

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

**ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ**

ΣΚΟΥΡΤΑ ΘΕΩΝΗ ΑΜ: 14435

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ
ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΗ

ΑΙΓΑΛΕΩ 2018

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο / Η κάτωθι υπογεγραμμένος / η Σκούρα Θεώνη, του Κωνσταντίνου, του φοιτητής του Τμήματος ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ, του Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ., πριν αναλάβω την εκπόνηση της Πτυχιακής Εργασίας μου, δηλώνω ότι ενημερώθηκα για τα παρακάτω :

«Η Πτυχιακή Εργασία (Π.Ε) αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο του συγγραφέα, όσο και του Ιδρύματος και θα πρέπει να έχει μοναδικό χαρακτήρα και πρωτότυπο περιεχόμενο.

Απαγορεύεται αυστηρά οποιοδήποτε κομμάτι κειμένου της να εμφανίζεται αυτούσιο ή μεταφρασμένο από κάποια άλλη δημοσιευμένη πηγή. Κάθε τέτοια πράξη αποτελεί προϊόν λογοκλοπής και εγείρει θέμα Ηθικής Τάξης για τα πνευματικά δικαιώματα του άλλου συγγραφέα. Αποκλειστικός υπεύθυνος είναι ο συγγραφέας της Π.Ε, ο οποίος φέρει και την ευθύνη των συνεπειών, ποινικών και άλλων, αυτής της πράξης.

Πέραν των όποιων ποινικών ευθυνών του συγγραφέα, σε περίπτωση που το Ίδρυμα του έχει απονείμει Πτυχίο, αυτό ανακαλείται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος. Η Συνέλευση του Τμήματος με νέα απόφασή της, μετά από αίτηση του ενδιαφερομένου, του αναθέτει εκ νέου την εκπόνηση Π.Ε με άλλο θέμα και διαφορετικό επιβλέποντα καθηγητή. Η εκπόνηση της εν λόγω Π.Ε πρέπει να ολοκληρωθεί εντός τουλάχιστον ενός ημερολογιακού μήνου από την ημερομηνία ανάθεσής της. Κατά τα λοιπά εφαρμόζονται τα προβλεπόμενα στο άρθρου 18, παρ. 5 του ισχύοντος Εσωτερικού Κανονισμού.»

Ο Δηλών



Ημερομηνία

15.6.2018

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η εκπόνηση μιας πτυχιακής εργασίας για την ολοκλήρωση των προπτυχιακών σπουδών απαιτεί χρόνο, προσπάθεια και επιμονή. Θα ήθελα αρχικά στο σημείο αυτό να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια κ. Ευαγγελία Κουτσογιάννη για τις συμβουλές της και για όλη τη γενικότερη καθοδήγηση της στη προσπάθεια ολοκλήρωσης αυτής της πτυχιακής εργασίας. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω και το προσωπικό της βιβλιοθήκης του ΤΕΙ Πειραιά για τη βοήθεια τους στην εύρεση της απαραίτητης βιβλιογραφίας.

Τέλος, ευχαριστώ την οικογένεια μου για τη αμέριστη υποστήριξη και παρότρυνση σε όλη τη διάρκεια των προπτυχιακών μου σπουδών.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Είναι γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί την «ατμομηχανή» της ελληνικής οικονομίας και τη «βαριά βιομηχανία» της χώρας μας. Σύμφωνα άλλωστε με την άποψη πολλών οικονομολόγων και ανθρώπων της αγοράς ο τουρισμός και η αγροτική παραγωγή είναι οι δύο εκείνοι πυλώνες στους οποίους και θα πρέπει να βασιστεί η ελληνική οικονομία ώστε να βγει από την ύφεση και το σημερινό τέλμα και να προχωρήσει στη νέα εποχή.

Ο τουρισμός διακρίνεται σε μαζικό και σε εναλλακτικό τουρισμό ή τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος. Αντικείμενο αυτής της εργασίας είναι η μελέτη του τουριστικού προϊόντος στην πόλη της Καλαμάτας καθώς και ποιες είναι οι κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού τόσο στη πόλη της Καλαμάτας όσο και στη περιοχή της Μεσσηνίας.

Λέξεις Κλειδιά: τουρισμός, Καλαμάτα, Μεσσηνία, οικονομία, κοινωνία, επιπτώσεις

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	7
1.1 Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού	7
1.2 Ορισμός του τουρίστα.....	11
1.3 Τα είδη και οι μορφές του τουρισμού	12
1.4 Η σημαντικότητα του τουρισμού ως κλάδος οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας	16
1.5 Τουριστική προσφορά.....	17
1.6 Τουριστική ζήτηση.....	18
1.6.1 Παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση	19
1.7 Η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ ΚΑΙ Ο ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	28
2.1 Ο νομός Μεσσηνίας	28
2.2 Η πόλη της Καλαμάτας.....	30
2.3 Ο υφιστάμενος τουρισμός στη Πελοπόννησο, στο νομό Μεσσηνίας και στη Καλαμάτα	31
2.4 Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου ως στόχος για τη πόλη της Καλαμάτας.....	32
2.5 Οικονομικά στοιχεία ξενοδοχείων της Καλαμάτας (2015 – 2016)	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις-Η άποψη της τοπικής κοινωνίας της Καλαμάτας.....	36
3.1 Μεθοδολογία έρευνας.....	36
3.2 Δείγμα.....	36
3.3 Μέσα συλλογής δεδομένων	36
3.4 Αποτελέσματα της έρευνας	37
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	46
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	48
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	51

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα που σχετίζεται με πολλούς κλάδους της οικονομίας. Απαιτεί την συμβολή οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών δεδομένων και για αυτό περιγράφεται ως εξαιρετικά πολύπλευρος τομέας.

Ο ορισμός του τουρισμού παρουσιάζει επίμονες και σοβαρές δυσκολίες για τους μελετητές του. Ο άυλος χαρακτήρας της τουριστικής βιομηχανίας καθιστά δύσκολη την εκτίμηση του αντίκτυπου της οικονομίας, σε αντίθεση με άλλους κλάδους της οικονομίας. Ωστόσο η βασική αναθεωρημένη ορισμοί του τουρισμού σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) είναι οι ακόλουθοι:

- Ο τουρισμός περιλαμβάνει “τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός συνεχόμενου έτους, για αναψυχή, επαγγελματικούς ή άλλους λόγους”.
- Αυτός ο γενικός ορισμός καθιστά δυνατό τον εντοπισμό της τουριστικής δραστηριότητας τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η λέξη “τουρισμός” αναφέρεται σε όλες τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών και περιλαμβάνει τους τουρίστες (επισκέπτες που διανυκτερεύουν στον προορισμό τους), αλλά και τους εκδρομείς (επισκέπτες ημέρας).

Αντικείμενο της εργασίας αυτής η οποία και αποτελείται από τα παρακάτω 4 κεφάλαια είναι η μελέτη του τουριστικού προϊόντος στην πόλη της Καλαμάτας καθώς και ποιες είναι οι κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού τόσο στη πόλη της Καλαμάτας όσο και στη περιοχή της Μεσσηνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

1.1 Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού

Ο τουρισμός ως λέξη έχει περίπου δύο αιώνες ζωής, ως έννοια όμως εμφανίζεται από την αυγή του ανθρώπινου πολιτισμού. Η έμφυτη ανάγκη του ανθρώπου να γνωρίσει νέους τόπους αλλά και ενίοτε η ανάγκη φυγής, τον οδήγησε στο ταξίδι και στην εξερεύνηση, ενώ η επιστροφή του, συνοδευόμενη με διηγήσεις από τις εμπειρίες του, οδηγούσε στην δημιουργία της ανάγκης γνωριμίας με άλλους τόπους και στους συνανθρώπους του, δημιουργώντας τις απαρχές ενός φαινομένου το οποίο έχει αποκτήσει την σημερινή του μορφή πολύ πιο πριν απ' ότι φαντάζονται οι περισσότεροι. Τα καταλύματα για τους επισκέπτες πρωτοεμφανίζονται περίπου τρεισήμισι χιλιάδες χρόνια πριν, ο ιαματικός, ο θρησκευτικός και ο αθλητικός τουρισμός περίπου την ίδια εποχή (Ολυμπιακοί Αγώνες, Ελευσίνα και Καβούρια Μυστήρια), οι χάρτες, ο Ξένιος Δίας και οι πρώτοι νόμοι τουριστικής φύσεως λίγο αργότερα, ενώ οι καλοκαιρινές μας διακοπές έχουν ζωή είκοσι περίπου αιώνων¹.

Κατά τον Βαρβαρέσο², ο τουρισμός είναι ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, που απορρέει από την κατανάλωση και τον ελεύθερο χρόνο. Η ταχύτατη ανάπτυξή του, η χωρική εξάπλωσή του και η κοινωνική αποδοχή του σε παγκόσμιο επίπεδο, τείνουν να τον καταστήσουν ως ένα κοινότυπο και αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας³.

Ο τουρισμός έχει τραβήξει την προσοχή πολλών επιστημόνων και επιστημών και έχουν αναπτυχθεί πολλές θεωρίες, η κάθε μια από την δική της οπτική γωνία. Πρώτοι διατύπωσαν τον ορισμό του τουρισμού οι Heath and Wall⁴. Ακολουθεί στην τελική

¹ Βαρβαρέσος Σ., (2013), Οικονομική του τουρισμού, Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις, εκδόσεις Προπομπός

² Βαρβαρέσος Σ., (2013), Οικονομική του τουρισμού, Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις, εκδόσεις Προπομπός

³ Βαρβαρέσος Σ., (2013), Οικονομική του τουρισμού, Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις, εκδόσεις Προπομπός

⁴ Heath, E. and Wall, G., (1991), Marketing Tourism Destinations: a strategic planning approach. New York: J. Wiley

του μορφή ο ορισμός: «Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από το ταξίδι και την παραμονή ξένων προς ένα τόπο στον τόπο αυτόν, εφόσον η παραμονή δεν έχει το χαρακτήρα της μόνιμης εγκατάστασης και συνεπώς δεν ασκείται κάποια δραστηριότητα για την εξασφάλιση εισοδήματος». Αργότερα οι Holloway and Robinson⁵, στηριζόμενοι στον ορισμό των Heath and Wall, διατύπωσαν πως «ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από τις διακοπές και την παραμονή των τουριστών σε ένα μέρος, ο οποίος δεν είναι για τα άτομα αυτά ούτε ο κύριος ούτε ο μόνιμος τόπος διαμονής, ούτε τον κύριο και μόνιμο τρόπο εργασίας». Ο ίδιος, αργότερα αναδιατύπωσαν τον ορισμό ως: «ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από το ταξίδι και την παραμονή ατόμων σε ένα τόπο, ο οποίος δεν αποτελεί για τα εν λόγω άτομα ούτε τον κύριο και μόνιμο τόπο διαμονής, ούτε τον κύριο και μόνιμο τόπο εργασίας».

Ο Κούτουλας⁶ (2001) αναφέρει ότι ο πρώτος και ο δεύτερος ορισμός χαρακτηρίζονται από μια οικουμενική διάσταση, αλλά στους ορισμούς των Holloway and Robinson περιλαμβάνονται και τα επαγγελματικά ταξίδια και δίνει στον τουρισμό μια χωρική και χρονική διάσταση ο οποίος επηρεάζεται μεταξύ άλλων από το οικονομικό, κοινωνικό, πολιτικό, τεχνολογικό και οικολογικό περιβάλλον.

Ο ορισμός που είναι ο περισσότερος αποδεκτός είναι του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού του 1992: «ο τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των μετακινήσεων των ατόμων τα οποία ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς εκτός του κυρίου τόπου κατοικίας τους για χρονικό διάστημα ίσο ή μικρότερο του ενός έτους με σκοπό την αναψυχή, την επιχειρηματική δραστηριότητα ή για άλλους λόγους»

Οι Middleton & Clarke (2001)⁷, λένε χαρακτηριστικά: Η σημαντικότητα αυτού του ορισμού έγκειται στο γεγονός ότι περιλαμβάνει τρία βασικά στοιχεία. Πρώτον,

⁵Holloway, J. C and Robinson, C. (1995), Marketing for Tourism, Harlow: Longman

⁶ Κούτουλας, Δ. (2001), Ο θεωρητικός προσδιορισμός του Τουριστικού Προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του Τουριστικού Μάρκετινγκ, Διδακτορική Διατριβή, Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου

⁷Middleton, V.T.C. Clarke J. (2001) Marketing in Travel and Tourism, Great Britain, 3rd ed., Oxford: Butterworth-Heinemann.

επισημαίνει ότι η δραστηριότητα του τουρίστα, αφορά ενέργειες πέρα από τις συνηθισμένες ασχολίες του και μακριά από τον κύριο τόπο διαμονής του. Δεύτερον, η δραστηριότητα απαιτεί κάποια μορφή μεταφοράς στον προορισμό. Τρίτον, ο προορισμός προσανατολίζεται στη δημιουργία των απαραίτητων εγκαταστάσεων, που απαιτούνται για την υποστήριξη αυτών των δραστηριοτήτων.

Ταυτόχρονα επισήμαναν στον ορισμό αυτό πέντε ακόμη στοιχεία:

α) η συνολική αγορά δεν περιλαμβάνει μόνο στις διανυκτερεύσεις, αλλά και τις ημερήσιες επισκέψεις, οι οποίες αποτελούν σημαντικό κομμάτι του σύγχρονου τουρισμού.

β) η συνολική τουριστική αγορά δεν είναι μόνο τα ταξίδια αναψυχής, αλλά και τα ταξίδια για επαγγελματικούς, για κοινωνικούς και λοιπούς λόγους.

γ) το ταξίδι περιλαμβάνεται στον τουρισμό, κάθε ταξίδι όμως δεν είναι απαραίτητα και τουρισμός.

δ) ο τουρισμός απορροφά τον προσωπικό ελεύθερο χρόνο. Ταυτόχρονα περιλαμβάνει πολλές ψυχαγωγικές δραστηριότητες, οι οποίες όταν λαμβάνουν χώρα στο σπίτι ή γύρω από αυτό δεν σχετίζονται καθόλου με τον τουρισμό.

ε) οι μετακινήσεις του τουρισμού έχουν οπωσδήποτε διάρκεια μικρότερη του ενός συνεχόμενου έτους.

Ένας νεότερος ορισμός για τον τουρισμό από τους McIntosh, Goeldner και Ritchie (1995)⁸ λέει: «το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν μέσα από τις συναλλαγές με τους τουρίστες, τους προμηθευτές, τις κυβερνήσεις των τόπων φιλοξενίας και τις κοινότητες υποδοχής, κατά τη διαδικασία προσέλκυσης και φιλοξενίας των τουριστών αυτών και των άλλων επισκεπτών». Από αυτόν τον ορισμό, το σημαντικό είναι ότι στον τουρισμό συμπεριλαμβάνονται όλοι οι εμπλεκόμενοι, οι τουρίστες, οι επιχειρήσεις, οι δημόσιοι φορείς, ακόμα και οι

⁸McIntosh-Goeldner and Ritchie (1995), *Tourism-Principles, Practices, Philosophies*, U.S.A: John Wiley & Sons Inc.

κάτοικοι των τουριστικών περιοχών, με αποτέλεσμα να θεωρείται ο πληρέστερος ορισμός του τουρισμού.

Κύρια συστατικά του τουρισμού είναι η μετακίνηση, η διαμονή, η εστίαση, η ψυχαγωγία αλλά και άλλες γενικές ή εξειδικευμένες υπηρεσίες⁹.

Οι Mill & Morrison (1985)¹⁰ λένε ότι ο τουρισμός είναι μια μορφή κατανάλωσης ελεύθερου χρόνου για τον τουρίστα, σε διαφορετικό τόπο από τον τόπο διαβίωσής του, ενώ για τον κάτοικο του τόπου υποδοχής τουρισμός είναι παραγωγική διαδικασία και απασχόληση.

Τέλος, ένας αρκετά απλός και περιεκτικός ορισμός του τουρισμού είναι αυτός που έχει δοθεί από τον Λογοθέτη (1998)¹¹: «Τουρισμός είναι η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο, με σκοπό την ικανοποίηση προσωπικών αναγκών τους και την οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ατόμων αυτών».

⁹Pearce, D. (1989), *Tourist Development*. 2nd Edition, Essex: London

¹⁰Mill, R. C., and Morrison, A. M. (1992), *The Tourism System*. Englewood Cliffs: Prentice Hall-International.

