνηση της Περιφέρειας φαίνεται να έχει ενταθεί, καθώς η συμμετοχή του κατά το 1990 διαμορφωνόταν στο 14% επί των αφίξεων και στο 13% επί των διανυκτερεύσεων του Νομού.

Οι περισσότεροι τουρίστες, όπως εξάλλου παρατηρήθηκε και στους υπόλοιπους Νομούς, πλην της Αργολίδας, είναι Έλληνες σε ποσοστό που πλησιάζει το 77% για τις αφίξεις και το 63% για τις διανυκτερεύσεις. Από τους αλλοδαπούς, οι οποίοι είναι κατά κύριο λόγο Ευρωπαίοι, κυριαρχούν οι Άγγλοι, οι Γερμανοί, οι Γάλλοι, οι Ελβετοί, οι Ολλανδοί και οι Ιταλοί, ενώ σημειώνεται μικρή παρουσία Αμερικανών και Ιαπώνων επισκεπτών.

Η τουριστική κίνηση σε ετήσια βάση σημειώνει τις υψηλότερες τιμές της στο διάστημα Μαΐου-Σεπτεμβρίου και κορυφώνεται στο δίμηνο Ιουλίου-Αυγούστου, το οποίο συγκεντρώνει περισσότερο από το 40% των διανυκτερεύσεων.

Η μέση διάρκεια παραμονής στο Νομό κυμαίνεται στις 2-3 ημέρες, καθώς επηρεάζεται από τους δείκτες της Καλαμάτας και της Μεσσήνης. Βεβαίως, η μέση διάρκεια παραμονής εξαρτάται άμεσα από τον προορισμό. Παραθεριστικές περιοχές όπως η Στούπα και η Καρδαμύλη, το Πεταλίδι και η Άλπεια κλπ, όπως θα φανεί στη συνέχεια, έχουν υψηλή μέση διάρκεια παραμονής, ειδικά στη Στούπα, η μέση διάρκεια παραμονής φθάνει τις 7 ημέρες. Σε περιοχές όπως η Πύλος, η Μεθώνη και η Κορώνη, η μέση διάρκεια παραμονής διαμορφώνεται σε μέσα επίπεδα.

Ο Νομός Μεσσηνίας αποτελεί ιδανική περίπτωση τουριστικού προορισμού για διακοπές. Ταυτόχρονα όμως, μπορεί να αποτελέσει και προορισμό για τουρισμό διήμευσης ή / και Σαββατοκύριακου, κυρίως για τις περιοχές της Δυτικής και Κεντρικής Πελοποννήσου.

β) Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Ο Νομός Μεσσηνίας σημειώνει, σε ετήσια βάση, από τις υψηλότερες τιμές πληρότητας που παρατηρούνται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου. Στη διάρκεια της περιόδου 1990-1999 η υψηλότερη τιμή σημειώθηκε το 1990, όπου η πληρότητα έφθασε το 44% και η χαμηλότερη τιμή το 1997, όπου έφθασε το 37%. Κατά το τελευταίο έτος παρατήρησης, δηλαδή το 1999, η πληρότητα έφθασε το 43% περίπου, με την πληρότητα των ημεδαπών να ανέρχεται στο 27% και των αλλοδαπών στο 16%. Οι υψηλότερες τιμές της πληρότητας παρατηρούνται στο διάστημα Μαΐου-Σεπτεμβρίου και κορυφώνονται κατά το δίμηνο Ιουλίου- Αυγούστου, φθάνοντας το 56% και 70% αντίστοιχα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ, ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στον τομέα του τουρισμού "ο όρος "**ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ**" χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις αλλαγές που επέρχονται στην οικονομία, στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον των περιοχών ή χωρών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα (Κοκκώσης Χ. - Τσάρτας Π., 2001 σ.28).

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία βασικές μεθοδολογικές αφητηρίες είναι οι εξής:

- Η εκτίμηση των επιπτώσεων απαιτεί διεπιστημονική προσέγγιση έτσι ώστε να αναδειχθούν οι αλληλοσχετίσεις των επιπτώσεων στην οικονομία, την κοινωνία και το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.
- Υπάρχει δυσκολία στο να απομονωθούν και να μελετηθούν, ως απόλυτα διαφορετικές, οι επιπτώσεις που αφορούν σε περισσότερα από ένα πεδία οργάνωσης και λειτουργίας της κοινωνικής ζωής, δηλαδή στην οικονομία, στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον.
- Οι επιπτώσεις διακρίνονται σε "θετικές" και "αρνητικές" σε όλα τα παραπάνω πεδία.
- Βασικό είναι να υπάρχει συνθετική προσέγγιση που να αναδεικνύει τις κεντρικές τάσεις και τα χαρακτηριστικά αυτών των επιπτώσεων.
- Από την μελέτη των επιπτώσεων αναδεικνύονται δύο σημαντικά θέματα: α) η δυναμική του τουρισμού που αλλάζει εντελώς τα κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά των περιοχών όπου αναπτύσσεται, διαμορφώνοντας νέα δεδομένα για την πορεία ανάπτυξης των τουριστικών περιοχών β) η σημασία του ελέγχου των διαδικασιών της τουριστικής ανάπτυξης που αναδεικνύει την ανάγκη για προγραμματισμό, σχεδίαση, διαχείριση και γενικότερη αλλαγή των προτύπων τουριστικής ανάπτυξης παγκοσμίως.

Στη συνέχεια, αναλύονται, τόσο το γενικό πλαίσιο αναφοράς των τεσσάρων κατηγοριών επιπτώσεων σε διάφορα επίπεδα που παραπάνω αναφέρθηκαν, όσο και το ειδικότερο πλαίσιο ανάλυσης αυτών για την Περιφέρεια της Πελοποννήσου.

4.2. ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

4.2.1. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο με δυναμική ανάπτυξη. Τα τελευταία χρόνια διαπιστώθηκε συνεχής ανοδική τάση του διεθνούς τουρισμού, με μέση ετήσια αύξηση 4,3 % από το 1990 έως το 1997. Σύμφωνα δε με τη μελέτη προοπτικής του **Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού** για τον τουρισμό έως το έτος 2020, οι προοπτικές για την επόμενη δεκαετία ως προς τις αφίξεις διεθνούς τουρισμού είναι να φθάσουν συνολικά το 1 δις το έτος 2010 και τα 1,6 δις το έτος 2020. Ωστόσο, οι πιο πρόσφατες εκτιμήσεις του **WTO** αναφέρουν ότι ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης θα ανέλθει στο 4,5 % τη δεκαετία 2000 – 2010, και στο 4,4 % τη δεκαετία 2011-2020. Τα μεγέθη αυτά αντιπροσωπεύουν ένα συνολικό μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 4,3 % μεταξύ 1995-2020. Παράλληλες προβλέψεις υπολογίζουν την μέση αύξηση των αεροπορικών ταξιδιών για το διάστημα 1995– 2010 σε 3,5 %.

Κατά τους υπολογισμούς του **WTO**, τα έσοδα από τον διεθνή τουρισμό (χωρίς τις μεταφορές) έφθασαν τα 443,7 δις δολάρια το 1997. Την περίοδο 1990-1997 παρουσίασαν μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης κατά 7,5%, μαρτυρώντας έτσι την αυξανόμενη σημασία του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία, παρά τις νομισματικές κρίσεις και την παρατεινόμενη ανεργία στις ανεπτυγμένες βιομηχανικές χώρες. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των τουριστικών εισπράξεων στο σύνολο των Ευρωπαϊκών χωρών την περίοδο 1990-1997 ήταν 5,8%.

Ορισμένοι οργανισμοί προβλέπουν, για το διάστημα 1998-2010, μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 3,7 % στην ιδιωτική τουριστική κατανάλωση. Με βάση και τις παραπάνω ενδείξεις, είναι βέβαιο ότι στο βαθμό που θα αυξάνεται η παραγωγικότητα στις προηγμένες χώρες και το διαθέσιμο εισόδημα των κατοίκων τους, θα αυξάνεται και η ροπή προς ταξίδια και ο τουρισμός θα συνεχίσει να αποτελεί δυναμικό τροφοδότη της οικονομικής ανάπτυξης και θα κινητοποιεί τις παραγωγικές δυνάμεις στις χώρες υποδοχής.

α. Συμμετοχή στο Α.Ε.Π.

Πρέπει να επισημανθεί ότι η πραγματική άμεση οικονομική απόδοση του τουρισμού είναι δύσκολο να μετρηθεί με ακρίβεια, γιατί αφενός πρόκειται για σύνθετο πλέγμα δραστηριοτήτων, και αφετέρου, λείπουν τα κατάλληλα έγκυρα μεθοδολογικά εργαλεία. Στο κύκλο εργασιών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων θα πρέπει ασφαλώς

να προστεθεί και ο κύκλος εργασιών των συναφών τουριστικών επιχειρήσεων (τουριστικά γραφεία, γραφεία ταξιδιών, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων, ενοικίασης θαλαμηγών, κρουαζιερόπλοια κλπ.), καθώς και ένα αντίστοιχο ποσό από τον κύκλο εργασιών των εστιατορίων, καφενείων, καταστημάτων, κλπ., ώστε να προσεγγιστεί τελικά η προστιθέμενη αξία της τουριστικής κατανάλωσης.

β. Εισροή συναλλάγματος – ισοζύγιο

Διακρίνονται δύο αντιθετικές επιπτώσεις: α) Η θετική επίδραση των συναλλαγματικών εισροών από τον τουρισμό στο ισοζύγιο, β) Η επιβάρυνση του ισοζυγίου πληρωμών των τουριστικών χωρών από την ανάγκη να εισάγουν είδη και προϊόντα αναγκαία για τη λειτουργία του τουριστικού τομέα.

Στις περισσότερες χώρες με τουριστική ανάπτυξη, και ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες, διαπιστώνεται ότι το τελικό θετικό ή μη θετικό αποτέλεσμα στους δύο αυτούς τομείς εξαρτάται από την δυνατότητα των χωρών αυτών να σχεδιάζουν και να προγραμματίζουν τη γενικότερη λειτουργία του τουρισμού, σε σχέση με την παραγωγική δομή τους.

γ. Απασχόληση

Ο τουρισμός είναι τομέας έντασης εργασίας και δημιουργεί συχνά πολλές άμεσες θέσεις εργασίας. Ο εποχικός χαρακτήρας της λειτουργίας του τουρισμού συνήθως επηρεάζει και τα χαρακτηριστικά αυτής της απασχόλησης, η οποία είναι σε μεγάλο βαθμό εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης σε τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα και υπηρεσίες. Συχνά η απασχόληση στον τουρισμό συνδυάζεται και με παράλληλη (έμμεση) απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας όπως γεωργική παραγωγή, βιομηχανία με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων. Ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές που λειτουργούν εποχικά, η πολλαπλή απασχόληση με επίκεντρο τον τουρισμό αποτελεί τον κανόνα για υψηλό ποσοστό του πληθυσμού. Ιδιαίτερα θετικές είναι οι επιπτώσεις του τουρισμού στην απασχόληση των γυναικών, των νέων ανέργων και των μακροχρόνια ανέργων, εξαιτίας του χαρακτήρα της εργασίας στον τουριστικό τομέα και των ευκαιριών που προσφέρει για ευέλικτα σχήματα απασχόλησης.

δ. Δημόσια έσοδα

Ένα άλλο πεδίο συνεισφοράς του τουρισμού στην οικονομία είναι τα δημόσια έσοδα. Είναι προφανές ότι, με την καταβολή των πάσης φύσεως φόρων από τις τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και του φόρου εισοδήματος από τους απασχολούμενους στον τουρισμό, ενισχύονται σημαντικά τα δημόσια έσοδα. Το ίδιο ισχύει και με την είσπραξη του Φ.Π.Α.

ε. Περιφερειακή Ανάπτυξη

Πολλές είναι οι περιπτώσεις όπου ο τουρισμός έχει συμβάλει στην ενίσχυση της ανάπτυξης αποβιομηχανοποιημένων περιοχών και γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διέυρνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής. Η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική σε ετήσιους ρυθμούς σε περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους.

στ. Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία

Έχουν γίνει προσπάθειες να εκτιμηθούν οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης στους υπόλοιπους κλάδους της εθνικής ή τοπικής οικονομίας. Παρά τις διαφορετικές τελικές εκτιμήσεις, μέσω της χρήσης του "πολλαπλασιαστή του τουρισμού", κοινή είναι η εκτίμηση ότι υπάρχουν θετικές επιδράσεις σε πολλούς κλάδους, οι δραστηριότητες των οποίων σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως βιομηχανία, βιοτεχνία, κατασκευές, υπηρεσίες, μεταφορές, εμπόριο, αλλά και στον γεωργικό τομέα, της παραγωγής νωπής διατροφής αλλά και ενδιάμεσων πρώτων υλών στη μεταποίηση. Οι θετικές επιδράσεις έχουν καταγραφεί σε περιοχές και χώρες με διαφορετικά χαρακτηριστικά ανάπτυξης.

ζ. Πληθωρισμός και αύξηση των τιμών της γης σε τοπικό επίπεδο

Έχει παρατηρηθεί αύξηση του κόστους ζωής λόγω της αύξησης των τιμών σε καταναλωτικά και διαρκή αγαθά σε τοπικό επίπεδο, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η ανάπτυξη του τουρισμού είναι μαζική και οργανωμένη. Συχνά επίσης, εξαιτίας και της ταχύτατης οικοπεδοποίησης υπάρχει υπερβολική αύξηση στις τιμές της γης, γεγονός που σχετίζεται και με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων

του, ιδιαίτερα στις περιοχές με μαζικό οργανωμένο τουρισμό, όπου υπάρχει και η μεγαλύτερη ζήτηση.

4.2.2. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κατά την **Σύνοδο Κορυφής του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού**, στη Μανίλα, (1997) το θέμα που απασχόλησε τους συνέδρους ήταν "Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στην Κοινωνία". Παρά τα αναγνωρισμένα οικονομικά οφέλη του τουρισμού αυτό που απασχολεί όλο και περισσότερο τους εμπλεκόμενους φορείς είναι η ανοδική πορεία των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στην κοινωνία των ανεπτυγμένων και αναπτυσσόμενων περιοχών.

Τα κόστη εκφράζονται με αλλαγές, οι οποίες προέρχονται μέσω του "κινήτρου επίδειξης" (demonstration effect). Οι αλλαγές δεν είναι αυτόματες αλλά εξελίσσονται στον χρόνο. Όπου οι αλλαγές δεν είναι ευπρόσδεκτες εκεί ο τουρισμός θεωρείται ότι προκαλεί αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία. Σε πολλές βέβαια περιπτώσεις, είναι η μη οργανωμένη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης που προκαλεί τις ανεπιθύμητες αλλαγές.

Κατά την προσπάθεια βελτίωσης της τουριστικής ανάπτυξης, αποτελεί άμεση ανάγκη η ενθάρρυνση των θετικών επιπτώσεων και ο έλεγχος και ο μετριασμός, έως ελαχιστοποίηση, των αρνητικών επιπτώσεων στις τοπικές κοινωνίες.

Οι κυριότερες από τις επιπτώσεις του τουρισμού στην τοπική κοινωνία αφορούν τους παρακάτω τομείς: **(Τσάρτας Π., σσ. 35-92, 1996, Smith V. (επιμ.), *Hosts and Guests*, 1992, Robinson M. και Boniface P., 1999).**

α. Κοινωνική δομή

Αλλάζουν, τόσο τα χαρακτηριστικά, όσο και οι λειτουργίες της τοπικής κοινωνίας. Οι αλλαγές είναι περισσότερο εμφανείς σε περιοχές της υπαίθρου, σε γεωγραφικά απομονωμένες, όπως ορεινές κοινότητες ή νησιά και σε αγροτικές περιοχές. Οι περισσότερες αλλαγές σε αυτές τις περιοχές σχετίζονται με την επικράτηση παραγωγικών δομών που συνδέονται με τον τουρισμό, άμεσα και έμμεσα και οδηγούν στη διαμόρφωση μιας νέου τύπου αστικοποιημένης κοινωνικής δομής, όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα δραστηριοτήτων, παραγωγικής δομής, απασχόλησης και λειτουργιών.

β. Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα

Τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελματιών οδηγεί σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, με τελικό στόχο την απασχόληση στον τουρισμό ή σε επαγγέλματα σχετιζόμενα με αυτόν, όπως εμπόριο, κατασκευές κλπ. Η πρώτη επίπτωση αυτής της τάσης είναι η διάχυση των εισοδημάτων του τουρισμού σε ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού, ενώ η δεύτερη είναι η σταδιακή, άμεση ή έμμεση, εγκατάλειψη κλάδων όπως η γεωργοκτηνοτροφία και η βιομηχανία, με παράλληλη στροφή στον τουρισμό. Η κινητικότητα αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής στους νέους και τις γυναίκες, αλλά σταδιακά τείνει να αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της κοινωνικής δομής των τουριστικών περιοχών, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους.

γ. Το πλαίσιο και τα αποτελέσματα της επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες

Η επικοινωνία με τους τουρίστες έχει επιπτώσεις στην κοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις και αξίες των ντόπιων. Το πλαίσιο στο οποίο πραγματοποιείται αυτή η επικοινωνία επηρεάζεται από τον τύπο της ανάπτυξης του τουρισμού, τις "εμπορικές" διαστάσεις αυτής της συνάντησης, τις διαφορές των πολιτισμικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών τουριστών και ντόπιων. Ως προς τα αποτελέσματα, αυτά συνδέονται άμεσα με το στάδιο ανάπτυξης και τουριστικής δραστηριότητας και επομένως μαζικοποίησης, του τουρισμού. Στο υψηλότερό του στάδιο, όπου ο τουρισμός είναι οργανωμένος και μαζικός, αυτή η επικοινωνία "εμπορευματοποιείται", με αποτέλεσμα, τόσο οι ντόπιοι, όσο και οι τουρίστες να καταλήγουν απλώς σε μια σχέση εμπορικής συναλλαγής όπου ο ένας πουλάει και ο άλλος αγοράζει, με όλα τα κοινωνικά αποτελέσματα αυτής της συναλλαγής.

δ. Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα

Η συνολικότερη στροφή των κοινωνιών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός σε παραγωγικές δομές και τρόπο ζωής με χαρακτηριστικά αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού, επιφέρει τελικά σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στις σχέσεις των δύο φύλων, στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις ανάμεσα στα άτομα της ίδιας κοινότητας. Οι αλλαγές αυτές προκαλούνται άμεσα ή έμμεσα από τις νέες παραγωγικές και κοινωνικές δομές, οι

οποίες εγκαθιδρύονται στις τουριστικές περιοχές της υπαίθρου και έχουν "αστικά χαρακτηριστικά".