¹¹Λογοθέτης Μ., (1998) *Αγροτικός Τουρισμός: Μια εναλλακτική λύση*, Έλλην, Αθήνα.

1.2 Ορισμός του τουρίστα

Από τα παραπάνω προκύπτει και η θεώρηση των τουριστών, αυτών που ασκούν τη συγκεκριμένη δραστηριότητα. Έχουν καταγραφεί κατά καιρούς διάφοροι ορισμοί για τον τουρίστα.

Κατά τον Ζαχαράτο (1999)¹², τα Ηνωμένα Έθνη παραθέτουν κάποιους ορισμού/διαχωρισμούς για τον όρο τουρίστας, ο οποίος συναντάται σε τρεις υποκατηγορίες που τελικά αποκρυσταλλώνουν και διαφοροποιούν τον όρο «τουρίστας» από τους όρους «επισκέπτης» και «εκδρομέας».

- Επισκέπτης (visitor) ορίζεται κάθε άτομο που ταξιδεύει οικειοθελώς σε χώρα διαφορετική από τον τόπο της κύριας διαμονής του. Οι επισκέπτες διακρίνονται σε τουρίστες και σε εκδρομείς.
- Τουρίστας (tourist) είναι εκείνος που επισκέπτεται τη χώρα/τόπο άφιξής του για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 24 ωρών και πραγματοποιεί τουλάχιστον μια διανυκτέρευση σ' αυτήν για έναν από τους παρακάτω λόγους: αναψυχή, ψυχαγωγία, φίλοι επαγγελματικές υποχρεώσεις, εκθέσεις, συνέδρια, υγεία, οικογένεια, αποστολές, αργίες, θρησκεία, αθλητισμός, πολιτισμός, σπουδές, και η απόστασή του από τον τόπο διαμονής είναι τουλάχιστον 70 χιλιόμετρα.
- Εκδρομείς (excursionists) ή ημερήσιοι επισκέπτες είναι εκείνοι οι επισκέπτες, οι οποίοι παραμένουν για χρονικό διάστημα μικρότερο των 24 ωρών σε ένα προορισμό και δεν πραγματοποιούν καμιά διανυκτέρευση σε αυτόν.

¹² Ζαχαράτος, Γ. (1999), Οικονομική του Τουρισμού και Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών, Πάτρα:Ε.Α.Π

1.3 Τα είδη και οι μορφές του τουρισμού

Υπάρχουν διάφορες κατηγοριοποιήσεις για τον τουρισμό. Με γεωγραφικό κριτήριο ο τουρισμός διακρίνεται στα εξής¹³:

1. Εγχώριος τουρισμός. Πρόκειται για τον εσωτερικό τουρισμό, όπου οι τουρίστες μετακινούνται εντός των ορίων της χώρας στην οποία διαμένουν μόνιμα, αλλά μακριά από τον τόπο διαμονής τους.
2. Εισερχόμενος τουρισμός. Πρόκειται για τον τουρισμό στον οποίο τα άτομα μετακινούνται από μια χώρα προς το εσωτερικό μιας άλλης.
3. Εξερχόμενος τουρισμός. Περιλαμβάνει τις μετακινήσεις ατόμων προς μια άλλη χώρα.

Στη συνέχεια βάσει των κινήτρων που έχει ο τουρίστας ή ο επισκέπτης ο τουρισμός διακρίνεται ως εξής. Ο Πετρέας (1991)¹⁴ κατηγοριοποιεί τον τουρισμό βάσει των κινήτρων που προκαλούν την επιθυμία για τουρισμό. Βάσει αυτού του κριτηρίου, έχουμε:

1. Ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους,
2. Ταξίδια για ευχαρίστηση,
3. Η ανάγκη για αλλαγή,
4. Η αναζήτηση περιπέτειας κλπ

Βάσει του τουριστικού πλήθους σύμφωνα με το Χρήστου¹⁵ (2000), έχουμε τρεις κατηγορίες τουρισμού:

¹³ Κουτσουράδης, Α. (2000), Βασική Τουριστική Νομοθεσία, Θεσσαλονίκη: Σάκκουλα

¹⁴ Πετρέας, Χ. (1991) Τουριστικό Μάρκετινγκ, Αθήνα: Γαλαίος

¹⁵ Χρήστου, Ε. (2000), Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων: Αρχές και Φιλοσοφία Εθνικών και Περιφερειακών Σχεδίων

1. Μαζικός τουρισμός: Είναι η παραδοσιακή αγορά διακοπών, που κυριαρχεί εδώ και δεκαετίες και περιλαμβάνει και το μεγαλύτερο τμήμα τουριστών. Οι τουρίστες αυτοί ταξιδεύουν για ξεκούραση και διασκέδαση σε ηλιοτροπικούς κυρίως προορισμούς.

2. Τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων: Για παράδειγμα τουρισμός υγείας, εκπαιδευτικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός κλπ.

3. Εναλλακτικός τουρισμός: Σε αυτήν την μορφή τουρισμού, οι άνθρωποι αναζητούν έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος σχετίζεται και συνδέεται με την προστασία του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος, την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής, την προστασία της τοπικής κουλτούρας. Οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι: Αγροτουρισμός, Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός, Αθλητικός τουρισμός, Περιηγητικός τουρισμός, Πολιτιστικός τουρισμός, Ορειβατικός τουρισμός κλπ. Μια και ο όρος «εναλλακτικές» αναμένεται να πάψει να ισχύει αφού με τον καιρό ισχυροποιούνται – άρα παύουν να είναι εναλλακτικές, σιγά-σιγά καθιερώνεται ο όρος «Ειδικές μορφές τουρισμού».

Παρακάτω γίνεται μια σύντομη καταγραφή των εναλλακτικών ή ειδικών μορφών τουρισμού.

- Πολιτιστικός – Θρησκευτικός τουρισμός. Αφορά στην αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς με την αναβίωση ιστορικών μονοπατιών (Δρόμος του μεταξιού), την συντήρηση αρχαιολογικών χώρων και μνημείων, αναστήλωση μοναστηριών, προώθηση θρησκευτικών εορτών
- Επιχειρηματικός τουρισμός. Χωρίζεται σε: α) Τουρισμό συνεδριών όπου β) Εκθεσιακό τουρισμό, γ) Ταξίδια κινήτρων.
- Χειμερινός τουρισμός. Είναι το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται στη διάρκεια του χειμώνα. Μορφή χειμερινού τουρισμού αποτελεί και ο τουρισμός παραχείμασης.
- Αθλητικός τουρισμός: Συνδυάζεται με αθλητικά γεγονότα (π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες), προπονήσεις και προετοιμασία αθλητικών ομάδων ή και ατομικό αθλητισμό, π.χ. ιστιοπλοΐα, ποδηλασία κλπ.

- Θαλάσσιος τουρισμός. Κατά τον Ηγουμενάκη (1999)¹⁶ θαλάσσιος τουρισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων τουριστικού ενδιαφέροντος που διεξάγονται στον θαλάσσιο χώρο μιας χώρας ή σύνολο χωρών. Το πλήθος των νησιών και οι αποστάσεις μεταξύ τους είναι μικρές και βολικές τόσο για κρουαζιέρες όσο και για το yachting, τις δυο μορφές θαλάσσιου τουρισμού κατά τον Σωτηριάδη (1994)¹⁷, αλλά και για τοπικές περιηγήσεις (από νησί σε νησί ή γύρος του νησιού).
- Κοινωνικός τουρισμός: Το κράτος μέσω του ΕΟΤ υποστηρίζει με επιδοτήσεις προγράμματα κοινωνικού τουρισμού όπου δίνει την δυνατότητα σε πολίτες με περιορισμένη οικονομική δυνατότητα να κάνουν διακοπές, αλλά και άλλες υπηρεσίες επιδοτούν και καλύπτουν δαπάνες υγείας που προϋποθέτουν μετακινήσεις σε τουριστικούς προορισμούς, όπως τα θερμά λουτρά.
- Ιαματικός τουρισμός: Πρόκειται για την επίσκεψη σε τόπους με ιαματικά λουτρά και ως μορφή τουρισμού συναντάται από την αρχαιότητα. Παρακλάδι του είναι ο τουρισμός ευεξίας (spa bath)¹⁸.
- Τουρισμός Υγείας. Υπάρχουν χώρες με υψηλή ειδίκευση σε συγκεκριμένους τομείς της υγείας. Η Ελλάδα είναι στην κορυφή παγκοσμίως στον τομέα της τεχνητής γονιμοποίησης, με ζευγάρια να επισκέπτονται την Ελλάδα για γονιμοποίηση από ολόκληρο τον κόσμο.
- Φυσιολατρικός τουρισμός. Στην Ελλάδα παρατηρείται μεγάλη διαφοροποίηση οικολογικών πόρων. 15.000 χλμ. Ακτογραμμής, 2000 νησιά, όρη, δάση, η δεύτερη πλουσιότερη χλωρίδα στην Ευρώπη μετά την Ιβηρική χερσόνησο, υγράτοποι διεθνούς σημασίας, μνημεία της φύσης, θαλάσσια πάρκα, συνθέτουν ένα ευρύτατο δίκτυο με σημαντικούς τουριστικούς πόρους.
- Οικοτουρισμός: Μοιάζει κατά πολύ με τον Φυσιολατρικό Τουρισμό αλλά διαφέρει στο εξής: Προϋποθέτει την συμμετοχή του τουρίστα και την άμεση επαφή του με την φύση.

¹⁶Ηγουμενάκης, Ν. (1999), Τουριστικό Μάρκετινγκ, Αθήνα: Interbooks

¹⁷Σωτηριάδης Μ., (1994) Τουριστική πολιτική, ΤΕΙ Ηρακλείου, Ηράκλειο.

¹⁸ Βαρβαρέσος, Σ. (2000). Τουρισμός – έννοιες, μεγέθη, δομές. Αθήνα: Προπομπός.

- **Αγροτουρισμός:** Περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού που συναντάμε σε αγροτικές περιοχές. Δίνει την ευκαιρία για ανάπτυξη της περιφέρειας και αύξηση του εισοδήματος στους αγρότες. Υπάρχουν δύο μορφές αγροτουρισμού¹⁹: α) Ο τουρισμός σε αγροκτήματα, που συναντάται ελάχιστα στην Ελλάδα. β) Διαμονή σε κατάλυμα με πρωινό σε χωριά.
- Τουρισμός περιπέτειας: Στον τουρισμό περιπέτειας εντάσσονται δραστηριότητες που κατηγοριοποιούνται ως εξής: α) τουρισμός εξερευνήσεων και προσπέλασης απρόσιτων περιοχών, όπως δάση ζούγκλες, στέπες, παγετώνες, ψηλά όρη κλπ, β) τουρισμός ακραίων σπορ όπως αναρρίχηση, κανό, ράφτινγκ, αλεξιπτωτισμός κλπ, γ) τουρισμός ασκήσεων επιβίωσης και προσανατολισμού και δ) κνηγετικός τουρισμός και τουρισμός σαφάρι.

Επίσης, βάσει εποχής ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε:

1. Συνεχή ή ετήσιο, όπου παρατηρείται ισοκατανομή των τουριστών ή μικρές ποσοτικές διακυμάνσεις.
2. Εποχιακό, όπου έχουμε παρουσία μεγάλου αριθμού τουριστών μια συγκεκριμένη εποχή του έτους, π.χ. χειμερινός, θερινός τουρισμός.

Τέλος βάσει μεγέθους η κατηγοριοποίηση γίνεται ανάλογα με την κατανομή των τουριστών, π.χ. νεκρή ή χαμηλή περίοδος, μέση περίοδος και υψηλή ή περίοδος αιχμής.

¹⁹Παπακωνσταντινίδης Λ.,(1992) Αγροτουρισμός, στο δρόμο για την τοπική ανάπτυξη, Αθήνα

1.4 Η σημαντικότητα του τουρισμού ως κλάδος οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας

Κατά τον Τσάρτα (1996)²⁰, η μεγάλη ανάπτυξη της μεταπολεμικής περιόδου, η αύξηση των εισοδημάτων και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου ανέδειξαν τον τουρισμό ως έναν πολύ σημαντικό και δυναμικό κλάδο της παγκόσμιας οικονομίας. Η δυναμική του κλάδου αυτού εστιάζεται σε τρία διαφορετικά επίπεδα:

- 1) Στη δημιουργία πρόσθετων εισοδημάτων στους εμπλεκόμενους στις τουριστικές δραστηριότητες.
- 2) Στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.
- 3) Στην αύξηση των φορολογικών εσόδων των κρατών²¹

Ο τουρισμός επιφέρει έσοδα στον τοπικό πληθυσμό. Αυτά μπορεί να είναι είτε το κύριο εισόδημα είτε συμπληρωματικό. Μπορεί επίσης να είναι άμεσο ή έμμεσο. Λόγω του τουρισμού και της αύξησης της κατανάλωσης που επιφέρει, αυξάνεται η αγροτική και βιομηχανική παραγωγή και διευρύνεται η αγορά εγχώριων αγαθών σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Η αύξηση του εισοδήματος που επιφέρει ο τουρισμός, βελτιώνει την οικονομία μειώνει την ψαλίδα ανάμεσα στις κοινωνικές τάξεις και βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο της κοινωνίας συνολικά. Ταυτόχρονα, ενισχύει την εξέλιξη αγροτικών περιοχών σε ημιαστικές ή αστικές μέσω της ανόδου του βιοτικού επιπέδου και της κατασκευής έργων υποδομής.

Επιπλέον προσελκύει επενδύσεις, κινητοποιεί επιχειρηματικά τον ντόπιο πληθυσμό και φέρνει αλλαγές στις τιμές της γης²².

²⁰Τσάρτας, Π. (1996), Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό, Αθήνα: Εξάντας

²¹Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Πάτρα: Ε.Α.Π

Λόγω του γεγονότος ότι ο τουρισμός προκαλεί για την χώρα υποδοχής εισροή συναλλάγματος πολύ συχνά αναφέρεται ως εξαγωγική δραστηριότητα. Ο τουρισμός επηρεάζει θετικά το ισοζύγιο πληρωμών και μειώνει τα ελλείμματα ή αυξάνει τα πλεονάσματα στους κρατικούς προϋπολογισμούς.

Η τουριστική δραστηριότητα, φέρνει πιο κοντά τους ανθρώπους από διαφορετικά κράτη και πολιτισμούς, με διαφορετική κουλτούρα, θρησκεία, ήθη, έθιμα και ταυτόχρονα συμβάλει στην ανάδειξη προβλημάτων που μπορεί να αντιμετωπίζει ένας πολιτισμός, έτσι ώστε να συμβάλει στην διάσωσή του και στην διατήρηση των πολιτιστικών του στοιχείων πριν αλλοιωθούν και να αφανιστούν²³.

Επίσης, ο τουρισμός επιδρά θετικά στην ανάπτυξη των περιβαλλοντικά προστατευόμενων περιοχών με φιλικό προς το περιβάλλον τρόπο, δημιουργείται δημοσιότητα γι' αυτές τις περιοχές με αποτέλεσμα την ευαισθητοποίηση του ντόπιου πληθυσμού και των επισκεπτών, όχι μόνο για την ανάγκη προστασίας και διατήρησής τους, αλλά και για την γενικότερη προστασία του περιβάλλοντος.

1.5 Τουριστική προσφορά

Τουριστική προσφορά είναι το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που προσφέρονται σε έναν τουρίστα για την ικανοποίηση των τουριστικών του αναγκών. Κατά τον McDonald (1999)²⁴, η τουριστική προσφορά διακρίνεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

²²McIntosh-Goeldner and Ritchie (1995), *Tourism-Principles, Practices, Philosophies*, U.S.A: John Wiley & Sons Inc.

²³Τσάρτας, Π. (1996), *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Αθήνα: Εξάντας

²⁴McDonald, M. (1999), *Marketing Plans How To Prepare Them How To Use Them*, Oxford: Butterworth - Heinemann.

α) την πρωτογενή τουριστική προσφορά, που περιλαμβάνει τους ανθρώπινους και φυσικούς πόρους και καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την ελκυστικότητα των τουριστικών προορισμών²⁵.

Η πρωτογενής τουριστική προσφορά συσχετίζεται με δυο κατηγορίες στοιχείων κατά τους Κοκκώση και Τσάρτα²⁶ (1999):

i) Τα μέσα και τις προϋποθέσεις για την πραγματοποίηση του ταξιδιού στον προορισμό όπως π.χ θάλασσα, ακτές, κλίμα, μνημεία., φυσικό περιβάλλον, ήθη, έθιμα, κουλτούρα, κοινωνικοοικονομικές συνθήκες κ.λ.π.

ii) Τις ποιοτικές παραμέτρους για την πραγματοποίηση του ταξιδιού που επιθυμεί ο τουρίστας, όπως π.χ. προσβασιμότητα στον προορισμό, καθαρό περιβάλλον, καλές κλιματολογικές συνθήκες, φιλικότητα των κατοίκων κ.λ.π.

β) την δευτερογενή τουριστική προσφορά, η οποία είναι βασικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος. Διακρίνεται σε δυο μεγάλες κατηγορίες:

i) Γενικές εγκαταστάσεις, π.χ. υποδομή, οργανισμοί, δίκτυα, καταστήματα, αερομεταφορές, ταχυδρομικές υπηρεσίες κ.λ.π.

ii) Ειδικές τουριστικές εγκαταστάσεις, όπως τουριστικά καταλύματα, εγκαταστάσεις αναψυχής, γραφεία ταξιδιών, διάφορες τουριστικές υπηρεσίες, όπως υπηρεσίες διερμηνέων και συνοδών κ.λ.π.

1.6 Τουριστική ζήτηση

Για τον Βαρβαρέσο (2000)²⁷, τουριστική ζήτηση είναι το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που επιθυμούν να καταναλώσουν οι τουρίστες σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, και επηρεάζεται από παράγοντες, οικονομικούς, φυσικούς, γεωγραφικούς. Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες μπορεί να είναι ανομοιογενή μεταξύ τους και να προέρχονται από διαφορετικές τουριστικές επιχειρήσεις ή και από διαφορετικούς οικονομικούς κλάδους.

²⁵McIntosh-Goeldner and Ritchie (1995), *Tourism-Principles, Practices, Philosophies*, U.S.A: John Wiley & Sons Inc.

²⁶Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (1999), *Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό*, Πάτρα: Ε.Α.Π

²⁷Βαρβαρέσος, Σ. (2000). *Τουρισμός – έννοιες, μεγέθη, δομές*. Αθήνα: Προπομπός.

1.6.1 Παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση

Κατά τους Middleton & Clarke (2001)²⁸, οι παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση ομαδοποιούνται σε οκτώ ομάδες:

1. Οικονομικοί παράγοντες και ανταγωνιστικές τιμές
2. Δημογραφικοί παράγοντες και εκπαίδευση
3. Γεωγραφικοί παράγοντες
4. Κοινωνικό-πολιτικές στάσεις προς τον τουρισμό
5. Κινητικότητα
6. Κυβερνητικοί-ρυθμιστικοί παράγοντες
7. Μέσα μαζικής ενημέρωσης
8. Τεχνολογία της πληροφορίας και της επικοινωνίας

Αναλυτικότερα:

1. Οικονομικοί παράγοντες και ανταγωνιστικές τιμές

Οι δέκα πρώτες χώρες παγκοσμίως, είναι οι πιο ανεπτυγμένες οικονομικά με το υψηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα και σε αυτές αναλογούν τα δύο τρίτα των εξόδων και των διανυκτερεύσεων. Επιπλέον, η αύξηση των εισοδημάτων οδήγησε σε ανάλογη αύξηση εξόδων για τουριστικά ταξίδια,

Βραχυπρόθεσμα, η τιμή των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μιας τουριστικής επιχείρησης ή προορισμού, και κυρίως σε σύγκριση με τις τιμές των ανταγωνιστών παραμένει ο πιο βασικός παράγοντας της ζήτησης.. Βέβαια, υπάρχουν και άλλοι οικονομικοί παράγοντες που παίζουν ρόλο, όπως το συνάλλαγμα και οι ισοτιμίες τους, η ύπαρξη ή όχι κοινού νομίσματος κλπ.

²⁸Middleton, V.T.C. Clarke J. (2001) Marketing in Travel and Tourism, GreatBritain, 3rd ed., Oxford: Butterworth-Heinemann.

2. Δημογραφικοί παράγοντες και εκπαίδευση

Η εκπαίδευση των τουριστών, η ηλικία και η γήρανση του πληθυσμού, η κοινωνική τάξη, το εισόδημα του νοικοκυριού, τα διαζύγια, το μέγεθος και η σύσταση του νοικοκυριού, οι δεύτεροι γάμοι, οι εργαζόμενες γυναίκες κλπ.

3. Γεωγραφικοί παράγοντες

Το κλίμα και τα γεωγραφικά αξιοθέατα είναι βασικότατοι καθοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης. Σημαντικός παράγοντας είναι το μέγεθος των τόπων τουριστικής εκροής αλλά και των τόπων τουριστική απορροής. Οι κάτοικοι των αστικών και ημιαστικών περιοχών καταναλώνουν περισσότερα τουριστικά προϊόντα σε σχέση με τους κατοίκους των αγροτικών κοινοτήτων, ενώ ταυτόχρονα οι μεγάλες πόλεις δέχονται κάθε χρόνο ένα τεράστιο πλήθος από τουρίστες.

4. Κοινωνικό-πολιτικές στάσεις προς τον τουρισμό

Οι κοινωνικό-πολιτικές συμπεριφορές ασκούν επιρροή στην τουριστική ζήτηση, γιατί επιδρούν στη διαμόρφωση και την διατήρηση των πεποιθήσεων και αντιλήψεων. Η πεποίθηση ότι η ήλιος επιδρά ευεργετικά στην υγεία, δημιουργεί πολύ μεγάλο όγκο ζήτησης για τουρισμό «ήλιος και θάλασσα». Μια άλλη πεποίθηση είναι ότι οι διακοπές αποτελούν δικαίωμα και ανάγκη των καταναλωτών. Επίσης, πεποίθηση αποτελεί το ότι τα ταξίδια δείχνουν υψηλή οικονομική και κοινωνική θέση.

5. Κινητικότητα

Η ευχέρεια μετακίνησης είναι καθοριστικός παράγοντα για τον όγκο και τον τύπο του τουρισμού.

6. Κυβερνητικοί-ρυθμιστικοί παράγοντες

Οι κυβερνήσεις των διαφόρων κρατών αποφασίζουν και εφαρμόζουν νομοθετικά πλαίσια για να επηρεάσουν την τουριστική προσφορά, ενώ ταυτόχρονα επηρεάζουν και την ζήτηση.

Μερικοί λόγοι εφαρμογής ρυθμιστικών και νομοθετικών πλαισίων είναι:

- Να προστατεύσουν τους καταναλωτές εξασφαλίζοντας δίκαιο ανταγωνισμό και εμποδίζοντας το σχηματισμό μονοπωλίων και ολιγοπωλίων στην τουριστική αγορά.

- Προστασία της υγείας και της ασφάλειας των πολιτών.
- Προστασία του φυσικού περιβάλλοντος από την τη δόμηση και τη χρήση γης
- Να επηρεάσουν την αγορά, μέσω κυβερνητικού ελέγχου, όπως για παράδειγμα με την έκδοση βίζας, την έκδοση ταξιδιωτικών οδηγιών, την καθιέρωση των σχολικών εκδρομών και την επιλογή του χρονικού πλαισίου στο οποίο αυτές πραγματοποιούνται.
- Προστασία του περιβάλλοντος από επιχειρηματικές πρακτικές και τα έργα βλαπτικά προς το περιβάλλον.

Άλλες ρυθμίσεις μπορεί να είναι στις μετακινήσεις, π.χ. φόροι στα αεροπορικά εισιτήρια, τις διαδρομές των πτήσεων κ.α. Επίσης, ο έλεγχος στην ταξινόμηση και στα συστήματα κατάταξης στα καταλύματα από τον ΕΟΤ, όπως επίσης και η καθιέρωση πλαφόν ελάχιστη τιμής, επηρεάζουν σημαντικά την τιμή και το είδος των ξενοδοχειακών προϊόντων που προσφέρονται και κατά συνέπεια και την τουριστική ζήτηση.

7. Μέσα μαζικής ενημέρωσης

Η επίδραση της τηλεόρασης στην τουριστική ζήτηση είναι σημαντική, αφού διαμορφώνει κοινωνικές συμπεριφορές. Η τηλεόραση είναι το κύριο μέσο διαφήμισης και έχει τη δυνατότητα να αυξάνει τη ζήτηση σε προορισμούς που εκθειάζει και να τη μειώνει σε προορισμούς που κατακρίνει. Το ίδιο βέβαια ισχύει και για τα υπόλοιπα Μέσα μαζικής ενημέρωσης που επηρεάζουν – έστω και λιγότερο - την τουριστική ζήτηση, όπως το ραδιόφωνο, οι εφημερίδες, τα περιοδικά (εξειδικευμένα ή μη), οι ταινίες, το Internet.

8. Τεχνολογία της επικοινωνίας και της πληροφορίας.

Οι κυριότερες επιδράσεις της τεχνολογίας της επικοινωνίας και της πληροφορίας

περιλαμβάνουν:

- Την προώθηση και διανομή προϊόντων στον Παγκόσμιο Ιστό και των διαδικτυακών πωλήσεων.
- Την πληροφόρηση για το τουριστικό προϊόν.

- Τη δυνατότητα παραγωγής προϊόντων φτιαγμένα κατά παραγγελία για τους πελάτες.
- Τον περιορισμό του ρόλου των τουριστικών πρακτόρων.

1.7 Η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη

Η βασική ιδέα της αειφόρου ανάπτυξης είναι ότι οι παρούσες οικονομικές, πολιτικές και κοινωνικές μέθοδοι δε θα πρέπει να καταστρέφουν τις προοπτικές διατήρησης ή βελτίωσης του επιπέδου ζωής στο μέλλον.

Οι Gibbon & Jacobson (1999)²⁹ έχουν προτείνει τέσσερις διαφορετικές προοπτικές αειφόρου ανάπτυξης, οι οποίες εκπροσωπούν, επίσης, ένα είδος εξελικτικής κατηγοριοποίησης. Η πρώτη «αξιόπιστη και διαρκής δημιουργία πλούτου» εστιάζει στην αειφόρο οικονομική ανάπτυξη και είναι μακράν η πιο ισχυρή αυτή τη στιγμή, επειδή καμία δημοκρατικά εκλεγμένη κυβέρνηση δεν μπορεί να αμφισβητήσει το παράδειγμα της οικονομικής ανάπτυξης για τους ψηφοφόρους της. Η δεύτερη προοπτική αναφέρεται στην έννοια της «διαχείρισης» ή εμπιστοσύνης για τον πλανήτη και τις μελλοντικές γενεές και στην έννοια της κοινής ανάπτυξης με σκοπό το αμοιβαίο κέρδος. Αυτή η ιδέα εισχώρησε αργά αλλά σταθερά στην πολιτική διαμάχη. Η τρίτη προοπτική, ονομαζόμενη «πολιτιστική δικαιοσύνη», δίνει έμφαση στη διάσταση της πολιτιστικής, κοινωνικής και οικολογικής δικαιοσύνης στην αειφόρο ανάπτυξη. Αυτό το μοτίβο κατά πάσα πιθανότητα θα βρει ρίζες στο τοπικό επίπεδο του ανεπίσημου ακτιβισμού παρά στις επίσημες κρατικές δομές. Η τέταρτη διάσταση είναι «η διαδικασία ενόρασης», η οποία αναζητά να συμφιλιώσει τους συμπληρωματικούς ρόλους της παγκοσμιοποίησης και της τοπικής ανάπτυξης.

Ορισμένοι επιστήμονες έχουν εστιάσει σε μία και μόνη διάσταση της αειφόρου ανάπτυξης, ενώ βιβλιογραφικά εντοπίζονται και ανησυχίες εάν τελικά η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη και το συμβατικό μοντέλο του μαζικού τουρισμού είναι αντιφατικά μοντέλα ή συμβιωτικά. Για παράδειγμα, η κυρίαρχη οικονομική έννοια της αειφόρου ανάπτυξης στοχεύει στο να εξασφαλίσει το κατά κεφαλήν εισόδημα για τις μελλοντικές γενεές, το οποίο δε θα πρέπει να είναι μικρότερο των τωρινών γενιών.

²⁹ Gibbon D., Jakobsson K., (1999), Towards sustainable agricultural systems. In sustainable agriculture and environment: Globalization and the impact of the trade liberation

Αυτή η «αδύναμη» εκδοχή της αειφόρου ανάπτυξης δέχεται μία δέσμευση, όπου αυτό είναι δυνατό, για να προστατευθούν τα περιβαλλοντικά αποθέματα και διευκολύνσεις, αλλά απορρίπτει την ιδέα ότι η οικονομική δραστηριότητα θα έπρεπε να προσδιοριστεί μέσα σε προκαθορισμένα περιβαλλοντικά όρια (Jacobs, 1999)³⁰. Οι περιβαλλοντολόγοι έχουν αντιπαρατάξει σ' αυτήν την ανθρωποκεντρική άποψη της αειφορίας μία οικοκεντρική, η οποία εστιάζει στις φυσικές διαδικασίες και τονίζει τη βιοποικιλότητα και την προστασία των γενετικών αποθεμάτων. Αυτή η «ισχυρή» εκδοχή της αειφόρου ανάπτυξης υιοθετεί την έννοια των «περιβαλλοντικών ορίων», δηλαδή τη δέσμευση στο να ζούμε μέσα στα όρια που υπαγορεύουν οι «φέρουσες ικανότητες» της βιόσφαιρας και τοποθετεί το ανθρώπινο είδος μέσα στη φύση και όχι πάνω απ' αυτήν. Αντιθέτως, η ανθρωποκεντρική άποψη της αειφόρου ανάπτυξης βασίζεται σε μία πιο παρεμβατική προσέγγιση προς τη φύση, αφού το φυσικό κεφάλαιο καθορίζεται σύμφωνα με το τι μπορεί να παρέχει στην υπηρεσία του ανθρωπίνου είδους.

Σε άλλες περιπτώσεις, η εστίαση της επιστημονικής διένεξης πάνω στην αειφόρο ανάπτυξη είναι πολυδιάστατη και απαιτεί παράλληλη ικανοποίηση για την οικονομική, κοινωνική και βιοφυσική αειφορία και την προαγωγή μίας ενσωματωμένης προσέγγισης ανάπτυξης. Ο Jules Pretty(1999) ισχυρίζεται ότι τα συστήματα αειφορίας πρέπει να συλλέγουν αποθέματα πέντε διαφορετικών τύπων κεφαλαίου: φυσικό κεφάλαιο (οικονομικά και πολιτιστικά αγαθά και υπηρεσίες της φύσης), κοινωνικό κεφάλαιο (η συνοχή των ανθρώπων μέσα στις κοινωνίες τους), ανθρώπινο κεφάλαιο (η κοινωνική θέση των ατόμων), τεχνικό κεφάλαιο (τοπικές υποδομές) και το οικονομικό κεφάλαιο (χρηματικά αποθέματα).

Παρόλα αυτά, οι θετικές ιδεολογικές επιδράσεις της έννοιας της αειφόρου ανάπτυξης έχουν γίνει ευρέως αποδεκτές. Όπως εξηγεί ο Giorgio Osti (1997)³¹, η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης ξαναδίνει αισιοδοξία στην τύχη της ανθρωπότητας με δύο βασικούς και αλληλοεξαρτώμενους τρόπους. Από τη μία πλευρά, προάγει την αναβίωση του μύθου της προόδου που κυριάρχησε στους δυτικούς πολιτισμούς τουλάχιστον από την επιστημονική επανάσταση. Και από την άλλη, η αειφόρος

³⁰ Jacobs M., (1999), Sustainable development as a contested concept. In fairness and futurity: Essays on environmental sustainability and social justice. Oxford University Press

³¹ Osti G., (1997), Sustainable development in the Italian mountains, Ashgate

ανάπτυξη αναβιώνει την πιθανότητα μίας ισορροπημένης σχέσης ανάμεσα στους ανθρώπους και το περιβάλλον τους. Ακόλουθα, αν και η αειφόρος ανάπτυξη, όπως και πολλές άλλες σημαντικές έννοιες, όπως η δημοκρατία και η δικαιοσύνη, δεν υπόκεινται σε ακριβείς αναλυτικούς ορισμούς, η σημασία της παρούσας πολιτικής έμφασης στην ιδέα της αειφορίας βρίσκεται σε αυτό που συμβολίζει. Οι David Gibbon και Kristin Jakobsson (1999)³² έχουν τονίσει ότι όλες οι διαφορετικές δραστηριότητες που οργανώθηκαν τις τελευταίες δύο δεκαετίες για να διερευνήσουν τους τρόπους να επιβραδύνουμε, να σταματήσουμε ή να αντιστρέψουμε τον παρόντα ρυθμό καταστροφής και εξαθλίωσης των αποθεμάτων της γης έχει οδηγήσει στην αύξηση της.