4.2.3. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

Η **V.L.Smith (Hosts and Guests: The anthropology of Tourism, Blackwell, Oxford, 1978)**, διατυπώνει την παρακάτω κατηγοριοποίηση τουριστών σε τυπολογία, όπου συσχετίζει τα χαρακτηριστικά των τουριστών με τις επιπτώσεις στο πολιτιστικό περιβάλλον του τόπου υποδοχής.

- **ΟΙ ΕΞΕΡΕΥΝΗΤΕΣ**: Στον τύπο του εξερευνητή περιλαμβάνονται ομάδες όπως ακαδημαϊκοί, ορειβάτες και αυθεντικοί εξερευνητές σε μικρούς αριθμούς. Αυτοί αποδέχονται πλήρως τις επιτόπιες συνθήκες ζωής, είναι αυτόνομοι. Ο αριθμός αυτής της κατηγορίας των τουριστών είναι περιορισμένος, ενώ η επίδραση του πολιτιστικού περιβάλλοντος του τόπου υποδοχής από τον τουρίστα είναι θετική.
- **ΟΙ ΕΛΙΤ**: Ταξιδεύουν σε ασυνήθιστους προορισμούς για ευχαρίστηση, τα έχουν κάνει όλα και τώρα ψάχνουν για κάτι διαφορετικό-νέο. Χρησιμοποιούν τις προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες, αλλά συγχρόνως προσαρμόζονται εύκολα στις επιτόπιες συνθήκες. Η επίδραση του πολιτιστικού περιβάλλοντος της περιοχής από τον τουρίστα αυτής της κατηγορίας είναι θετικές. Οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας είναι σπάνια εμφανείς.
- **ΟΙ ΕΚΚΕΝΤΡΙΚΟΙ**: Λιγότερο πλούσιοι από τους ΕΛΙΤ ψάχνουν για κάτι παραπάνω από το σύννηθες ταξίδι. Προσαρμοσμένοι και συνεργάσιμοι με τις επιτόπιες συνθήκες για σύντομο χρονικό διάστημα. Για αυτής της κατηγορίας των τουριστών η επίδραση του πολιτιστικού περιβάλλοντος είναι θετική, ενώ ο αριθμός τους είναι εμφανής.
- **ΑΡΧΟΜΕΝΟΣ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**: Σταθερή ροή τουριστών σε μικρές ομάδες ή μεμονωμένα. Αναζητούν κεντρική θέρμανση / κλιματισμό και άλλες υπηρεσίες, όμως σε περίπτωση που αυτές δεν προσφέρονται προσαρμόζονται καταγράφοντας το ως «εμπειρία» (? !). Η επίδραση στο πολιτιστικό περιβάλλον αυτής της κατηγορίας των τουριστών είναι αμφίδρομη, έχοντας σταθερή ροή σε κάθε περιοχή, το συγκεκριμένο ρεύμα τουριστών.
- **ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**: Μεγάλος αριθμός τουριστών, συνήθως από χώρες Ευρωπαϊκές και Β. Αμερικής, με αξίες της μεσοαστικής τάξης και σχετικώς υψηλά εισοδήματα. Το ρεύμα είναι κυρίως εποχικό και οι τουρίστες αναζητούν υπηρεσίες «Δυτικού Τύπου» τα «Οικεία Σύμβολα», καθώς και πολύγλωσσους οδηγούς /

συνοδούς. Η ροή αυτής της κατηγορίας τουριστών σε τουριστικές περιοχές είναι συνεχής και η επίδραση του πολιτιστικού περιβάλλοντος του τόπου υποδοχής από τους τουρίστες είναι αρνητική.

- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΣΑΡΤΕΡ: Είναι το είδος που ήδη εμφανίζεται σε πλήρη άνθηση και σε πολύ μεγάλο αριθμό. Εξαρτάται εξ ολοκλήρου από την αγορά τουρισμού. Οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας έχουν τυποποιημένες επιλογές και απαιτήσεις, ενώ η χώρα προορισμού τους είναι εντελώς αδιάφορη. Αυτό το είδος τουρισμού όλο και μειώνεται στις αναπτυσσόμενες χώρες. Οι αφίξεις αυτής της κατηγορίας των τουριστών είναι μαζικές και η επίδραση του πολιτιστικού περιβάλλοντος του τόπου υποδοχής από τον τουρίστα είναι πολύ αρνητική.

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι οι τέσσερις πρώτοι τύποι τουρισμού δεν επηρεάζουν αρνητικά το τοπικό πολιτισμό, καθόσον ταξιδεύουν μόνοι ή κατά μικρές ομάδες, επιδιώκουν να γνωρίσουν τον τοπικό πολιτισμό και αποδέχονται και εντάσσονται εύκολα στην τοπική κοινωνική δομή. Οι δύο τελευταίοι τύποι τουρισμού επηρεάζουν αρνητικά τον τοπικό πολιτισμό καθόσον αδιαφορούν για την τοπική κοινωνική δομή και περιμένουν να συναντήσουν στον τόπο υποδοχής όλα τα σύμβολα του πολιτισμού της δικής τους χώρας. Η απαίτηση αυτή οδηγεί τελικά στην εμπορικοποίηση του τοπικού πολιτισμού και την προσαρμογή του στις απαιτήσεις του μαζικοποιημένου τουρισμού και εντέλει σε μια συνεχή διεθνοποίηση και ομογενοποίηση των τοπικών πολιτισμών, αφαιρώντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, αντί να τους δίνουν την δυνατότητα μετατροπής τους σε συγκριτικό πλεονέκτημα.

Σύμφωνα με τα προηγηθέντα, είναι εμφανές ότι ο τουρισμός μπορεί να αποφέρει οφέλη αλλά και προβλήματα στην τοπική κοινωνία και στα πολιτιστικά πρότυπα. Παρ' όλο που είναι πιο δύσκολο να μετρηθούν από τα περιβαλλοντικά και οικονομικά αποτελέσματα, τα κοινωνικο-πολιτιστικά αποτελούν βασικό συλλογισμό για την ανάπτυξη του τουρισμού σε κάθε περιοχή. Αυτά τα αποτελέσματα/συνέπειες μπορούν να είναι ιδιαίτερα σοβαρές παράμετροι σε χώρες που έχουν ακόμα έντονα παραδοσιακές κοινωνίες και οικονομίες. Έχοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, είναι αποδεδειγμένο ότι εάν ο τουρισμός είναι καλά σχεδιασμένος, ανεπτυγμένος και έχει καλή διοίκηση, μ' έναν πολιτιστικά υπεύθυνο τρόπο, μπορεί να αποφέρει διάφορους τύπους κοινωνικο-πολιτιστικών οφελών.

Αντίθετα ο τουρισμός μπορεί να προκαλέσει μερικά κοινωνικο-πολιτιστικά προβλήματα, εάν δεν είναι καλά σχεδιασμένος, ανεπτυγμένος και διοικούμενος. Ένα

κοινό πρόβλημα είναι η κατάκλυση των περιοχών από τους τουρίστες και η απώλεια άνεσης για τους κατοίκους που οδηγεί στην απέχθεια και στην εχθρότητα απέναντι στον τουρισμό. Σε περιόδους υψηλής τουριστικής ζήτησης οι πόροι (π.χ. ακτές, τα αξιοθέατα) και οι εγκαταστάσεις, τα εστιατόρια, τα μέσα μεταφοράς και τα μαγαζιά μπορούν να γεμίσουν τόσο πολύ από τουρίστες που οι κάτοικοι δεν θα είναι εύκολο να τα χρησιμοποιήσουν. Η ενόχληση είναι μεγαλύτερη αν οι κάτοικοι αντιληφθούν ότι δεν λαμβάνουν μεγάλα οικονομικά οφέλη από τον τουρισμό και ότι η τουριστική ανάπτυξη ελέγχεται από εξωτερικά συμφέροντα.

Μερικά άλλα προβλήματα μπορούν να οδηγήσουν σε πολιτιστική υποβάθμιση και μείωση της πολιτιστικής ταυτότητας. Η αλλοίωση αρχαιολογικών και ιστορικών τοποθεσιών είναι δυνατό να προκύψει από την υπερβολική χρήση τους από τους τουρίστες. Μπορεί να υπάρξει υπερβολική εμπορευματοποίηση και απώλεια της αυθεντικότητας των τοπικών εθίμων, των εκδηλώσεων, της μουσικής και του χορού, της χειροτεχνίας και των άλλων πολιτιστικών σχεδίων/ρευμάτων όταν αυτά είναι ακατάλληλα παρουσιασμένα σαν τουριστικά θέλγητρα. Μπορούν να παρουσιαστούν φαινόμενα επίδειξης, ιδιαίτερα από νέους, που μιμούνται τα πρότυπα συμπεριφοράς και ντυσίματος των τουριστών. Επίσης, παρεξηγήσεις και συγκρούσεις μπορούν να εμφανιστούν ανάμεσα στους τουρίστες και τους κατοίκους εξαιτίας διαφορετικών γλωσσών και εθίμων.

Κοινωνικά προβλήματα, όπως είναι η χρήση ναρκωτικών, ο αλκοολισμός, η εγκληματικότητα και η πορνεία μπορούν να επιδεινωθούν από τον τουρισμό.

4.2.4. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η τουριστική ανάπτυξη με την ανάγκη για επέκτασή της στο χώρο της υπαίθρου ή με την ανάγκη για ανάπτυξη μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομών τελικά επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι επιπτώσεις αυτές είναι ιδιαίτερα δραστικές σε περιοχές που θεωρούνται οικολογικά "ευαίσθητες", όπως οι παραθαλάσσιες ή οι ορεινές περιοχές, οι υγροβιότοποι. Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον αποτέλεσαν εδώ και αρκετά χρόνια, αντικείμενο ειδικών μελετών που επισήμαναν την ανάγκη για τον σχεδιασμό, τον προγραμματισμό και την διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης.

Οι κυριότερες από τις επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον αφορούν στους παρακάτω τομείς: **(Mathieson A. - Wall G., 1981, σσ. 93-132, WTO-UNEP, 1983, Briassoulis H. και Straaten Jvd., 2000).**

α. Συγκρούσεις στις χρήσεις γης

Ο τουρισμός συνεχώς επεκτείνεται στο χώρο, με αποτέλεσμα συχνά να προκαλεί συγκρούσεις για την χρήση της γης. Οι συγκρούσεις αυτές παρατηρούνται κυρίως σε περιοχές με αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή σε παραθαλάσσιες περιοχές. Ως αποτέλεσμα ο τουρισμός δεσμεύει τη γη, το νερό και τις επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παραγωγική ανάπτυξη κυρίως του αγροτικού τομέα. Σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, μπορεί να επισημανθεί ότι στις τουριστικές περιοχές αναπτύσσονται παρόμοιες "ανταγωνιστικές" σχέσεις και με χρήσεις σχετικές με τη βιοτεχνία, τη βιομηχανία και τις υπηρεσίες. Γενικότερα ο τουρισμός λειτουργεί "ολιστικά" στις τουριστικές περιοχές, διεκδικώντας περισσότερο χώρο για δραστηριότητες και υποδομές.

β. Μετατροπή οικιστικών συνόλων ή χωρικών ενοτήτων σε τουριστικούς πόρους.

Το ζήτημα αυτό συνδέεται κυρίως με τους παραδοσιακούς οικισμούς και τις περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (λίμνες, ποτάμια, φαράγγια, υγροβιότοπους, εθνικούς δρυμούς, σπήλαια κ.α.). Στις δύο αυτές περιπτώσεις, το δομημένο και το φυσικό περιβάλλον διαμορφώνουν έναν ιδιότυπο τουριστικό πόρο που μετατρέπεται σε πόλο έλξης τουριστών. Πρόκειται για εξέλιξη που επιβάλλει την αναζήτηση νέων τρόπων σχεδιασμού και διαχείρισης παρόμοιων περιοχών, οι οποίες άλλωστε αποτελούν περιβαλλοντικά και πολιτισμικά "ευαίσθητους" τουριστικούς πόρους

γ. Η φέρουσα ικανότητα τουριστικών περιοχών

Η φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής, επιλεγμένης ως τουριστικός προορισμός, απασχόλησε ιδιαίτερα τον ΠΟΤ από κοινού με το Πρόγραμμα για το Περιβάλλον του ΟΗΕ **(WTO-UNEP Joint Technical Report Series, 1992, "Tourism Carrying Capacity")** και καθόρισε το πλαίσιο των παραμέτρων για τον προσδιορισμό των επιπέδων της φέρουσας ικανότητας μιας τουριστικής περιοχής, έτσι ώστε να διαφυλαχτούν οι πόροι της περιοχής. "Φέρουσα Ικανότητα" είναι ο δείκτης ο οποίος εκφράζει την επισκεψιμότητα μιας τουριστικής περιοχής, όπου ο τουρίστας βιώνει

συναισθήματα ικανοποίησης υψηλού επιπέδου από την διαμονή του ενώ η περιοχή δέχεται τις ελάχιστες επιπτώσεις. Βασική αναφορά είναι η εισαγωγή της έννοιας "όρια επισκεψιμότητας" μιας τουριστικής περιοχής. Οι παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη για την εκτίμηση της φέρουσας ικανότητας αναφέρονται

α) στο περιβάλλον

β) στην τοπική κοινωνία και,

γ) στη διαχείριση.

Με το όρο "φέρουσα ικανότητα" μιας τουριστικής περιοχής γίνεται αναφορά στις δυνατότητες της κοινωνικής και οικονομικής δομής καθώς και του περιβάλλοντος της συγκεκριμένης περιοχής να δεχθεί και να απορροφήσει συγκεκριμένο όγκο υποδομών καθώς και συγκεκριμένο αριθμό τουριστών.

δ. Προβλήματα ανάπτυξης, λειτουργίας και διαχείρισης τουριστικών περιοχών

Η αύξηση του αριθμού και των τύπων των τουριστικών θερέτρων στη μεταπολεμική περίοδο έθεσε ζητήματα λειτουργίας και διαχείρισης τους σε σχέση με το περιβάλλον, τη χωροταξία και την πολεοδομία. Τα περισσότερα από αυτά τα ζητήματα αφορούν και την ευρύτερη περιοχή όπου έχουν αναπτυχθεί αυτά τα θέρετρα, με αποτέλεσμα να διαμορφωθούν κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του σύνθετου περιβάλλοντος, δομημένου και φυσικού, των περιοχών αυτών. Κοινή παράμετρος σε αυτές τις προσπάθειες υπήρξε η αναζήτηση προτύπων που συνδέονται με την έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Γενικά συμπεράσματα

Ο τουρισμός και το περιβάλλον είναι στοιχεία αλληλοεξαρτώμενα. Το φυσικό και τεχνητό περιβάλλον παρέχει στους τουρίστες πολλά θέλγητρα και η ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να προκαλέσει θετικά και αρνητικά περιβαλλοντικά αποτελέσματα. Η ανάπτυξη και διοίκηση του τουρισμού έτσι ώστε να είναι συμβατός με το περιβάλλον και να μην το υποβαθμίζει, είναι ένας σημαντικός παράγοντας για να επιτευχθεί βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Εάν ο τουρισμός είναι καλά σχεδιασμένος, αναπτυγμένος και διοικούμενος, μπορεί να προκαλέσει σημαντικά θετικά περιβαλλοντικά αποτελέσματα, τα κυριότερα των οποίων είναι τα εξής:

ι. συντελεί στη διατήρηση των φυσικών περιοχών και της άγριας ζωής, συμπεριλαμβανομένου και του θαλάσσιου περιβάλλοντος, της ανάπτυξης των

εθνικών και περιφερειακών πάρκων και προστατευόμενων περιοχών, γιατί αυτά είναι βασικά θέλγητρα για τους τουρίστες.

ii. Ο τουρισμός παρέχει το κίνητρο να προστατευθούν περιβαλλοντικά οι τουριστικές περιοχές μέσα από τον έλεγχο του αέρα, του θορύβου, του νερού και της αισθητικής των χώρων, μέσα από την μείωση του κυκλοφοριακού φόρτου, της αναβάθμισης της συνολικής εμφάνισης, την κατάλληλη διαμόρφωση του κτιριακού σχεδιασμού. Επίσης, καλά τοποθετημένες και σχεδιασμένες τουριστικές εγκαταστάσεις αυτές καθ' αυτές μπορούν να συνεισφέρουν στην ελκυστική εμφάνιση και του αστικού και του αγροτικού περιβάλλοντος. Η βελτίωση της υποδομής ιδιαίτερα της παροχής νερού, της αποχέτευσης, και της απόθεσης των στερεών απορριμάτων, επίσης συμφέρει στην βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας.

iii. αυξάνει την τοπική περιβαλλοντική συνείδηση όταν οι κάτοικοι, και ιδιαίτερα οι νέοι άνθρωποι παρατηρούν το ενδιαφέρον των τουριστών για την (περιβαλλοντική) διατήρηση.

Εάν ο τουρισμός δεν είναι καλά σχεδιασμένος, ανεπτυγμένος και διοικούμενος, μπορεί να προκαλέσει διάφορους τύπους περιβαλλοντικών αρνητικών συνεπειών/αντικτύπων, όπως

♦ η μόλυνση της θάλασσας που προέρχεται από μη κατάλληλο σχεδιασμό της αποχέτευσης και εναπόθεσης των στερεών απορριμάτων για τα ξενοδοχεία και τις άλλες εγκαταστάσεις. Μπορεί να υπάρξει μόλυνση των νερών των ποταμών, των λιμνών και των ακτών από σωλήνες αποχέτευσης και εκροής υγρών λυμάτων και των υπογείων νερών από διαρροή λυμάτων/απορριμάτων.

♦ η μόλυνση του αέρα που προκαλείται από υπερβολική χρήση των μηχανών εσωτερικής καύσης των οχημάτων (αυτοκίνητα, ταξί, λεωφορεία, μοτοσικλέτες, κ.λ.π.) σε τουριστικές περιοχές. Επίσης αεροπλάνα που χρησιμοποιούνται για ταξίδια μεγάλων αποστάσεων και για τοπικές αεροπορικές περιηγήσεις προκαλούν μόλυνση και ρύπανση του αέρα.

♦ ηχορύπανση που προκαλείται από την συγκέντρωση των τουριστών και των τουριστικών οχημάτων.

♦ αισθητική μόλυνση που προέρχεται από πολλούς παράγοντες- φτωχά σχεδιασμένα ξενοδοχεία και τουριστικές εγκαταστάσεις, κακή σχεδιαστική διάταξη εγκαταστάσεων, ανεπαρκής διαμόρφωση αυτών, χρήση μεγάλων και άσχημων διαφημιστικών πινακίδων, και παρεμπόδιση της φυσικής θέας από την τουριστική ανάπτυξη.

- ◆ προβλήματα εναπόθεσης σκουπιδιών που προκύπτουν από την μόλυνση του περιβάλλοντος από τους τουρίστες και από τις τουριστικές εγκαταστάσεις.
- ◆ οικολογική διατάραξη των φυσικών περιοχών από την υπερβολική ή κακή χρήση τους από τους τουρίστες και από την ακατάλληλη τουριστική ανάπτυξη.
- ◆ περιβαλλοντικοί κίνδυνοι και προβλήματα χρήσεως γης που προέρχονται από φτωχό σχεδιασμό και τοποθέτηση και κακό μηχανολογικό εξοπλισμό των τουριστικών αξιοθεάτων και εγκαταστάσεων.