Ως «βιώσιμη» τουριστική ανάπτυξη σύμφωνα με τους Κοκκώση και Τσάρτα (2001)³³, περιγράφεται «ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για τη συνεχή ανατροφοδότησή της».

Τριάντα και πλέον χρόνια μετά την πρώτη χρήση του όρου "αειφόρος ανάπτυξη" για να περιγράψει το ιδανικό μοντέλο ανάπτυξης, η αειφόρος ανάπτυξη αποτελεί, πλέον, προϋπόθεση για όλες τις ανθρώπινες δραστηριότητες είτε οικονομικές είτε κοινωνικές είτε περιβαλλοντικές. Αειφορία δε σημαίνει εύκολες λύσεις: προϋποθέτει αντίσταση στους διαφορετικούς στόχους που θέτει η ίδια η κοινωνία, αντίσταση στους διαφορετικούς στόχους της οικονομίας και της οικολογίας, του παρόντος και του μέλλοντος, του τοπικού και του παγκόσμιου. Υπάρχει μία ευρεία αποδοχή ανάμεσα στους ερευνητές για τις δύο βασικές ιδέες που η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης θα πρέπει τουλάχιστον να ενστερνίζεται: ότι η ανάπτυξη θα πρέπει να έχει μία οικονομική, κοινωνικοπολιτισμική και περιβαλλοντική διάσταση. Η ανάπτυξη θα μπορεί να είναι αειφόρος μόνο όταν εξασφαλίσει την ισορροπία ανάμεσα στους παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα ζωής. Και δεύτερον, ότι οι σημερινές γενιές έχουν υποχρέωση έναντι των μελλοντικών να αφήσουν επαρκείς κοινωνικούς, περιβαλλοντικούς και οικονομικούς πόρους, ώστε να απολαύσουν τουλάχιστον το

³²Gibbon D., Jakobsson K., (1999), Towards sustainable agricultural systems. In sustainable agriculture and environment: Globalization and the impact of the trade liberation

³³ Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., (2001), Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον, εκδόσεις Κριτική

ίδιο επίπεδο ποιότητας ζωής.

Το πρότυπο της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης τονίζει την αναγκαιότητα και σπουδαιότητα της εδραίωσης ενός υπεύθυνου τουρισμού μέσα από τη συμπεριφορά τόσο του τοπικού πληθυσμού όσο και των τουριστών, ενώ μπορεί να αποτελέσει τον καταλυτικό παράγοντα για την εκπλήρωση των ύψιστων προσδοκιών του ανθρώπινου γένους για οικονομική ευφορία με ταυτόχρονη διατήρηση της κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής ακεραιότητας. Στα πλαίσια του προτύπου αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, το περιβάλλον, η κοινωνία και ο πολιτισμός της περιοχής είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με την κοινωνική, εκπαιδευτική και ψυχαγωγική διάσταση του ταξιδιού διαμορφώνοντας, έτσι, τους πόρους της περιοχής. Σύμφωνα δε με την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, η αειφόρος ανάπτυξη καλύπτει τις τρέχουσες ανάγκες χωρίς, όμως, να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους. Πρόκειται για μία διαδικασία αλλαγής, όπου η αξιοποίηση των πόρων, οι επενδύσεις, η τεχνολογική ανάπτυξη και οι θεσμικές αλλαγές συνυπάρχουν αρμονικά με τις δυνατότητες κάλυψης των ανθρώπινων αναγκών και φιλοδοξιών.

Υπήρξε η αντίληψη ότι οι δύο όροι, ανάπτυξη και αειφορία, είναι αντιμέτωπες έννοιες και δεν μπορούν να συμβαδίσουν, γιατί η αειφορία προβάλλει την ευαισθητοποίηση στους περιβαλλοντολογικούς πόρους και στη βιωσιμότητά τους, ενώ η ανάπτυξη επικεντρώνεται κύρια σε οικονομικές παραμέτρους³⁴.

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού σε τουριστικές επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τις αρχές της αειφορίας, το 50% των περιπτώσεων επρόκειτο για οικοτουριστικές δραστηριότητες, ενώ το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό αφορούσε αγροτουριστικές δραστηριότητες, γεγονός που ίσως αποτελεί ένδειξη ότι αυτές οι δύο μορφές τουρισμού διέπονται περισσότερο από άλλες από τις αρχές της αειφορίας. Ο αειφόρος τουρισμός αναπτύσσεται στον κοινωνικό και περιβαλλοντικό ιστό μιας περιοχής με τέτοιο τρόπο ώστε να παραμένει βιώσιμος επ' αόριστον και να μην υποβαθμίζει τον ιστό μέσα στον οποίο αναπτύσσεται. Ο μακροχρόνιος στόχος του αειφόρου τουρισμού είναι η αρμονική συνύπαρξη των τουριστών, της κοινωνίας υποδοχής και του περιβάλλοντος και η παράλληλη διασφάλιση της προστασίας των πόρων.

³⁴ Ανδριώτης Κ., (2005), Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός, εκδόσεις Σταμούλη

Η εφαρμογή της αειφόρου ανάπτυξης προϋποθέτει την οικονομική αειφορία (να υπάρξουν οφέλη για την τοπική κοινωνία), την οικολογική (να προστατευθούν οι φυσικοί πόροι της περιοχής) και την κοινωνικοπολιτιστική αειφορία (να τηρηθούν απαρέγκλιτα οι ηθικές αρχές της περιοχής τόσο από τους τουρίστες όσο και από τους πράκτορες). Κατ' επέκταση, οι δύο έννοιες αειφορία και ανάπτυξη μπορούν να είναι συμπληρωματικές με απαραίτητη προϋπόθεση τη συνύπαρξή τους και τη σωστή και αποδοτική λειτουργία τους. Πιο συγκεκριμένα, για να θεωρηθεί μία δραστηριότητα αειφόρος θα πρέπει να έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά, τα οποία δεν προϋπάρχουν, αλλά αποτελούν ταυτόχρονα επιδιωκόμενους στόχους και προϋποθέσεις βιώσιμης αειφόρου ανάπτυξης³⁵:

- Να υπάρχει ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.
- Να υπάρχει το ειδικό θεσμικό πλαίσιο που θα προωθεί την ενεργή συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού και όλο το παραγόμενο εισόδημα και οι ωφέλειες να επιστρέφουν στον τοπικό πληθυσμό, ώστε να υπάρχει αυτονομία και αυτάρκεια της τοπικής οικονομίας.
- Να χρησιμοποιούνται όλοι οι τοπικοί πόροι και όχι μόνο μία παράκτια λωρίδα ή μία γραφική κοιλάδα.
- Να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη η φέρουσα ικανότητα της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται η δραστηριότητα.
- Να αναπτύσσονται παράλληλα δραστηριότητες εκπαίδευσης σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος σε συνάρτηση με τις τουριστικές δραστηριότητες.

³⁵ Τσάρτας Π., (1996), Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στο τουρισμό, εκδόσεις Εξάντας

- Να διατηρείται χαμηλός ο αριθμός των συμμετεχόντων, ώστε να περιορίζονται οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και να διευκολύνεται η περιήγηση στους αγροτικούς, φυσικούς και ιστορικούς πόρους.
- Να συμβάλλει στη διατήρηση των τοπικών εθίμων και παραδόσεων αναγνωρίζοντας έτσι την αξία τους.
- Να δημιουργεί τις συνθήκες εκείνες, ώστε οι περιοχές να γίνονται πιο ελκυστικές και να προκαλεί τους νέους ανθρώπους να επιστρέφουν στις αγροτικές περιοχές παρέχοντάς τους ανάλογες ευκαιρίες, καθώς η μεταναστευτική διαδικασία είναι σημαντική για τη δημογραφική αειφορία μιας περιοχής.
- Να εμπλουτίζει την εικόνα της περιοχής, ώστε να βελτιωθεί ο τουρισμός.
- Να προστατεύει το περιβάλλον.
- Να χρησιμοποιούνται οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές ως βασικός άξονας της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης.

Για την επιτυχημένη εφαρμογή του αειφόρου τουρισμού σε μία περιοχή, πρέπει ο τοπικός πληθυσμός να είναι σε θέση να δώσει απαντήσεις σε ερωτήματα, όπως: 1) πώς αξιολογούν και χρησιμοποιούν οι τουρίστες το φυσικό περιβάλλον, 2) πώς οι κοινότητες επωφελούνται από τον τουρισμό, 3) ποιες είναι οι επιδράσεις του τουρισμού σε κοινωνικό και οικολογικό επίπεδο και 4) πώς μπορεί να γίνει η διαχείριση αυτών των επιδράσεων (Fennell, 2008)³⁶.

³⁶FennellD, (2008), Ecotourism, Routledge

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ ΚΑΙ Ο ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

2.1 Ο νομός Μεσσηνίας

Η Μεσσηνία βρίσκεται στη νοτιοδυτική γωνιά της Ηπειρωτικής Ελλάδας και της Πελοποννήσου. Περιοχή με σπάνια ομορφιά. Ο Νομός συνορεύει βόρεια με το Νομό Ηλείας, ανατολικά με τους Νομούς Αρκαδίας και Λακωνίας, δυτικά και νότια βρέχεται από το Ιόνιο πέλαγος και από τον Μεσσηνιακό κόλπο.

Στο Νομό Μεσσηνίας υπάγονται και τα νησιά Πρώτη, Σφακτηρία, Σαπιέντζα, Σχίζα, Βενέτικο, καθώς και άλλες μικρότερες νησίδες που βρίσκονται κοντά στις ακτές του. Αμέτρητα χιλιόμετρα από δαντελωτές παραλίες, επιβλητικά βουνά, αρχαία μνημεία παγκόσμιας αναγνώρισης και με όλες τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού σε πλήρη ανάπτυξη, ο Νομός Μεσσηνίας είναι ένας από τους ομορφότερους της Ελλάδας.

Η Καλαμάτα είναι η πρωτεύουσα του νομού και μια πραγματικά ολοκαίνουργια σύγχρονη πόλη. Από το ιστορικό της κάστρο μπορεί κανείς να απολαύσει την υπέροχη πανοραμική θέα της πόλης.

Η θάλασσα περιβάλλει τη Μεσσηνία σχηματίζοντας κόλπους και κολπίσκους, που αποτελούν ιδανικούς χώρους για το yachting και διαμορφώνουν σημεία αγκυροβολίας για μια ευχάριστη ανάπαυλα για μπάνιο και χαλάρωση. Οι δύο μαρίνες (Καλαμάτας και Πύλου) και οι παραλιακοί οικισμοί, προσφέρονται για άνετη και ασφαλή αγκυροβολία³⁷.

Η Μεσσηνία ήταν κατοικημένη από την προϊστορική εποχή. Σύμφωνα με τους μύθους, η περιοχή πήρε το όνομά της από τη Μεσσήνη, τη γυναίκα του Πολυκάονα, ο οποίος λέγεται ότι πρώτος βασίλευσε στη χώρα. Στα χρόνια της ακμής των Μυκηναίων είχε αναπτύξει σημαντικό πολιτισμό όπως φαίνεται και από τα αρχαιολογικά ευρήματα της περιόδου εκείνης και ιδιαίτερα από το ανακτορικό συγκρότημα των βασιλιάδων της Πύλου στο χωριό Επάνω Εγκλιανό καθώς και από το εντυπωσιακό ανάκτορο του Νέστορα.

³⁷ www.wikipedia.org

Από τον 8ο αιώνα εξαιτίας της επεκτατικής πολιτικής της Σπάρτης, άρχισαν οι Μεσσηνιακοί πόλεμοι. Οι πόλεμοι εκείνοι έφεραν την υποδούλωση της Μεσσηνίας στη Σπάρτη και την εξαφάνιση κάθε ίχνους πολιτισμού στην περιοχή.

Το 369 π.Χ. οι Θηβαίοι απελευθέρωσαν τη Μεσσηνία και έχτισαν τη Μεσσήνη, πρωτεύουσα της ανεξάρτητης πια χώρας. Η ανεξάρτητη Μεσσηνία έγινε σημαντικό κέντρο πολιτισμού. Ακολούθησε η Βυζαντινή Εποχή και τον 13ο αιώνα κατακτήθηκε από τους Φράγκους, για να περάσει το 1498 ολοκληρωτικά στα χέρια των Τούρκων. Στις 22 Μαρτίου 1821 ο Πετρόμπεης Μαυρομιχάλης με Μανιάτες και Μεσσήνιους αγωνιστές κήρυξε την επανάσταση στην Καλαμάτα. Στις 20 Οκτωβρίου 1827 η περίφημη ναυμαχία στον όρμο του Ναβαρίνου επιτάχυνε την ημέρα της μεσσηνιακής ελευθερίας.

Η Μεσσηνία βρίσκεται στη νοτιοδυτική Πελοπόννησο. Περικλείεται στα βόρεια από τον ποταμό Νέδα και τα Αρκαδικά Όρη, στα ανατολικά από το όρος Ταΰγετος, στα νότια από τον Μεσσηνιακό Κόλπο και στα δυτικά από το Ιόνιο Πέλαγος. Συνορεύει στα βόρεια με το Νομό Ηλείας, στα βορειοανατολικά με το Νομό Αρκαδίας και στα ανατολικά με το Νομό Λακωνίας. Η έκτασή της είναι 2991 τ. χλμ.

Η Μεσσηνία είναι κυριολεκτικά κατάσπαρτη από υπέροχες βυζαντινές εκκλησίες και μοναστήρια και κρύβει ένα εξαιρετικά ενδιαφέρον βυζαντινό παρελθόν. Ο πολιτιστικός πλούτος της Μεσσηνίας, που συνίσταται σε μοναδικά σε αρχαιολογικό ενδιαφέρον κατάλοιπα (μυκηναϊκοί θολωτοί τάφοι), αρχαιολογικούς χώρους (Αρχαία Πύλος, Ναός Επικούριου Απόλλωνα, Αρχαία Μεσσήνη) και μουσεία, ιστορικά μνημεία (κάστρα, ιστορικά κέντρα πόλεων), βυζαντινές εκκλησίες και μοναστήρια, δείγματα παραδοσιακής αρχιτεκτονικής (πυργόσπιτα της Μάνης), τον πολιτισμό και τις διαδρομές της Ελιάς και μια πλούσια σύγχρονη πολιτιστική ζωή (φεστιβάλ Χορού, φεστιβάλ Μηδέν, πολιτιστικά δρώμενα) αποτελεί μια πρόκληση για τον σύγχρονο τουρίστα με πολιτιστικά ενδιαφέροντα, που ζητάει μάθηση και πολύτιμες εμπειρίες³⁸.

Στη Μεσσηνία μπορείτε να φτάσετε με αεροπλάνο από το διεθνές αεροδρόμιο της Αθήνας «Ελευθέριος Βενιζέλος» προς το Κρατικό Αεροδρόμιο της Καλαμάτας. Η πρόσβαση στο Νομό μπορεί να γίνει με αυτοκίνητο και τακτικά είναι τα δρομολόγια

³⁸www.wikipedia.org

που συνδέουν την πρωτεύουσα του Νομού με τη Θεσσαλονίκη, την Αθήνα, τη Σπάρτη, την Πάτρα, την Τρίπολη και άλλες μεγάλες πόλεις των γύρω Νομών. Επίσης το τρένο, ενώνει τη Μεσσηνία με την Αθήνα και τον Πειραιά αλλά και με όλη την Πελοπόννησο διασχίζοντας πολλές κωμοπόλεις και χωριά. Με αεροπλάνο από το διεθνές αεροδρόμιο της Αθήνας «Ελευθέριος Βενιζέλος» προς το Κρατικό Αεροδρόμιο της Καλαμάτας. Η πρόσβαση στο Νομό μπορεί να γίνει με αυτοκίνητο και τακτικά είναι τα δρομολόγια που συνδέουν την πρωτεύουσα του Νομού με τη Θεσσαλονίκη, την Αθήνα, τη Σπάρτη, την Πάτρα, την Τρίπολη και άλλες μεγάλες πόλεις των γύρω Νομών. Επίσης το τρένο, ενώνει τη Μεσσηνία με την Αθήνα και τον Πειραιά αλλά και με όλη την Πελοπόννησο διασχίζοντας πολλές κωμοπόλεις και χωριά.

2.2 Η πόλη της Καλαμάτας

Η Καλαμάτα, παλαιότερα Καλάμαι ή, κατά την εποχή του Ομήρου, Φαρές είναι πόλη της νοτιοδυτικής Πελοποννήσου, πρωτεύουσα του Νομού Μεσσηνίας και λιμάνι της νότιας ηπειρωτικής Ελλάδας. Η Καλαμάτα έχει πληθυσμό 54.100 κατοίκους, ενώ ο Δήμος Καλαμάτας έχει πληθυσμό 69.849 κατοίκους, σύμφωνα με την Απογραφή του 2011. Η πόλη είναι κτισμένη στους πρόποδες του όρους "Καλάθι" (παρυφή του Ταυγέτου), στην καρδιά του Μεσσηνιακού κόλπου. Απέχει 223 χιλιόμετρα από την Αθήνα, 215 χλμ. από την Πάτρα και 715 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη. Έχει εύκρατο μεσογειακό κλίμα, με ζεστό χειμώνα και ήπια καλοκαίρια. Καθημερινά στο ευρύτερο αστικό κέντρο της Καλαμάτας έρχονται και εργάζονται πάνω από 50.000 άνθρωποι από τις διπλανές πόλεις Μεσσήνη, Θουρία, Μελιγαλά, Άρη κ.α³⁹.

Τα τελευταία χρόνια η πόλη της Καλαμάτας και γενικότερα ο νομός Μεσσηνίας παρουσιάζει μεγάλη τουριστική ανάπτυξη στην οποία έχουν συμβάλει αφενός η τουριστική μονάδα Costa Navarino η οποία και λειτουργεί στη περιοχή της Πύλου καθώς και ο νέος αυτοκινητόδρομος Καλαμάτα – Τρίπολη – Σπάρτη – Αθήνα ο οποίος και ολοκληρώθηκε το 2016. Με αυτό το νέο αυτοκινητόδρομο πλέον η Καλαμάτα απέχει μόλις δύο ώρες οδικώς από την Αθήνα και έτσι έχει γίνει ένας εύκολα προσβάσιμος και οικονομικός προορισμός τόσο για τις θερινές διακοπές όσο και για εκδρομές τα Σαββατοκύριακα όλη τη διάρκεια του χρόνου.

³⁹ www.kalamata.gr

2.3 Ο υφιστάμενος τουρισμός στη Πελοπόννησο, στο νομό Μεσσηνίας και στη Καλαμάτα

Ο πλέον κρίσιμος παράγοντας για την ανάπτυξη του τριτογενή τομέα είναι ο Τουρισμός, με την σχετική δραστηριότητα να αναπτύσσεται με αργούς ρυθμούς στην Περιφέρεια, διατηρώντας ένα χαμηλό ποσοστό συμμετοχής στην συνολική τουριστική δραστηριότητα της χώρας, καθώς παρά τη διαρκή σχετική αύξηση των αφίξεων στις Ξενοδοχειακές Μονάδες στη Πελοπόννησο, η συμμετοχή στις συνολικές αφίξεις ανέρχεται διαχρονικά περίπου στο 6% με 7%. Το 2011 σύμφωνα με στοιχεία του ΙΤΕΠ, η μέση πληρότητα για τον μήνα Μάιο ήταν 34,15% (μειωμένη κατά 6,95% σε σχέση με τον Μάιο του 2010 και υπολειπόμενη κατά 14,13% από τον εθνικό μέσο όρο), ενώ τον Αύγουστο ήταν 75,00%, αυξημένη από τον αντίστοιχο μήνα του 2010 κατά 2,56% και υπολειπόμενη κατά 2,78% από την μέση πληρότητα της χώρας. Σε ότι αφορά την απασχόληση, κατά τον μήνα Μάιο απασχολούνταν συνολικά 8.700 άτομα μειωμένα κατά 12,27% σε σχέση με τον Μάιο του 2010. Η μείωση αυτή είναι η τρίτη μεγαλύτερη μεταξύ των Περιφερειών της χώρας, μετά τις Περιφέρειες Αττικής και Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης. Τον Αύγουστο απασχολούνταν 11.332 άτομα στα ξενοδοχεία, μειωμένα κατά 4,10% σε σχέση με τον Αύγουστο του 2010, ενώ η πανελλαδική τάση ήταν αύξηση των απασχολούμενων κατά 8,59%. Στο επίπεδο των ΠΕ, διαχρονικά σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς της Περιφέρειας αποτελούν η ΠΕ Αργολίδας και η ΠΕ Κορινθίας, ενώ από την άλλη πλευρά, η ΠΕ Μεσσηνίας, η οποία στην αρχή της δεκαετίας διατηρούσε σημαντική θέση δείχνει να χάνει έδαφος. Συνολικά στην Περιφέρεια εντοπίζονται περιοχές ώριμης τουριστικής ανάπτυξης (αστικές περιοχές του Ναυπλίου, Λουτρακίου και της Καλαμάτας, ορισμένες παραθαλάσσιες περιοχές καθώς και περιοχές παραθεριστικής κατοικίας γύρω από τα ημιαστικά κέντρα), δυναμικές τουριστικές περιοχές σε ορεινές ζώνες (Γορτυνία, Βόρεια Μαντινεία), περιοχές ενταγμένες σε δίκτυα περιήγησης-διημέρευσης-επίσκεψης (Μυστράς, Μάνη) και άλλες ορεινές περιοχές όπου κυριαρχεί ο περιηγητικός και φυσιολατρικός τουρισμός, που έχει έντονα ποιοτικά χαρακτηριστικά και συγκεντρώνει επισκέπτες με ειδικά ταξιδιωτικά ενδιαφέροντα. Παρά το έντονο ανάγλυφο δεν υπάρχουν υποδομές χιονοδρομικού τουρισμού, με εξαίρεση το χιονοδρομικό κέντρο Μαινάλου. Ορειβατική δραστηριότητα αναπτύσσεται σε ορεινούς όγκους της Περιφέρειας, ενώ

οι δραστηριότητες rafting και kayak που οργανώνονται στους ποταμούς Λούσιο και Αλφειό συγκεντρώνουν επισκέπτες από όλη την Ελλάδα.

Τέλος οι μοναδικές οργανωμένες περιοχές ιαματικού τουρισμού εντοπίζονται στο Λουτράκι.

Συνολικά η τουριστική δραστηριότητα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου χαρακτηρίζεται από το δισυσμό: ορεινού – παραθαλάσσιου τουρισμού, που η μεταξύ τους σχέση είναι αδύναμη έως ανύπαρκτη, με το πρώτο να κυριαρχεί στην ενδοχώρα και να προσελκύει επισκέπτες με ειδικά ταξιδιωτικά ενδιαφέροντα (περιήγηση, τουρισμός εμπειρίας) και το δεύτερο στις περιοχές εγκατάστασης ξενοδοχειακών συγκροτημάτων μαζικού τουρισμού (παράλια Κορινθίας και Καλαμάτας), εσωτερικού τουρισμού και τουρισμού αλλοδαπών, με τον πρώτο να κυριαρχεί και τον δεύτερο να κατευθύνεται κυρίως σε περιοχές οργανωμένων ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων υψηλών προδιαγραφών (Καλαμάτα, Κόρινθος), τουρισμού Σαββατοκύριακου και τουρισμού διακοπών, με τον πρώτο να κυριαρχεί και να προσελκύει επισκέπτες σε συγκεκριμένους προορισμούς και ενδιαφέροντα (Ναύπλιο, αρχαιολογικοί και πολιτιστικοί χώροι, περιήγηση) και το δεύτερο να απευθύνεται κυρίως σε οικογένειες και μεγάλο μερίδιο αλλοδαπών. Χαρακτηριστικό επίσης της κατάστασης του τουρισμού είναι η έλλειψη ολοκληρωμένων προτάσεων τουριστικών πακέτων, που θα αξιοποιούν και θα αναδεικνύουν το πλούσιο απόθεμα τόσο των επιμέρους χωρικών ενοτήτων (τοπία, θάλασσα, πολιτιστικό και ιστορικό απόθεμα, τοπική παραγωγή, παραδοσιακοί οικισμοί), όσο και συνολικά της Πελοποννήσου.

2.4 Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου ως στόχος για τη πόλη της Καλαμάτας

Όπως είδαμε ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό μοχλό ανάπτυξης για τη Περιφέρεια Πελοποννήσου. Παρόλη όμως τη σημασία του η δυναμική του βρίσκεται ακόμη σε χαμηλό επίπεδο και υπάρχουν ακόμα πολλά περιθώρια ανάπτυξης. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η τουριστική περίοδο στη πόλη της Καλαμάτας διαρκεί θεωρητικά μόλις 6 μήνες (Απρίλιος- Σεπτέμβριος) όμως με την έντονη ζήτηση των τουριστών να

επικεντρώνεται κυρίως τον Ιούλιο και τον Αύγουστο, μήνες κατά τους οποίους παρατηρούνται οι μεγαλύτερες πληρότητες στα ξενοδοχεία της περιοχής⁴⁰.

Εντούτοις όμως η Μεσσηνία με το πολύ καλό κλίμα θα μπορούσε να αποτελέσει πόλο έλξης των τουριστών σχεδόν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Για παράδειγμα, η Καλαμάτα θα μπορούσε να προσελκύσει τουρίστες και κατά τη διάρκεια του Πάσχα και των αποκριών. Το Καλαματιανό Καρναβάλι καθώς και τα τοπικά έθιμα των ημερών του Πάσχα θα μπορούσαν να αποτελέσουν πόλο έλξης και να επιμηκύνουν τη τουριστική περίοδο στη περιοχή. Επίσης η θερινή τουριστική σεζόν θα μπορούσε εύκολα να επεκταθεί δυναμικά και τους μήνες Σεπτέμβριο ίσως και Οκτώβριο δεδομένου των καλών κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν ακόμη και τότε στη Μεσσηνία. Τέλος, η Μεσσηνία έχει τις δυνατότητες για την ανάπτυξη τόσο χειμερινού όσο και διαφόρων άλλων ειδών εναλλακτικού τουρισμού. Για παράδειγμα, η περιοχή του ορεινού όγκου του Ταυγέτου μεταξύ Μεσσηνίας και Λακωνίας παραμένει ένα σχεδόν παρθένο τοπίο στο οποίο δεν έχει γίνει καμία σοβαρή επένδυση στη κατεύθυνση της ανάπτυξης χειμερινού τουρισμού. Επίσης καλές αγροτουριστικές προοπτικές έχει η περιοχή της μεσσηνιακής αλλά και της λακωνικής Μάνης.

2.5 Οικονομικά στοιχεία ξενοδοχείων της Καλαμάτας (2015 – 2016)

Στο παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα ενοποιημένα στοιχεία του ισολογισμού των ξενοδοχείων της Καλαμάτας για τα έτη 2015 και 2016. Τα στοιχεία αυτά είναι επίσημα και αντλήθηκαν από το επιμελητήριο Μεσσηνίας κατόπιν αιτήματος μου προκειμένου να μελετήσω την οικονομική επίδραση της αύξησης του τουρισμού στο ξενοδοχειακό κλάδο της πόλης.

⁴⁰ www.kalamata.gr

ΕΝΟΠ/ΝΟΣ ΓΕΩΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΛΑΔΟΥ σε ΕΥΡΩ	2016	15-16%	2015
Τουρισμός (Σενοδοχειακές Επιχειρήσεις)			
1.ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	7.505.823.499,00	-41,40	12.808.462.836,00
2. ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.547.767.282,00	-25,07	2.065.636.219,00
3. ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	8.301.086.320,00	-42,64	14.472.696.606,00
52. ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	469.054.955,00	-29,80	668.192.550,00
4. ΑΞΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ. -ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	349.178.176,00	-20,86	441.214.772,00
7. ΜΕΙΟΝ ΕΥΣΕΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	3.983.839.983,00	-37,72	6.396.323.959,00
60. ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	3.528.734.030,00	-38,20	5.709.723.309,00
53. ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	326.521.358,00	-28,81	458.653.160,00
61. ΑΠΟΣΒ. ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΞΩΜ.ΑΚΙΝ.	128.584.559,00	-43,59	227.947.491,00
8. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	102.477.622,00	-72,17	368.163.573,00
9. ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	720.099.102,00	-39,43	1.188.883.084,00
10. ΑΠΘΕΜΑΤΑ	56.852.903,00	-31,82	83.386.892,00
11. ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	28.721.555,00	-34,94	44.146.960,00
13. ΥΔΕΣ & ΥΔΙΚΑ	28.131.344,00	-28,31	39.239.933,00
14. ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.078.907.875,00	-49,99	2.157.536.494,00
15. ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	378.296.032,00	-45,52	694.389.628,00
17. ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	51.555.801,00	-63,07	139.586.561,00
18. ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	649.056.038,00	-50,96	1.323.560.315,00
19.ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	456.676.990,00	-38,19	738.813.119,00
20.ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	9.098.261.226,00	-42,37	15.788.199.330,00
21.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4.859.036.389,00	-38,47	7.897.588.578,00
22. ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.784.554.147,00	-39,61	6.266.776.587,00
23. ΑΠΘΘΕΜΑΤΙΚΑ	1.596.510.734,00	-42,23	2.763.673.398,00
24. ΔΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΕΥΣΕΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	-522.737.093,00		-1.132.861.386,00
25.ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	2.635.116.137,00	-44,97	4.788.768.786,00
56. ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΚΡΕΣΕΙΣ	2.594.973.658,00	-44,71	4.693.184.682,00
57. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	40.142.485,00	-58,00	95.584.102,00
26.ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΚΡΕΣΕΙΣ	1.604.108.737,00	-48,29	3.101.841.938,00
27. ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	585.486.313,00	-53,10	1.248.484.681,00
28. ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	402.552.735,00	-34,97	619.055.649,00
29. ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	4.206.843,00	-12,45	4.805.214,00
30. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ	28.357.520,00	-12,91	32.562.198,00
31. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΚΡΕΣΕΙΣ	583.505.339,00	-51,25	1.196.934.233,00
32.ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	9.098.261.226,00	-42,37	15.788.199.330,00
34. ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.932.400.940,00	-38,31	3.132.277.288,00
35.ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.198.205.554,00	-37,23	1.908.933.578,00

18. ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	649.056.038,00	-50,96	1.323.560.315,00
19.ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	456.676.990,00	-38,19	738.813.119,00
20.ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	9.098.261.226,00	-42,37	15.788.199.330,00
21.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4.859.036.389,00	-38,47	7.897.588.578,00
22. ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.784.554.147,00	-39,61	6.266.776.587,00
23. ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	1.596.510.734,00	-42,23	2.763.673.398,00
24. ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΕΥΣΕΦΕΡΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	-522.737.093,00		-1.132.861.386,00
25.ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	2.635.116.137,00	-44,97	4.788.768.786,00
56. ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.594.973.658,00	-44,71	4.693.184.682,00
57. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	40.142.485,00	-58,00	95.584.102,00
26.ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.604.108.737,00	-48,29	3.101.841.938,00
27. ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	585.486.313,00	-53,10	1.248.484.681,00
28. ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	402.552.735,00	-34,97	619.055.649,00
29. ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	4.206.843,00	-12,45	4.805.214,00
30. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ	28.357.520,00	-12,91	32.562.198,00
31. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	583.505.339,00	-51,25	1.196.934.233,00
32.ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	9.098.261.226,00	-42,37	15.788.199.330,00
34. ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.932.400.940,00	-38,31	3.132.277.288,00
35.ΜΕΙΩΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.198.205.554,00	-37,23	1.908.933.578,00
36. ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	734.188.840,00	-39,99	1.223.386.912,00
37. ΠΡΟΜΘΕΣΕΙΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	121.810.452,00	-24,00	160.267.406,00
38.ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	116.357.687,00	-50,77	236.354.772,00
39.ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	574.050.761,00	-40,34	962.147.670,00
40. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	165.590.863,00	-10,56	185.151.888,00
41. ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	11.740.161,00	55,44	7.553.057,00
42.ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	12.663.440,00	43,15	8.846.224,00
43.ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	53.743.420,00	-47,77	102.901.883,00
44. ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	243.903.913,00	-39,36	402.204.153,00
45. ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	190.160.493,00	-36,47	299.302.270,00
46. ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	110.924.158,00	37,02	80.956.886,00
50. ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	71.623,00	-98,70	5.507.909,00
59. ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-27.761.594,00		-44.540.321,00
72.ΕΒΙΤΔΑ	466.235.334,00	-33,70	703.256.028,00
ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ	1.466		2.803

Όπως μπορούμε να δούμε αν και τα τελευταία χρόνια το τουριστικό προϊόν της Καλαμάτας και ο κύκλος εργασιών των ξενοδοχείων έχει επηρεαστεί αρκετά από την οικονομική κρίση και τις διαφορές οικονομικές αρνητικές εξωτερικές επιδράσεις όπως την επιβολή των capital controls κτλ ο τουρισμός παραμένει μια ισχυρή παράμετρος και ο τζίρος του κλάδου των ξενοδοχείων στη πόλη της Καλαμάτας είναι υψηλός διαχρονικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις- Η άποψη της τοπικής κοινωνίας της Καλαμάτας

3.1 Μεθοδολογία έρευνας

Το είδος της έρευνας που επιλέχθηκε ήταν η περιγραφική στατιστική.