4.3. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Με βάση τα όσα εκτέθηκαν παραπάνω, μπορεί να διατυπωθεί η θέση ότι ο ρόλος του τουρισμού στην Ελλάδα είναι, γενικά, σημαντικότερος από ό,τι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Γι' αυτόν τον λόγο, στη χώρα μας κάθε διακύμανση στην εξέλιξη των τουριστικών ροών έχει σημαντική επίδραση σε αρκετά ευρύ φάσμα της οικονομικής και της κοινωνικής ζωής, σε τοπικό, περιφερειακό ακόμη και σε εθνικό επίπεδο. Η παρέμβαση της τουριστικής ανάπτυξης στην ελληνική ύπαιθρο είχε δραματικές επιπτώσεις στην εξέλιξη της παραγωγικής δομής και της κοινωνικής της διάρθρωσης.

Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα γίνεται εμφανής με βάση ορισμένα μεγέθη που χαρακτηρίζουν τις διαστάσεις του και τις τάσεις εξέλιξής του. Η Ελλάδα, κατά τον **Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού**, βρίσκεται στην 17η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των τουριστικών προορισμών το 1997 και στην 27η θέση με βάση τις τουριστικές εισπράξεις.

Τα βασικότερα στοιχεία επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι τα παρακάτω:

α. Συμμετοχή στο ΑΕΠ

Ο ετήσιος κύκλος εργασιών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων δεν έχει υπολογιστεί με ακρίβεια. Μπορεί να εκτιμηθεί πάντως ότι οπωσδήποτε υπερβαίνει κατά πολύ τα 200 δις euro. Με βάση τα παραπάνω, μπορεί να εκτιμηθεί ότι το μερίδιο του τουρισμού στο συνολικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν φθάνει περίπου το 7%.

β. Εισροή συναλλάγματος- Ισοζύγιο

Το μόνο σχετικό μέγεθος που μετράται πραγματικά (από την Τράπεζα της Ελλάδος) είναι το ταξιδιωτικό συνάλλαγμα που εισρέει στη χώρα μέσω των ελληνικών τραπεζών.

Αυτό, όμως, υπολείπεται κατά πολύ των πραγματικών εσόδων από το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων, οι οποίες δεν καταγράφονται χωριστά στους εθνικούς λογαριασμούς, και έτσι δεν σταθμίζεται το μερίδιό τους στο ισοζύγιο πληρωμών και το Α.Ε.Π.

Οι εισπράξεις μόνο από το “ταξιδιωτικό συνάλλαγμα” ήταν, το 1997, 3.770,6 εκ. δολ. (Έκθεση Διοικητού Τ.Τ.Ε. – 1998). Με βάση αυτόν τον δείκτη, η Ελλάδα κατατάσσεται από τον **WTO** 27η σε τουριστικές εισπράξεις για το έτος 1997. Ο **WTO** υπολογίζει επίσης ότι οι κατά κεφαλήν εισπράξεις το 1996 ήταν 355 USD, και ανά άφιξη, 403 USD. Ακόμη, ο τουρισμός το 1996 κάλυψε το 39,61% των εξαγωγών εμπορευμάτων και το 39,83% των εξαγωγών υπηρεσιών. Τέλος, ο τουρισμός κάλυψε το 27,69% του ελλείμματος τρεχουσών συναλλαγών.

γ. Απασχόληση

Ο τουριστικός τομέας στην Ελλάδα εκτιμάται ότι απασχολεί σήμερα μεγάλο αριθμό εργαζομένων. Ακριβής υπολογισμός του αριθμού αυτού είναι πολύ δύσκολο να γίνει διότι δεν είναι εύκολος ο σαφής προσδιορισμός των τουριστικών δραστηριοτήτων, ενώ δεν μπορεί να εκτιμηθεί η μη αμειβόμενη οικογενειακή εργασία, η μερική απασχόληση και η παραοικονομία. Πάντως, σύμφωνα με υπολογισμούς του **W.T.O.** και του **Ο.Ο.Σ.Α.** το 1993 στην Ελλάδα απασχολούνταν στον τουρισμό 360.000 εργαζόμενοι. Εύκολα μπορεί να υπολογίσει κανείς ότι οι εργαζόμενοι στον τουρισμό αποτελούν το 10% (6,1% και 3,9%) του συνόλου των εργαζομένων της χώρας. Με στοιχεία της Eurostat, το 1998 στην Ελλάδα απασχολούνταν 209.000 εργαζόμενοι στον τομέα των ξενοδοχείων και των εστιατορίων.

δ. Δημόσια έσοδα

Ένα άλλο πεδίο συνεισφοράς του τουρισμού στην ελληνική οικονομία είναι τα δημόσια έσοδα. Πράγματι, με την καταβολή των πάσης φύσεως φόρων από τις τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και του φόρου εισοδήματος από τους απασχολούμενους στον τουρισμό, ενισχύονται σημαντικά τα δημόσια έσοδα. Το ίδιο ισχύει και με την είσπραξη του Φ.Π.Α. Ακόμη, τροφοδοτούνται τα έσοδα των Ο.Τ.Α.

με την είσπραξη δημοτικών τελών από τις τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και του ειδικού υπέρ ΟΤΑ τέλους παρεπιδημούντων και επί των εκδιδομένων λογαριασμών.

ε. Περιφερειακή Ανάπτυξη

Σε πολλές περιπτώσεις ο τουρισμός έχει συμβάλει στην ενίσχυση της ανάπτυξης περιοχών με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα, περιοχών γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών, μειονεκτικών και νησιών. Η ανάπτυξη του τουρισμού βελτιώνει τα εισοδήματα, ενισχύει τις επενδύσεις και διευρύνει την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να αυξηθεί η απασχόληση, να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής. Η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική και έχει μεταμορφώσει περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους.

στ. Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία

Η εκτίμηση των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων της τουριστικής ανάπτυξης, μέσω της χρήσης του "πολλαπλασιαστή του τουρισμού" στους υπόλοιπους κλάδους, στο τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο είναι δύσκολη. Παρά τις διαφορετικές τελικές εκτιμήσεις, κοινή είναι η άποψη ότι υπάρχουν θετικές επιδράσεις σε πολλούς κλάδους, που διασυνδέονται με τον τουρισμό, στη βιομηχανία - βιοτεχνία, στις κατασκευές, στη γεωργοκτηνοτροφία, στις υπηρεσίες, στις μεταφορές και στο εμπόριο. Οι θετικές επιδράσεις έχουν μάλιστα καταγραφεί σε περιοχές με διαφορετικά χαρακτηριστικά.

ζ. Κόστος ζωής και αύξηση των τιμών της γης σε τοπικό επίπεδο

Έχει παρατηρηθεί αύξηση του κόστους ζωής σε τοπικό επίπεδο, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η ανάπτυξη του είναι μαζική. Παράλληλα, σε πολλές περιοχές, εξαιτίας της ταχύτατης οικοπεδοποίησης υπάρχει υπερβολική αύξηση στις τιμές της γης, γεγονός που σχετίζεται και με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων του.

4.4. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της απογραφής του 2001 (**ΕΣΥΕ**), η Περιφέρεια Πελοποννήσου εντάσσεται στις πλέον αραιοκατοικημένες περιοχές της

χώρας (40,9 κάτοικοι ανά τ. χλμ ενώ σε επίπεδο χώρας η πυκνότητα διαμορφώνεται στους 82,9 κατοίκους ανά τ.χλμ.). Οι Νομοί Κορινθίας και Μεσσηνίας συγκεντρώνουν το 52% του Πληθυσμού της Περιφέρειας, με έντονα χαρακτηριστικά αστικοποίησης, ακολουθούν οι Νομοί Αργολίδας και Λακωνίας, ενώ ο πλέον αραιοκατοικημένος είναι ο Νομός Αρκαδίας και συγκεντρώνει το υψηλότερο ποσοστό αγροτικού πληθυσμού σε σχέση με τους υπόλοιπους νομούς.

Η έκταση της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανέρχεται σε 15.490 τ. χλμ. καλύπτοντας το 11,7% της συνολικής έκτασης της χώρας. Το 50% περίπου της συνολικής έκτασης της χαρακτηρίζεται ως ορεινή, το 30% ως ημιορεινή και το υπόλοιπο 20% περιλαμβάνει πεδινές εκτάσεις. Η ακτογραμμή ανέρχεται σε 1.200 χλμ. και όλοι οι Νομοί της έχουν πρόσβαση στη θάλασσα. Το κλίμα της Περιφέρειας είναι ποικιλόμορφο. Τα ανατολικά παράκτια τμήματα είναι πλούσια σε ηλιοφάνεια αλλά σχετικά ξηρά, στο κεντρικό ορεινό συγκρότημα το κλίμα είναι δριμύ με παγετούς και χιόνια, ενώ τα δυτικά τμήματα έχουν περισσότερες βροχές και είναι θερμότερα το χειμώνα σε σχέση με τα ανατολικά. Για αυτούς τους λόγους, οι ανατολικές περιοχές της Περιφέρειας είναι φτωχές σε ρέοντα ύδατα και σε βλάστηση, ενώ τα ορεινά και τα δυτικά τμήματα έχουν άφθονες πηγές, πολλά νερά και πλούσια βλάστηση. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου διαθέτει πλούτο τουριστικών πόρων στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον (αρχαιολογικούς χώρους - προϊστορικής, κλασσικής αρχαιότητας, βυζαντινής και νεώτερης ιστορίας - περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους ενταγμένες στο πρόγραμμα NATURA, αρχιτεκτονική λαϊκή κληρονομιά, καλλιτεχνικές εκδηλώσεις διεθνούς εμβέλειας).

Από την ανάλυση των στοιχείων της Περιφέρειας Πελοποννήσου φαίνεται ότι παρά την ύπαρξη πλούσιων φυσικών και πολιτιστικών πόρων, η τουριστική κίνηση εμφανίζεται περιορισμένη. Η Περιφέρεια δέχεται μόνο το 6,4% των τουριστών επί του συνόλου της χώρας, ποσοστό ελάχιστο, το οποίο δεν αντιστοιχεί ούτε στην έκταση ούτε στους τουριστικούς πόρους της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Το ποσοστό διανυκτερεύσεων είναι χαμηλότερο από αυτό των αφίξεων, το 3,3% επί του συνόλου της χώρας (στοιχεία 1999). Συγκριτικά με την υπόλοιπη Ελλάδα, προσελκύει μικρούς αριθμούς επισκεπτών, ιδιαίτερα αλλοδαπών και υστερεί σημαντικά στον πραγματοποιούμενο αριθμό διανυκτερεύσεων συνολικά αλλά και κατά άτομο. Ο κύριος όγκος των αλλοδαπών επισκεπτών πραγματοποιεί ολιγοήμερες επισκέψεις οι οποίες συνδέονται κατά κύριο λόγο με μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, ο δε κύριος όγκος των ημεδαπών τουριστών πραγματοποιεί επισκέψεις του

Σαββατοκύριακου. Συγκεκριμένες περιοχές δέχονται παραθεριστικό τουρισμό, όπου παρατηρείται υψηλή φόρτιση με ανάλογες επιπτώσεις. Παρατηρείται λοιπόν χωροταξική ανισότητα όσον αφορά την τουριστική ανάπτυξη των Νομών της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου διαθέτει 521 ξενοδοχειακές μονάδες με 33.612 κλίνες με μέση δυναμικότητα 65 κλινών **(στοιχεία ΕΟΤ 2001)**. Στερείται ξενοδοχειακής υποδομής στις υψηλές τάξεις και επομένως προσελκύει κυρίως τουρίστες μεσαίας και χαμηλής εισοδηματικής στάθμης. Η χαμηλής ποιότητας προσφορά καταλυμάτων (τα ξενοδοχεία Γ' Τάξης αποτελούν το 51,8% του συνόλου των καταλυμάτων της Περιφέρειας, στοιχεία **ΕΟΤ 2001**) συμβάλλει αρνητικά στην τουριστική ζήτηση της Περιφέρειας από αλλοδαπούς. Διαχρονικά, παρατηρείται αύξηση της συμμετοχής των κλινών Γ' Τάξης και μικρή μείωση των κλινών Β' Τάξης στο σύνολο των κλινών της Περιφέρειας. Η συμμετοχή των κλινών Πολυτελείας και Α' Τάξης σημειώνει μικρή αύξηση, ενώ η συμμετοχή κλινών Δ' και Ε' Τάξης παρουσιάζει μείωση. Οι Νομοί Αργολίδας και Κορινθίας συγκεντρώνουν την πλειονότητα της ξενοδοχειακής υποδομής, αντίθετα ο Νομός Αρκαδίας το μικρότερο δυναμικό ξενοδοχειακής υποδομής.

Στους πέντε Νομούς της Περιφέρειας παρατηρούνται σημαντικές διαφορές ως προς την προσφορά και το επίπεδο ποιότητας του ξενοδοχειακού δυναμικού, με αποτέλεσμα να παρατηρείται ανισομερής κατανομή των επισκεπτών και του παραγόμενου εισοδήματος στις διάφορες περιοχές της Περιφέρειας. Οι Νομοί Κορινθίας και Αργολίδας, έχοντας αναπτυχθεί πρώτοι (από την δεκαετία του 1960), εμφανίζονται σχετικά τουριστικά κορεσμένοι, ενώ οι υπόλοιποι Νομοί εμφανίζουν μικρή τουριστική αξιοποίηση.

Όσον αφορά στο τουριστικό Ακαθάριστο Προϊόν της Περιφέρειας με βάση τη μεθοδολογία που αναφέρεται στο σχετικό Προσάρτημα, αυτό σχετίζεται άμεσα, τόσο με την τουριστική ζήτηση (αφίξεις-διανυκτερεύσεις), όσο και με την τουριστική προσφορά (κλίνες). Όπως αναφέρεται στα σχετικά κεφάλαια, ο αριθμός των κλινών κατά τη δεκαετία του '90 παρουσιάζει αυξητικές τάσεις, ενώ αντίθετα η τουριστική κίνηση παρουσιάζει τάσεις μείωσης. Η αλληλεπίδραση των παραγόντων αυτών έχει ως αποτέλεσμα το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας να παρουσιάζει μικρές τάσεις μείωσης, με Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής κατά την περίοδο 1990-1999 -0,3%.

Στον τομέα της απασχόλησης στις παραγωγικές δραστηριότητες στην Περιφέρεια Πελοποννήσου παρατηρείται αύξηση στον τριτογενή τομέα σε ποσοστό

4,7% και μείωση στους άλλους δύο τομείς (1,8% στον δευτερογενή και 22,2% στον πρωτογενή). Η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στην αύξηση της απασχόλησης στον κλάδο Τραπεζών και Λοιπών Χρηματοοικονομικών Οργανισμών και ακολουθούν η απασχόληση στους κλάδους των Υπηρεσιών και των Μεταφορών, ενώ η απασχόληση στον κλάδο του Εμπορίου -Εστιατορίων - Ξενοδοχείων παρουσιάζει μικρή μείωση της τάξης του 0,3%. Από την ανάλυση που προηγήθηκε, προκύπτει ότι η απασχόληση στις τουριστικές επιχειρήσεις κρατά την πρώτη θέση στους τομείς απασχόλησης της Περιφέρειας, εντούτοις για το έτος 2001 παρουσίασε μικρή μείωση της τάξης του 0,3%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ ΤΗΣ ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ – ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΔΥΝΗΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάλυση SWOT έχει τις καταβολές της, όπως άλλωστε και γενικά ο στρατηγικός σχεδιασμός, στην εργασία των πανεπιστημιακών της επιχειρησιακής στρατηγικής του **Harvard Business School** των ΗΠΑ από τις αρχές της δεκαετίας του '60. Η SWOT αποτελείται από τα αρχικά των λέξεων **Strengths, Weaknesses, Opportunities** και **Threats** (Δυνάμεις, Αδυναμίες, Ευκαιρίες και Απειλές). Περιλαμβάνει την συγκέντρωση των πιθανών **δυνάμεων, αδυναμιών, ευκαιριών** και **απειλών**, όπως αυτές σχετίζονται με τα προϊόντα που προσφέρονται και την αγοραστική θέση μίας συγκεκριμένης οργάνωσης και την οργάνωσή τους σε έναν πίνακα. Η ανάλυση συνεχίζει με το "ταίριασμα" μεταξύ της **εξωτερικής κατάστασης** που αντιμετωπίζει μία επιχείρηση (δηλαδή ευκαιρίες και απειλές) και των **εσωτερικών της ικανοτήτων και χαρακτηριστικών** (δηλαδή δυνάμεις και αδυναμίες). Η ανάλυση SWOT, λοιπόν, είναι μία σχετικά απλή και πολύ διαδεδομένη στη χρήση της μέθοδος, που παραθέτει τις δυνάμεις και αδυναμίες της επιχείρησης απέναντι στις ευκαιρίες και απειλές που καθορίζει το εξωτερικό της περιβάλλον. Η μέθοδος ανάλυσης SWOT έχει το **βασικό πλεονέκτημα**, ότι από τις καταστάσεις που προκύπτουν απορρέουν περισσότερο ή λιγότερο κατάλληλες στρατηγικές επιλογές για την επιχείρηση. (Γεώργιος Ι. Σιώγκος, Ph. D. – Καθηγητής Μάρκετινγκ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών – ΑΣΟΕΕ. **Βιβλιογραφία:** "Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Β' Έκδοση, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης). (William C. Gartner- "Τουριστική Ανάπτυξη- Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές. ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: Δρ. Γεώργιος Μ. Κορρές, Στυλιανός Κ. Δρακόπουλος, Εκδόσεις "ΕΛΛΗΝ").

5.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

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

- Ισχυρή ιστορική, αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά

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

5.2.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ

Η ανάλυσή θα επικεντρωθεί στην συνθετική προσέγγιση των βασικών στοιχείων της SWOT, όπως αυτά καταγράφησαν παραπάνω. Με αυτόν τον τρόπο θα δοθεί μια πληρέστερη εικόνα των προοπτικών που υπάρχουν για τον τουρισμό στην Πελοπόννησο σε όλα τα υπό διερεύνηση ζητήματα.