Σκοπός της παρούσας έρευνας, η οποία πραγματοποιήθηκε με τη συλλογή ειδικού ερωτηματολογίου, ήταν να εξεταστούν οι κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης της Καλαμάτας τα επόμενα χρόνια.

3.2 Δείγμα

Ως δείγμα για την έρευνα μας επιλέχθηκαν 32 άτομα διαφόρων ειδικοτήτων όπως ξενοδόχοι, υπάλληλοι ξενοδοχείων, φοιτητές τουριστικών σπουδών σε δημόσια και ιδιωτικά ΙΕΚ στη πόλη της Καλαμάτας, δημοτικοί σύμβουλοι, ιδιοκτήτες καταστημάτων, οι οποίοι όμως ασχολούνται συγκεκριμένα με το ζήτημα της ανάπτυξης του τουρισμού στη πόλη της Καλαμάτας.

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε με προθυμία στις ερωτήσεις και με διάθεση να βοηθήσει ουσιαστικά στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Θα μπορούσα να πω ότι ουσιαστικά προβλήματα κατά τη διάρκεια της έρευνας δεν υπήρξαν.

3.3 Μέσα συλλογής δεδομένων

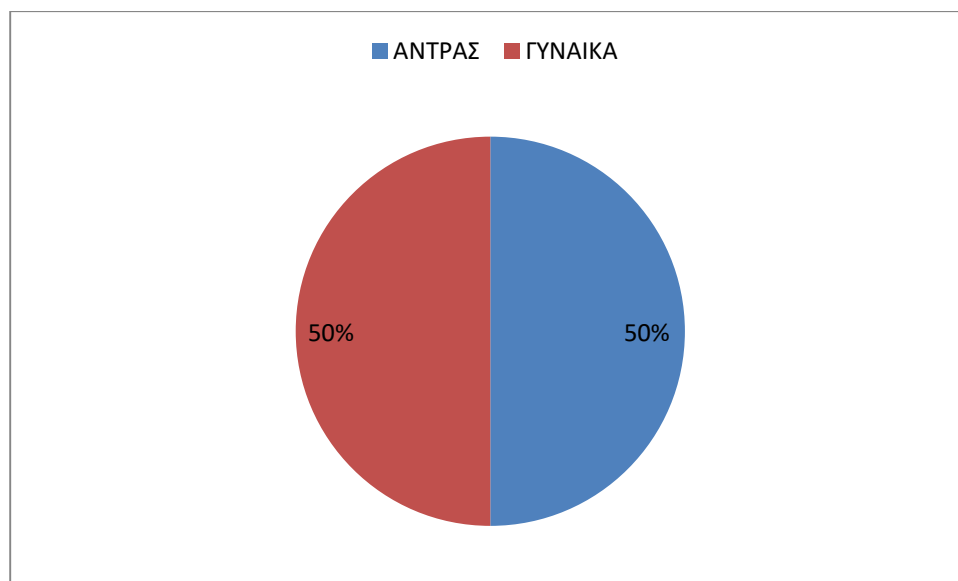
Η μέθοδος δειγματοληψίας που χρησιμοποιήθηκε ήταν με τη μορφή ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο της εργασίας αποτελείται από 13 ερωτήσεις και συνολικά 3 μέρη. Στο πρώτο μέρος οι ερωτώμενοι απάντησαν σε κάποιες γενικές – προσωπικές ερωτήσεις σχετικά με το φύλο, το επάγγελμα τους, την ηλικία τους, το επίπεδο εκπαίδευσης τους κτλ.

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου οι ερωτήσεις είχαν ως αντικείμενο τις κοινωνικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης της Καλαμάτας ενώ τέλος στο τρίτο μέρος της εργασίας αυτής οι ερωτήσεις σχετίζονταν με τις οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης της Καλαμάτας.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν το διάστημα 1 – 15 Μαρτίου του 2018.

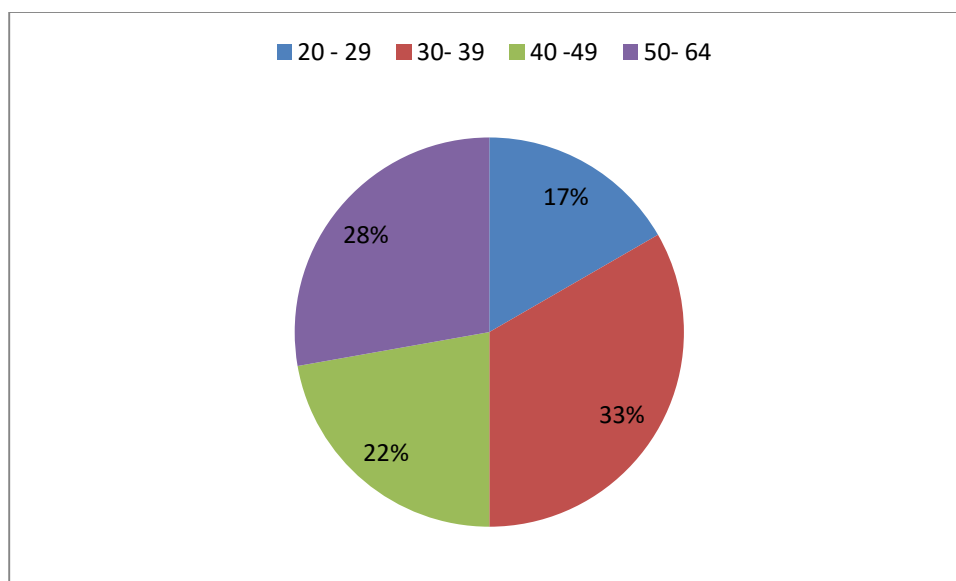
3.4 Αποτελέσματα της έρευνας

Ερώτηση 1^η: Φύλο



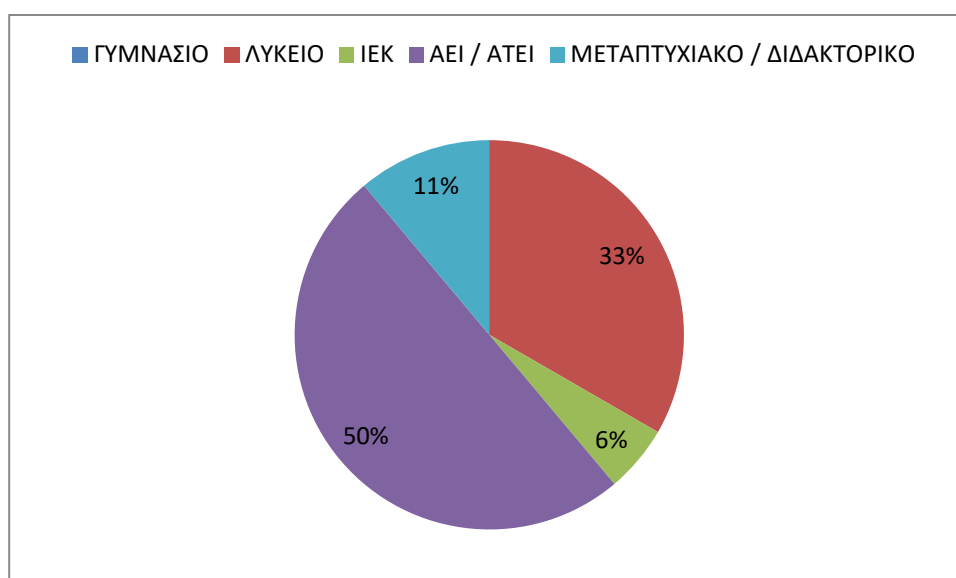
Σχετικά με τη μεταβλητή «Φύλο» παρατηρούμε ότι υπάρχει μια ισοβαθμία καθώς το 50% του δείγματος της έρευνας μας αποτελείται από άντρες και το άλλο 50% από γυναίκες.

Ερώτηση 2^η: Ηλικιακή ομάδα



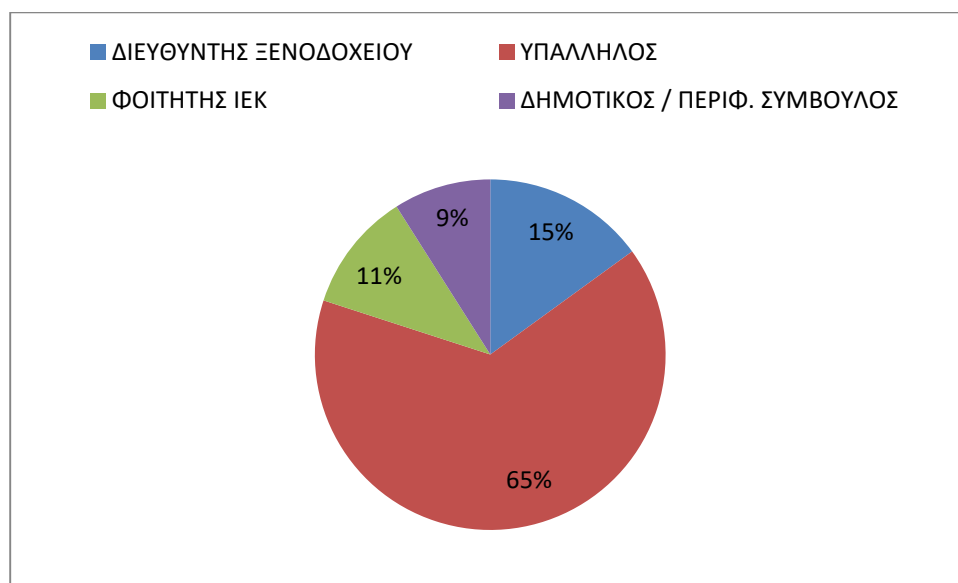
Εδώ παρουσιάζονται ομαδοποιημένες οι ηλικίες των ερωτώμενων του δείγματος. Μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι το 33% του δείγματος αποτελείται από άτομα ηλικίας από 30 έως και 39 ετών. Αντίστοιχα το 28% αποτελείται από άτομα ηλικίας 50 έως 64 ετών, το 22% από άτομα ηλικίας 40 έως και 49 ετών και τέλος, το 17% από άτομα ηλικίας από 20 έως και 29 ετών.

Ερώτηση 3^η: Εκπαίδευση



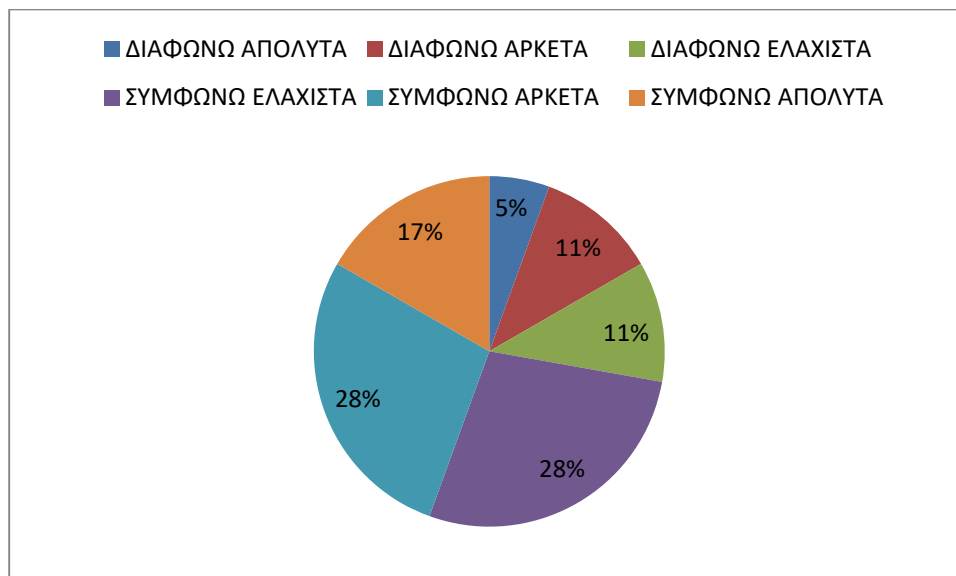
Σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος το 50% είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ, το 33% είναι απόφοιτοι Ενιαίου ή Επαγγελματικού Λυκείου, εν συνεχεία το 11% διαθέτει μεταπτυχιακό ή διδακτορικό δίπλωμα σπουδών ενώ τέλος μόλις το 6% έχει ολοκληρώσει σπουδές σε κάποιο ιδιωτικό ή δημόσιο ΙΕΚ.

Ερώτηση 4^η: Ιδιότητα ερωτώμενου.



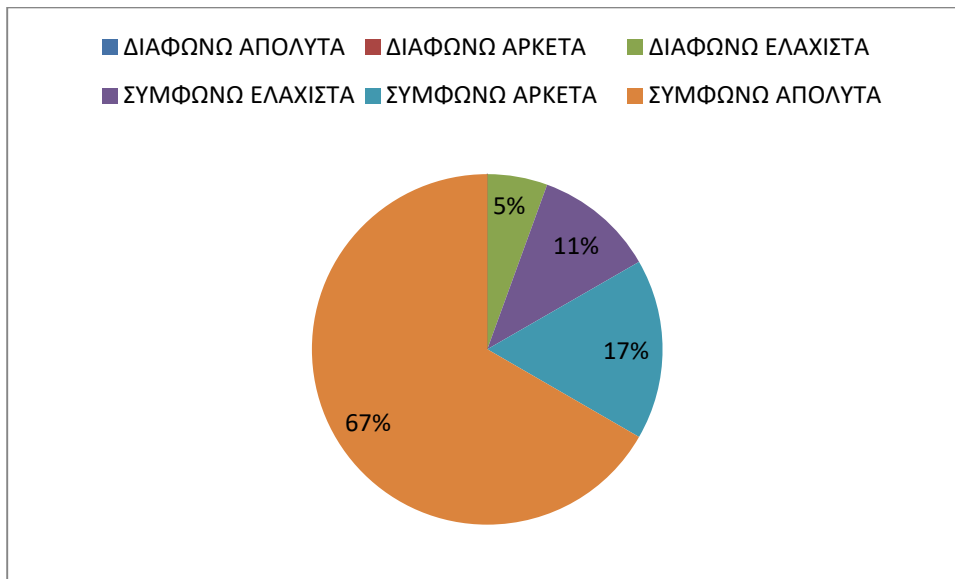
Από τις απαντήσεις προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ήταν υπάλληλοι στο τομέα του τουρισμού (65%), ενώ ακολούθησαν οι διευθυντές ξενοδοχείου 15%, οι φοιτητές ΙΕΚ τουρισμού με ποσοστό 11% και τέλος δημοτικοί και περιφερειακοί σύμβουλοι σε ποσοστό 9%.

Ερώτηση 5^η: Πιστεύω πως ο τουρισμός έχει αυξηθεί σημαντικά στη περιοχή τα τελευταία 10 χρόνια.



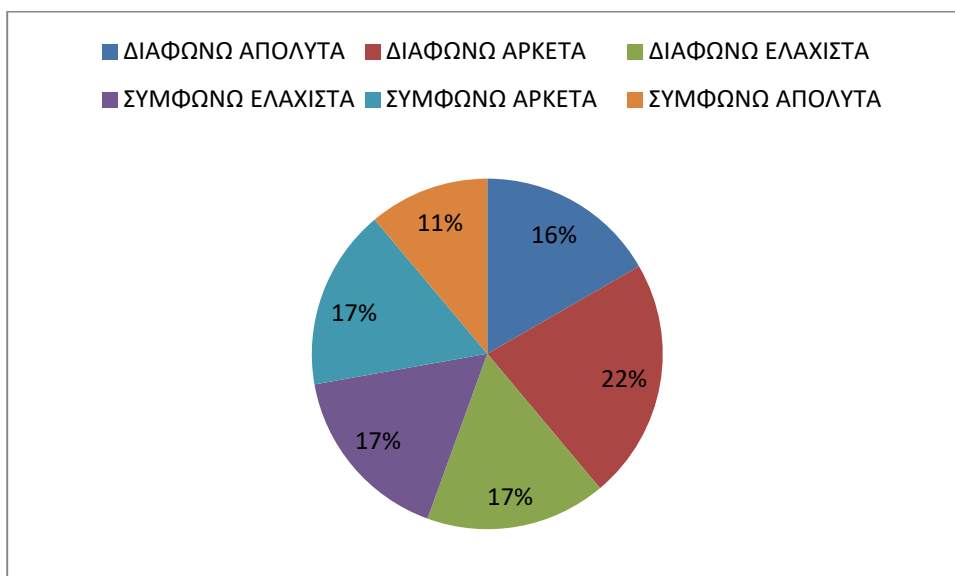
Στην ερώτηση αυτή το δείγμα απάντησε σε ποσοστό 28% ότι συμφωνεί ελάχιστα με την άποψη πως ο τουρισμός έχει αυξηθεί σημαντικά στη περιοχή τα τελευταία 10 χρόνια. Επίσης σε ποσοστό 28% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι συμφωνούν αρκετά με την άποψη αυτή. Στη συνέχεια σε ποσοστό 17% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα με την άποψη αυτή. Ακόμη σε ποσοστό 11% δήλωσαν ότι διαφωνούν αρκετά και σε ποσοστό 11% ότι διαφωνούν ελάχιστα. Τέλος, σε ποσοστό 5% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι συμφωνούν αρκετά με την άποψη αυτή.

Ερώτηση 6^η: Θεωρώ πολύ σημαντική τη τουριστική ανάπτυξη της Μεσσηνίας τα τελευταία χρόνια στη προσπάθεια ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νομό.



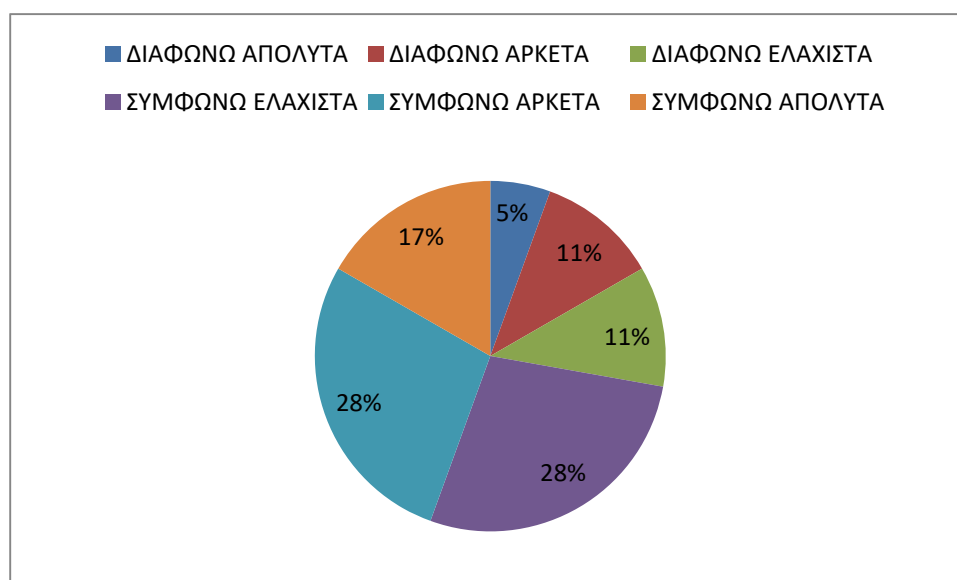
Στην ερώτηση αυτή το δείγμα απάντησε σε ποσοστό 67% ότι συμφωνεί ελάχιστα με την άποψη πως θεωρείται πολύ σημαντική η τουριστική ανάπτυξη της Μεσσηνίας τα τελευταία χρόνια στη προσπάθεια ανάπτυξης του εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νομό. Επίσης σε ποσοστό 17% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι συμφωνούν αρκετά με την άποψη αυτή. Στη συνέχεια σε ποσοστό 11% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι συμφωνούν ελάχιστα με την άποψη αυτή. Τέλος, σε ποσοστό 5% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι διαφωνούν ελάχιστα με την άποψη αυτή.

Ερώτηση 7^η: Πιστεύω πως δεν υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης του τουρισμού στη πόλη της Καλαμάτας.



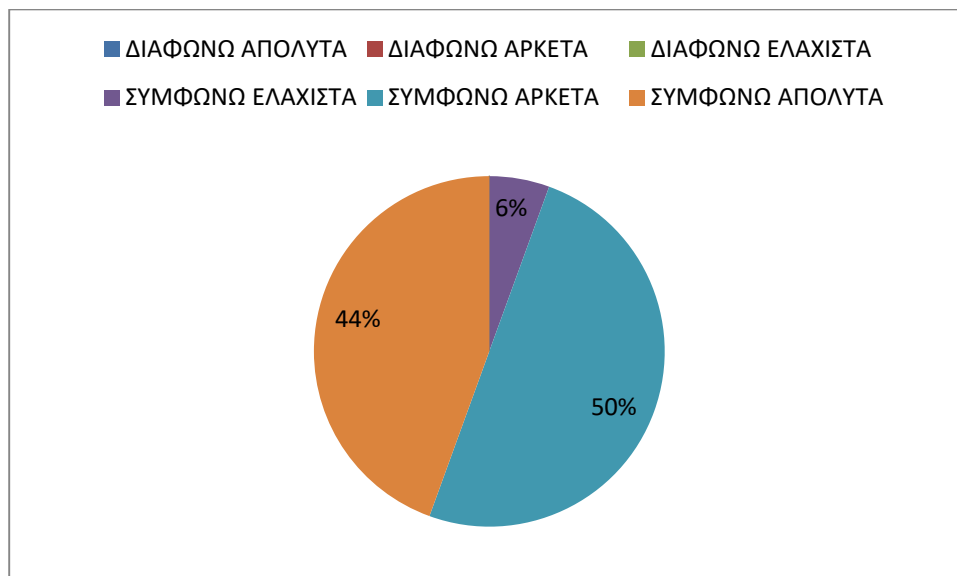
Οι ερωτώμενοι δήλωσαν σε ποσοστό 22% ότι διαφωνούν αρκετά με την άποψη πως δεν υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης τουρισμού στη πόλη της Καλαμάτας. Από την άλλη, το 17% δήλωσε ότι διαφωνούν ελάχιστα, ότι συμφωνούν ελάχιστα, ότι συμφωνούν αρκετά με την δήλωση αυτή. Επίσης σε ποσοστό 16% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι διαφωνούν απόλυτα με την άποψη αυτή. Τέλος, σε ποσοστό 11% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα με την άποψη αυτή.

Ερώτηση 8^η: Η Μεσσηνία θα αναπτυσσόταν ως πόλος έλξης τουρισμού ανεξάρτητα από τη λειτουργία της Costa Navarino.



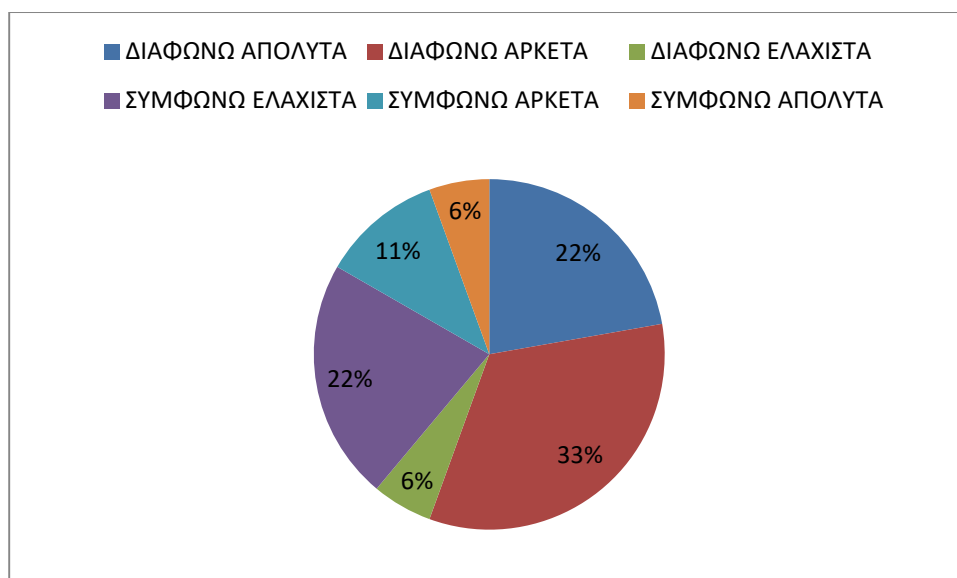
Στην ερώτηση αυτή το δείγμα απάντησε σε ποσοστό 28% ότι συμφωνεί αρκετά με την άποψη ότι η Μεσσηνία θα αναπτυσσόταν ως πόλος έλξης τουρισμού ανεξάρτητα από τη λειτουργία της Costa Navarino. Σε ποσοστό επίσης 28% οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι συμφωνούν ελάχιστα με τη πρόταση αυτή. Στη συνέχεια σε ποσοστό 17% δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα με την άποψη αυτή. Επίσης από 11% συγκεντρώνουν οι απαντήσεις ότι διαφωνούν αρκετά και ότι διαφωνούν ελάχιστα με την άποψη αυτή. Τέλος, σε ποσοστό 5% οι ερωτώμενοι του δείγματος συμφωνούν αρκετά με την άποψη αυτή.

Ερώτηση 9^η: Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει οικονομικά οφέλη για ολόκληρη τη Μεσσηνία.



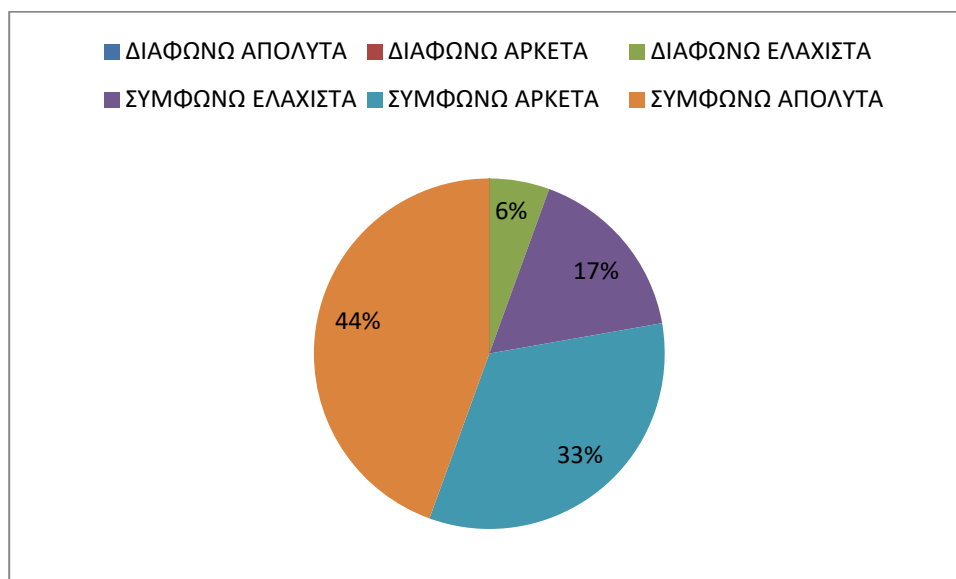
Οι ερωτώμενοι του δείγματος δήλωσαν σε ποσοστό 50% ότι συμφωνούν αρκετά με την άποψη ότι η ανάπτυξη του τουρισμού έχει οικονομικά οφέλη για ολόκληρη τη Μεσσηνία. Επίσης με την άποψη αυτή συμφωνεί απόλυτα σε ποσοστό 44%. Τέλος, με την άποψη αυτή συμφωνεί ελάχιστα και το 6% του δείγματος.

Ερώτηση 10^η: Θεωρώ πως παρά την οικονομική ανάπτυξη δεν υπάρχουν κοινωνικές επιπτώσεις.



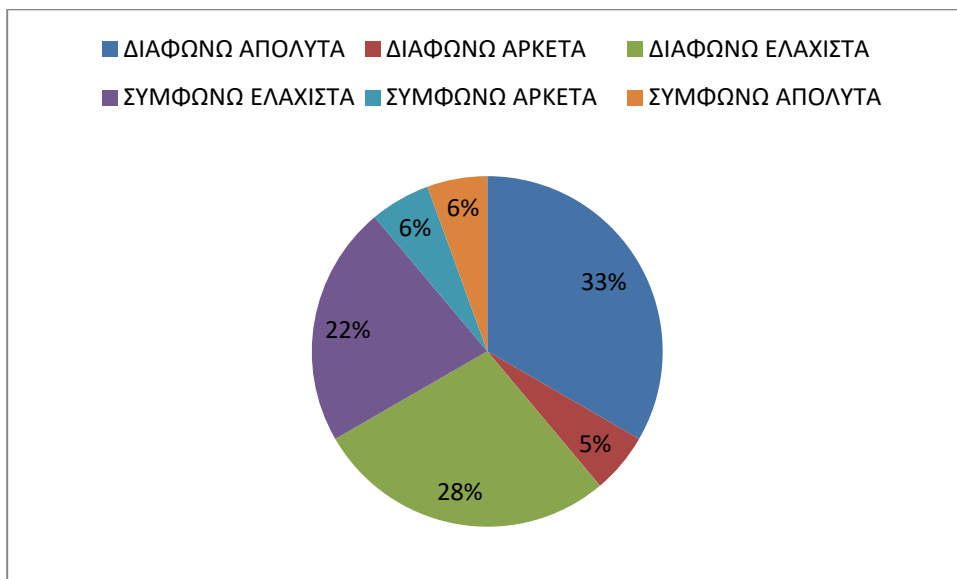
Οι ερωτώμενοι σε ποσοστό 61% διαφωνούν απόλυτα/ αρκετά / ελάχιστα με την άποψη αυτή καθώς θεωρούν ότι μέσα από την οικονομική ανάπτυξη σημειώνονται και κοινωνικές επιπτώσεις καθώς οι τουρίστες αλληλεπιδρούν με τους ντόπιους.

Ερώτηση 11^η: Ο τουρισμός μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην αύξηση της επισκεψιμότητας και στην οικονομική ανάπτυξη της Μεσσηνίας.