α. Ισχυρή ιστορική, αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά

Το συγκριτικό πλεονέκτημα για την ανάπτυξη διαφόρων μορφών τουρισμού είναι η εξαιρετικά πλούσια και γεωγραφικά διάσπαρτη ιστορική, αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά της περιφέρειας, η οποία απετέλεσε και αποτελεί τη βάση για την ανταγωνιστική προσφορά του προϊόντος που προσφέρεται στους τουρίστες, την αυθεντικότητα που αναζητούν στο ταξίδι τους και τη δυνατότητα συνδυασμού της ξεκούρασης και της γνωριμίας τους με την πολιτιστική παράδοση της κάθε περιοχής.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τη μακρόχρονη και αδιάλειπτη ιστορική της πορεία περιλαμβάνει ένα σημαντικό αριθμό θεσμοθετημένων παραδοσιακών οικισμών, μεγάλο αριθμό μνημείων διεθνούς σημασίας (αρχαιολογικών χώρων), βυζαντινά και μεταβυζαντινά μνημεία και ιδιαίτερα διατηρητέα μνημεία και έργα τέχνης. Περιοχές με ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία όπως είναι το Ναύπλιο, η Επίδαυρος, η Μονεμβασιά, οι Μυκήνες, η Δημητσάνα, ο Μυστράς, η Μάνη, η Μεθώνη, αποτελούν τα «δυνατά» στοιχεία της Περιφέρειας.

β. Σημαντικά μνημεία της φύσης

Το φυσικό περιβάλλον της περιφέρειας αποτελεί το υπόβαθρο για την μακροπρόθεσμη ανάπτυξη του τουρισμού. Η χρήση και η διαχείριση των μνημείων της φύσης αποτελούν βασικής σημασίας παραμέτρους στην επιτυχημένη πορεία ανάπτυξης του τουρισμού.

Στα σημαντικά μνημεία της φύσης περιλαμβάνονται τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, διατηρητέα μνημεία φύσης, υγροβιότοποι, βιότοποι CORINE , εθνικοί δρυμοί και μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς.

Η Περιφέρεια έχει 15 τοπία ιδιαίτερου κάλλους (4 στην Αργολίδα, 2 στην Αρκαδία, 2 στην Κορινθία, 4 στην Λακωνία και 3 στην Μεσσηνία), τα οποία έχουν μεγάλη αισθητική και πολιτιστική αξία και συμβάλουν στην προστασία των φυσικών πόρων. Παράλληλα διαθέτει 14 θεσμοθετημένα διατηρητέα μνημεία φύσης (6 στην Αργολίδα, 4 στην Αρκαδία, και 4 στην Μεσσηνία) τα οποία είναι μεμονωμένα δέντρα ή συστάδες δένδρων, υγροβιότοποι και σπάνια φυτά σε περιοχές με ιδιαίτερη παλαιολογική, γεωμορφολογική και ιστορική σημασία.

Στην Περιφέρεια εμφανίζονται πλήθος βιότοπων CORINE (π.χ. υγρά τοπία, λιμνοθάλασσες, έλη, κορυφές βουνών, φαράγγια ποταμών, εκβολές ποταμών, σπήλαια), διάσπαρτων σε όλους τους νομούς, μεγάλων σχετικά εκτάσεων που συμβάλουν στη διατήρηση του περιβάλλοντος. Επιπρόσθετα, έχει 32 απλούς υγροβιότοπους (δέλτα ποταμών, λίμνες, λιμνοθάλασσες, πηγές, τεχνητές λίμνες, ποταμοί), όπως ορίζονται από την Σύμβαση Ramsar που συμβάλλουν στην ισορροπημένη λειτουργία του οικοσυστήματος της περιοχής που απαντώνται.

Επίσης, υπάρχουν δύο αισθητικά δάση ή φυτικά τοπία (δάσος Πευκιάς Ξυλοκάστρου με πεύκα Χαλεπιού, και το δάσος Μογγοστρού με δρυόδενδρα στο Ν. Κορινθίας) που παρουσιάζουν ιδιαίτερη αξία από πλευράς αισθητικής, υγείας και τουρισμού.

Οι παραπάνω φυσικοί πόροι αποτελούν τα «δυνατά» στοιχεία της Περιφέρειας που της προσδίδουν συγκριτικό πλεονέκτημα στην προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού με αειφόρο διάσταση.

γ. Μεγάλη ποικιλία χλωρίδας και πανίδας.

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν επιλεγεί 26 περιοχές Natura 2000 διαφόρων κατηγοριών, στο πλαίσιο της Οδηγίας 92/43/EEC. Οι περιοχές αυτές έχουν ως σκοπό να συμβάλουν στη διατήρηση της βιολογικής ποικιλότητας με την

προστασία και διατήρηση των φυσικών οικότοπων και της αυτοφυούς χλωρίδας και άγριας πανίδας.

Επίσης, η Περιφέρεια έχει 7 σημαντικές περιοχές για τα πουλιά (π.χ. λίμνη Στυμφαλία, Δέλτα Ευρώτα, Ακρωτήριο Ταίναρο, Κεντρικό Όρος του Ταΰγετου) που δεν είναι θεσμοθετημένες και δεν προστατεύεται από κάποιο εθνικό ή διεθνές καθεστώς.

δ. Καλές κλιματολογικές συνθήκες

Η Περιφέρεια της Πελοποννήσου ανήκει στη ζώνη του μέγιστου της ηλιοφάνειας και του ελάχιστου της νέφωσης. Το χαρακτηριστικό αυτό του κλίματος είναι ιδιαίτερα ευνοϊκό για την προσέλκυση των επισκεπτών. Από όλους τους μήνες του χρόνου, κατά το Δεκέμβριο, παρατηρείται ο μεγαλύτερος αριθμός ημερών με νέφωση, ενώ τον Αύγουστο ο μεγαλύτερος αριθμός ημερών ηλιοφάνειας.

Η ύπαρξη ποικίλων κλιματολογικών συνθηκών συγκεντρώνουν τις κατάλληλες προϋποθέσεις (συγκριτικό πλεονέκτημα) για ανάπτυξη όλων των εφικτών μορφών τουρισμού.

ε. Πολλαπλές επιλογές διαφορετικού τύπου τουριστικών προορισμών.

Τα προϊόντα του εσωτερικού τουρισμού συνδυάζονται αρμονικά με άλλα προϊόντα και υπηρεσίες, τόσο του Οργανωμένου Μαζικού τουρισμού Διακοπών, όσο και των Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρονται δραστηριότητες σχετικές με τον Αθλητισμό, την Εκπαίδευση, τον Πολιτισμό, την Ψυχαγωγία, το Περιβάλλον, τη Φυσιολατρία, την Υγεία, την Περιήγηση. Στην περιοχή της Πελοποννήσου υπάρχουν διαφορετικού τύπου προορισμοί (θαλάσσιοι, παραποτάμιοι, ορεινοί) που προσφέρουν διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν, με αποτέλεσμα ο τουρίστας να έχει πολλαπλές επιλογές στην άσκηση της τουριστικής του δραστηριότητας. Η αξιοποίηση των υπαρχόντων τουριστικών προορισμών ή η ανάδειξη νέων παρέχει τη δυνατότητα προσέλκυσης νέων τουριστών, αλλά και τη δυνατότητα επέκτασης της τουριστικής περιόδου.

στ. Πλούσια ιστορική και λαογραφική παράδοση.

Στην Περιφέρεια της Πελοποννήσου υπάρχει σημαντικός αριθμός ευρημάτων – παλαιολιθικών, μεσολιθικών, νεολιθικών, πρωτοελλαδικών, μεσοελλαδικών, μυκηναϊκών, γεωμετρικών ελληνιστικών και ρωμαϊκών - τα οποία φυλάσσονται και

εκθέτονται σε διάφορα μουσεία. Ο ιστορικός αυτός πλούτος καταδεικνύει τη σημαντική παρουσία πολλών περιοχών της Περιφέρειας κατά την αρχαιότητα που άφησαν πίσω τους ένα μεγάλο αριθμό μνημείων διεθνούς σημασίας και διαμόρφωσαν μια ιστορική και λαογραφική παράδοση που στήριξε την Ευρωπαϊκή κουλτούρα και αποτελεί τη βάση των ανθρωπίνων αξιών σε παγκόσμιο επίπεδο.

ζ. Γειτνίαση με τη μητροπολιτική περιοχή της πρωτεύουσας.

Η Πελοπόννησος γειτνιάζει με την Μητροπολιτική Περιοχή της Πρωτεύουσας, γεγονός που της παρέχει συγκριτικό πλεονέκτημα στην τουριστική της ανάπτυξη, μέσω των οδικών αξόνων, αφού η Αθήνα αποτελεί «διαμετακομιστικό τουριστικό κέντρο» που διοχετεύει τουρίστες σε περιοχές με αξιόλογους τουριστικούς πόρους (Επίδαυρος, Μυκήνες, Λουτράκι κλπ).

η. Δυνατότητες του πρωτογενή τομέα για παραγωγή υψηλής ποιότητας παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων

Οι δυνατότητες του πρωτογενή τομέα για παραγωγή υψηλής ποιότητας παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων, τα οποία με την u954 κατάλληλη μεταποίηση, συσκευασία και διαδικασίες προώθησης, μπορούν να δημιουργήσουν σημαντικό επιπέδου συμπληρωματικό εισόδημα στον αγροτικό της πληθυσμό, ενώ παράλληλα μπορούν να είναι σημαντικές εισροές στην τουριστική δραστηριότητα της Περιφέρειας. Πολλές περιοχές της Περιφέρειας παράγουν είτε οικολογικά προϊόντα (π.χ. κρασιά, μέλι) είτε παραδοσιακά (π.χ. ζυμαρικά, παστό, γλυκά) υψηλής ποιότητας τα οποία πωλούνται στους τουρίστες ή επισκέπτες και για τα οποία υπάρχει έντονη ζήτηση.

θ. Χαμηλοί δείκτες κορεσμού.

Η περιφέρεια της Πελοποννήσου προσελκύει τουρισμό αμιγώς διακοπών σε σχετικά λίγα συγκεκριμένα σημεία. Ο κύριος όγκος επισκεπτών πραγματοποιούν ολιγοήμερες επισκέψεις που συναρτώνται κύρια με μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους (αλλοδαποί) ή με τουρισμό Σαββατοκύριακου (Έλληνες). Σχετικός Τουριστικός κορεσμός υπάρχει σε ορισμένες περιοχές των Νομών Αργολίδας (π.χ. Πόρτο Χέλι Ερμιονίδας) και Κορινθίας (π.χ.Λουτράκι), ή σε άλλες παράκτιες περιοχές κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Γενικά εκτιμάται ότι υπάρχει χαμηλός δείκτης

κορεσμού, γεγονός που επιτρέπει την περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας.

Ι. Ακτογραμμή πολλών χιλιομέτρων καθ' όλη την περίμετρο.

Η ακτογραμμή της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανέρχεται σε 1.200 χλμ. και όλοι οι νομοί έχουν πρόσβαση στη θάλασσα.

Η ακτογραμμή παρέχει τη δυνατότητα για κολύμβηση στις 166 παραλίες που εκτείνονται σε πολλά χιλιόμετρα και οι οποίες σχεδόν στο σύνολό τους είναι άριστες ή πολύ καλές. Επίσης, η ακτογραμμή προσφέρεται και για θαλάσσιες μεταφορές (π.χ. μεταφορικές εξυπηρετήσεις τοπικού χαρακτήρα – Σπέτσες - Κύθηρα). Υποδομή θαλάσσιων μεταφορών αποτελούν τα λιμάνια της Καλαμάτας, της Πύλου, της Κυπαρισσίας, του Ναυπλίου, της Ερμιονίδας, του Τολού, της Παλαιάς Επιδαύρου, του Παράλιου Άστρους, του Τολού της Κορίνθου, του Γυθείου, της Μονεμβασιάς, της Νεάπολης.

Η ακτογραμμή της Περιφέρειας Πελοποννήσου της προσδίδει συγκριτικό πλεονέκτημα για την αξιοποίηση και του παράκτιου τουρισμού που σε συνδυασμό με την τουριστική αξιοποίηση των ορεινών όγκων του γεωγραφικού της ανάγλυφου, παρέχει εναλλακτικές δυνατότητες στους τουρίστες.

5.3. ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

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

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

- Ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό και managers.

5.4.ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΕΙΛΩΝ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

- Ισχυρός ανταγωνισμός.
- Προσέλκυση σημαντικού μέρους των επενδύσεων σε ήδη ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές.
- Χρονοβόρες διαδικασίες ολοκλήρωσης των τουριστικών επενδυτικών σχεδίων.
- Χρονοβόρες και δύσκολες διαδικασίες στη δανειοδότηση των επιχειρήσεων.
- Έλλειψη συντονισμού κρατικών φορέων και ιδιωτών για την προβολή του τουριστικού προϊόντος

5.5. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΚΑΙ ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΔΥΝΗΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Η τουριστική ζήτηση χαρακτηρίζεται από τρεις συνιστώσες:

1. Την **πραγματική ή ενεργό ή αποτελεσματική τουριστική ζήτηση** η οποία αναφέρεται στα άτομα που επιθυμούν και μπορούν να ταξιδεύσουν σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς, κάνοντας χρήση των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών σ' αυτά.
2. Τη **δυνητική ή προσδοκώμενη τουριστική ζήτηση** η οποία περιλαμβάνει τα άτομα που επιθυμούν να μετακινηθούν για ταξίδι, αλλά δεν μπορούν να το πραγματοποιήσουν λόγω χρονικών ή χρηματικών περιορισμών.
3. Την **αναβληθείσα τουριστική ζήτηση** η οποία περιλαμβάνει τα άτομα που μπορούν να ταξιδεύσουν, αλλά δεν το πράττουν είτε λόγω άγνοιας των ευκαιριών, είτε λόγω έλλειψης διευκολύνσεων.

Η δυνητική ή προσδοκώμενη και η αναβληθείσα τουριστική ζήτηση θεωρούνται ότι απαρτίζουν τη συγκρατημένη τουριστική ζήτηση. Η ζήτηση αυτή είναι εξαιρετικά δύσκολο να εκτιμηθεί γι' αυτό και συχνά αγνοείται. Συνήθως, όταν χρησιμοποιείται ο όρος τουριστική ζήτηση, εννοείται μόνο η αποτελεσματική τουριστική ζήτηση.

Όμως, ο προσδιορισμός των παραμέτρων που προσδιορίζουν την δυνητική ζήτηση και ειδικότερα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, είναι ένα κρίσιμο θέμα που μπορεί να βοηθήσει τους φορείς άσκησης τουριστικής πολιτικής να πάρουν τις

δέουσες αποφάσεις που θα συμβάλλουν στη διεύρυνση της τουριστικής αγοράς ποσοτικά και ποιοτικά. Αυτό, μπορεί να επιτευχθεί με την ενσωμάτωση στην τουριστική δραστηριότητα και άλλων ατόμων που μέχρι σήμερα για διάφορους λόγους (π.χ. οικονομικούς, κοινωνικούς, έλλειψης χρόνου και πληροφόρησης) δεν είναι σε θέση να συμμετάσχουν.

Οι παράμετροι που επηρεάζουν την δυνητική ζήτηση είναι οι ακόλουθες:

- **Ο τουρισμός της αλλοδαπής** και ιδιαίτερα ο περιηγητικός τουρισμός που αποτελεί μια ειδική αγορά που συγκεντρώνει τα τελευταία χρόνια το ενδιαφέρον τουριστών από την αλλοδαπή. Η περιφέρεια Πελοποννήσου έχει περιοχές ιδιαίτερου ιστορικού, πολιτιστικού και φυσικού περιβάλλοντος που προσελκύουν τουρίστες της αλλοδαπής. Εκτιμάται ότι υπάρχουν δυνατότητες διεύρυνσης της τουριστικής αγοράς σε πολλές περιοχές της Πελοποννήσου από τουρίστες της αλλοδαπής, οι οποίοι έχουν ποιοτικά χαρακτηριστικά και ειδικά ταξιδιωτικά ενδιαφέροντα. Σύμφωνα με τη μέχρι σήμερα εξέλιξη της τουριστικής αγοράς της αλλοδαπής, η προέλευση των τουριστών εντοπίζεται κυρίως στις μεσογειακές χώρες (Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία) αλλά και σε χώρες της Κεντρικής Ευρώπης (Αυστρία, Γερμανία) και δευτερευόντως σε χώρες της Βόρειας Ευρώπης (κυρίως Αγγλία) και της Αμερικής. Θετικές προοπτικές φαίνεται να έχει η τουριστική αγορά των πρώην Ανατολικών χωρών και της Ιαπωνίας, δύο σχετικά νέες και ανερχόμενες τουριστικές αγορές για την Περιφέρεια Πελοποννήσου. Επίσης, η ενδυνάμωση της τουριστικής κίνησης από Αμερική και ιδιαίτερα από ΗΠΑ, είναι εφικτή λόγω του έντονου μεταναστευτικού ρεύματος που υπήρξε από την Πελοπόννησο στις ΗΠΑ και την ύπαρξη πλέον δεύτερης και τρίτης γενιάς μεταναστών.

- **Τα ταξίδια μικρής διάρκειας** τα οποία γίνονται, τόσο κατά τους θερινούς, όσο και κατά τους χειμερινούς μήνες και καλύπτουν τουριστικές ανάγκες ατόμων που έχουν περιορισμένο χρόνο στη διάθεσή τους και θέλουν σε σύντομο χρονικό διάστημα να δουν πολλά τουριστικά αξιοθέατα ή να απολαύσουν τουριστικούς τόπους με ιδιαίτερο φυσικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον. Τα ταξίδια αυτά γίνονται, τόσο από τουρίστες της ημεδαπής (κυρίως σαββατοκύριακα), όσο και της αλλοδαπής. Η κατάλληλη υποδομή διευκολύνει την προσπελασιμότητα προς τους τουριστικούς τόπους. Προς την κατεύθυνση αυτή υπάρχουν μεγάλες δυνατότητες διεύρυνσης της τουριστικής αγοράς και ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού π.χ. αγροτουρισμού, προορισμό τους κυρίως τη Βόρεια Πελοπόννησο.

Ως εκ τούτου, φαίνεται να είναι καθοριστικός παράγοντας η βελτίωση του οδικού δικτύου προς το νότο, έτσι ώστε να μειωθούν οι χρονοαποστάσεις και να είναι ευχάριστο και ασφαλές το ταξίδι αναψυχής.

- **Ο παραθεριστικός τουρισμός** που αποτελεί μια σημαντική παράμετρο που ενεργοποιεί άτομα της ημεδαπής να μετακινηθούν για μεγάλο σχετικά διάστημα σε τόπους που είτε κατάγονται και τους συνδέουν δεσμοί φιλίας, είτε έχουν αγοράσει παραθεριστική οικία. Η μορφή αυτή ενεργοποιεί τουριστικά ολοένα και περισσότερο άτομα της ημεδαπής να ασκήσουν τουριστική δραστηριότητα και να δημιουργήσουν τουριστική κατανάλωση. Η ζήτηση για παραθεριστικό τουρισμό εκτιμάται ότι θα διευρυνθεί τα προσεχή χρόνια, αφενός λόγω της γειννίασης της Πελοποννήσου αλλά και της ευκολότερης σύνδεσης με τη μητροπολιτική περιφέρεια της Αττικής, αφετέρου λόγω της εξέλιξης της Πελοποννήσου ως τουριστικού τόπου της Χώρας.

- **Οι νέες αγορές της αλλοδαπής** αποτελούν μια δυναμική τουριστική αγορά καθότι αποτελούν νέες τουριστικές αφετηρίες, καθώς κάθε τουρίστας θέλει να γνωρίσει νέους τόπους, νέους πολιτισμούς και σε χαμηλό κόστος σχετικά.

Όσον αφορά στην Πελοπόννησο σχετικά με το άνοιγμα σε νέες αγορές της αλλοδαπής, σε αυτή τη διαδικασία και τάση θα συμβάλουν οι οδικοί άξονες όπως του ΠΑΘΕ, της Εγναντίας, του Ρίου – Αντιρρίου κλπ.

- **Οι νέες αγορές της ημεδαπής** αποτελούν μια εσωτερική δυναμική τουριστική αγορά που εκφράζεται ως η νέα τάση για ταξίδια μικρής διάρκειας ή διημέρευσης αλλά και για τουρισμό διακοπών, που έχουν φυσικά ή τεχνητά θέλγητρα και συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον των τουριστών της ημεδαπής. Ο κοινωνικός τουρισμός, ο τουρισμός για νέους (τουρισμός περιπέτειας) αλλά και ο τουρισμός από αγορές άλλοτε απομακρυσμένες, από τις οποίες όμως τώρα διευκολύνεται η πρόσβαση λόγω των τεχνικών / οδικών υποδομών, συνιστούν τις νέες αγορές της χώρας. Η Πελοπόννησος διαθέτει περιοχές που μπορούν να αποτελέσουν νέους τουριστικούς προορισμούς, αν αξιοποιηθούν μέσω της δημιουργίας κατάλληλης υποδομής και ανωδομής. Νέοι εν δυνάμει τουριστικοί προορισμοί που προσφέρονται κυρίως για τουρισμό διακοπών εντοπίζονται κυρίως στο Ανατολικό τμήμα της Πελοποννήσου που λόγω του γεωγραφικού ανάγλυφου της Πελοποννήσου παρέχουν συγκριτικό πλεονέκτημα στην προώθησή τους.

Η ορεινή Πελοπόννησος προσφέρεται για τουρισμό περιπέτειας, ενώ για τουρισμό διημέρευσης προσφέρονται οι περιοχές της Βόρειας Πελοποννήσου Αργολίδα.

- **Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού** δημιουργούν δυναμική ζήτηση και προσφέρονται σε περιοχές που διαθέτουν αξιόλογους τουριστικούς πόρους που μπορούν να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο του συγκριτικού πλεονεκτήματος που διαθέτει κάθε περιοχή. Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να αξιοποιηθούν στην Πελοπόννησο είναι:

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Το σημαντικότερο κίνητρο του πολιτιστικού τουρισμού είναι η συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Ο πολιτιστικός τουρισμός εμφανίζει διεθνώς ανοδικές τάσεις και περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις – μελέτες ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, ταξίδια με σκοπό την παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων, κινηματογραφικών και μουσικών φεστιβάλ, κ.α. Συνεπώς, για την ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού απαιτείται, εκτός από την γενική τουριστική υποδομή, η ύπαρξη ειδικής υποδομής, όπως για παράδειγμα θέατρα, μουσεία, ιστορικά μνημεία, αίθουσες πολλαπλών χρήσεων καθώς επίσης και αξιόλογα προγράμματα πολιτιστικών, καλλιτεχνικών και μορφωτικών εκδηλώσεων.

Τέλος, η ανάδειξη και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς στην ορεινή και μειονεκτική ενδοχώρα, εκ των πραγμάτων, θα ενεργοποιήσει τα άτομα – τουρίστες και θα διευρύνει την τουριστική αγορά της Πελοποννήσου.

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ/ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Ο οικοτουρισμός δεν απαιτεί ιδιαίτερα αυξημένο κόστος για την δημιουργία της σχετικής υποδομής, ενώ τόσο ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησής του σέβονται τη φύση. Στη μορφή αυτή τουρισμού, μπορεί να ενταχθεί η περιήγηση σε παραδοσιακούς οικισμούς, βιότοπους, εθνικούς δρυμούς, πεζοπορικά μονοπάτια, φαράγγια, σπήλαια κ.α. Η Πελοπόννησος διαθέτει οικοτουριστικά θέλγητρα που προσελκύουν τους τουρίστες και αποτελούν σημαντικά κίνητρα για κάλυψη της τουριστικής ζήτησης των ατόμων που έχουν «εν δυνάμει» τη θέληση για άσκηση τουριστικής δραστηριότητας.

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η μορφή αυτή του τουρισμού έχει ως κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, το γκολφ, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κ.λ.π. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού άθλησης είναι η δημιουργία αθλητικών

εγκαταστάσεων κυρίως σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και η στελέχωσή τους με εξειδικευμένο προσωπικό. Σε αρκετές πόλεις της Πελοποννήσου βρίσκονται σε εξέλιξη αθλητικά κέντρα και έχουν προγραμματιστεί να γίνουν μια σειρά από αθλητικές / πολιτιστικές εκδηλώσεις μέσα στο πλαίσιο της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας. Τα νέα δεδομένα διευρύνουν την τουριστική ζήτηση μέσα από τη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς και συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη πολλών περιοχών της Πελοποννήσου.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ: Πραγματοποιείται, κατά κανόνα, από άτομα νεαρής ηλικίας και υψηλού εισοδηματικού επιπέδου που τους αρέσει να ζουν έντονα και «επικίνδυνα» και επιζητούν νέες και μοναδικές εμπειρίες που θα τους προσφέρει η εξερεύνηση μακρινών και δύσβατων περιοχών, η κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς, η αναρρίχηση σε απόκρημνες πλαγιές, η υποβρύχια κατάδυση, κλπ. Ιδιαίτερο ρόλο, όσον αφορά την ελκυστικότητα, διαδραματίζει η ποικιλία και η ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος. Η Πελοπόννησος, με την ιδιαιτερότητα του φυσικού της περιβάλλοντος, έχει μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη τουρισμού ήπιας ή ακραίας περιπέτειας, που διευρύνει την τουριστική αγορά και καλύπτει την δυνητική ζήτηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ. ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ.

6.1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθούν οι στρατηγικοί στόχοι και οι προτεραιότητες της τουριστικής ανάπτυξης, βάσει των επιρροών του εθνικού πλαισίου. Επιπρόσθετα, θα αναπτυχθούν οι βασικοί στρατηγικοί στόχοι της ΠΕΠ, καθώς επίσης και οι άξονες δράσης του ιδιωτικού τομέα απέναντι στην τουριστική ανάπτυξη.

6.2. ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Συμφωνα με τηw “Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου” **Α. Κοτζαμποπουλος – Γ. Παυλάκης**, οι μεγάλες κοινωνικοοικονομικές και γεωπολιτικές διεθνείς ανακατατάξεις που πραγματοποιήθηκαν κατά την παρελθούσα πενταετία επηρέασαν κατά ένα βαθμό το κοινωνικοοικονομικό ιστό της Περιφέρειας Πελοποννήσου, στο βαθμό που αυτοί οι παράγοντες επηρεάζουν την Ελληνική Παραγωγική / οικονομική δραστηριότητα. Η διεθνοποίηση των αγορών, καθώς και η αλλαγή καταναλωτικού προτύπου των κατοίκων της Πελοποννήσου λόγω βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου, είχαν σαν αποτέλεσμα, παραδοσιακά προϊόντα που στήριζαν ή/και συνεχίζουν να στηρίζουν σε μεγάλο βαθμό τον παραγωγικό ιστό της Περιφέρειας, να κινδυνεύουν να υποκατασταθούν από αντίστοιχα εισαγόμενα. Παράλληλα, οι παραγωγικές μονάδες της Περιφέρειας δεν κατόρθωσαν να επωφεληθούν από τα νέα δεδομένα, κερδίζοντας νέες αγορές εντός και εκτός Ελληνικού, Ευρωπαϊκού ή Διεθνούς χώρου.

Εκτός των παραπάνω, τόσο ως αίτιο όσο και ως αιτιατό, στη διαμόρφωση του παραγωγικού προτύπου και του αναπτυξιακού χαρακτήρα της Περιφέρειας, έχουν συμβάλει αρνητικά οι δημογραφικές εξελίξεις που έχουν συντελεστεί τις τελευταίες δεκαετίες. Επιπρόσθετα, η πληθυσμιακή αποψίλωση και η αποδυνάμωση της παραγωγικής βάσης που αυτή συνεπάγεται, συνδυάζεται με ένα χαμηλού επιπέδου εργατικό δυναμικό και με σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ ανδρών και γυναικών σε ό,τι αφορά στη θέση στην αγορά εργασίας.

Σε ακολουθία των προαναφερόμενων δυσμενών πληθυσμιακών εξελίξεων, οι θέσεις απασχόλησης στην Περιφέρεια παρουσίασαν μείωση. Η κατά παραγωγικό

τομέα διάρθρωση της απασχόλησης καταδεικνύει, διαχρονικά, ενδυνάμωση του τριτογενή τομέα σε βάρος των άλλων δύο βασικών τομέων της οικονομίας.

Παρόλα αυτά, η απασχόληση στον πρωτογενή τομέα παραμένει περισσότερο διογκωμένη, ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης, σε σύγκριση με την αντίστοιχη απασχόληση σε εθνικό επίπεδο, ενώ αντίθετα το αντίστοιχο προϊόν παραμένει χαμηλό, με τάσεις συρρίκνωσης.

Η διάρθρωση της απασχόλησης αντικατοπτρίζει παράλληλα, τη γενικότερη διάρθρωση της παραγωγικής δραστηριότητας της Περιφέρειας, η οποία διατηρεί το χαρακτήρα του παραδοσιακού αναπτυξιακού προτύπου, με χαμηλό επίπεδο εκσυγχρονισμού και διαφοροποίησης της παραγωγικής / οικονομικής βάσης της, γεγονός που δημιουργεί κινδύνους περαιτέρω αποδυνάμωσης και συρρίκνωσης των παραγωγικών / οικονομικών δραστηριοτήτων. Το φαινόμενο αυτό είναι εντονότερο στον ήδη ισχύον μεταποιητικό τομέα της Περιφέρειας, αλλά και στον παραδοσιακό και με χαμηλή παραγωγικότητα/ αποδοτικότητα αγροτικό της τομέα, ενώ στον Τουριστικό τομέα το φαινόμενο αυτό αμβλύνεται σε κάποιο βαθμό.

Η καίρια γεωφυσική θέση της Πελοποννήσου, η οποία επηρεάζει την αναπτυξιακή της προοπτική, καθιστώντας την κόμβο επικοινωνίας της Ελλάδας και της Ευρώπης, με τις Χώρες της Μέσης Ανατολής και με την Κύπρο, αλλά και η γειτνίασή της με το μητροπολιτικό κέντρο της Χώρας, σε συνδυασμό με τα πλούσια συγκριτικά πλεονεκτήματά της, δημιουργούν σημαντικές θετικές προοπτικές ανάπτυξής της πάνω σε νέες παραγωγικές και οικονομικές βάσεις, με κυρίαρχο στοιχείο τον τουρισμό, εκτός των μέχρι σήμερα παραδοσιακών παραγωγικών της δραστηριοτήτων.

Τέλος, στη διαμόρφωση του αναπτυξιακού προφίλ της Περιφέρειας Πελοποννήσου, σημαντική ήταν η επίδραση των έργων που υλοποιήθηκαν κατά τη Β΄ Προγραμματική Περίοδο, τόσο στο πλαίσιο των παρεμβάσεων του ΠΕΠ 1994-1999, όσο και στο πλαίσιο παρεμβάσεων του Εθνικού Σκέλους του Β'ΚΠΣ, των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών και του Ταμείου Συνοχής, καθώς και παρεμβάσεων χρηματοδοτούμενων από Δημόσια Εθνικά Κονδύλια από το ΠΔΕ. Ειδικότερα, στο πλαίσιο του ΠΕΠ Πελοποννήσου 1994-1999 επετεύχθη:

- ♦ ουσιαστική αναβάθμιση των τεχνικών υποδομών και ιδιαίτερα των οδικών αξόνων
- ♦ σημαντικά έργα προστασίας και ανάδειξης βασικών στοιχείων του φυσικού, πολιτιστικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος

♦ αναβάθμιση των τουριστικών ανωδομών και των ειδικών τουριστικών υποδομών της Περιφέρειας.

Σε συνέχεια και ενδυνάμωση της αναπτυξιακής διαδικασίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου στο πλαίσιο του Γ΄ ΚΠΣ, σε τομεακό και περιφερειακό επίπεδο, προγραμματίζεται η ολοκλήρωση σημαντικών έργων υποδομής περιφερειακής ή/και διαπεριφερειακής σημασίας, τα οποία αναμένεται να έχουν θετικές επιπτώσεις στις τουριστικές ροές προς την Περιφέρεια Πελοποννήσου.

Χαρακτηριστικά αναφέρονται η ζεύξη Ρίου - Αντιρίου, ο Προαστιακός Σιδηρόδρομος Αθήνας - Κορίνθου, η Πολιτιστική Ολυμπιάδα, οι Ενδοπεριφερειακοί Οδικοί Άξονες που θα διασυνδέσουν επαρκώς το γεωγραφικό χώρο της Πελοποννήσου και μακροπρόθεσμα η ολοκλήρωση της Ιονίας Οδού που θα συνδέει την Ηγουμενίτσα με την Καλαμάτα. Παράλληλα όμως, σημαντικά αναμένεται να είναι τα έργα προστασίας του περιβάλλοντος, με τη διαχείριση στερεών και υγρών αποβλήτων / απορριμμάτων, ενώ οι ενέργειες / έργα / δράσεις ανάπτυξης / ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

6.3.ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ– ΣΤΟΧΟΙ – ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

6.3.1. ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Στο πλαίσιο του νέου Στρατηγικού Σχεδίου Οικονομικής Ανάπτυξης της χώρας μας, όπως αυτό εκφράζεται μέσα από το Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ) 2000-2006 και τα επιμέρους Τομεακά και Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, τίθεται ως ένας από τους βασικούς στόχους, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Τα βασικά στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη στο ΚΠΣ για την διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης είναι:

- Η αναγνώριση των ευκαιριών ανάπτυξης (όπως αυτές προκύπτουν από αποτελέσματα ερευνών, μελετών, ερευνών αγοράς, μελετών που αφορούν τους φυσικούς πόρους κ.α.)
- Η ανάπτυξη των κατάλληλων υποδομών (αεροδρόμια, λιμάνια, οδικοί άξονες, υδάτινο δυναμικό, ενέργεια κ.α.)
- Η ανάπτυξη του κατάλληλου νομικού πλαισίου για τις οικονομικές δραστηριότητες (προσέλκυση ξένων επενδύσεων, τραπεζικό σύστημα κ.α.)

- Η ανάπτυξη προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης με στόχο την αύξηση του επιπέδου γνώσης (κατάκτηση ενός προκαθορισμένου επιπέδου) και των δεξιοτήτων για τα απαιτούμενα επαγγέλματα.
- Η προώθηση συγκεκριμένων ειδών επενδύσεων μέσω προτάσεων που διατυπώνονται από τους ίδιους τους ιδιώτες και παρέχοντας βοήθεια για την ανάπτυξη των σχεδίων (προγράμματα παροχής κινήτρων, φορολογικές ελαφρύνσεις κ.α.)
- Η επίτευξη της βέλτιστης χρήσης των πόρων μέσω χωροταξικών σχεδίων και κανονισμών.

Λαμβάνοντας υπόψη όλες αυτές τις παραμέτρους σχεδιάστηκε σε μακροοικονομικό επίπεδο η στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας με σημαντικότερο στόχο, όπως αυτός προκύπτει από τα σχετικά κείμενα του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση του τουριστικού τομέα, όπως προκύπτει ως ανάγκη με βάση την παραπάνω διαδικασία που αναφέρεται στα προγραμματικά κείμενα της χώρας για την τρέχουσα προγραμματική περίοδο.

Με βάση την παραπάνω διατύπωση, στο πλαίσιο της τρίτης προτεραιότητας του Γ' ΚΠΣ που αφορά στην «βελτίωση της ανταγωνιστικότητας με στόχο την αειφόρο ανάπτυξη» τίθενται οι στόχοι για την προώθηση, αντίστοιχα, της αειφόρου ανάπτυξης του τουρισμού, οι οποίοι αναφέρονται:

- στην ήπια διαχείριση των φυσικών πόρων
- στον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων
- στην βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού και
- στην εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών

Οι βασικές προτεραιότητες που τίθενται στο γενικό κείμενο του Γ' ΚΠΣ και στο αντίστοιχο Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα», μέσω του οποίου θα υλοποιηθούν σε εθνικό επίπεδο οι στόχοι για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, είναι:

α) Η αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Στόχος είναι η αναβάθμιση και η διατήρηση ενός υψηλού επιπέδου ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, campings, μικρομεσαίες επιχειρήσεις του τουρισμού).

Προσδιορίζεται δε ότι η χορήγηση ενισχύσεων για νέες ξενοδοχειακές κλίνες θα γίνεται με βάση τη φέρουσα ικανότητα των τουριστικών περιοχών και έμφαση θα

δίνεται στην αναβάθμιση των υφιστάμενων τουριστικών μονάδων και όχι στην δημιουργία νέων.

β) Ο εμπλουτισμός και η σύνθεση του τουριστικού προϊόντος.

Ο εμπλουτισμός και η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος επιχειρούνται μέσω δράσεων που αφορούν στην δημιουργία κατάλληλης υποδομής, για την ανάπτυξη κυρίως θεματικών μορφών τουρισμού και την οργάνωση συγκεκριμένων προϊόντων για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες θα αναληφθούν από ιδιώτες επενδυτές, βάσει του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου.

γ) Η μείωση της εποχικότητας.

Εκτιμάται και στοχεύεται ότι η ποιοτική και ποσοτική αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών και η δημιουργία νέων συμπληρωματικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων θα συμβάλουν στην μείωση της εποχικότητας προσελκύοντας, τουριστική ζήτηση πέραν της θερινής περιόδου.

δ) Η ενίσχυση της προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Η συστηματική προώθηση και προβολή του Τουριστικού Προϊόντος αποτελεί βασική προτεραιότητα στο πλαίσιο ενός διαρκούς και εντεινόμενου διεθνούς ανταγωνισμού. Η πολιτική αυτή θα στηριχθεί στο Πρόγραμμα Marketing της χώρας και αφορά τόσο την προβολή περιοχών (περιφέρειες, νομοί), όσο και προϊόντων τουρισμού.

Βασικοί στόχοι είναι αφενός η προσέλκυση εξειδικευμένων και ποιοτικών "ομάδων- στόχων" της αγοράς, αφετέρου η άμβλυση της εποχικότητας, μέσω της αύξησης της ζήτησης για δραστηριότητες εκτός καλοκαιρινής περιόδου. Στο πλαίσιο αυτό, βασικής σημασίας είναι η προώθηση νέων τουριστικών προορισμών στο συνολικά προβαλλόμενο τουριστικό προϊόν της χώρας.

ε) Η αναδιάρθρωση της αρχικής και επαγγελματικής κατάρτισης στον τομέα του τουρισμού.

Η υλοποίηση όλων των προαναφερόμενων στόχων και προτεραιοτήτων προϋποθέτουν το κατάλληλο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, προκειμένου να προσφερθούν ποιοτικές υπηρεσίες και ταυτόχρονα να ικανοποιηθούν οι υψηλές απαιτήσεις ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος ειδικών δραστηριοτήτων

και ενδιαφερόντων. Η αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων του τουριστικού τομέα, μέσω της διαμόρφωσης ενός Σχεδίου Δράσης για την εκπαίδευση και την κατάρτισή του, παράλληλα με την αύξηση της απασχόλησης εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, ενισχύουν / αναβαθμίζουν το τουριστικό προϊόν και εξυπηρετούν το στόχο της μείωσης της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας.

Η υλοποίηση των στόχων της τουριστικής ανάπτυξης με έμμεσο αλλά ουσιαστικό τρόπο πραγματοποιείται και μέσα από δράσεις και ενέργειες άλλων Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.

Δράσεις όπως η αναβάθμιση οικιστικών συνόλων, η οργάνωση της διαχείρισης του χώρου, η αντιμετώπιση της θαλάσσιας ρύπανσης, ο καθαρισμός των παραλιών (με έμφαση αυτών που επισκέπτονται οι τουρίστες), η διατήρηση - βελτίωση του φυσικού τοπίου, η καλή διαχείριση προστατευόμενων περιοχών, θα υλοποιηθούν από το Ε.Π. «Περιβάλλον» και θα συμβάλουν σημαντικά στην αειφόρο τουριστική ανάπτυξη και στην αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, με έμφαση στο θαλάσσιο και οικολογικό τουρισμό.

Παράλληλα, ενέργειες που αφορούν στην αξιοποίηση και προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και υλοποιούνται από το Ε.Π. «Πολιτισμός» εξυπηρετούν το στόχο του εμπλουτισμού του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, αφού η χώρα μας είναι πλούσια σε πολιτιστικά στοιχεία.

Επιπρόσθετα, μέσω του Ε.Π. «Κοινωνία της Πληροφορίας» και των δράσεων που αφορούν στη χρήση τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας τόσο από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του τουρισμού, όσο και από λοιπούς κεντρικούς και τοπικούς φορείς μπορούν να αναληφθούν σημαντικές πρωτοβουλίες δράσεων που ανταποκρίνονται στο στόχο της αναβάθμισης των προσφερόμενων υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και στην προβολή του τουριστικού προϊόντος της χώρας.

6.3.2. ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Η τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου όπως προσδιορίζεται στο Επιχειρησιακό της Πρόγραμμα για την περίοδο 2000-2006, ακολουθεί και εξειδικεύει περαιτέρω τους βασικούς στόχους που προβλέπονται στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ. Ειδικότερα, η εξειδίκευση της στρατηγικής αναφέρεται στους παρακάτω στόχους:

α) Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της υποδομής των τουριστικών καταλυμάτων

Προβλέπεται ουσιαστικός εκσυγχρονισμός των τουριστικών καταλυμάτων, αλλά μικρής κλίμακας αύξηση των τουριστικών κλινών, βάσει της φέρουσας ικανότητας των τουριστικών περιοχών, με έμφαση στον δημιουργία μονάδων υψηλής τάξης και ποιότητας και ταυτόχρονα αξιοποίηση των παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων με την μετατροπή τους σε τουριστικά καταλύματα.

β) Δημιουργία και βελτίωση των υποδομών για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού

Τα φυσικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Πελοποννήσου εξασφαλίζουν όλες τις προϋποθέσεις για την αποτελεσματική σύνδεση των υφιστάμενων τουριστικών δραστηριοτήτων με νέες μορφές όπως ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας και άθλησης, ο θρησκευτικός τουρισμός και ο οικοτουρισμός. Η δημιουργία υποδομών θεματικού τουρισμού συμβάλλει στην άμβλυνση της εποχικότητας, δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και αναβαθμίζει / εμπλουτίζει το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας.

γ) Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της διοικητικής / διαχειριστικής λειτουργίας του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων

Πρόκειται για δράσεις που αφορούν στον εκσυγχρονισμό της οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων με την εφαρμογή καινοτομιών, την ανάπτυξη συστημάτων διασφάλισης ποιότητας (ISO, HACCP), την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και της ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων, την δικτύωση με εσωτερικά και διεθνή επιχειρηματικά δίκτυα και άλλες ενέργειες οι οποίες έχουν στόχο να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα και να αναβαθμίσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

δ) Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού

Για την υποστήριξη ενός υψηλού επιπέδου ποιότητας τουριστικού προϊόντος απαραίτητη είναι η βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού στον τουριστικό τομέα, μέσω δράσεων κατάρτισης.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής για την οικονομική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου προβλέπονται δράσεις που αφορούν στην βελτίωση των μεταφορικών υποδομών (οδικές, σιδηροδρομικές, λιμενικές), στην αναβάθμιση των

αστικών, ημιαστικών και ορεινών περιοχών (αναπλάσεις, προστασία φυσικού περιβάλλοντος), στην ενίσχυση δράσεων για την ανάπτυξη της πολυδραστηριότητας με έμφαση σε τουριστικές δραστηριότητες ή την σύνδεσή τους με αυτές, οι οποίες είτε άμεσα, είτε έμμεσα συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

7.1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο όρος “στρατηγική” στο χώρο του επιχειρησιακού σχεδιασμού αναφέρεται στην χρήση των πόρων της επιχείρησης για την αποτελεσματική εκπλήρωση των επιθυμητών στόχων της επιχείρησης. Η στρατηγική ΜΚΤ περιγράφει το **πώς** η επιχείρηση σχεδιάζει να παραδώσει την αξία στην επιλεγμένη αγορά με τρόπο αποτελεσματικότερο από αυτόν των ανταγωνιστών και το **πώς** προσδιορίζει τις απαραίτητες ενέργειες για την επίτευξη αυτού του στόχου. Ο **σκοπός**, λοιπόν, της στρατηγικής ΜΚΤ είναι να κερδίσει καταναλωτές με την δημιουργία και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. (Γεώργιος Ι. Σιώγκος, Ph. D., Καθηγητής Μάρκετινγκ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών- ΑΣΟΕΕ. **Βιβλιογραφία:** “Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Β΄ Έκδοση, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης).

Όπως αναφέρεται από τον Γεράσιμο Λούτα στο βιβλίο “Η θεωρία της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας”, ως **επικοινωνιακή στρατηγική** ορίζεται το βασικό εργαλείο της ομαλής και αποδοτικής λειτουργίας των επιχειρήσεων, συμβάλλοντας σε μεγάλο βαθμό στην αναπτυξιακή τους πορεία. Αποτελεί, επίσης, το μέσον που συνδέει την επιχείρηση με τα στελέχη της και γενικά με όλους τους εργαζόμενους και τους συνθέτει σε μία ομάδα που έχουν σκοπό την υλοποίηση των επιχειρησιακών στόχων.

7.2. ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Βάσει της “Μελέτης Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου” **Α. Κοτζαμποπουλος – Γ. Παυλάκης**, η μεγάλη μεταπολεμική ανάπτυξη του διεθνούς και εσωτερικού Τουρισμού συνέτεινε στην ένταση του διεθνούς και του εσωτερικού ανταγωνισμού και κατέστησε τη σημασία του Μάρκετινγκ γενικά αποδεκτή από όλο το φάσμα του τουριστικού παραγωγικού κυκλώματος. Στη θεωρία και πράξη διακρίνονται δύο αντιλήψεις - στρατηγικές του Μάρκετινγκ.

Σύμφωνα με την πρώτη αντίληψη το Μάρκετινγκ στον τουρισμό τότε μόνον μπορεί να χρησιμοποιηθεί με τις επιθυμητές στοχοθετήσεις, όταν θεωρήσει κανείς

τον τόπο, την περιοχή ή τη χώρα τουριστικής υποδοχής ως ενιαία τουριστική επιχειρησιακή οντότητα.

Αυτό σημαίνει ότι ο τουρίστας κατά τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού και της παραμονής του στον τόπο προορισμού, δεν αγοράζει ένα μόνον προϊόν, αλλά μια ολόκληρη σειρά από διαφορετικά προϊόντα που όλα μαζί συνθέτουν στην ουσία τις διακοπές του.

Την πραγματοποίηση αυτού του Τουριστικού Μάρκετινγκ θα πρέπει να αναλάβει θεσμός υπερβατικός των επιμέρους ιδιωτικών-επιχειρηματικών συμφερόντων της συγκεκριμένης περιοχής, ο οποίος θα σχεδιάσει και θα λειτουργήσει ένα Σχέδιο Μάρκετινγκ επωφελεία όλων των τουριστικών συμφερόντων στον χώρο προορισμού.

Η δεύτερη αντίληψη κατά βάση αναφέρεται στο «Ξενοδοχειακό Μάρκετινγκ» και εκτείνεται τις τελευταίες δύο δεκαετίες και σε άλλης μορφής επιχειρήσεις του τουριστικού κυκλώματος (Πρακτορεία, Εστίαση, Μεταφορές κ.α.).

Τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια, από τα μέσα της δεκαετίας του '80 και εντεύθεν, τόσο η θεωρητική συζήτηση όσο και η τρέχουσα πρακτική αντιμετώπιση δείχνουν ότι η σωστή στρατηγική μάρκετινγκ για μια περιοχή και τις υφιστάμενες σε αυτήν επιχειρήσεις είναι μια επάλληλη εφαρμογή Σχεδίων Μάρκετινγκ, όπου τα επιμέρους επιχειρηματικά σχέδια προϋποθέτουν και λογικά εντάσσονται στο γενικότερο Σχέδιο Τουριστικού Μάρκετινγκ μιας περιοχής συγκρατώντας το καθένα ξεχωριστά τις ιδιαιτερότητες του προϊόντος του και του ανταγωνιστικού περιβάλλοντός του.

Ένα σχέδιο Μάρκετινγκ για μια Περιφέρεια πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τα ακόλουθα:

- Την ισχυροποίηση του ρόλου των Μ.Μ.Ε., του Internet και του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στον τουριστικό τομέα που διαφοροποιούν τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα - καταναλωτή ο οποίος έχει πολλές ατομικές επιλογές τουριστικής μετακίνησης και υψηλή πληροφόρηση για συγκριτική αξιολόγηση είτε μεταξύ διαφορετικών επιχειρήσεων είτε μεταξύ διαφορετικών περιοχών.

Στο πλαίσιο αυτό η λειτουργία του μάρκετινγκ και της έρευνας αγοράς είναι ουσιώδης στην αναζήτηση των «ομάδων-στόχων» (target groups) οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν την δυναμική πελατεία της περιοχής σε σταθερότερη και επαναλαμβανόμενη χρονικά βάση.

- Το σχέδιο Μάρκετινγκ πρέπει να αποδίδει αναλυτικά τα στοιχεία και τη δομή της συνολικής τουριστικής εικόνας της περιοχής και όχι να τονίζει τα πλεονεκτήματα μιας επιμέρους χωρικής μονάδας έναντι άλλων. Η προβολή μιας επιμέρους χωρικής μονάδας αποτελεί καθήκον φορέων που λειτουργούν σε διοικητικά κατώτερο και σχετικά πιο χωροκοινωνικά συγκεκριμένο επίπεδο, όπως π.χ. σε Νομαρχιακό και Δημαρχιακό επίπεδο.
- Με δεδομένο τον υψηλό βαθμό τυποποίησης, η τιμή του ταξιδιού αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής ενός προορισμού και διαμορφώνεται εν πολλοίς εκτός του τόπου υποδοχής.
- Ο προσδιορισμός της υπάρχουσας θέσης μιας περιοχής ή ενός τόπου στη τουριστική αγορά (π.χ. νεοεισερχόμενος ή γνωστός προορισμός), καθορίζει το μέγεθος, την ένταση και τους μηχανισμούς αξιολόγησης και ανατροφοδότησης του, έτσι και αλλιώς, κυλιόμενου χαρακτήρα του Τουριστικού Μάρκετινγκ κάθε συγκεκριμένου χώρου υποδοχής και συνακόλουθα το απορρέον κόστος. Το κόστος του μάρκετινγκ συγκρινόμενο με το αναμενόμενο όφελος, αποτελεί έναν καθοριστικό παράγοντα για την πραγματοποίηση και την έκταση πραγματοποίησης του Σχεδίου Μάρκετινγκ.
- Τη συσχέτιση των Σχεδίων Μάρκετινγκ με τον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης και πολιτικής. Στην περίπτωση λοιπόν, του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής ή περιφέρειας, όλα τα επιμέρους οικονομικά, κοινωνικά και ειδικότερα τουριστικά συμφέροντα οφείλουν να υποστηριχθούν άνευ διακρίσεων κάτω από τον κοινό στόχο της αύξησης της τουριστικής ζήτησης για την συγκεκριμένη περιοχή, μέσω της παρέμβασης του κεντρικού ή του τοπικού κράτους, που ασκεί τουριστική πολιτική. Ο ρόλος της τουριστικής πολιτικής είναι σημαντικός, ιδιαίτερα από τη στιγμή που ο τουριστικός σχεδιασμός αποδέχτηκε ως βασική στοχοθέτηση την «αειφόρο» τουριστική ανάπτυξη, με ότι αυτό συνεπάγεται για οικονομικο-κοινωνικές ισορροπίες και συναινέσεις.
- Την σύνδεση των επιμέρους Σχεδίων Μάρκετινγκ με το συνολικό σχέδιο της Περιφέρειας. Η συνολική, για μια περιοχή, προσπάθεια του Τουριστικού Μάρκετινγκ κατ' ουδέναν λόγο δεν αναιρεί την αναγκαιότητα των επιμέρους επιχειρηματικών σχεδίων μάρκετινγκ για τη προώθηση ενός εκάστου τουριστικού προϊόντος. Αυτά θα πρέπει να συνδέονται με το συνολικό τουριστικό σχέδιο και να συνιστούν υποστηρικτικά στοιχεία της όλης προσπάθειας.

7.3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Όπως αναφέρεται από τον **Γεώργιο Ι. Σιώμκο, Ph. D.**, Καθηγητής Μάρκετινγκ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών- ΑΣΟΕΕ, η πραγματοποίηση ενός σχεδίου μάρκετινγκ συνιστά την «εκ των ων ουκ άνευ συνθήκη» για την πολιτική προώθησης κάθε τουριστικού προϊόντος. Η δύναμη και η ένταση του ανταγωνισμού αυξάνει, καθώς μεγάλες εταιρείες αποκτούν συνεχώς τουριστικές επιχειρήσεις κάθετου και οριζόντιου χαρακτήρα στα πλαίσια του τουριστικού κυκλώματος, με τελικό αποτέλεσμα την αύξηση της ολιγοπωλειακής δομής της τουριστικής αγοράς. Επίσης, διάφοροι τουριστικοί οργανισμοί, προκειμένου να αυξήσουν το μερίδιο της αγοράς τους σε διεθνές επίπεδο, σχηματίζουν συμμαχίες και συνεργασίες στρατηγικής σημασίας στον τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών. Έτσι, τα εθνικά σύνορα χάνουν τη σπουδαιότητά και τον προστατευτικό τους χαρακτήρα.

Από την άλλη μεριά η αλληλεξάρτηση εντείνεται συνεχώς, καθώς ένας μεγάλος αριθμός τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών διέπονται από όλο και πιο ισχυρές αμοιβαίες σχέσεις για την εξυπηρέτηση των αναγκών των τουριστών καταναλωτών, καταργώντας **de facto** και **de jure** τα διασυνοριακά εμπόδια.

Με βάση τα αναφερόμενα κυρίαρχα χαρακτηριστικά στοιχεία που διέπουν τη τουριστική αγορά σήμερα, το Σχέδιο Μάρκετινγκ της Περιφέρειας Πελοποννήσου, οφείλει να στηρίζεται και συνακόλουθα να παρέχει σε συνεχή βάση ένα πολύτιμο απόθεμα πληροφοριών, προκειμένου να υποστηρίξει την περιφερειακή τουριστική πολιτική σε ένα μεταβαλλόμενο και έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Παράλληλα, οφείλει για λόγους αξιοπιστίας της χρησιμότητάς του να προσφέρει τις ακόλουθες δυνατότητες:

- τη συσχέτιση των δραστηριοτήτων με τις στοχευόμενες αγορές, χρησιμοποιώντας μια τμηματοποιημένη στρατηγική μάρκετινγκ.
- τη συνέπεια των στόχων και των προτεραιοτήτων ως προς τις στοχευόμενες αγορές.
- την χρήση κοινών σημείων αναφοράς σε στοιχεία τουριστικής προσφοράς ως κοινή βάση του Σχεδίου Μάρκετινγκ, για να διευκολύνουν τον συντονισμό των προσπαθειών όσων εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας.

- την απλοποίηση στην καταμέτρηση και τον υπολογισμό της επίτευξης των στόχων του μάρκετινγκ, βοηθώντας έτσι στην συνεχή αξιολόγηση και ανατροφοδότηση του σχεδίου.
- τη συνέχεια στο μακροπρόθεσμο σχεδιασμό, η οποία διασφαλίζεται δια μέσου της δημιουργίας οργανικών δεσμών μεταξύ του βραχυπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού.

Όλα τα πιο πάνω θα πρέπει να εντάσσονται και να εξυπηρετούν τρεις βασικές αρχές που οφείλουν να διέπουν την όλη Πολιτική Μάρκετινγκ (δηλαδή και το Σχέδιο και την πραγματοποίησή του) για την Περιφέρεια Πελοποννήσου:

- α) Η όλη υποδομή πληροφοριών του Σχεδίου Μάρκετινγκ πρέπει να εξασφαλίζει την συνεχή επικαιροποίηση και εμπλουτισμό.
- β) Το θεσμικό πλαίσιο εφαρμογής πρέπει να διασφαλίζει τη συνέχεια του τουριστικού μάρκετινγκ για την περιφέρεια.
- γ) Τόσο ο σχεδιασμός όσο και η εφαρμογή του μάρκετινγκ για την περιφέρεια θα πρέπει να κινηθούν με υπερβατική λογική ως προς τα επιμέρους τουριστικά συμφέροντα της περιοχής.

7.4.ΤΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

7.4.1. Ο ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ (ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΘΕΣΗ) ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Η διαμόρφωση ενός Σχεδίου Μάρκετινγκ μπορεί να υποστηριχθεί με τη βοήθεια ενός σταυροειδούς πίνακα μεταξύ των κωδικοποιημένων περιοχών της περιφέρειας και των αναπτυσσόμενων ή των εν δυνάμει αναπτυσσόμενων μορφών τουρισμού, που κατασκευάσαμε σύμφωνα με τα δεδομένα στοιχεία της μελέτης.

Η μεθοδολογία που ακολουθείται επιτρέπει τη διαδικασία σύνθεσης για τον προσδιορισμό του τουριστικού προϊόντος της περιοχής μελέτης στα πολλαπλά και επάλληλα επίπεδα γεωμορφολογικής υφής αλλά και χωροταξικής δομής.

Α. Η οριζόντια διάρθρωση του πίνακα να δείχνει την δομή της τουριστικής δραστηριότητας ανά ενεργοποιούμενη μορφή τουρισμού, δηλαδή ΜΤ_i με $i = 1, 2, 3, \dots, n$, μορφές τουρισμού όπως, Μαζικός Τουρισμός, Θαλάσσιος, Επαγγελματικός, Συνεδριακός, Αγροτουρισμός, Πολιτιστικός, Τουρισμός Υγείας και Αθλητικός, Ορεινός, Τουρισμός διημέρευσης, Οικολογικός τουρισμός - Περιβαλλοντικός τουρισμός, Αστικός τουρισμός.

B. Η κάθετη διάρθρωση του πίνακα να εκφράζει την ταξινόμηση των περιοχών της περιφέρειας σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση της μελέτης σε δύο βασικές κατηγορίες, ανάλογα με την τουριστική ένταση και τη χωροθέτηση και τις επιμέρους κατηγοριοποιήσεις αυτών αφενός σε σχέση με την πρώτη κατηγορία ως θύλακες ώριμης τουριστικής ανάπτυξης, δυναμικές περιοχές, αναξιοποίητες περιοχές και αφετέρου σε σχέση με τη δεύτερη ως παραθεριστικές περιοχές, αστικές περιοχές, ορεινές περιοχές καθώς και τους συσχετισμούς μεταξύ τους.

Είναι προφανές ότι η κάθετη σύμπτυξη του πίνακα και η οριζόντια ανάγνωση αυτής δίνουν τη δομή του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας ως χωρικού συνόλου σε σχέση με τις εμφανείς ή τις εμφανώς ενεργοποιούμενες μορφές τουρισμού, ενώ η οριζόντια σύμπτυξη του πίνακα και η κάθετη ανάγνωσή της δίνουν τη δομή του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας σε σχέση με την ένταση της τουριστικής ανάπτυξης στην γενικότερη ακτογραμμή, στον ορεινό όγκο και στους αστικούς σχηματισμούς.

7.4.2. ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ

Βάσει της ομάδας μελέτης, θεωρητικά, οι βασικές μεταβλητές τμηματοποίησης της αγοράς, για ένα τουριστικό προϊόν καθορίζονται για να εξετάσουν τα χαρακτηριστικά των καταναλωτών (consumer characteristics) και αφορούν:

- τη γεωγραφική διάσταση του τουριστικού προϊόντος, σύμφωνα με τα φυσικά χαρακτηριστικά και σημεία έλξης, η οποία καθορίζει την τμηματοποίηση της αγοράς των καταναλωτών τουριστών και επιτρέπει τον καθορισμό του καταναλωτικού πεδίου, στο οποίο απευθύνεται το τουριστικό προϊόν.
- τη δημογραφική, όπου η αγορά διαιρείται σε ομάδες με βάση κάποιες δημογραφικές μεταβλητές που επιτρέπουν τη διάκριση ομάδων καταναλωτών. Η σύνδεση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά είναι απαραίτητη προκειμένου να γνωρίζουμε το μέγεθος της αγοράς-στόχου και τα μέσα που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την προσέγγισή της.
- την ψυχογραφική, όπου οι αγοραστές διαιρούνται σε διαφορετικές ομάδες με βάση τον τρόπο ζωής και /ή τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που σχετίζονται με τον αγροτουρισμό, τον ορεινό, τον περιβαλλοντικό, τον οικολογικό σε διάφορες περιοχές της Πελοποννήσου

και η προώθηση της περαιτέρω ανάπτυξής τους θα μπορούσαν να βασιστούν σε τέτοιου είδους δημογραφικά και ψυχογραφικά στοιχεία.

- την τμηματοποίηση με βάση τη συμπεριφορά, όπου οι τουρίστες καταναλωτές ομαδοποιούνται σε ομάδες με βάση τις γνώσεις τους, τη στάση τους, τη χρησιμοποίηση ή την ανταπόκρισή τους σε κάποιο προϊόν. Οι μεταβλητές που έχουν σχέση με τη συμπεριφορά αποτελούν σημαντικά στοιχεία εκκίνησης για τον προσδιορισμό και τη δημιουργία τμημάτων αγοράς.

Η τμηματοποίηση της αγοράς επιδιώκει την βελτίωση της στοχευτικής ακρίβειας με την οποία επιδιώκεται να προωθηθεί το τουριστικό προϊόν και κινείται σε ένα από τα ακόλουθα τέσσερα επίπεδα:

α) Το Μάρκετινγκ Τμήματος, το οποίο απευθύνεται σε ένα τμήμα αγοράς, που αποτελεί μια μεγάλη προσδιορίσιμη ομάδα, σε σχέση με τις επιθυμίες, την αγοραστική δύναμη και στάση, τις συνήθειες κ.λπ.

β) Το Μάρκετινγκ Φωλεάς που προϋποθέτει τη διαίρεση ενός τμήματος σε υπο-τμήματα.

γ) Το τοπικό Μάρκετινγκ σύμφωνα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες τοπικών είτε περιφερειακών ομάδων πελατών.

δ) Το ατομικό Μάρκετινγκ οδηγεί σε «τμήματα του ενός πελάτη», «μάρκετινγκ μαζικής προσαρμοστικότητας στις ανάγκες του πελάτη» και υποβοηθείται από την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και των μέσων άμεσης επικοινωνίας.

Οι πρώτες δύο περιπτώσεις καθώς, υπό άλλο πρίσμα, και η τέταρτη περίπτωση τμηματοποίησης αφορούν και εφαρμόζονται συνήθως από μεγάλης κλίμακας διεθνείς τουριστικές επιχειρήσεις.

Η τρίτη περίπτωση, του τοπικού Μάρκετινγκ είναι αυτή που εξαιτίας των διαστάσεων και της συνθετότητας των κινήτρων, προσομοιάζει με τη λογική, τις διαστάσεις και τη συνθετότητα του τουριστικού προϊόντος μιας περιφέρειας, όπως της Πελοποννήσου, που περικλείει ένα μεγάλο αριθμό επιμέρους τουριστικών προϊόντων του «μαζικού μάρκετινγκ»

Με βάση τη διεθνή μέχρι σήμερα εμπειρία θεωρούμε ότι η πλέον χρήσιμη διαδικασία για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος μιας περιφέρειας, είναι η διαδικασία του *μαζικού μάρκετινγκ*, στο οποίο πραγματοποιείται μαζική παραγωγή, διανομή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος σε αντίστοιχα μεγάλες μάζες τουριστών – καταναλωτών με το χαμηλότερο κόστος ανά μονάδα οφέλους.

Βέβαια, είναι προφανές, ότι η αύξηση του αριθμού των διαφημιστικών μέσων και των καναλιών διανομής εξωθεί σε τμηματοποιημένες λογικές, λειτουργία όμως που θα πρέπει να αναλαμβάνεται από κατώτερες διοικητικές αρχές και επομένως με χωρικά πιο συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα.

7.4.3. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ MARKETING PLAN ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

7.4.3.1. Εισαγωγή - Διευκρινίσεις – Περιορισμοί

Τα πλαίσια μέσα στα οποία θα πρέπει να κινείται ένα επιχειρησιακό πλάνο προβολής του τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου, στηρίζεται στις εξής παραδοχές και περιορισμούς:

α. Είναι προφανές και επιστημονικά τεκμηριωμένο ότι ένα MARKETING PLAN έχει ως κύριο αντικείμενο και σκοπό να μεταφράσει σε συγκεκριμένες ενέργειες προβολής μία αποφασισθείσα πολιτική προβολής ενός τουριστικού προϊόντος ή προορισμού. Δεν είναι δυνατόν να έχει τη φιλοδοξία να συμβάλει στην αντιμετώπιση των βασικών και χρόνιων προβλημάτων του τουρισμού μιας περιφέρειας. Αυτά είναι **αντικείμενο και στόχοι αναπτυξιακών προγραμμάτων και δράσεων**. Προφανώς, πρέπει να υφίσταται συνάφεια και συμβατότητα μεταξύ των δύο, Αναπτυξιακό Πρόγραμμα και Σχέδιο Προβολής, στο βαθμό που είναι συμπληρωματικά και αλληλοϋποστηριζόμενα.

β. Στο τουριστικό marketing προβάλλουμε ένα προϊόν ή ένα τουριστικό προορισμό. Στην προκειμένη περίπτωση έχουμε να **προβάλουμε ένα προορισμό**. Πιο συγκεκριμένα: ο βασικός στόχος είναι να πείσουμε τον ξένο ή έλληνα ενδιαφερόμενο για διακοπές και περιήγηση, ότι ο προορισμός ΠΕΛΟΠΟΝΗΣΣΟΣ είναι ο καταλληλότερος για να πραγματοποιήσει το ταξίδι και τις διακοπές του. Συνεπώς, προβάλουμε ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ για να τον πείσουμε να έρθει και, εφόσον η απόφασή του είναι ευνοϊκή, στη συνέχεια θα επιλέξει την περιοχή, το πρακτορείο ταξιδιών, το κατάλυμα, το γραφείο ενοικίασης αυτοκινήτων που θα τον εξυπηρετήσουν.

γ. Εάν ένας στόχος – όπως αυτός θα εκφράζεται μέσα από τον αναπτυξιακό σχεδιασμό και την πολιτική marketing – είναι η προβολή και προώθηση τουριστικών

προϊόντων, γενικών και ειδικών, θα πρέπει να σχεδιαστούν σε συνεργασία με τις ιδιωτικές επιχειρήσεις (παραγωγούς και ενδιάμεσους) τα κατάλληλα **ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα ή δίκτυα** (product / network planning and development). Αυτό είναι απαραίτητο, ιδιαίτερα για τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, γιατί:

- μία επιχείρηση από μόνη της δεν είναι σε θέση να καλύψει πλήρως τις τουριστικές ανάγκες μίας ομάδας τουριστών ή πελατείας στόχου (target group)
- θα επιτρέψει την καλύτερη τοποθέτηση (positioning) και προώθηση
- θα εξασφαλίσει τη μέγιστη δυνατή αποτελεσματικότητα των ενεργειών και δράσεων marketing.

δ. Σημαντικοί περιορισμοί:

Σημαντικοί περιορισμοί αποτελούν ο χρονικός ορίζοντας και ο προϋπολογισμός marketing για την προγραμματική περίοδο μέχρι το 2006.

- Θα πρέπει να είναι σαφώς προσδιορισμένο το χρονικό διάστημα που θα καλύπτει το πλάνο marketing.
- Διαθέσιμα κονδύλια: ξεκάθαρος και καθορισμένος θα πρέπει να είναι επίσης ο διαθέσιμος προϋπολογισμός για την τουριστική προβολή της περιφέρειας με χρονικό ορίζοντα 5ετίας. Θα πρέπει να δοθούν έγκαιρα απαντήσεις σε ερωτήματα, όπως:
 - το ύψος του προϋπολογισμού προβολής
 - η δημόσια χρηματοδότηση και η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα
 - οι φορείς χρηματοδότησης και διαχείρισης.

Οι απαντήσεις στα παραπάνω θέματα προσδιορίζουν σε μεγάλο ποσοστό τη δομή και το περιεχόμενο των ενεργειών προβολής της Πελοποννήσου ως τουριστικού προορισμού. Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να επιδιωχθεί **η πλήρης αξιοποίηση του ήδη υφιστάμενου υλικού προβολής** της περιοχής, εφόσον βέβαια κρίνεται κατάλληλο.

Τέλος, οφείλουμε να υπογραμμίσουμε ότι το όποιο πρόγραμμα προβολής οριστικοποιηθεί θα πρέπει να λειτουργεί **συμπληρωματικά** και όχι ανταγωνιστικά προς τα άλλα προγράμματα marketing τα οποία πραγματοποιούνται ή σχεδιάζονται από άλλους φορείς, δημόσιους και ιδιωτικούς.

Βασικός άξονας και γνώμονας των παραπάνω είναι η μέγιστη δυνατή αποτελεσματικότητα των ενεργειών / δράσεων προβολής.

7.4.3.2. Μεθοδολογική Προσέγγιση Εκπόνησης του Έργου

Για την ορθολογική εκπόνηση ενός κατάλληλου και αποτελεσματικού Σχεδίου Προβολής θα εφαρμοστεί η στρατηγική – ολοκληρωμένη μεθοδολογία marketing, η οποία αποτελείται από δύο φάσεις:

- **πρώτη φάση:** η **στρατηγική ανάλυση marketing**, με μία ολοκληρωμένη καταγραφή, ανάλυση και αξιολόγηση όλων των παραμέτρων, στοιχείων και χαρακτηριστικών που συνθέτουν την τουριστική δραστηριότητα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου (προσφορά και ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών).
- **δεύτερη φάση:** η **εκπόνηση του επιχειρησιακού σχεδίου προβολής**, με τους στόχους, τη στρατηγική επίτευξης των στόχων, τις δραστηριότητες προβολής, τις τεχνικές και τα εργαλεία προβολής και προώθησης σε χρονικό προγραμματισμό (εκστρατεία προβολής με χρονοδιάγραμμα) και εκτίμηση του απαραίτητου προϋπολογισμού.

Η παραπάνω μεθοδολογία marketing επιβάλλει τα εξής βήματα:

- Περιγραφή του αναπτυξιακού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος της τουριστικής δραστηριότητας της περιφέρειας.
- Ανάλυση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών
- Ανάλυση και αξιολόγηση των χαρακτηριστικών και συστατικών στοιχείων του τοπικού τουριστικού προϊόντος (προορισμός: Πελοπόννησος)
- Προσδιορισμός και περιγραφή του υφιστάμενου και του προβλεπόμενου ανταγωνιστικού περιβάλλοντος για τον προορισμό «Πελοπόννησος».
- Ανάλυση πλεονεκτημάτων και αδυναμιών σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Περιγραφή μέσων και τεχνικών ανάδειξης των ισχυρών σημείων και των πλεονεκτημάτων, μέσω του προγράμματος προβολής.
- Ανάλυση των χαρακτηριστικών της αγοράς και των επισκεπτών
- Επιλογή των αγορών-τμημάτων πελατείας που ενδιαφέρουν την περιοχή, και στις οποίες στοχεύει το πρόγραμμα marketing.
- Επιλογή των στόχων και της στρατηγικής προώθησης και προβολής
- Καθορισμός των μέσων και τεχνικών προώθησης και προβολής
- Διατύπωση προτάσεων που θα συνεισφέρουν στα ακόλουθα:
 - την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των προγραμματιζόμενων ενεργειών πολιτικής που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη
 - την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, και

– τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των ενεργειών marketing (προώθηση και προβολή) του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας, από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

Το προβλεπόμενο χρονικό διάστημα εφαρμογής του Marketing Plan πρέπει να είναι τουλάχιστον 3 χρόνια. Συνεπώς, θα πρέπει να προσεγγίσουμε το όλο έργο σύμφωνα με τη θεώρηση του στρατηγικού σχεδιασμού και να συνδεθεί απόλυτα με την περιφερειακή αναπτυξιακή πολιτική έτσι ώστε να είναι συμβατό με τις αναπτυξιακές κατευθύνσεις και άξονες. Προς την κατεύθυνση αυτή, θα συνεισφέρει η εφαρμογή της τεχνικής ανάλυσης SWOT (Strengths - Weaknesses – Opportunities – Threats).

Στη συνέχεια παρουσιάζονται:

- Το αντικείμενο και οι στόχοι του έργου
- Η μεθοδολογία ανάπτυξης των επιμέρους σταδίων εκπόνησης του Marketing Plan (οι φάσεις υλοποίησης του έργου) για το τουριστικό προϊόν της Πελοποννήσου.

7.4.3.3. Στόχοι και Αντικείμενο του Έργου

Οι κύριοι στόχοι του έργου είναι:

α. Η ανάλυση και αξιολόγηση:

- της τρέχουσας ζήτησης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών
- της υφιστάμενης κατάστασης και των τάσεων της τρέχουσας προσφοράς
- το βαθμό ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας ως τουριστικού προορισμού, σε σύγκριση με τα αντίστοιχα προϊόντα των ανταγωνιστικών προορισμών, αλλά και με τις δεδομένες νέες τάσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

β. Η εκπόνηση ενός σχεδίου Marketing και Επικοινωνίας για το τουριστικό προϊόν της Πελοποννήσου (Marketing Plan). Το σχέδιο αυτό θα στοχεύει:

- Στον επηρεασμό και την αύξηση της τουριστικής ζήτησης για το τουριστικό προϊόν της περιοχής, που όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή, είναι «Ο ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ».

Πρέπει να σημειωθεί ότι η εξειδίκευση των κινήτρων των δυνητικών επισκεπτών, όσον αφορά τους λόγους προτίμησης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής (παραθερισμός στην παραλιακή ζώνη, πολιτιστικός τουρισμός, οικοτουρισμός, επαγγελματικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, αθλητικός τουρισμός κλπ), μπορεί να χρησιμεύσει ως στοιχείο διαφοροποίησης του τουριστικού

προϊόντος των επιμέρους περιοχών της περιφέρειας. Το τουριστικό προϊόν δηλαδή είναι ενιαίο, είναι ο «Προορισμός Πελοπόννησος» και διαφοροποιείται ανάλογα με τη «χρήση» του από τους δυνητικούς πελάτες – επισκέπτες: Πελοπόννησος για παραθερισμό και αναψυχή, Πελοπόννησος για πολιτιστικές δραστηριότητες, για συνέδρια, για αθλητικό τουρισμό, για αγροτουρισμό, κλπ.

- Στην ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης και στην αύξηση της κατά κεφαλήν ημερήσιας τουριστικής δαπάνης.
- Στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας και των επιμέρους τουριστικών προορισμών της.

γ. Η δυνατότητα άμεσης χρήσης του σχεδίου Marketing για την προβολή της περιφέρειας ως μείζονος τουριστικού προορισμού, λόγω του ρόλου της ως της κυριότερης πύλης της χώρας προς και από την Ευρώπη.

δ. Η ενίσχυση της δυνατότητας της περιφέρειας να προσελκύει επισκέπτες για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα στη διάρκεια του έτους (επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου), μέσω της προώθησης των ειδικών μορφών τουρισμού και της εν γένει προβολής της στις μεγάλες τουριστικές αγορές, και ιδιαίτερα στις αγορές που θα υποδειχθούν μέσω του Marketing Plan.

ε. Η διατύπωση μιας μεσοπρόθεσμης διαφημιστικής πλατφόρμας.

στ. Η διατύπωση προτάσεων για την επιλογή στρατηγικών διεξόδου σε νέες αγορές.

Το βασικό μέσο επίτευξης των παραπάνω στόχων είναι το Επιχειρησιακό Σχέδιο Marketing, έργο το οποίο πρέπει να εκπονηθεί ως ακολούθως.

7.4.3.4. Φάσεις Υλοποίησης του Έργου.

Α΄ ΦΑΣΗ: Ανάλυση της τρέχουσας θέσης της Περιφέρειας ως τουριστικού προορισμού.

Περιλαμβάνει την ανάλυση και αξιολόγηση όλων των υφιστάμενων πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών που αφορούν τη σύνθεση και τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου (ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία).

Η πρώτη φάση του έργου περιλαμβάνει λοιπόν μία **Ανάλυση δεδομένων (Desk Research)** και **Έρευνα Αγοράς (Market Research)** και την **SWOT Analysis**. Η τελευταία θα εντοπίσει τα πλεονεκτήματα της Περιφέρειας ως τουριστικού

προορισμού και τις βασικές αδυναμίες της (αδυναμίες στο επίπεδο της συνολικής τουριστικής προσφοράς και ειδικής τουριστικής υποδομής, αλλά και στις αγορές ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών). Οι ευκαιρίες που προβάλλουν για την Πελοπόννησο (π.χ. το δυναμικό ζήτησης, η προσφορά, η τουριστική εικόνα) και τέλος οι απειλές (π.χ. ο διεθνής ανταγωνισμός και η ανάπτυξη / ωρίμανση της αγοράς, η κατάσταση στις αγορές-πηγές τουριστικών ροών, η μη έγκαιρη προσαρμογή των επιχειρήσεων στις ανταγωνιστικές συνθήκες).

Το τελικό αποτέλεσμα / προϊόν αυτής της φάσης θα είναι ένα τεύχος το οποίο θα περιλαμβάνει:

- Μία πλήρη και συνθετική ανάλυση και αξιολόγηση όλων των συστατικών στοιχείων της προσφοράς και ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών στην Περιφέρεια.
- Την αποτύπωση των αναπτυξιακών κατευθύνσεων της Περιφέρειας
- Τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της τουριστικής δραστηριότητας, ως επίσης και τις ευκαιρίες και τις απειλές που υφίστανται ή προβλέπεται να δημιουργηθούν στο ανταγωνιστικό περιβάλλον.
- Τα πορίσματα των σχετικών αναλύσεων
- Τέλος, την αναγκαία στρατηγική marketing, όπως αυτή προκύπτει από τις παραπάνω αναλύσεις και πλαίσια.

Β΄ ΦΑΣΗ: Επιλογή της μεθοδολογίας και των μέσων και των διαδικασιών προβολής και προώθησης της Πελοποννήσου ως τουριστικού Προορισμού.

Η δεύτερη φάση έχει ως αντικείμενο την επεξεργασία και εκπόνηση του κατάλληλου Σχεδίου Marketing και Επικοινωνίας για την τουριστική προσφορά της Πελοποννήσου και τα επί μέρους ειδικά τμήματα της (segments – target groups). Προφανώς, το επιχειρησιακό σχέδιο marketing θα βασίζεται στα πορίσματα των αναλύσεων της Α΄ φάσης. Οι στόχοι του Σχεδίου Marketing είναι οι ακόλουθοι:

- Αύξηση της ζήτησης των διαφόρων τουριστικών προϊόντων της περιφέρειας (παραθεριστικός τουρισμός και ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού).
- Προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού.
- Αναβάθμιση του profile των επισκεπτών.
- Ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών.
- Αύξηση της κατά κεφαλήν ημερήσιας δαπάνης και
- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας και των επιμέρους τουριστικών προορισμών της.

Οι παραπάνω στόχοι θα επιτευχθούν μέσω του κατάλληλου Marketing Plan, στο οποίο θα περιλαμβάνονται τα ακόλουθα συστατικά στοιχεία:

- Διατύπωση μεσομακροπρόθεσμης στρατηγικής marketing
- Επιλογή στρατηγικών αγοράς, ανάλογα με τους επιδιωκόμενους στόχους.
- Επιλογή στρατηγικών επιχειρησιακής δραστηριότητας (marketing strategies)
- Σαφής προσδιορισμός της τουριστικής εικόνας προς προβολή (image)
- Καθορισμό κατευθύνσεων για τη βελτίωση της τοποθέτησης (positioning)
- Διατύπωση της κατάλληλης επικοινωνιακής πολιτικής (integrated communication).
- Διαμόρφωση του κατάλληλου μείγματος προώθησης του τουρισμού της περιφέρειας (promotion mix).

Με βάση τα παραπάνω, η δεύτερη φάση περιλαμβάνει τις ακόλουθες δραστηριότητες:

α. Διατύπωση και εξειδίκευση της επιχειρησιακής στρατηγικής, των μέσων και των τεχνικών που θα χρησιμοποιηθούν για τη βελτίωση και τη διατήρηση της θέσης της Πελοποννήσου ως τουριστικού προορισμού, στο πλαίσιο του ανταγωνιστικού της περιβάλλοντος.

β. Διατύπωση προτάσεων για την υιοθέτηση στρατηγικής διεξόδου και σταθεροποίησης σε νέες αγορές.

γ. Προτάσεις για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, των προγραμματιζόμενων ενεργειών πολιτικής ή ειδικών προγραμμάτων που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη και την αύξηση της αποτελεσματικότητας της εφαρμογής του marketing plan για την προβολή της Πελοποννήσου.

Πιο αναλυτικά το Marketing Plan για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της θα περιλαμβάνει τις εξής ενότητες:

α. Ανάλυση αγοράς (Χαρακτηριστικά Ελλήνων και Ξένων επισκεπτών)

β. Ανάλυση τάσεων ανταγωνισμού (Τάσεις προσφοράς, Τάσεις ζήτησης, Προσδιορισμός των χαρακτηριστικών της πελατείας – στόχου)

γ. Επιχειρησιακό Πλάνο **MARKETING**: Ο σχεδιασμός marketing λαμβάνει σοβαρά υπόψη του όλους τους παραμέτρους που επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα προβολής του τουριστικού προορισμού "**Πελοπόννησος**". Ουσιαστικά ο σχεδιασμός μπορεί να θεωρηθεί ως ένας τρόπος εξασφάλισης ότι όλα τα στοιχεία marketing mix συνδυάζονται κατά τον πιο αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο, με βάση τους διαθέσιμους πόρους. Αποτελεί λοιπόν μία ολοκληρωμένη προσέγγιση (integrated approach). Τα στοιχεία του **marketing mix** είναι:

- σχεδιασμός προϊόντος
- διανομή-διάθεση (κανάλια διάθεσης)
- στρατηγική προβολής
- τιμολόγηση.

Τα συστατικά στοιχεία σχεδιασμού marketing και το αντίστοιχο περιεχόμενο τους παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ
Στόχοι marketing	Σαφής προσδιορισμός των στόχων για τη χρονική περίοδο 2003-2006 Βραχυπρόθεσμοι στόχοι Μεσοπρόθεσμοι στόχοι Με ιεράρχηση προτεραιοτήτων
Επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής	Η στρατηγική προβολής του τουριστικού προϊόντος της μπορεί να είναι εναλλακτικά ή σε συνδυασμό: Στρατηγική έλκυσης (pulling strategy) Στρατηγική ώθησης (pushing strategy)
Επιλογή CONCEPT	Σαφής προσδιορισμός της κεντρικής – βασικής ιδέας (concept) του σχεδίου προβολής και προώθησης
Επιλογή επικοινωνιακού μηνύματος και στρατηγικής	Διατύπωση του μηνύματος ή μηνυμάτων επικοινωνίας (slogans), με προσανατολισμό προς στον καταναλωτή-τουρίστα.
Σχεδιασμός του promotion mix	Ένα προσεκτικό μείγμα (δοσολογία) όλων των στοιχείων του μείγματος προβολής, απόλυτα συντονισμένα. Επιλογή του κατάλληλου μείγματος προβολής για την επίτευξη των στόχων marketing. Καθορισμός των μέσων και εργαλείων, τεχνικών στις διάφορες δραστηριότητες του marketing.
Κατάρτιση χρονοδιαγράμματος ενεργειών προβολής	Εκπόνηση της εκστρατείας προβολής, με τη χρήση των διαφόρων τεχνικών και εργαλείων marketing την κατάλληλη χρονική περίοδο, σε ετήσια βάση
Εκτίμηση προϋπολογισμού προβολής	Εκτίμηση του κόστους των διαφόρων ενεργειών προβολής και προώθησης και προσδιορισμός των πηγών χρηματοδότησης.

Με βάση τα παραπάνω τεκμηριωμένα επιστημονικά από τη διεθνή βιβλιογραφία, η **Φάση Β'** περιλαμβάνει ένα πλήρες **Επιχειρησιακό Σχέδιο Marketing** για την Περιφέρεια Πελοποννήσου τετραετούς διάρκειας, βασισμένο στα συμπεράσματα της **Α' φάσης**, που να καλύπτει τον εισερχόμενο τουρισμό (αλλοδαπούς τουρίστες) και την εσωτερική αγορά (ημεδαπούς τουρίστες).

Προφανώς, η βασική στρατηγική επίτευξης των στόχων θα αποτελεί μια πολιτική ανάπτυξης βασισμένη στην ποιότητα, που θα καταστήσει την Πελοπόννησο και τους επιμέρους προορισμούς περισσότερο ελκυστικούς στις ομάδες – στόχους. Η βασική μακροπρόθεσμη στρατηγική της περιφέρειας θα πρέπει να είναι μια σαφής Στρατηγική Αναβάθμισης και Τοποθέτηση στην Αγορά (Positioning)

Η Β' Φάση, σύμφωνα με τη **μεθοδολογική προσέγγιση επιχειρησιακού marketing**, θα περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω περιγραφέντα συνοπτικά στοιχεία σχεδιασμού, με τις ακόλουθες δραστηριότητες.

Β ΦΑΣΗ	
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
Επιλογή των αγορών-τμημάτων πελατείας προσέλκυσης	Σαφή market objectives ανά χώρα προέλευσης τουριστών και τμήμα αγοράς. Πληθυσμιακούς στόχους (target groups), στους οποίους απευθυνόμαστε ανά χώρα και τμήμα αγοράς.
Επιλογή των στόχων και της στρατηγικής προβολής	Διατύπωση μακροπρόθεσμης στρατηγικής marketing Επιλογή στρατηγικής επιχειρησιακής δραστηριότητας
Διατύπωση Image της περιφέρειας	Καθορισμός ενός βασικού Concept
Καθορισμός κατευθύνσεων Positioning και Market Identity	Προτάσεις επικοινωνιακής στρατηγικής Προτάσεις για slogan (μηνύματα επικοινωνίας)
Καθορισμός των μέσων και τεχνικών προβολής (promotion mix)	Ένα λειτουργικό επιχειρησιακό σχέδιο προβολής. Όλα τα εργαλεία / τεχνικές μέσα στα πλαίσια μίας ορθολογικής και ολοκληρωμένης προσέγγισης, έτσι ώστε να έχουμε την μέγιστη αποτελεσματικότητα.
Διατύπωση προτάσεων για συμπληρωματικά / υποστηρικτικά μέτρα	Οργανωτικά: Συνεργασία των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων σε θέματα προβολής μέσω των αντίστοιχων Ν.Ε.Τ.Π. Η συνένωση των δυνάμεων για εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής αποτελεσματικότητας. Εάν κριθεί απαραίτητο η σύσταση ενός οργανωτικού φορέα προβολής της περιφέρειας. Υποστηρικτικά: πλήρης αξιοποίηση του ήδη υφιστάμενου υλικού προβολής

Το τελικό αποτέλεσμα προϊόν της δεύτερης φάσης θα είναι ένα **ολοκληρωμένο και πλήρες Επιχειρησιακό Σχέδιο marketing, πλήρως λειτουργικό και άμεσα εφαρμόσιμο**. Στο Τεύχος αυτό θα περιλαμβάνονται, εκτός του παραπάνω, ένα συγκεκριμένο και εξειδικευμένο Χρονοδιάγραμμα ενεργειών προβολής και εκτίμηση του αναγκαίου Προϋπολογισμού.

7.4.3.5. Βασικά Στοιχεία ενός Marketing Plan για την Περιφέρεια Πελοποννήσου

- Ενίσχυση, αναβάθμιση και διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης
- Μείωση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης
- Βελτίωση των βασικών τουριστικών δεικτών όπως:
 - Αύξηση της μέσης διαμονής των τουριστών στην Πελοπόννησο
 - Αύξηση της κατά κεφαλήν Δαπάνης των τουριστών
 - Αύξηση της ξενοδοχειακής πληρότητας

Αιχμές επικοινωνιακής στρατηγικής

- Η τουριστικά και χωροθετικά καλή τοποθεσία της Πελοποννήσου ως δυτικής πύλης εισόδου στην Ελλάδα από την Ευρώπη.
- Η πολυμορφία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Πελοποννήσου.

- Η δυνατότητα ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού.
- Η συντελεσθείσα αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και η σημαντική βελτίωση των υποδομών κυρίως των οδικών.

Βασικοί επιχειρησιακοί στόχοι

- Προσέλκυση ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης.
- Αναβάθμιση της εικόνας και της ελκυστικότητας της Περιφέρειας ως προορισμού τουρισμού αναψυχής - παραθεριστικού, πολιτιστικού και εναλλακτικού τουρισμού.
- Προβολή των στοιχείων που διαφοροποιούν την περιοχή και αυξάνουν την ανταγωνιστικότητά της.

Χώρες στόχοι της επικοινωνιακής πολιτικής ανά είδος τουρισμού

Η τουριστική προβολή της περιφέρειας θα πρέπει να εστιάζει σε συγκεκριμένες χώρες - αγορές, ο τουρισμός των οποίων έχει χαρακτηριστικά και απαιτήσεις που αντιστοιχούν στο τουριστικό προϊόν της Πελοποννήσου.

Προνομιακές χώρες προέλευσης τουρισμού μπορούν να χαρακτηρισθούν αφενός οι χώρες από τις οποίες προέρχεται σήμερα μεγάλο μέρος του εισερχόμενου ελληνικού τουρισμού και αφετέρου χώρες με δυνατότητες ανάπτυξης τουριστικών ροών προς την Ελλάδα. Συνοπτικά, η τουριστική προβολή θα πρέπει να εστιάζει στις παρακάτω αγορές - χώρες:

α. Ελληνικός Τουρισμός

Ένα σημαντικό ποσοστό της αύξησης της τουριστικής ζήτησης μπορεί να προέλθει μέσα από την ίδια τη χώρα μας. Ο ελληνικός τουρισμός μπορεί να καλύψει με δυναμικό τρόπο όλα τα είδη τουρισμού που αναπτύσσονται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

β. Ευρωπαϊκός Τουρισμός

Σχεδόν όλες οι ευρωπαϊκές χώρες αποτελούν χώρες πρώτης προτεραιότητας καθώς:

- Είναι χώρες "γειτονικές" για τις οποίες η Ελλάδα θεωρείται ασφαλής προορισμός.
- Η τουριστική κινητικότητα από τις χώρες αυτές παραμένει σχετικά μεγάλη και δεν επηρεάζεται τόσο πολύ από διεθνή γεγονότα.

- Η χρήση του ευρώ έχει καταργήσει το κόστος συναλλαγματικής μετατροπής και επιτρέπει την ευκολία σύγκρισης τιμών.

Οι χώρες αυτές κατά σειρά προτεραιότητας είναι:

β1. Γαλλία - Γερμανία - Ιταλία – Αγγλία

Αποτελούν τις κατεξοχήν χώρες τουριστικής ζήτησης για την Περιφέρεια Πελοποννήσου. Η στρατηγική σ' αυτές τις χώρες θα πρέπει να επικεντρωθεί στον τουρισμό αναψυχής, στον παραθεριστικό τουρισμό και στον πολιτιστικό τουρισμό αλλά και σε μορφές τουρισμού περιήγησης και εναλλακτικού τουρισμού (κυρίως οι Γερμανοί).

β2. Σκανδιναβικές χώρες και Κεντρική Ευρώπη

Είναι χώρες με υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα και υψηλή κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη. Η στρατηγική πρέπει να επικεντρωθεί στον παραθεριστικό και τον πολιτιστικό τουρισμό.

β3. Χώρες πρώην Ανατολικής - Κεντρικής Ευρώπης

Κρίνονται δυναμικές αγορές, με έμφαση στον παραθεριστικό και δευτερευόντως στον πολιτιστικό τουρισμό.

γ. ΗΠΑ

Οι ΗΠΑ μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης στη χώρα μας. Η προβολή πρέπει να εστιάσει στον πολιτιστικό τουρισμό και σε ειδικές μορφές τουρισμού σε συνδυασμό με υψηλού επιπέδου υπηρεσίες.

δ. Ιαπωνία

Θα μπορούσε υπό όρους να αποτελέσει χώρα ενδιαφέροντος για τον ελληνικό τουρισμό λόγω του υψηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος και των υψηλών προδιαγραφών υπηρεσιών τουρισμού που απαιτούνται. Η έμφαση είναι στον πολιτιστικό τουρισμό σε συνδυασμό με αναψυχή.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Κοτζαμπόπουλος - Γ. Παυλάκης (2003), "Μελέτη Τουριστικής Αναπτυξης Περιφέρειας Πελοποννησου", Τομος 4, Μελετες Τουριστικής Αναπτυξης Περιφερειών (Υπουργείο Αναπτυξης - Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού)

Γεώργιος Ι. Σιώμκος (2003), "Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάρκετινγκ", Β' Έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλης

ΕΟΤ (Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού)

ΕΣΥΕ (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος)

Νίκος Γ. Ηγουμενάκης (1997), "Τουριστική Οικονομία", Τόμος Β', Εκδόσεις "INTERBOOKS"

ΞΕΕ (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος)

William C. Gartner (1996), "Τουριστική Ανάπτυξη- Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές", Επιμέλεια: Δρ. Γεώργιος Μ. Κορρές- Στυλιανός Κ. Δρακόπουλος, Εκδόσεις "ΕΛΛΗΝ".

Τσάρτας Π. (1996), Smith V. (επιμ.), "*Hosts and Guests*" (1992), Robinson M.-Boniface P. (1999), σσ. 35-9.

V.L.Smith (1978), "Hosts and Guests: The anthropology of Tourism", Blackwell, Oxford.

Mathieson A. - Wall G. (1981), WTO-UNEP (1983), Briassoulis H.-Straaten Jvd.(2000), σσ. 93-132.

WTO-UNEP (1992), "Tourism Carrying Capacity", Joint Technical Report Series.