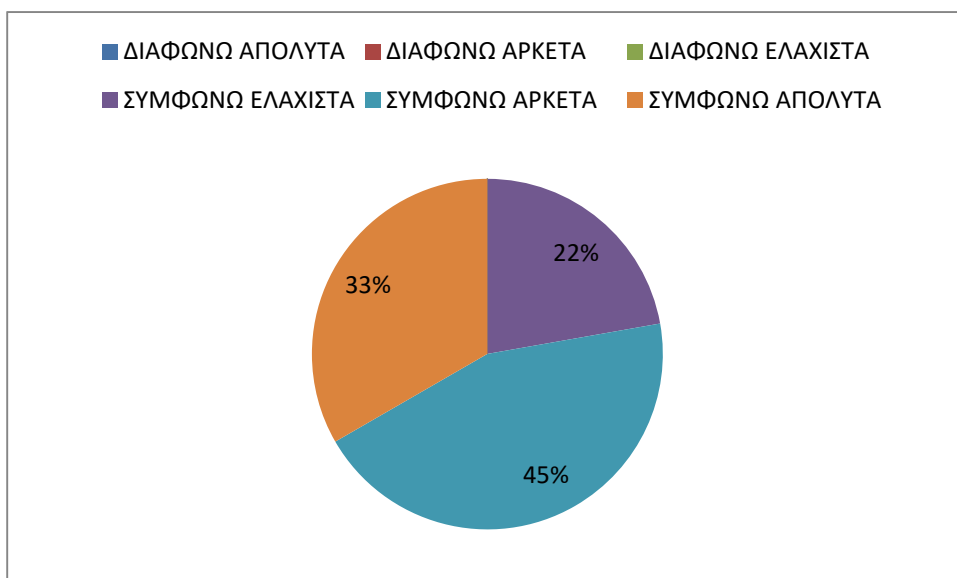
Με την άποψη αυτή, δηλαδή ότι ο τουρισμός μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην αύξηση της επισκεψιμότητας και στην οικονομική ανάπτυξη της Μεσσηνίας συμφωνεί απόλυτα το 44% του δείγματος. Ακόμη, αρκετά συμφωνεί με τη πρόταση αυτή το 33% των ερωτηθέντων. Στη συνέχεια, σε ποσοστό 17% το δείγμα συμφωνεί ελάχιστα με την άποψη αυτή ενώ τέλος σε ποσοστό 6% οι ερωτώμενοι διαφωνούν ελάχιστα με τη προοπτική αυτή.

Ερώτηση 12^η: Πιστεύω ότι τα τελευταία χρόνια λόγω της τουριστικής ανάπτυξης της Μεσσηνίας έχουν συμβεί και σημαντικές κοινωνικές μεταβολές στο πληθυσμό (τρόπος συμπεριφοράς, ήθη, έθιμα, σεβασμός στη διαφορετικότητα).



Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος διαφωνεί με την άποψη ότι έχουν συμβεί μεγάλες μεταβολές στη κοινωνική συμπεριφορά των καλαματιανών πολιτών εξαιτίας της αλληλεπίδρασης με τους τουρίστες.

Ερώτηση 13^η: Πιστεύω πως οι τοπικές αρχές θα έπρεπε να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στη στήριξη του τουρισμού καθώς εκτός από οικονομικά προσφέρει και παράπλευρα οφέλη όπως κοινωνικά στη πόλη της Καλαμάτας



Στην ερώτηση αυτή το δείγμα απάντησε σε ποσοστό 45% ότι συμφωνεί αρκετά με τη τοποθέτηση ότι οι τοπικές αρχές θα έπρεπε να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στη στήριξη τουριστικών δράσεων στην ευρύτερη περιοχή της Μεσσηνίας. Την άποψη αυτή ενισχύει το 33% των απαντήσεων που δηλώνει ότι συμφωνεί απόλυτα με τη παραπάνω άποψη και τέλος το 22% το οποίο συμφωνεί ελάχιστα με τη τοποθέτηση αυτή.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός τις τελευταίες δεκαετίες έχει εκδηλωθεί με ποικίλες μορφές και έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό που αποτελεί μια κυρίαρχη οικονομική δύναμη σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι σημαντικές επιτεύξεις της τεχνολογίας, η αύξηση του βιοτικού επιπέδου και του ελεύθερου χρόνου, κυρίως στις δυτικού τύπου οικονομίες, έχουν συνεισφέρει δυναμικά στην αύξηση της ζήτησης για διακοπές και αναψυχή.

Ο τουριστικός κλάδος στην ελληνική οικονομία αποτυπώνεται στο γεγονός ότι αποτελεί το 18% του ΑΕΠ και το 17% της συνολικής απασχόλησης. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) υπολογίζει ότι στην Ελλάδα τα επόμενα δέκα έτη οι τουριστικές εισροές θα σημειώσουν μέση ετήσια αύξηση της τάξεως του 4,1%.

Από τη θετική πλευρά ο τουρισμός δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, συμβάλλει στην εισροή συναλλάγματος, στη δημιουργία διασυνδέσεων με τους λοιπούς κλάδους της οικονομίας, στην αύξηση των κυβερνητικών εσόδων, στην κατασκευή υποδομής, στην αναστήλωση των ιστορικών μνημείων και στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και του περιβάλλοντος και γι' αυτό έχει θεωρηθεί ως ένα μέσο οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης.

Η τουριστική ανάπτυξη και οι τουριστικές δραστηριότητες έχουν όχι μόνο θετικές, αλλά και πολλές αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία, στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στον πολιτισμό των κοινωνιών υποδοχής τουριστών.

Ο τουρισμός είναι σημαντικότερος για την επιβίωση της χώρας μας σε αυτοδύναμο επίπεδο και συνεισφέρει σε δημοσιονομικό, συναλλαγματικό και ιδιωτικοοικονομικό πεδίο.

Ο τουρισμός μετά τη μαζικοποίηση και τον εκδημοκρατισμό του αποτελεί τη σημαντικότερη βιομηχανία για πολλές χώρες. Παλιότερα ο τουρισμός στην Ελλάδα ήταν από μια περιορισμένης εμβέλειας δραστηριότητα που προσέλκυε σχετικά λίγους με τα σημερινά δεδομένα τουρίστες σε συγκεκριμένες περιοχές, μετετράπη στο βάθος του χρόνου σε μεγάλη βιομηχανία, την μεγαλύτερη της χώρας μας.

Η συμβολή του τουρισμού στην οικονομία αφορά:

- Τη μείωση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών.
- Την καταπολέμηση της ανεργίας και της μετανάστευσης.
- Την περιφερειακή ανάπτυξη.
- Τον περιορισμό της διαφοράς των εισοδημάτων μεταξύ των αστικών κέντρων και της περιφέρειας.
- Την αύξηση των εσόδων του κράτους και τις τοπικής αυτοδιοίκησης.
- Την ανάπτυξη των συναφών κλάδων της οικονομίας.
- Τη διαφύλαξη και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Ειδικότερα, για τη πόλη της Καλαμάτας μπορούμε να πούμε ότι ο τουρισμός αποτελεί το δυναμικό τομέα της οικονομίας, ενώ οι άλλοι τομείς είτε συρρικνώνονται είτε εμφανίζουν μια στασιμότητα είτε ακόμη προσπαθούν να εκσυγχρονιστούν, χωρίς σημαντικά αποτελέσματα. Κατά κανόνα, παρατηρείται χαμηλός γεωργικός και βιομηχανικός τομέας, και διογκωμένος τριτογενής, ενώ διαπιστώνεται, επίσης εγκατάλειψη χωριών και της υπαίθρου και ταυτόχρονα αύξηση της αστικοποίησης. Σήμερα πολλοί επιστρέφουν στη γη λόγω της οικονομικής κρίσης.

Ο τουρισμός παράγει νέες θέσεις εργασίας, νέα επαγγέλματα, μισθούς και νέα εισοδήματα, άμεσα αλλά και έμμεσα, αφού απορροφά αγαθά και υπηρεσίες από

άλλους τομείς για την κατασκευή και τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων, ενώ παρατηρείται υψηλή απασχόληση στον τριτογενή τομέα.

Τέλος, σταθμίζοντας τις οικονομικές και τις κοινωνικές επιπτώσεις προκύπτει ότι τα οικονομικά οφέλη για τη πόλη της Καλαμάτας είναι σίγουρα σημαντικότερα και περισσότερο ορατά από τις κοινωνικές επιπτώσεις οι οποίες όμως θα έπρεπε να αναπτύσσονταν και αυτές αρκετά καθώς είναι εξίσου σημαντικές.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική:

Ανδριώτης Κ. (2005), Αειφορία και εναλλακτικός Τουρισμός, Εκδόσεις Σταμούλη, σελ. 12-14

Ανδριώτης Κ., (2006), Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός, εκδόσεις Σταμούλη, σελ. 35

Βενετσανοπούλου Γ. Μ. (2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ιστορική εξέλιξη – Θεσμικό πλαίσιο, εκδόσεις Interbooks, σελ.25-26

Βαρβαρέσος Σ., (2013), Οικονομική του τουρισμού, Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις, εκδόσεις Προπομπός, σελ. 31-33

Κούτουλας, Δ. (2001), Ο θεωρητικός προσδιορισμός του Τουριστικού Προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του Τουριστικού Μάρκετινγκ, Διδακτορική Διατριβή, Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου, σελ. 110-114

Ζαχαράτος, Γ. (1999), Οικονομική του Τουρισμού και Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών, Πάτρα: Ε.Α.Π, σελ.21-22

Κουτσουράδης, Α. (2000), Βασική Τουριστική Νομοθεσία, εκδόσεις Σάκκουλα, σελ. 16-18

Πετρέας, Χ. (1991) Τουριστικό Μάρκετινγκ, εκδόσεις Γαλαίος, σελ. 27

Χρήστου, Ε. (2000), Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων: Αρχές και Φιλοσοφία Εθνικών και Περιφερειακών Σχεδίων Μάρκετινγκ. Πάτρα: Ε.Α.Π., σελ. 39-42

Ηγουμενάκης, Ν. (1999), Τουριστικό Μάρκετινγκ, εκδόσεις Interbooks, σελ. 55

Σωτηριάδης Μ., (1994) Τουριστική πολιτική, ΤΕΙ Ηρακλείου, Ηράκλειο, σελ. 34-35

Βαρβαρέσος, Σ. (2000). Τουρισμός – έννοιες, μεγέθη, δομές. Εκδόσεις Προπομπός, σελ. 22-23

Τσάρτας, Π. (1996), Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό, εκδόσεις Εξάντας, σελ. 54

Τσάρτας Π., (2000), Τουριστική ανάπτυξη πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, εκδόσεις Εξάντας, σελ. 34

Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Πάτρα: Ε.Α.Π, σελ. 19-20

Ηγουμενάκης Ν, Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., (1998), Εισαγωγή Στον Τουρισμό, εκδόσεις Interbooks, σελ. 110

Κοκκώσης Χ- Τσάρτας Π. (2001), Βιώσιμη τουριστική Ανάπτυξη και περιβάλλον, Εκδόσεις Κριτική, σελ. 67- 69

Ξενόγλωσση:

Heath, E. and Wall, G., (1991), Marketing Tourism Destinations: a strategic planning approach. New York: J. Wiley, p. 15

Holloway, J. C and Robinson, C. (1995), Marketing for Tourism, Harlow: Longman, p. 8

Middleton, V.T.C. Clarke J. (2001) Marketing in Travel and Tourism, Great Britain, 3rd ed., Oxford: Butterworth-Heinemann, p. 13-14

McIntosh-Goeldner and Ritchie (1995), *Tourism-Principles, Practices, Philosophies*, U.S.A: John Wiley & Sons Inc., p. 9-10

Pearce, D. (1989), *Tourist Development*. 2nd Edition, Essex: London, p. 7

Mill, R. C., and Morrison, A. M. (1992), *The Tourism System*. Englewood Cliffs: Prentice Hall-International, p. 10

McIntosh-Goeldner and Ritchie (1995), *Tourism-Principles, Practices, Philosophies*, U.S.A: John Wiley & Sons Inc., p. 3-4

McDonald , M. (1999), *Marketing Plans How To Prepare Them How To Use Them*, Oxford: Butterworth - Heinemann., p. 5-7

Middleton, V.T.C. Clarke J. (2001) *Marketing in Travel and Tourism, Great Britain*, 3rd ed., Oxford: Butterworth-Heinemann., p. 13

Jacobs M., (1999), *Sustainable development as a contested concept. In fairness and futurity: Essays on environmental sustainability and social justice*. Oxford University Press, p. 12-13

Λιαδίκτυο:

www.wikipedia.org

www.kalamata.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

Σας παρακαλούμε αφιερώστε λίγο από τον χρόνο σας για να συμπληρώσετε το παρακάτω ερωτηματολόγιο. **Οι απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο είναι ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΕΣ. Οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για σκοπούς στατιστικής και κανένας δεν θα λάβει γνώση των ατομικών σας στοιχείων ή απαντήσεων, ούτε Δημόσια Αρχή ούτε ιδιώτης.**

Βασικές διευκρινίσεις:

1. Σημειώστε τις απαντήσεις σας με X
2. Οι αριθμοί σε παρένθεση (συνήθως στην τελευταία στήλη) αποτελούν την αρίθμηση των υποερωτημάτων και θα χρησιμοποιηθούν στην κωδικοποίηση και επεξεργασία των απαντήσεων.

A.M ΕΡΕΥΝΗΤΗ:

ΑΥΞΩΝ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ:

Τμήμα Α. Στοιχεία ερωτώμενου

1. Στοιχεία εργαζομένου

Όνοματεπώνυμο	
Τηλέφωνο	
Διεύθυνση Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (email)	
Τόπος διαμονής	
Οικογενειακή Κατάσταση	

2. Φύλο

Άρρεν	
Θήλυ	

3. Ηλικιακή Ομάδα

20-29	
30-39	
40-49	
50-64	

4. Επίπεδο Εκπαίδευσης

Γυμνάσιο	
Λύκειο	
Μεταλυκειακή Εκπαίδευση (IEK)	
ΑΕΙ / ΑΤΕΙ	
Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό	

5. Ιδιότητα

Διευθυντής ξενοδοχείου	
Υπάλληλος ξενοδοχείου	
Φοιτητής ΙΕΚ τουρισμού	
Δημοτικός / Περιφερειακός σύμβουλος	

6. Η ανάπτυξη του τουρισμού.

	Για κάθε ερώτηση κυκλώστε την απάντηση που προσεγγίζει περισσότερο την άποψή σας σχετικά με αυτήν.	1= Διαφωνώ απόλυτα 2= Διαφωνώ αρκετά 3= Διαφωνώ ελάχιστα 4= Συμφωνώ ελάχιστα 5= Συμφωνώ αρκετά 6= Συμφωνώ απόλυτα
1	Πιστεύω πως ο τουρισμός έχει αυξηθεί σημαντικά στη περιοχή τα τελευταία 10 χρόνια.	1 2 3 4 5 6
2	Θεωρώ πολύ σημαντική τη τουριστική ανάπτυξη της Μεσσηνίας τα τελευταία χρόνια στη προσπάθεια ανάπτυξης του εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νομό.	1 2 3 4 5 6
3	Πιστεύω πως υπάρχουν περαιτέρω δυνατότητες ανάπτυξης τουρισμού στη πόλη της Καλαμάτας.	1 2 3 4 5 6
4	ΗΜεσσηνία θα αναπτυσσόταν ως πόλος έλξης τουρισμού ανεξάρτητα από τη λειτουργία της Costa Navarino.	1 2 3 4 5 6

6. Κοινωνικά και οικονομικά οφέλη από την ανάπτυξη του τουρισμού.

	Για κάθε ερώτηση κυκλώστε την απάντηση που προσεγγίζει περισσότερο την άποψή σας σχετικά με αυτήν.	1= Διαφωνώ απόλυτα 2= Διαφωνώ αρκετά 3= Διαφωνώ ελάχιστα 4= Συμφωνώ ελάχιστα 5= Συμφωνώ αρκετά 6= Συμφωνώ απόλυτα
1	Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει μεγάλα οικονομικά οφέλη για ολόκληρη τη Μεσσηνία.	1 2 3 4 5 6
2	Θεωρώ πως μέσα από τη τουριστική ανάπτυξη συνυπάρχει και κοινωνική καθώς γίνεται ανταλλαγή πολιτισμικών και εθνολογικών στοιχείων ανάμεσα στους ντόπιους και στους τουρίστες.	1 2 3 4 5 6
3	Ο τουρισμός μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην	1 2 3 4 5 6

	αύξηση της επισκεψιμότητας και στην οικονομική ανάπτυξη της Μεσσηνίας.	
4	Πιστεύω ότι τα τελευταία χρόνια λόγω της τουριστικής ανάπτυξης της Μεσσηνίας έχουν συμβεί και σημαντικές κοινωνικές μεταβολές στο πληθυσμό (τρόπος συμπεριφοράς, ήθη, έθιμα, σεβασμός στη διαφορετικότητα).	1 2 3 4 5 6
5	Πιστεύω πως οι τοπικές αρχές θα έπρεπε να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στη στήριξη του τουρισμού καθώς εκτός από οικονομικά προσφέρει και παράπλευρα οφέλη όπως κοινωνικά στη πόλη της Καλαμάτας.	1 2 3 4 5 6

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ!