

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΕΛΛΑΔΑ ΠΙΟ ΦΙΛΙΚΗ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΗ:

Ελένη Κιλέ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Κος Χ. Σωτηρόπουλος

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΕΛΛΑΔΑ ΠΙΟ ΦΙΛΙΚΗ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σήμερα, που η οικονομική κρίση πλήττει την Ελλάδα, ο μαζικός τουρισμός θα πρέπει να αποφεύγεται λόγω των δυσμενών επιπτώσεων που προκαλεί στο φυσικό περιβάλλον αλλά και στο κοινωνικό-οικονομικό επίπεδο. Η παγκόσμια τάση σήμερα απαιτεί, ο τουρισμός να είναι φιλικός ως προς τον άνθρωπο και ως προς το φυσικό περιβάλλον. Μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο περιηγητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός θεωρούνται σήμερα οι μορφές που θα πρέπει να επικρατήσουν προκειμένου η τουριστική ανάπτυξη να καταστεί βιώσιμη καθώς και να καταπολεμηθεί η εποχικότητα και συνάμα η ανεργία.

Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας πραγματοποιείται ο θεωρητικός προσδιορισμός βασικών τουριστικών εννοιών και όρων τα οποία αποτελούν το απαραίτητο επιστημονικό υπόβαθρο για την περαιτέρω ανάπτυξη της εργασίας και για να προσδιοριστούν οι παράγοντες που μπορούν να επιδράσουν στην τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα. Στην συνέχεια παρατίθενται μέσω δευτερογενής έρευνας οι τουριστικοί πόροι μιας επιλεγμένης υπό εξέταση περιοχής, (του νομού Λάρισας), η τουριστική πρόσφορα και ζήτηση. Ακολουθεί η πρωτογενής έρευνα μέσω ερωτηματολογίου, σε επισκέπτες του νομού σχετικά με τις στάσεις, απόψεις και συμπεριφορά τους, που αφορούν, την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού στον νομό Λάρισας. Μέσω της έρευνας, πρωτογενούς και δευτερογενούς, επιδιώκεται η αναγνώριση των μορφών που μπορούν να αναπτυχθούν και στη συνέχεια διατυπώνονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν.

Στόχος της εργασίας είναι η διερεύνηση της προοπτικής ανάπτυξης των μορφών ειδικού τουρισμού στο νομό Λάρισας. Η μέθοδος για την επίτευξη αυτού του στόχου είναι πρώτον η πληροφόρηση μέσω δευτερογενούς έρευνας (βιβλιογραφίας internet) για τον εντοπισμό στοιχείων που σχετίζονται με την υπόθεση της έρευνας, και δεύτερον μέσω πρωτογενούς έρευνας για την ανάλυση των στάσεων σχετικά με τις αντιλήψεις των τουριστών.

Η ανάλυση έδειξε ότι η περιοχή διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα που μπορούν να στηρίξουν την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιου, συνεδριακού, πολιτιστικού, αγροτικού, ορεινού, αθλητικού, οικολογικού τουρισμού) αρκεί να παρθούν κάποια μέτρα,(

προγραμματισμός σχεδιασμός οργάνωση νομαρχίας, διαφήμιση προώθηση, βελτίωση οδικού δικτύου κτλ).

"THE TOYRISM DIVELOPMENT OF LARISSA AND PROSPECTS DEVELOPMENT OF SPECIAL FORMS OF TOURISM"

ABSTRACT

Today, the economic crisis has prevailed in Greece, mass tourism should be avoided because of adverse effects caused by the natural environment but also socio-economic level. The global trend today requires that tourism is friendly to humans and the natural environment. Forms of tourism such as agro tourism, ecotourism, the touring tourism, cultural tourism, conference tourism and tourism cities (city breaks) are now considered forms that should prevail so that tourists can become sustainable and to tackle seasonality and yet unemployment.

In this work, carried out the theoretical determination main tourist terms and conditions which are necessary scientific background for the further development of this work. Then out through secondary research tourism resources of the region concerned (in the prefecture of Larissa), tourism demand and supply. Here the primary survey through questionnaires to tourists on the attitudes, opinions and behavior, the development of specific forms of tourism in the prefecture of Larissa, and the paper concludes with the recognition of forms that can thrive and general conclusions.

The aim of this study is to investigate (prospects) for specific types of tourism can thrive in the prefecture of Larissa. The method for achieving this are, firstly, information through desk research (literature, internet) to identify factors related to the case of research, second, through primary research analyzing perceptions of tourist stops.

The analysis showed that the region has comparative advantages which can support the development of specialized tourism (sea, conference, cultural, agricultural,, mountain, sports, ecotourism) is enough to reclaim some measures (organization of prefectural planning design, advertising, promotion, improve roads, etc.).

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT.....	4
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	9
1.1 Ορισμός του τουρισμού και του τουρίστα.....	9
1.2 Τουριστική ανάπτυξη και ο κύκλος ζωής του τουριστικού προορισμού.....	11
1.3 Τουριστικά πρότυπα, τουριστική ζήτηση και τουριστική πρόσφορα.....	13
1.4 Η Τουριστική δραστηριότητα σε παγκόσμιο και ελληνικό επίπεδο.....	16
1.5 Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό της Ελλάδας.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ.....	20
2.1 Βασικοί παράγοντες ανάπτυξης του τουρισμού.....	20
2.2 Η Ανάπτυξη ως Τελικός Στόχος της Τουριστικής Πολιτικής.....	21
2.3 Ο Σχεδιασμός της Τουριστικής Ανάπτυξης.....	23
2.4 Ανάπτυξη της Στρατηγικής του Τουρισμού.....	25
2.5 Το σχέδιο μάρκετινγκ στην τουριστική ανάπτυξη.....	26
2.6 Η οργάνωση στην τουριστική ανάπτυξη.....	27
2.7 Η τουριστική πολιτική στην ανάπτυξη.....	30
2.8 Η πολιτική της ΕΕ για τον τουρισμό και για την αειφορία.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ.....	35
3.1 Γενικά στοιχεία του νομού Λάρισας.....	35
3.2 Φυσικοί και περιβαλλοντολογικοί πόροι.....	36
3.3 Πολιτισμικοί και ιστορικοί πόροι.....	39
3.4 Ανθρωπογενείς πόροι.....	40
3.5 Υποδομές και υπηρεσίες.....	41
3.6 Αφίξεις - διανυκτερεύσεις.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	45
4.1 Ανάλυση έρευνας.....	45
4.2 Δευτερογενής έρευνα.....	46
4.3 Πρωτογενής έρευνα.....	46
4.4 Μεθοδολογία του ερωτηματολογίου, προσδιορισμός πληθυσμιακού δείγματος έρευνας, στόχοι ερωτηματολογίου.....	47

4.5. περιορισμοί έρευνας	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΑΝΑΠΤΥΧΘΟΥΝ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΣ	90
6.1 Αναγνώριση ανάπτυξης μορφών τουρισμού	90
6.2 Θαλάσσιος Τουρισμός	90
6.3 Πολιτιστικός Τουρισμός.....	92
6.4 Συνεδριακός Τουρισμός	93
6.5 Θρησκευτικός Τουρισμός	93
6.6 Οικοτουρισμός.....	94
6.7 Αγροτουρισμός	96
6.8 Ορεινός Τουρισμός.....	97
6.9 Αθλητικός τουρισμός.....	98
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	99
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	104
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	107

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια έχουν εκδηλωθεί ποικίλες αμφισβητήσεις για την ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών εξαιτίας της μαζικοποίησης της τουριστικής διακίνησης, της εντατικής εκμετάλλευσης των πλουτοπαραγωγικών πόρων και των συνεπαγομένων αρνητικών κοινωνικών, πολιτιστικών, οικονομικών και περιβαλλοντολογικών επιπτώσεων. Όλες αυτές οι αμφισβητήσεις έχουν οδηγήσει στην αναζήτηση νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης, προσφιλείς προς τους διαθέσιμους πόρους και τις κοινωνικές δομές μιας περιοχής. Κατά συνέπεια έχει εκδηλωθεί ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Γούνη, 2003).

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να καταγράψει τις δυνατότητες και τις προϋποθέσεις ανάπτυξης τουρισμού στην Ελλάδα και τους παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη και την δυνατότητα της Ελλάδας να γίνει ιδανικός τουριστικός προορισμός. Η έρευνα επικεντρώνεται στο νομό Λάρισας και κυρίως στις περιοχές αυτές που έχουν κάποιο ιδιαίτερο τουριστικό ενδιαφέρον. Η ύπαρξη και η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού στο νομό Λάρισας θα συμβάλλει στην τουριστική ανάπτυξη του νομού με επακόλουθο την οικονομική, κοινωνική ευημερία των κατοίκων της.

Η μεθοδολογία που θα ακολουθηθεί είναι αρχικά η μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας σε θέματα τουρισμού και ανάπτυξης τουρισμού με καταγραφή του θεωρητικού υπόβαθρου, και τέλος η διενέργεια πρωτογενούς έρευνας με την χρήση του ερωτηματολογίου σε επισκέπτες του νομού και σε άτομα που δραστηριοποιούνται στον χώρο του τουρισμού.

Η εργασία αρχίζει με την περίληψη και την εισαγωγή. Στη συνέχεια ακολουθεί το θεωρητικό υπόβαθρο το οποίο περιλαμβάνει τρία κεφάλαια και η εργασία ολοκληρώνεται με το πρακτικό υπόβαθρο το οποίο αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια.

Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται γενικά στον τουρισμό και περιλαμβάνει, ορισμούς του τουρισμού και του τουρίστα, τα στάδια του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος τα πρότυπα ανάπτυξης, ορισμούς τουριστικής ζήτησης και προσφοράς, γενικά στοιχεία της τουριστικής δραστηριότητας και την επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό της Ελλάδας.

Η αύξηση της τουριστικής κίνησης εξαρτάται κυρίως από παράγοντες όπως η καλή οικονομία των χωρών προέλευσης των τουριστών, η παγκόσμια ηρεμία και το φυσικό,

δομημένο και πολιτιστικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής. Στο 2ο κεφάλαιο πραγματεύονται όλα τα παραπάνω καθώς και τα προβλήματα και οι προϋποθέσεις που παρουσιάζονται, στην προσπάθεια να μπορεί η Ελλάδα να γίνει ιδανική χώρα για την ανάπτυξη και εξέλιξη των νέων μορφών του τουρισμού.

Το τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους της εργασίας, ασχολείται με την παρουσίαση της υπό μελέτη περιοχή, τον νομό Λάρισας. Περιγράφει και αναλύει τους τουριστικούς πόρους του νομού Λάρισας, την τουριστική προσφορά και την τουριστική ζήτηση.

Στο τέταρτο κεφάλαιο του πρακτικού υπόβαθρου, περιγράφεται η μεθοδολογία της έρευνας, η οποία περιλαμβάνει την παρουσίαση των δευτερογενών πηγών αλλά κυρίως την πρωτογενή έρευνα η οποία στηρίχτηκε στην χρήση ερωτηματολογίου το οποίο διανεμήθηκε στους τουρίστες. Στο κεφάλαιο αυτό δίνονται στοιχεία του τρόπου έρευνας του στόχου και του σκοπού της διπλωματικής εργασίας.

Το πέμπτο κεφάλαιο αφιερώνεται στην ανάλυση των αποτελεσμάτων της πρωτογενής έρευνας από την χρήση ερωτηματολογίων. Η ανάλυση γίνεται με πίνακες ραδιογραφήματα και ιστογράμματα όπου απαιτείται.

Στο έκτο κεφάλαιο αναλύονται και περιγράφονται οι ειδικές μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στον νομό Λάρισας και δίνονται προτάσεις- μέτρα για την περεταίρω ανάπτυξη της κάθε μια , ύστερα από την δευτερογενή και πρωτογενή έρευνα που έχει διεξέλθει.

Στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζονται τα γενικά συμπεράσματα και οι προτάσεις σχετικά με την μελλοντική και περεταίρω έρευνα, στην ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού στον νομό Λάρισας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Ορισμός του τουρισμού και του τουρίστα

Είναι γενικά αποδεκτό από όλους ότι ο τουρισμός αποτελεί τον δυναμικότερο κλάδο της ελληνικής οικονομίας και συνάμα την πλέον ταχέως αναπτυσσόμενη βιομηχανία. Και αυτό κυρίως λόγω της γεωγραφικής θέσης της Ελλάδας και του ατελείωτου φυσικού πλούτου της.

Ο τουρισμός δεν είναι καινούριο φαινόμενο, έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα. Πολλοί είναι αυτοί που προσπάθησαν να δώσουν τον ορισμό του, από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Παρακάτω δίνονται μερικοί από αυτούς.

Σύμφωνα με τους Hunziker και Krapf, τουρισμός είναι « το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και από την παραμονή σε μια ξένη χώρα, κατά τέτοιο τρόπο, που να μην οδηγεί σε μια μόνιμη εγκατάσταση και να μην συνδέεται με καμία αμειβόμενη δραστηριότητα»(Holloway 2006).

Ο ορισμός αυτός έγινε αποδεκτός από την Διεθνή Ένωση Ειδικών Επιστημών του Τουρισμού (AIEST) και υιοθετήθηκε στην παρούσα εργασία.

Ο Massimiliano Cardini λέει ότι τουρισμός είναι «μία σύνθετη έννοια που περιλαμβάνει κάθε μορφή ταξιδιού που γίνεται με πεζοπορία ή με τα ποικίλα μέσα μεταφοράς, με σκοπό την υγεία, την αναψυχή, ή τη μελέτη». Πράγματι ο τουρισμός είναι μια σύνθετη έννοια (καθώς υπάρχουν πολλοί παράγοντες για να φτάσει ένα άτομο να ταξιδέψει) και αποτελείται από πολλά στοιχεία.(Κολτσιδόπουλος 2000)

Η Βρετανική εταιρεία τουρισμού αναφέρει ότι «ο τουρισμός περιλαμβάνει οποιαδήποτε δραστηριότητα που σχετίζεται με την προσωρινή βραχυπρόθεσμη κίνηση των ανθρώπων για προορισμούς έξω από τα μέρη που κανονικά ζουν και εργάζονται, και με τις δραστηριότητες τους κατά την διάρκεια παραμονής τους σε αυτούς τους προορισμούς».(Middleton 2001, σελ.150)

Υπάρχουν πάρα πολλοί ορισμοί, χωρίς όμως να μπορούμε να ισχυριστούμε ότι ένας συγκεκριμένος ορισμός είναι και σωστός. Αυτό οφείλεται στην ετερογένεια ¹ του τουριστικού φαινομένου. (Βαρβαρέσος 2000)

Γενικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι τουρισμός είναι το φαινόμενο κατά το οποίο ένα άτομο αλλάζει τις παραστάσεις και τον τρόπο ζωής του. (William c. Gartner 2001)

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως και στον ορισμό του τουρισμού, πολλοί ήταν αυτοί που προσπάθησαν να ερμηνεύσουν την έννοια του τουρίστα, επιστήμονες και διεθνείς οργανισμοί.

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει ο Σ.Ε.Τ.Ε., ² τουρίστας είναι ο επισκέπτης που διαμένει μία τουλάχιστον νύχτα σε συλλογικό ή ιδιωτικό κατάλυμα στον τόπο-χώρο επίσκεψης (ΣΕΤΕ, 2006, www.sete.gr).

Η Κοινωνία των Εθνών, ο σημερινός ΟΗΕ,³ στις 22/1/1937 όρισε ως **τουρίστα** κάθε άτομο που μετακινείται για διάφορους λόγους εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας και διαμένει εκεί για τουλάχιστον 24 ώρες.

Τουρίστας, λοιπόν, είναι το άτομο που ταξιδεύει για ψυχαγωγία, για λόγους υγείας για οικογενειακούς λόγους, για λόγους συμμετοχής σε διάφορες δραστηριότητες, το άτομο που ταξιδεύει για επιχειρηματικούς λόγους, το άτομο που κατευθύνεται σε θαλάσσιες περιηγήσεις και αποβιβάζεται στην στεριά. Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας θα υιοθετηθεί ο ορισμός του ΟΗΕ.

Τουρίστας όμως, δεν είναι ο ταξιδιώτης που διέρχεται μια χώρα χωρίς να σταματήσει ακόμα και αν η χρονική διάρκεια της διέλευσης είναι μεγαλύτερη των 24 ωρών, οι μόνιμοι κάτοικοι παραμεθόριων περιοχών που μετακινούνται στην αλλοδαπή χώρα για να εργαστούν και ο φοιτητής, το άτομο που ταξιδεύει για μόνιμη εγκατάσταση σε έναν τόπο, η παροχή τουριστικών υπηρεσιών σε ημερήσιους επισκέπτες (Κολτσιδόπουλος 2000).

Έτσι λοιπόν οι τουρίστες μπορούν να θεωρηθούν ως μια ομάδα κοινού συμφέροντος χωρίς σταθερούς δεσμούς και με χαλαρή συνοχή. Οι παράμετροι συγκρότησης αυτής της ομάδας κοινού συμφέροντος είναι α) ο κοινωνικός τους ρόλος στην διάρκεια του ταξιδιού, β)

¹ Δεν υπάρχει ένα τουριστικό προϊόν το οποίο να είναι συγκεκριμένο αλλά η τουριστική προσφορά είναι απόρροια ενός μεγάλου αριθμού τουριστικών υποπροϊόντων.

² ΣΕΤΕ, σύνδεσμος ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων είναι μη κυβερνητικός μη κερδοσκοπικός οργανισμός και ιδρύθηκε το 1991

³ Ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε.) ή Ηνωμένα Έθνη (Η.Ε.) είναι ένας διεθνής οργανισμός - συνασπισμός μεταξύ των κρατών του κόσμου με σκοπό την συνεργασία στο Διεθνές Δίκαιο, την ασφάλεια, την οικονομική ανάπτυξη και την πολιτική ισότητα. Πρόδρομός του θεωρείται η Κοινωνία των Εθνών (ΚτΕ) που αποτέλεσε απαίτηση των Εθνών για τη διεθνή ειρήνη μετά από τις θηριωδίες του Α' Παγκοσμίου Πολέμου. Ιδρύθηκε το 1945 από τις χώρες που νίκησαν στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και αρχικά είχε 51 μέλη. Το 2009 περιλαμβάνει 192 κράτη μέλη, σχεδόν όλα τα διεθνώς αναγνωρισμένα ανεξάρτητα έθνη.

η διττή λειτουργία και η υπόσταση της ομάδας, γ) τα ειδικά χαρακτηριστικά σχετικά με το ταξίδι, δ) η λειτουργία κυρίως στα πλαίσια του ελεύθερου χρόνου, ε) η θεσμική υπόσταση, ζ) τα αμοιβαία συμφέροντα και οι κοινές εμπειρίες των μελών, η) το ταξίδι αίτιο συγκρότησης (Τσάρτας 2006).

1.2 Τουριστική ανάπτυξη και ο κύκλος ζωής του τουριστικού προορισμού

Όσο δύσκολο είναι να ορίσουμε την έννοια του τουρισμού, τόσο δύσκολο είναι να πούμε τι είναι τουριστική ανάπτυξη. Η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να θεωρηθεί μια κατάσταση ή μια διαδικασία.

Η ανάπτυξη ως κατάσταση αναφέρεται στις σχετικές συνθήκες που διέπουν το αντικείμενο του ενδιαφέροντος.

Η ανάπτυξη ως διαδικασία είναι οι οικονομικές, κοινωνικές, υλικές αλλαγές που μπορεί να συμβαίνουν σε έναν τόπο.

Η τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου, περιοχής, εξετάστηκε από τον Butler και τον Noronha. Ο πρώτος θεώρησε ότι ένας τόπος περνά από τρεις φάσεις κατά την ανάπτυξη του, ενώ ο δεύτερος από έξι. Θεώρησαν δηλαδή ότι ο τουριστικός προορισμός περνά από κάποιες φάσεις, είναι αυτό που ονομάζεται **κύκλος ζωής** του τουριστικού προορισμού. Για άλλους πάλι μελετητές τα στάδια είναι πέντε, σε άλλους εφτά. Το σίγουρο είναι ότι όσα και αν είναι τα στάδια, ο προορισμός περνά από την ίδια εξελικτική πορεία. Τα στάδια ανάπτυξης ενός προορισμού είναι η εξερεύνηση, η εμπλοκή, η ανάπτυξη, η εδραίωση (σταθεροποίηση), ο μαρασμός και η πτώση, η αναζωογόνηση (William c. Gartner 2001 σελ.28).

Η εξερεύνηση. Σε αυτό το στάδιο κάποιοι τουρίστες αυτόνομοι ή επιχειρηματίες από άλλη περιοχή ανακαλύπτουν τον συγκεκριμένο προορισμό. Τότε εμφανίζεται και η πρώτη υποτυπώδης υποδομή από ξενοδοχεία και εστιατόρια κυρίως με την συμβολή των ντόπιων κατοίκων. Οι ντόπιοι κάτοικοι αντιμετωπίζουν τους τουρίστες ως φιλοξενούμενους. Φυσικά διαφήμιση δεν υπάρχει.

Η εμπλοκή. Οι τουρίστες γίνονται όλο και πιο πολλοί. Οι ντόπιοι άρχισαν να προσαρμόζονται στον τουρισμό και ο τουρισμός γίνεται το κυρίως μέσο ανάπτυξης. Εμφανίζονται οι πρώτες μικρής εμβέλειας επενδύσεις και αρχίζουν οι πιέσεις προς τις τοπικές αρχές για αύξηση της τουριστικής υποδομής. Ξεκινά η διαφήμιση κάποιου τουριστικού πόρου και γίνεται κυρίως από τους νέους η πρώτη στροφή προς τον τριτογενή τομέα παραγωγής, τις υπηρεσίες.

Η ανάπτυξη. Στο στάδιο αυτό γίνονται ταχύτερες αλλαγές στην κοινωνική και παραγωγική δομή της περιοχής. Σχεδόν όλοι στρέφονται προς τα τουριστικά επαγγέλματα και όλοι υιοθετούν τα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα των αστικών περιοχών. Οι σχέσεις των ντόπιων με τους τουρίστες γίνονται σχέσεις εμπορικής συναλλαγής. Οι τουρίστες συνεχίζουν να αυξάνονται, όμως οι πόροι δε φτάνουν για να εξυπηρετήσουν την αύξηση των τουριστών.

Αυτοί που συνέβαλλαν σε αυτές τις αλλαγές, είναι τουριστικές επιχειρήσεις εθνικής και διεθνούς εμβέλειας, ντόπιοι και αλλοδαποί επιχειρηματίες. Έτσι έχουμε τη δημιουργία σύνθετης τουριστικής υποδομής, μεγάλες επενδύσεις από το κράτος και από τους ιδιώτες, τη διαφήμιση της περιοχής και τις πρώτες ομάδες οργανωμένου τουρισμού.

Η εδραίωση Σε αυτό το στάδιο έχουμε την τυποποίηση των υπηρεσιών και τη μεγάλη αύξηση του τουρισμού στην περιοχή. Οι ντόπιοι χάνουν τον έλεγχο της τουριστικής βιομηχανίας της περιοχής και πολλές επιχειρήσεις περνούν στα χέρια των διεθνών μεγάλων επιχειρήσεων. Έτσι ο ντόπιος πληθυσμός γίνεται οικονομικά εξαρτημένος από τους ξένους μεγάλους επενδυτές. Στο στάδιο αυτό οι ντόπιοι αποκτούν περισσότερο εισόδημα και νέα κουλτούρα, γίνονται πια επαγγελματίες. Παράλληλα όμως και άγχος που πριν δεν είχαν. Με την αύξηση των νέων θέσεων εργασίας αυξάνεται και ο πληθυσμός και έτσι η περιοχή σιγά σιγά από ήσυχη αγροτική γίνεται αστική. Ανάλογα τώρα με την περιοχή, οι αλλαγές που θα φέρει η αστικοποίηση θα είναι περισσότερο αρνητικές ή λιγότερο.

Ο μαρασμός. Στο στάδιο αυτό έχουμε τον κορεσμό της περιοχής με όλες τις δυσμενείς επιπτώσεις του κορεσμού. Το καθαρό περιβάλλον, οι φιλόξενοι κάτοικοι, οι γρήγορες υπηρεσίες χάθηκαν με αποτέλεσμα οι τουρίστες να ψάχνουν άλλους προορισμούς. Οι επιχειρήσεις αρχίζουν να κλείνουν και η γη χάνει την αξία της. Έτσι επέρχεται η πτώση ή η αναζωογόνηση.

Πτώση. Η πτώση έρχεται όταν η αγορά συνεχίζει να συρρικνώνεται και όταν η περιοχή δε μπορεί να ανταγωνιστεί άλλους προορισμούς.

Αναζωογόνηση. Θα έχουμε όταν υπάρχουν ακόμα αναξιοποίητοι πόροι ή με τη δημιουργία καινούργιων. (William c. Gartner 2001)

Μια περιοχή μπορεί να μην περάσει όλα τα στάδια, μπορεί δηλαδή να μείνει μέχρι το δεύτερο. Αυτό, θα λέγαμε, είναι ένα πολύ καλό μοντέλο που έχει την εφαρμογή του μέχρι σήμερα και είναι αρκετά χρήσιμο για να ερμηνεύσουμε το επίπεδο ανάπτυξης μιας περιοχής. Θα μπορούσαμε να πούμε επίσης ότι η **τουριστική ανάπτυξη** ως έννοια σε μια περιοχή έχει τα θετικά της και τα αρνητικά ανάλογα σε ποιο στάδιο του κύκλου ζωής είναι η περιοχή.

1.3 Τουριστικά πρότυπα, τουριστική ζήτηση και τουριστική πρόσφορα

Για την επιβίωσή της, μια περιοχή θα πρέπει να στηρίζεται σε κάποιο πρότυπο ανάπτυξης. Από το 1970 άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα πρότυπα ανάπτυξης, το πρώτο είναι του μαζικού τουρισμού. Τα κυριότερα πρότυπα στον σύγχρονο κόσμο είναι έξι: 1) Του Οργανωμένου μαζικού τουρισμού, 2) Πρότυπο ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο, 3) Πρότυπο αειφορικού τουρισμού με χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, 4) Πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες, 5) Πρότυπο παραθερισμού, 6) Πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού. Παρακάτω αναλύουμε τα χαρακτηριστικά από κάθε πρότυπο χωριστά.

- 1) **Οργανωμένου μαζικού τουρισμού.** Τα χαρακτηριστικά του είναι η εξάρτηση του συνόλου σχεδόν των κοινωνικοοικονομικών δραστηριοτήτων της περιοχής από τον τουρισμό, οι αρνητικές επιπτώσεις του στην τοπική οικονομία, στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στον πολιτισμό, η αδυναμία να ελεγχτεί η ανάπτυξη. (Τσάρτας 2006)
- 2) **Πρότυπο ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο.** Το πρότυπο αυτό χωρίζεται στον αστικό τουρισμό και τον τουρισμό υπαίθρου. Στην περίπτωση του αστικού τουρισμού οι υποδομές του τουρισμού λειτουργούν ως τμήμα της ευρύτερης υποδομής της πόλης και εξυπηρετεί τουρίστες που έρχονται για επαγγελματικούς και πολιτιστικούς λόγους. Στον τουρισμό υπαίθρου υπάρχουν μικρής κλίμακας υποδομές και η τουριστική ανάπτυξη εντάσσεται στην κοινωνικοοικονομική δομή της περιοχής. Και στις δυο περιπτώσεις χαρακτηριστικό είναι η συμπληρωματική σχέση του τουρισμού με την περιοχή.
- 3) **Πρότυπο αειφορικού τουρισμού με χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.** Χαρακτηριστικά αυτού του πρότυπου είναι η ήπια μορφή ανάπτυξης, η εφαρμογή των αρχών της αειφορίας και η ανάπτυξη με στόχο την ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνία, οικονομία και περιβάλλον (Ανδριώτης, 2008).
- 4) **Πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες.** Οι υποδομές εδώ δημιουργούνται ανεξάρτητα με τη δομή και τις υπηρεσίες που προσφέρει η περιοχή. Αρκετές φορές έχουμε τις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού. Παράδειγμα τέτοιου προτύπου είναι η Disneyland.

5) **Πρότυπο παραθερισμού.** Το πρότυπο αυτό οφείλεται στην αύξηση των παραθεριστικών κατοικιών στην περίμετρο των αστικών κέντρων. Τα χαρακτηριστικά του είναι ίδια με αυτά του προτύπου μαζικού τουρισμού και του προτύπου ανάπτυξης σε θύλακες.

6) **Πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού.** Το πρότυπο αυτό αναπτύχθηκε τις δυο τελευταίες δεκαετίες. Σε μερικές περιπτώσεις έχουμε την ανάπτυξη μιας μορφής εναλλακτικού τουρισμού σε άλλες περισσότερες. Συχνά η ανάπτυξη αυτού του προτύπου δημιουργεί αρνητικές επιπτώσεις γιατί παίρνει τη μορφή του μαζικού τουρισμού. (Κοκκώσης Χ. Τσάρτας Π. 2009).

Η Τουριστική ζήτηση είναι η ποσότητα των αγαθών και υπηρεσιών που επιθυμούν να καταναλώσουν οι τουρίστες σε μια δεδομένη χρονική περίοδο. (Βαρβαρέσος Σ. 2000, σελ. 35)
Η τουριστική ζήτηση μπορεί να μετρηθεί με τις αφίξεις, διανυκτερεύσεις, τουριστικές δαπάνες των τουριστών στον τόπο προορισμού.

Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης είναι: 1) η εποχικότητα και άλλες διακυμάνσεις της ζήτησης, 2) η υψηλή ελαστικότητα Ζήτησης ως προς το εισόδημα και τις τιμές, 3) η έλλειψη ορθολογισμού στις σχετιζόμενες με τα μη υποχρεωτικά ταξίδια αποφάσεις, 4) ο υψηλός βαθμός υποκατάστασης για τα τουριστικά ταξίδια, 5) ο υψηλός βαθμός συναισθηματικής φόρτισης μιας ταξιδιωτικής εμπορίας, 6) η σχετική έντονη αίσθηση κινδύνου όσον αφορά τις σχετικές με τα τουριστικά ταξίδια αγοραστικές αποφάσεις, 7) η υποκειμενική αντίληψη και αξιολόγηση των τουριστικών ταξιδιών, 8)η χρονική απόσταση⁴ μεταξύ κράτησης και κατανάλωσης ενός τουριστικού προϊόντος. (Κούτουλας 2001 σελ. 471)

Σημαντική θέση στον πόλο της ζήτησης έχουν τα τουριστικά ρεύματα. Τα τουριστικά ρεύματα χωρίζονται στη γεωγραφική διάσταση και την τουριστική κοινωνιολογική. Η **γεωγραφική διάσταση** περιλαμβάνει τους τουριστικούς προορισμούς επίσκεψης των τουριστών και χωρίζεται στον Διεθνή τουρισμό, στον εσωτερικό, στον περιηγητικό. Η **τουριστική κοινωνιολογική διάσταση** χωρίζεται στον τύπο των ταξιδιών και στα κίνητρα των τουριστών. Τύποι ταξιδιών είναι οργανωμένα από πρακτορείο ταξίδια, τα αυτόνομα οργανωμένα, τα περιηγητικά. Κίνητρα των τουριστών είναι, οι διακοπές, οι επαγγελματικοί λόγοι, η φυγή από την καθημερινότητα, το πολιτιστικό ενδιαφέρον, η νοσταλγία, η φαντασία. (Κοκκώσης Χ.-Τσάρτας Π. 2009)

⁴ Όταν αγοράζετε δεν καταναλώνετε κιόλας.

Η τουριστική προσφορά είναι το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που προτείνονται στον καταναλωτή, για να ικανοποιήσει μια σειρά αναγκών που χαρακτηρίζονται ως τουριστικές (Βαρβαρέσος Σ. 2000, σελ. 87).

Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής προσφοράς είναι: Τα θέλγητρα, οι ανέσεις, οι υποδομές οι μεταφορές, η φιλοξενία (Mill and Morrison 1992, σελ. 263).

Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο οι πόροι της τουριστικής προσφοράς είναι οι φυσικοί πόροι, οι πόροι που δημιούργησε ο άνθρωπος, οι γενικές εγκαταστάσεις, οι πτήσεις charters, οι τουριστικές εγκαταστάσεις (Βαρβαρέσος Σ. 2000).

Ο Κοκκώσης- Τσάρτας ταξινομεί τα χαρακτηριστικά της τουριστικής προσφοράς ως εξής: σε φυσικούς περιβαλλοντολογικούς πόρους, πολιτισμικούς και ιστορικούς πόρους, ανθρωπογενείς πόρους, υποδομές και υπηρεσίες (Κοκκώσης Χ.-Τσάρτας Π. 2009).

Παρακάτω δίνεται ο πίνακας με τους τουριστικούς πόρους και τις υποδιαιρέσεις τους, σύμφωνα με τον Κοκκώση-Τσάρτα. (Κοκκώσης Χ.-Τσάρτας Π. 2009 σελ. 81

Πίνακας 1

Φυσικοί και περιβαλλοντολογικοί πόροι	Πολιτισμικοί και ιστορικοί πόροι	Ανθρωπογενείς πόροι	Υποδομές και υπηρεσίες
Φυσικό περιβάλλον Κλίμα Ακτές Ορεινοί όγκοι Τοπία Λίμνες Φαράγγια Σπηλιές Θάλασσα Άγρια φύση Εθνικοί δρυμοί Περιβαλλοντολογικά πάρκα και προστατευόμενες περιοχές	Μνημεία Ιστορία περιοχής Παράδοση περιοχής Ήθη και έθιμα Τοπία Θρησκεία Πολιτιστικές δραστηριότητες και εκδηλώσεις Γλώσσα Μορφές τέχνης Παραδοσιακά παραγόμενα προϊόντα	Παραδοσιακοί οικισμοί Κτίρια Παραδοσιακή αρχιτεκτονική Μουσεία Ιστορικά κέντρα πόλεων Θεαματικά πάρκα Περιοχολογικά πάρκα και προστατευόμενες περιοχές Τοπία	Ξενοδοχεία πρακτορεία Εταιρίες μεταφορών (αεροπορικές, θαλάσσιες οδικές) Λιμάνια Αεροδρόμιο Οδικό δίκτυο Υποδομές αθλητισμού Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής Άλλες τουριστικές επιχειρήσεις και δραστηριότητες (αθλητισμός, animation, ξεναγήσεις, συνέδρια

Πηγή: Κοκκώσης Χ.-Τσάρτας Π. (2009) Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό σελ 81

1.4 Η Τουριστική δραστηριότητα σε παγκόσμιο και ελληνικό επίπεδο

Ο τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες παγκόσμιες βιομηχανίες: 640 εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο κάνουν κάθε χρόνο ταξίδι αναψυχής. Το **30%** του παγκόσμιου τουρισμού καταλήγει στη Μεσόγειο: το 1990 η Μεσογειακές χώρες φιλοξένησαν **35 εκατομμύρια τουρίστες**. Το 2025 προβλέπεται ο αριθμός αυτός να ανέλθει στα **353 εκατομμύρια ετησίως!** Οι επιπτώσεις αυτής της δραστηριότητας είναι τεράστιες, η κατανάλωση φυσικών πόρων απειλητική. Ήδη το 85% των ακτών της Ευρώπης (που φιλοξενούν τα δύο τρίτα της Ευρωπαϊκής τουριστικής βιομηχανίας) βρίσκονται σε άμεσο κίνδυνο περιβαλλοντικής και οικονομικής κατάρρευσης από την υπέρ-ανάπτυξη (UNEP 2002). Η μη αναστρέψιμη υποβάθμιση των πολιτιστικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών ενός τουριστικού προορισμού από την άναρχη και άνευ ορίων τουριστική ανάπτυξη, οδηγεί στην απώλεια των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του προορισμού (φύση-πολιτισμός) και σταδιακά στην παρακμή της οικονομικής δραστηριότητας των τουριστικών περιοχών (www.akti.org.cy).

Σύμφωνα με την εκτίμηση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ενώ την δεκαετία του 1990 ο ευρωπαϊκός τουρισμός αντιπροσώπευε το 60% του μεριδίου της αγοράς, έως το 2020 αυτό αναμένεται να μειωθεί στο 46%. Ενώ Ευρώπη θα παραμείνει ο μεγαλύτερος τουριστικός προορισμός στον κόσμο, θα χάνει μερίδιο της αγοράς της, γιατί θα αυξάνετε αλλά με βραδύτερο ρυθμό σε σύγκριση με άλλες περιοχές. Για την περίοδο 1995-2020, το ποσοστό ανάπτυξης της Ευρώπης, προβλέπεται να είναι 3%, ενώ στις άλλες περιοχές όπως στην Ανατολική Ασία, στον Ειρηνικό και τη Νότια Ασία αναμένεται να αυξηθεί στην διάρκεια αυτής της περιόδου κατά 6,5% και 6,2% αντίστοιχα (Luigi Cabrini, Regional Representative for Europe, World Tourism Organization, 2004).

Σχετικά, με έρευνα για τη στάση των Ευρωπαίων, που πραγματοποιήθηκε κατόπιν αιτήματος της Γενικής Διεύθυνση Επιχειρήσεις και Βιομηχανίας, που διεξήχθη τον Ιανουάριο του 2009, το 2008 οι πιο δημοφιλείς προορισμοί των ευρωπαίων ήταν, η Ισπανία, η Ιταλία, η Γαλλία και η Ελλάδα. Σημαντικά λιγότεροι ταξιδιώτες είχαν τρέχοντα σχέδια να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες της ΕΕ το 2009 σε σύγκριση με το 2008 24% και 31%, αντίστοιχα, οι περισσότεροι που δεν έκαναν διακοπές το 2008 οφείλονταν στην έλλειψη των απαραίτητων

κεφαλαίων. Κριτήρια για την επιλογή ενός προορισμού το 2008 ήταν, πρώτον το φυσικό περιβάλλον η τοποθεσία, με 31%, δεύτερον η πολιτιστική κληρονομιά με 24%, και τρίτον η ψυχαγωγία με 15%. Η πλειοψηφία (56%) των παραθεριστών σε ολόκληρη την ΕΕ δήλωσαν ότι είχαν οργανώσει τις διακοπές τους μόνοι τους, δεκαέξι τοις εκατό είχαν κλείσει εισιτήρια για μεταφορά και κατάλυμα μέσω ενός ταξιδιωτικού οργανισμού και το ένα πέμπτο είχαν επιλέξει ένα οργανωμένο ταξίδι, είτε έκαναν κράτηση μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου (9%) είτε μέσω ενός online ταξιδιωτικού φορέα (10%), (Έρευνα για τη στάση ευρωπαίων στον τουρισμό, αναλυτική έκθεση, Ιανουάριος 2009).

Με ίδια έρευνα τον Σεπτέμβριο του 2009, το 45% των ευρωπαίων έκαναν διακοπές στο εσωτερικό της χώρας τους, το 34% σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και το 28% σε χώρες εκτός Ευρώπης λόγω οικονομικής κρίσης. Για να μειώσουν τις δαπάνες των διακοπών τους, πρώτον προτίμησαν να μειώσουν την διάρκεια των ταξιδιών τους, δεύτερον να επιλέξουν φτηνότερα καταλύματα και τρίτων να πάνε διακοπές κοντά στο σπίτι τους. Οι σημαντικότεροι παράγοντες κατά τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τον προορισμό των διακοπών το 2009, ήταν κατά σειρά σημαντικότητας: 1)η αξία των χρημάτων, 2)η πολιτιστική κληρονομιά, 3)η τιμή, 4)Ποιότητα των υπηρεσιών, 5) Ασφάλεια / προστασία, 6) Κοινωνικοί παράγοντες, 7)σεβασμό από την κοινότητα υποδοχής, 8) Φιλικότητα προς το περιβάλλον, 9) Άλλα. Οι προοπτικές για το 2010: 60% των ερωτηθέντων θεωρούσαν ότι θα είναι σε θέση να λάβει διακοπές μακριά από το σπίτι και θα μπορούν να διανυκτερεύσουν πάνω από 4 μέρες μακριά από το σπίτι τους. Παρά λοιπόν την οικονομική κρίση που επικρατεί, οι τουρίστες είναι αισιόδοξοι για την τουριστική τους δραστηριότητα (Europeans and Tourism –Autumn September 2009).

Η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα χαρακτηρίζετε από:

- το τουριστικό συνάλλαγμα της χώρας μας, για το έτος 2008, διαμορφώθηκε στα 11.662,3 εκατ. ευρώ
- Την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2009 οι αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών στην χώρα μας, παρουσίασαν μείωση κατά 8,5%
- Μειωμένες κατά 14,5% εμφανίζονται και οι συναλλαγματικές εισπράξεις της χώρας μας, το ίδιο διάστημα
- Οικονομική κρίση, εξάπλωση ιού Α (H1N1) (www.msmfull.aueb.gr).

1.5 Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό της Ελλάδας

Η οικονομική κρίση θα επηρεάσει πολλές πτυχές και διαστάσεις της παγκόσμιας αλλά και της εγχώριας οικονομίας. Η παγκοσμιοποίηση και η ταχύτητα με την οποία εξαπλώνεται η οικονομική επιβράδυνση, αυξάνουν σημαντικά τους παράγοντες κινδύνου για την ελληνική τουριστική βιομηχανία. Είναι εύλογο να αναμένουμε πτώση στις αφίξεις ξένων τουριστών στη χώρα μας, τόσο από την Ευρωζώνη όσο και εκτός αυτής. Επιπλέον, ένα ισχυρότερο Ευρώ έναντι της Στερλίνας και (ίσως) και του Δολαρίου, θα επιδεινώσει την κατάσταση, μιας και οι ΗΠΑ και το ΗΒ είναι βασικές αγορές για την Ελλάδα. Στις στατιστικές μετρήσεις από παλιότερες οικονομικές επιβραδύνσεις καταγράφεται μια σημαντική πτώση των ταξιδιωτικών εισπράξεων και των αφίξεων σε περιόδους ύφεσης. Η κρίση μπορεί να κοστίζει στην Ελλάδα έσοδα από τον τουρισμό της τάξης των € δις ή και περισσότερο με προοπτικές για αισθητά μειωμένα έσοδα το 2010. Η πρόβλεψη αυτή πρέπει να γίνει αποδεκτή με ιδιαίτερη προσοχή, μιας και τα στατιστικά δεδομένα είναι λιγοστά για τη χώρα μας, δεν διαθέτουμε λεπτομερείς παρατηρήσεις που να καλύπτουν ευρύ χρονικό διάστημα και εμπειρία από άλλες σφοδρές οικονομικές κρίσεις (όπως των δεκαετιών '70 και '80). Το μέγεθος ενδέχεται να υπερεκτιμά ή να υποεκτιμά το πρόβλημα που θέτει η παρούσα οικονομική επιβράδυνση. Ωστόσο, η πρόβλεψη δείχνει χαρακτηριστικά την ένταση της τρέχουσας κρίσης και τη σημασία της για την ελληνική τουριστική βιομηχανία και την οικονομία (www.euro2day.gr).

Όσον αφορά στις ειδικές μορφές τουρισμού, αυτές δεν θα υποστούν στον ίδιο βαθμό τις επιπτώσεις της κρίσης. Συγκεκριμένα, εκείνες που θα επηρεαστούν λιγότερο είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας και ο τουρισμός υγείας. Λίγο μεγαλύτερη θα είναι η επίδραση που θα δεχτεί ο συνεδριακός τουρισμός, ενώ η επίδραση που θα δεχθεί ο θαλάσσιος τουρισμός θα αφορά κυρίως τον τομέα της κρουαζιέρας. Αμφίβολη είναι η επίδραση που θα δεχθούν ο χειμερινός, ο αθλητικός και ο εκθεσιακός τουρισμός, ωστόσο ισχυρό πλήγμα θα δεχθούν ο θρησκευτικός τουρισμός και ο τουρισμός τρίτης ηλικίας. Τα τελευταία χρόνια συνέστησαν μία περίοδο πλούσια σε δυσμενή γεγονότα, των οποίων η επίδραση στην τουριστική κίνηση της χώρας μας δεν ήταν πάντοτε η ίδια. Γενικά, η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα εξαρτάται από το μέγεθος του κινδύνου που μπορεί να ανεχθεί ο δυνητικός τουρίστας -όσο αυξάνεται ο κίνδυνος τόσο αυξάνεται η ανασφάλεια και η αβεβαιότητα κι επομένως μειώνεται η ζήτηση - αλλά και από την οξύτητά του και τη

συχνότητα εμφάνισής του. Η εξέλιξη στην τουριστική κίνηση εξαρτάται, επίσης, από τα μέτρα που λαμβάνει η κάθε χώρα, τόσο για την αντιμετώπιση του συμβάντος –εφόσον αυτό την επηρεάζει άμεσα, όσο και για την εκμετάλλευση της συγκυρίας –εφόσον αυτή επηρεάζει αρνητικά άλλες χώρες- ώστε να την χρησιμοποιήσει ως ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα (http://www.euro2day.gr/dm_documents/EconomyMarketsIV1GR_XNA6V.pdf).

Η αρνητική⁵ διαφήμιση που υπέστη η Ελλάδα εν όψη της οικονομικής κρίσης είναι ίσως ποιο σημαντική από την ίδια την οικονομική κρίση. Οι αρχικές προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (01/2009) για το 2009 έκαναν λόγο για μείωση της τουριστικής ζήτησης της τάξης του -2%-0%. Δεδομένης, όμως, της εμφάνισης της γρίπης H1N1, οι νεότερες εκτιμήσεις είναι περισσότερο δυσσιώνες, κάνοντας λόγο για μείωση κατά 4%-6%. (www.euro2day.gr).

Η παγκόσμια οικονομική κρίση είχε σημαντικές επιπτώσεις σε περιφερειακό επίπεδο. Ειδικότερα, στην Κρήτη, μία περιοχή που στηρίζεται πολύ στις αφίξεις Γερμανών και Αγγλων, σημειώθηκε μείωση των αεροπορικών αφίξεων της τάξης του 10,3% (Ιαν. - Οκτ.), ενώ η μείωση των εσόδων σε ορισμένες περιοχές του νησιού έφτασε ή ξεπέρασε ακόμη και το 20%. Στα Ιόνια Νησιά οι συνολικές αεροπορικές αφίξεις της περιόδου Ιανουαρίου - Οκτωβρίου μειώθηκαν κατά 8,9% και στη Χαλκιδική ήταν η πρώτη χρονιά που ο τουρισμός κινήθηκε σε αρνητική τροχιά. Στην Αθήνα οι αεροπορικές αφίξεις μειώθηκαν κατά 7,1%, μία μείωση που δεν αντικατοπτρίζει, ωστόσο, την πραγματική μείωση στους τουρίστες της Αθήνας, αφού ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών αποτελεί διαμετακομιστικό κέντρο που εξυπηρετεί τουρίστες που προωθούνται σε άλλες περιοχές της χώρας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΞΑΑ, πάντως, η μέση πληρότητα το πρώτο 9μηνο του 2009 μειώθηκε κατά 13,62%, 9,26% και 9,25% στα ξενοδοχεία των 5, 4 και 3 αστέρων, ενώ τα έσοδα σημειώνουν μείωση της τάξης του 20% περίπου. Τέλος, η Ρόδος είναι η τουριστική περιοχή με τη μικρότερη μείωση στις αεροπορικές αφίξεις (-2,1%). Αναφορικά με τα χαρακτηριστικά του αλλοδαπού τουρισμού που επισκέπτεται τη χώρα μας, προκύπτει ότι οι εν λόγω τουρίστες προέρχονται κυρίως από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία και την Ιταλία και προτιμούν το γ' τρίμηνο του έτους για τις διακοπές τους στην Ελλάδα. Είναι κατά κανόνα άτομα νεαρής ηλικίας, μεσαίας και κατώτερης κοινωνικής και εισοδηματικής τάξης, που ξοδεύουν στη χώρα μας κατά μέσο όρο από €58 έως €67 ημερησίως, ενώ ο μέσος αριθμός διανυκτερεύσεων τους στη χώρα μας ανέρχεται σε 11,2 διανυκτερεύσεις, με συνηθέστερη διάρκεια παραμονής τις 7 διανυκτερεύσεις (www.euro2day.gr).

⁵ Αρνητική εικόνα που έχει στο μυαλό του ένας τουρίστας από τα ΜΜΕ ότι οι Έλληνες και η Ελλάδα είναι μια χώρα σπατάλης κακοδιαχείρισης με τρομοκρατικά γεγονότα (έκρηξη στην τράπεζα) κτλ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ

2.1 Βασικοί παράγοντες ανάπτυξης του τουρισμού

Στη ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού συνέδραμαν πολλοί παράγοντες, από τους οποίους, ως βασικοί, θα μπορούσαν να επισημανθούν (Ηγουμενάκης, 2010):

1. Η τεχνολογική εξέλιξη. Η τεχνολογική εξέλιξη που σημειώθηκε μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο επηρέασε θετικά την τουριστική ανάπτυξη. Ιδιαίτερα οι εξελίξεις στα μέσα μεταφοράς (σιδηρόδρομος, αεροσκάφος, πλοίο) μείωσαν τον χρόνο και την απόσταση και κατέστησαν δυνατή την πρόσβαση σε απομακρυσμένα σημεία του πλανήτη. Επίσης κατέστησαν τον τουρισμό μαζικό και διεθνή. Η ανάπτυξη και διάδοση των συστημάτων τηλεπικοινωνίας διευκόλυνε τη διεθνοποίηση του τουρισμού.
2. Η κατάκτηση του ελεύθερου χρόνου. Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου στις ανεπτυγμένες χώρες, η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης, οι διεκδικήσεις των εργαζομένων είχαν ως αποτέλεσμα να συμβούν σπουδαίες αλλαγές στις εργασιακές σχέσεις. Μετά τη θεσμοθέτηση των διακοπών για τους εργαζομένους ακολούθησε η κατάκτηση του ελεύθερου χρόνου και η αναγνώριση του ως δικαιώματος. Το δικαίωμα της αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, το δικαίωμα για διακοπές, αναγνωρίζεται ως φυσική συνέπεια του δικαιώματος για εργασία.
3. Η πολυδιάστατη σημασία του τουρισμού. Τα κράτη αντελήφθησαν τη μεγάλη σημασία που έχει ο τουρισμός για την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη των λαών. Η σημασία αυτή αποτυπώνεται στη Διακήρυξη της Μανίλας για το Διεθνή Τουρισμό, η οποία υπογράφηκε από 112 κράτη στις 10 Οκτωβρίου 1980.
4. Ο σύγχρονος τρόπος ζωής. Στα μεγάλα αστικά κέντρα ο άνθρωπος δέχεται κοινωνικές και ψυχολογικές επιβαρύνσεις λόγω της αστικοποίησης, της ηχορύπανσης, της ρύπανσης του περιβάλλοντος, της εγκληματικότητας και γενικά λόγω των αρνητικών συνεπειών της βιομηχανικής ανάπτυξης.

2.2 Η Ανάπτυξη ως Τελικός Στόχος της Τουριστικής Πολιτικής

Ο σημαντικότερος ρόλος, τον οποίο μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να διαδραματίσει στις οικονομίες τόσο των αναπτυγμένων χωρών, όσο και των αναπτυσσόμενων, έχει συνειδητοποιηθεί πλέον από την πολιτική εξουσία, γι' αυτό και καταβάλλει προσπάθειες για να τον αναπτύξει. Η διαπίστωση αυτή ισχύει ιδιαίτερα για τις αναπτυσσόμενες χώρες, οι οποίες επιδιώκουν μέσω της τουριστικής τους ανάπτυξης να επιταχύνουν την οικονομική τους ανάπτυξη και έτσι να μειώσουν την φτώχεια που έχουν. Ορισμένοι, μάλιστα, διεθνείς οργανισμοί, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (W.T.O.), η Ευρωπαϊκή Ένωση (E.E.), ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (O.E.C.D.) ασχολούνται μεταξύ άλλων και με προβλήματα τουριστικής ανάπτυξης σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο και ευαισθητοποιούν την κοινή γνώμη, με αποτέλεσμα να δείχνει αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα αναπτυξιακά προβλήματα του τουρισμού (Ζαχαράτος – Τσάρτας, 2009).

Η συστηματική και σε βάθος μελέτη των ποικίλων προβλημάτων της τουριστικής ανάπτυξης, καθώς επίσης η διεύρυνση των αρχών και των κανόνων που τη διέπουν, έχουν γίνει πια σήμερα μια επιτακτική αναγκαιότητα. Επομένως όποιες πρόοδοι σημειώνονται διεθνώς προς αυτή την κατεύθυνση, θα συμβάλλουν αποφασιστικά στην καλύτερη κατανόηση τους και κατ' επέκταση στην αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση τους.

Η Τουριστική Ανάπτυξη συμβάλλει βασικά στην πληρέστερη αξιοποίηση και ορθολογικότερη εκμετάλλευση των ανεπαρκών, κατά κανόνα, τουριστικών πόρων μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, με την αύξηση της τουριστικής παραγωγής, την ποιοτική βελτίωση της και τη διαφοροποίησή της, κυρίως όμως με τη συνεχή προσαρμογή της στις μεταβαλλόμενες τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες των ανθρώπων (Ηγουμενάκης, 2003)

Η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών προϋποθέτει διαρθρωτικές μεταβολές στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, θεσμικές αλλαγές που αφορούν στην οργάνωση και λειτουργία της τουριστικής παραγωγής και κυρίως επενδύσεις σε έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής.

Η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας μπορεί να επιτευχθεί μόνο εφόσον αυξηθεί και η παραγωγική της δυνατότητα. Ο στόχος, όμως, της τουριστικής ανάπτυξης μπορεί να επιτευχθεί μόνο εφόσον αυξηθεί και η παραγωγική δυνατότητα της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας. Αν και ο στόχος της τουριστικής ανάπτυξης είναι συνήθως μεσοχρόνιος ή μακροχρόνιος, μπορούν κάτω από προϋποθέσεις, να επιτευχθούν σε βραχυχρόνιο ορίζοντα βελτιώσεις σε μια τουριστική οικονομία σε ό,τι αφορά τόσο στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, όσο και στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών των ανθρώπων με τους υπάρχοντες συντελεστές τουριστικής παραγωγής, δηλαδή χωρίς οποιαδήποτε ποσοτική αύξησή τους. Οι βελτιώσεις όμως, αυτές είναι άσχετες με τις προσπάθειες που καταβάλλονται για την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας και έχουν σχέση μόνο με την αύξηση της αποδοτικότητας των υφιστάμενων συντελεστών της τουριστικής παραγωγής. Αυτό σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει ότι η βραχυχρόνια διαδικασία της αποδοτικότητας της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας είναι ανάξια λόγου. Αντίθετα η αποδοτικότερη λειτουργία της τουριστικής οικονομίας μπορεί χωρίς άλλο να συμβάλλει αποφασιστικά στη δημιουργία των απαραίτητων για την τουριστική ανάπτυξη προϋποθέσεων.

Η αύξηση των προσφερόμενων υπηρεσιών φιλοξενίας που παράγονται με τους διαθέσιμους τουριστικούς πόρους και την υπάρχουσα τεχνολογία, δεν πρέπει να θεωρείται ότι έχει δυναμικό και μακροχρόνιο χαρακτήρα, αλλά αντίθετα στατικό και βραχυχρόνιο. Αυτό συμβαίνει γιατί η αύξηση των προσφερόμενων υπηρεσιών φιλοξενίας δεν υπήρξε αποτέλεσμα ούτε διαρθρωτικών μεταβολών που έλαβαν χώρα στον παραγωγικό μηχανισμό της τουριστικής οικονομίας, ούτε θεσμικών αλλαγών που έγιναν σε ό,τι αφορά στην οργάνωση και λειτουργία του μηχανισμού παραγωγής των προσφερόμενων υπηρεσιών φιλοξενίας.

Από μικροτουριστικής άποψης, το πρόβλημα εντοπίζεται κυρίως στον τρόπο με τον οποίο κατανέμονται οι διαθέσιμοι συντελεστές τουριστικής παραγωγής των υπηρεσιών φιλοξενίας μεταξύ των διαφόρων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, καθώς επίσης στην χρησιμοποίηση των σωστών αναλογιών τους στην παραγωγική τους διαδικασία. Από μακροτουριστικής άποψης, το πρόβλημα εντοπίζεται στο πως μπορεί η συνολική ζήτηση υπηρεσιών φιλοξενίας να προσαρμοστεί βραχυχρόνια στο επίπεδο εκείνο, που θα εξασφαλίζει πλήρη απασχόληση στην τουριστική οικονομία. Αυτές όμως οι βραχυχρόνιες προσαρμογές θεωρείται ότι μπορούν να πραγματοποιηθούν, χωρίς να απαιτηθούν διαρθρωτικές μεταβολές και θεσμικές αλλαγές στην τουριστική οικονομία, οι οποίες στην πράξη μπορούν να αποδειχτούν χρήσιμες για την αύξηση της αποδοτικότητάς της.

Σε αντίθεση με την διαδικασία που ακολουθείται στην αύξηση της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας, η διαδικασία που ακολουθείται στην αύξηση της παραγωγικής της δυνατότητας θεωρείται ότι έχει δυναμικό χαρακτήρα από τη μια πλευρά και από την άλλη μακροχρόνιο. Για να αυξηθούν οι διαθέσιμοι συντελεστές παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας και για να βελτιωθεί η υπάρχουσα τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία, θα απαιτηθούν μεγάλα περιθώρια χρόνου και αναμονής, ενδεχομένως και αλλαγές στη συμπεριφορά των μεμονωμένων ξενοδοχειακών μονάδων και της διάρθρωσης του παραγωγικού τους μηχανισμού.

Επομένως μπορούμε να πούμε ότι η βραχυχρόνια διαδικασία βελτίωσης της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας δεν έχει καμιά απολύτως σχέση με τη μεσοχρόνια ή μακροχρόνια διαδικασία βελτίωσης της παραγωγικής της δυνατότητας, δηλαδή της ανάπτυξης της.

Επίσης η σημασία μιας συνεχούς βελτίωσης της αποδοτικότητας του παραγωγικού μηχανισμού μιας αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας και αυτό γιατί παρέχει τη δυνατότητα επιτάχυνσης του αναπτυξιακού της ρυθμού. Με αυτόν τρόπο αποφεύγεται η άσκοπη σπατάλη των ανεπαρκών συντελεστών της τουριστικής παραγωγής.

2.3 Ο Σχεδιασμός της Τουριστικής Ανάπτυξης

Ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης πραγματοποιείται γενικά σε τρία διαφορετικά επίπεδα:

- Εθνικό, το οποίο περιλαμβάνει το συντονισμό και τη διαχείριση των μεγάλων τουριστικών περιοχών ή ολόκληρης της χώρας, συνήθως μέσω της ανάπτυξης της πολιτικής, των εθνικών προτύπων και των θεσμών.
- Τοπικό, το οποίο περιλαμβάνει τον προγραμματισμό, το σχεδιασμό και την ανάπτυξη των μεμονωμένων τουριστικών αξιοθέατων, τις υπηρεσίες και τις εγκαταστάσεις για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες τουριστών.
- Ατομικής Προσέλευσης, ο οποίος αν και είναι λιγότερο κοινός, είναι εξίσου σημαντικός ο σχεδιασμός και η διαχείριση των περιοχών των τουριστικών προορισμών: η οργάνωση και η ανάπτυξη των τουριστικών θέλγητρων και των υπηρεσιών μέσα και γύρω από τους τουριστικούς προορισμούς.

Μέχρι πολύ πρόσφατα, ο τουριστικός σχεδιασμός ενός προορισμού ήταν συχνά κάπως απομονωμένος ή ήταν μια ειδική διαδικασία. Η πολιτική εξουσία όμως και η βιομηχανία,

αξιολογούσαν τη ζήτηση στην αγορά σκεπτόμενες το τι θα μπορούσε να γίνει ή να αναπτυχθεί ώστε να καλύψουν αυτή τη ζήτηση, εγκαθιστώντας ένα πρόγραμμα ανάπτυξης το οποίο να ανταποκρίνεται σε αυτήν, και έπειτα να επιδιώκουν να το προωθήσουν σε πιθανούς επισκέπτες. Ο σύγχρονος τουρισμός, εντούτοις, είναι πολύ δυναμικός. Οι αλλαγές σε αυτά που θέλουν οι τουρίστες, όταν ταξιδεύουν, πώς ταξιδεύουν, και στο τι είναι πρόθυμοι να δεχτούν έχει κάνει αυτήν την σχετικά στατική και γραμμική διαδικασία του «σχεδιασμός κι έπειτα ανάπτυξη» ιδιαίτερα ξεπερασμένη και ενδεχομένως επικίνδυνη από εμπορικής πλευράς.

Πολλές κοινότητες έχουν αρχίσει τώρα να συνειδητοποιούν ότι πρέπει να είναι πιο ανταποκρινόμενες και πιο δυναμικές στην προσέγγισή τους στον τουρισμό. Ενδιαφέρονται πέρα από αυτό που αναπτύσσεται πραγματικά, πώς αυτό προωθείται και τις επιδράσεις που ίσως να δημιουργούνται όσον αφορά τους οικονομικούς, τους κοινωνικούς και τους περιβαλλοντικούς παράγοντες. Ο τουριστικός σχεδιασμός είναι τώρα κάτι περισσότερο από το να αναπτύσσει κάτι νέο ή να δημιουργεί καλύτερα θέλγητρα αυξάνοντας τον αριθμό των επισκεπτών ή επιδιώκοντας την αύξηση των κερδών. Αντίθετα, όλο αυτό γίνεται για την μεθοδική προώθηση της βιομηχανικής ανάπτυξης.

Σήμερα ο σχεδιασμός ενός προορισμού περιλαμβάνει τον προσδιορισμό σκοπών και στόχων για τη βιομηχανία, κατανοώντας τις παρούσες συνθήκες στην αγορά και τις τάσεις, αναγνωρίζοντας τα ζητήματα και τους πιθανούς περιορισμούς, δημιουργώντας ευκαιρίες, προσδιορίζοντας εναλλακτικές λύσεις και προτείνοντας κάποια ενέργεια. Όταν αυτό γίνει σωστά, θα πρέπει να οδηγήσει στην έγκαιρη και καλύτερη ανάπτυξη των κατάλληλων σχεδίων και σε μια ανώτερη τουριστική υπηρεσία. Εάν όλη αυτή η διαδικασία δεν γίνει σωστά ή δεν πραγματοποιηθεί καθόλου, τότε οι οικονομικές αποδόσεις θα είναι χαμηλότερες, οι πελάτες θα είναι λιγότερο ικανοποιημένοι και συχνά το αποτέλεσμα είναι να καταστρέφεται η βάση των πόρων. Οι μέρες όπου ο σχεδιασμός πολύ απλά σήμαινε το να προωθείς τον τουρισμό για χάρη της ανάπτυξης, μέσω των οικονομικών κινήτρων και της απεριόριστης εκμετάλλευσης των πόρων, δεν είναι πλέον βιώσιμες.

Ο σχεδιασμός και η διαχείριση είναι βασικά στοιχεία στη μακροπρόθεσμη ικανότητα υποστήριξης της τουριστικής ανάπτυξης και πρέπει να πραγματοποιούνται σε όλα τα επίπεδα της δράσης. Εντούτοις, η εμπειρία έχει δείξει στο επίπεδο κοινότητας ή προορισμού την πραγματική δράση, και τις όποιες επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης οι οποίες είναι περισσότερο έντονες.

2.4 Ανάπτυξη της Στρατηγικής του Τουρισμού

Η ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού, όπως και κάθε άλλη υπηρεσία ή βιομηχανία θα πρέπει να ακολουθεί ένα πρόγραμμα ενεργειών ή στρατηγικής. Βασισμένη στην επιθεώρηση της τοπικής προσφοράς και ζήτησης, η στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης είναι πιθανό με τον προγραμματισμό να βελτιώσει τα υπάρχοντα προϊόντα, να εξετάσει τις ευκαιρίες για την επέκταση νέων αγορών και να θέσει μακροπρόθεσμες προτεραιότητες για την τοπική βιομηχανία. Στα πλαίσια των αποφάσεων η τουριστική στρατηγική αντιπροσωπεύει τον οδηγό για τη μελλοντική αναπτυξιακή δράση. Προσδιορίζει τις δυνατότητες και τις αδυναμίες του τοπικού προϊόντος, ορίζει μια σειρά από σκοπούς και στόχους και σχεδιάζει ένα πρόγραμμα δράσης ώστε να επιτύχει αυτούς τους σκοπούς. Ενώ η τουριστική ανάπτυξη είναι μια αυξανόμενη και δυναμική πρόοδος. Απ' την άλλη, η στρατηγική μελετά τα αποτελέσματα και αναθεωρεί τις ενέργειες ώστε να εξασφαλίσει μια μελλοντική επιτυχία του προγράμματος (Godfrey & Clarke, 2010)

Εάν οι σκοποί και οι στόχοι είναι ο πυρήνας της στρατηγικής, τότε το Σχέδιο Δράσης είναι η ουσία της υλοποίησής της. Έχοντας αντλήσει μια σειρά από σκοπούς και στόχους, σχεδιάζεται ένα σύνολο υποδείξεων το οποίο παρουσιάζει λεπτομερώς το πώς μπορούν να επιτευχθούν οι στόχοι. Το σχέδιο δράσης αντιπροσωπεύει μια σειρά από δραστηριότητες μικρής κλίμακας, οι οποίες είναι εφικτές και καθορίζουν το αποτέλεσμα. Εάν για παράδειγμα ο στόχος είναι η δημιουργία καινούριων καταλυμάτων για διανυκτέρευση και πρωινό, το σχέδιο δράσης μπορεί να περιλαμβάνει (Κομίλης & Βαγιονής, 2009):

- την επισήμανση στα τοπικά μέσα ενημέρωσης της ανάγκης για περισσότερα καταλύματα,
- τη διευθέτηση ενός σεμιναρίου στο οποίο θα γίνεται εκμάθηση στους κατοίκους για το πώς να διευθύνουν τα καταλύματα,
- τις συμβουλές για την προώθηση και τη διαφήμιση των νέων καταλυμάτων,
- την εξασφάλιση νέων προμηθευτών οι οποίοι καταγράφονται στον τοπικό οδηγό καταλυμάτων.

Κατά τη διαδικασία της ανάπτυξης είναι σημαντικό να υπάρχει κατά νου το πώς μπορούν να επιτευχθούν διάφοροι στόχοι. Με αυτήν την ενέργεια είναι πολύ πιο πιθανό η στρατηγική να είναι ρεαλιστική σε αυτό που επιθυμεί να ολοκληρώσει. Πράγματι όταν ο στόχος του τουριστικού σχεδιασμού είναι η υλοποίηση, οι σκοποί και οι στόχοι πρέπει να είναι εφικτοί και όχι μακριά από τους τοπικούς πόρους και την αγορά. Όμως δεν πραγματοποιείται επιτυχώς μία τουριστική ανάπτυξη απλά και μόνο με τις επενδύσεις σε

καινούρια θέλγητρα και υποδομές ή στη δημιουργία νέων υπηρεσιών και ανέσεων. Όλα αυτά είναι απαραίτητα και πολύ ευεργετικά, αλλά οι κοινότητες, οι οποίες δεν έχουν ένα ρεαλιστικό και σαφές σχέδιο για να προσελκύσουν επισκέπτες οι οποίοι θα εκτιμήσουν αυτές τις προσπάθειες, θα ξοδέψουν χρήματα και θα πουν σε άλλους για την επίσκεψή τους, θα αγωνιστούν πολύ για να φτάσουν στον επιθυμητό αριθμό των επισκεπτών.

2.5 Το σχέδιο μάρκετινγκ στην τουριστική ανάπτυξη

Η ανάπτυξη ενός προορισμού που ξεκινάει με νέες ιδέες και πρωτοβουλίες, ασχολείται με τα θέλγητρα και τις υπηρεσίες όπως και με το μάρκετινγκ και την προώθηση. Ξεκινώντας το σχεδιασμό και την ανάπτυξη της προόδου, οι κοινότητες θα πρέπει να σκεφτούν για το ποιον τουρίστα θέλουν να προσελκύσουν και για το πώς θα παροτρύνουν την επίσκεψή του. Για πολλές κοινότητες πολύ απλά αυτό σημαίνει ενημέρωση και διαφήμιση. Όμως η τουριστική αγορά είναι κάτι παραπάνω από την πώληση μιας τοποθεσίας στους πιθανούς επισκέπτες. Περιλαμβάνει (Πρωτοπαπαδάκης, 2003):

- τη μοναδικότητα την οποία έχουν έρθει να δουν οι επισκέπτες (το προϊόν),
- το σχετικό κόστος που διαφέρει από το ένα μέρος στο άλλο (η τιμή),
- τη «διανομή» ή την ευκολία προσέγγισης της τοποθεσίας στην πιθανή αγορά στόχο και,
- τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για να προσελκύσουν τους επισκέπτες (marketing – mix)

Συνδυάζοντας το προϊόν, την τιμή και το μέρος με τους ενδεχόμενους επισκέπτες δημιουργείται η ουσία του τουριστικού μάρκετινγκ. Αν και η διαφήμιση και η πληροφόρηση είναι σημαντικές υπηρεσίες και τείνουν να κυριαρχήσουν στον τοπικό προϋπολογισμό, από μόνες τους δεν μπορούν να εγγυηθούν την επιτυχία.

Πολλές κοινότητες με περιορισμένη εμπειρία στον τουρισμό παρακολουθούν τους γειτονικούς προορισμούς για να εμπνευστούν. Αυτό στο μάρκετινγκ σημαίνει ότι προσπαθούν να αντιγράψουν δημοφιλείς και εμφανείς δραστηριότητες προώθησης. Αυτό ίσως να φαίνεται λογικό, επειδή είναι αποτελεσματικό σε ένα μέρος, αλλά αφού δύο κοινότητες δεν είναι ίδιες, ό,τι λειτουργεί καλά στη μία, ή άλλη μπορεί να μην κατορθώσει να προσεγγίσει τη σωστή αγορά. Δεν υπάρχει κάποια γενική ή εγγυημένη μέθοδος για να προσελκύσει επισκέπτες. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν για πολλούς λόγους και δεν ενδιαφέρονται όλοι εξίσου για τον τουρισμό. Πράγματι παρόμοιοι προορισμοί έλκουν

διάφορα είδη επισκεπτών, και οι κοινότητες δεν θα πρέπει να προσπαθούν να προσελκύσουν τους πάντες. Η εμπειρία έχει δείξει ότι αυτοί που προσπαθούν να κάνουν τα πάντα για τους πάντες χάνουν από αυτούς που προσδιορίζουν αυτό που επιθυμούν να προσεγγίσουν.

Κάθε προορισμός θα πρέπει να μελετά από μόνος του τις πιο κατάλληλες αγορές και να αποφασίζει ποια είναι η καλύτερη προσέγγιση για να προσελκύσει τις αγορές στόχους που προτιμά. Όταν γνωρίζει τι έχει να προσφέρει μία κοινότητα, το προφίλ των επισκεπτών, την προέλευσή τους, τότε έχει το σημείο – κλειδί για να ξεκινήσει ένα σχέδιο μάρκετινγκ. Η ανάλυση της προσφοράς και της ζήτησης θα πρέπει να δώσει στην κοινότητα μία ιδέα για την τρέχουσα θέση της στην ταξιδιωτική αγορά.

Ως ένα πλαίσιο προσέλκυσης επισκεπτών το σχέδιο μάρκετινγκ προσδιορίζει πιθανά αγοραστικά τμήματα όπου εστιάζει και η προώθηση, προσδιορίζει τις τεχνικές ώστε να γίνει απασχόληση, θέτει ένα θέμα ή μία εικόνα ώστε να γίνει πραγματικότητα και ορίζει ένα χρονικό περιθώριο για την εκτέλεσή του. (Godfrey & Clarke, 2010)

Όμως οι ταξιδιωτικές τάσεις και οι αγορές αλλάζουν. Ότι σήμερα είναι αποδοτικό μπορεί του χρόνου να μην είναι. Άρα η συνεχής αποτίμηση και η αναθεώρηση των σχεδίων μάρκετινγκ είναι σημαντικές γιατί ελέγχουν την αποτελεσματικότητα στο να προσεγγίσουν τις αγορές στόχους, και να επιτρέπουν τη ρύθμιση των μεθόδων και των τεχνικών όπου είναι απαραίτητο.

Εντούτοις πολλές πτυχές του τουρισμού διαφέρουν από την ανάπτυξη και το μάρκετινγκ άλλων τύπων επιχειρήσεων, ειδικά όταν πρόκειται για την πώληση μιας εμπειρίας. Το τουριστικό προϊόν δεν είναι κάτι που μπορούμε να το αγγίξουμε ή να το νιώθουμε. Δεν μπορούμε να το πάρουμε στο σπίτι μας στο τέλος της ημέρας, δεν μπορούμε να το δοκιμάσουμε πριν να το αγοράσουμε και γενικά δεν μπορούμε να το επιστρέψουμε εάν δεν μείνουμε ικανοποιημένοι από αυτό ή δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες μας. Είναι μια άυλη και επικίνδυνη αγορά. Το να καταφέρουμε τον κόσμο να ταξιδέψει είναι μόνο ένα στοιχείο επιτυχίας. Το να τον κάνουμε να παραμείνει περισσότερες ημέρες, να δαπανήσει περισσότερα χρήματα, να επιστρέψει ξανά και να πει στους φίλους του για την εμπειρία που είχε, είναι το σημείο όπου αρχίζουν να εμφανίζονται τα αληθινά οφέλη και να δείχνει τα αποτελέσματα του το σχέδιο μάρκετινγκ που έχει καταρτισθεί.

2.6 Η οργάνωση στην τουριστική ανάπτυξη

Παραδοσιακά ο ρόλος της τουριστικής ανάπτυξης δίνεται είτε σε ένα τοπικό εμπορικό επιμελητήριο, είτε σε κάποιου είδους ένωση ή αντιπροσωπείας οικονομικής ανάπτυξης μέσα στην πολιτική εξουσία. Σαφώς και η πολιτική εξουσία παίζει ένα σημαντικό ρόλο, αφού είναι τελικά η υπεύθυνη για τα δημόσια αγαθά που συχνά αποτελούν ένα βασικό στοιχείο για το τουριστικό προϊόν του προορισμού. Εξίσου και ο ιδιωτικός τομέας θα πρέπει να αναμιχθεί αφού μερικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης έχουν εμπορικό ενδιαφέρον. Όμως καμία προσέγγιση μεμονωμένα δεν έχει μια περιεκτική άποψη του τουρισμού, λόγω της πολύπλευρης και τεμαχισμένης φύσης του τουρισμού η οποία καθιστά τον συντονισμό και την ανάπτυξή του μερικές φορές λίγο δύσκολο.

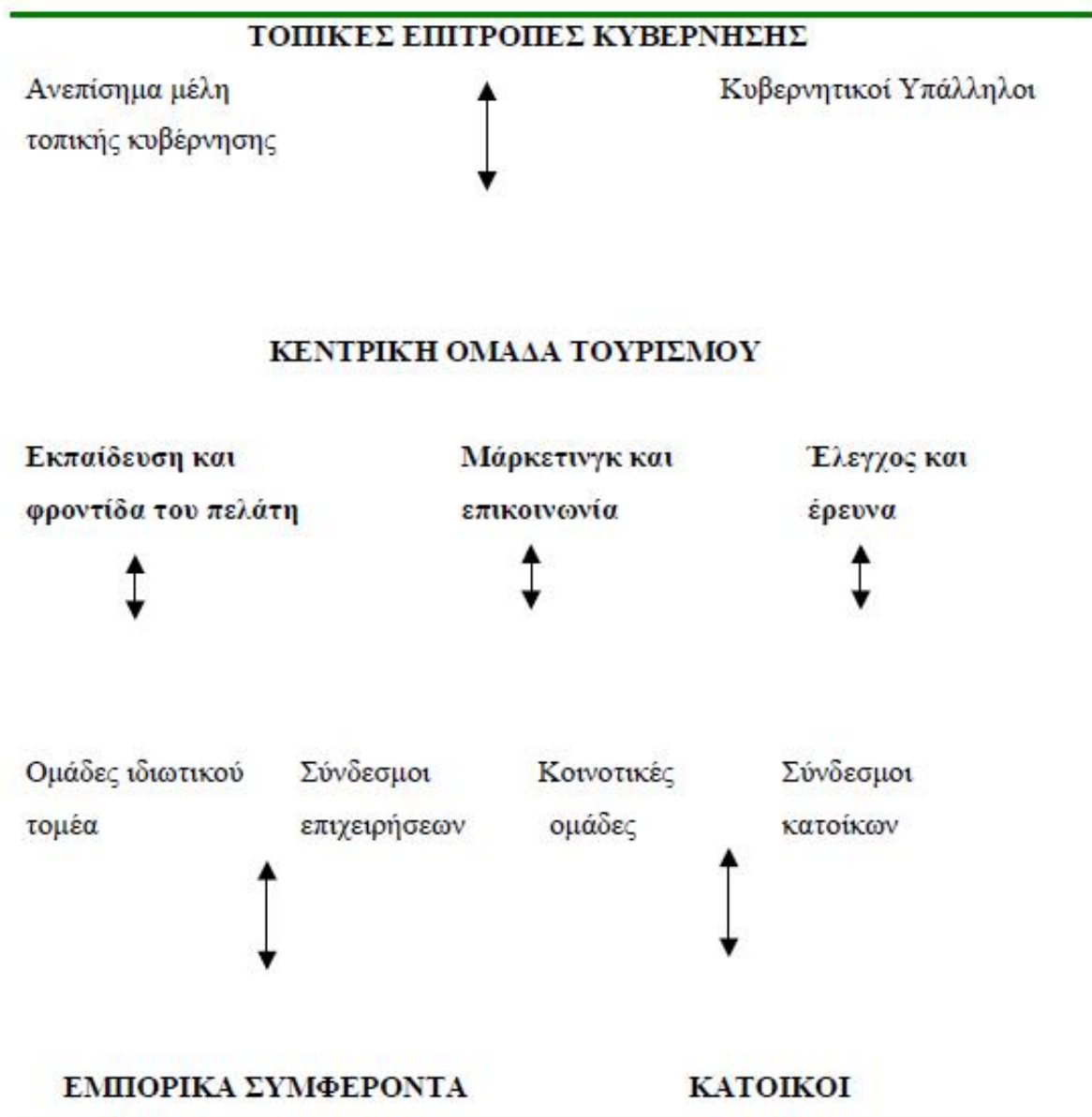
Έπειτα ο τουρισμός δεν είναι ένας ξεχωριστός τομέας της οικονομίας και δεν θα πρέπει να σχεδιάζεται υπό αυτήν την μορφή. Η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να είναι αποτέλεσμα των εργασιών όλης της κοινότητας. Αυτό σημαίνει ότι συμπεριλαμβάνονται όλοι οι τομείς του προορισμού στον σχεδιασμό και το μάνατζμεντ οι οποίοι εκπροσωπούνται από (Godfrey & Clarke, 2010):

- τις τοπικές ομάδες κατοίκων,
- την κυβέρνηση,
- τις περιφερειακές ομάδες τουρισμού,
- τις ειδικές ομάδες κοινοτικού ενδιαφέροντος,
- τις επιχειρησιακές ομάδες (π.χ. εμπορικό επιμελητήριο),
- Τα εμπορικά ενδιαφέροντα καθώς και,
- Εξωτερικούς συμβούλους (όπου είναι απαραίτητο).

Ένας ρόλος υπάρχει για όλους αυτούς σε κάθε επίπεδο. Χωρίς αυτούς η ομάδα δεν θα είχε απαραίτητα την συλλογική δεξιότητα, την γνώση ή την πείρα για να εξασφαλίσει την μελέτη όλων των συμφερόντων κατά την προετοιμασία και την εφαρμογή μιας περιεκτικής στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης. Η ίδρυση μιας τουριστικής εταιρίας βοηθάει στην επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας τοπικής ομάδας, στη δημιουργία μιας καινούριας, ή στον συνδυασμό της τρέχουσας δομής με ένα νέο πλαίσιο εργασίας.

Ένα μοντέλο μιας τέτοιας ομάδας παρουσιάζεται στο σχήμα 1, ο στόχος του οποίου δεν είναι να προτείνει μια άκαμπτη οργανωτική δομή, αλλά να επεξηγήσει γραφικά τους σημαντικούς δεσμούς ανάμεσα στα ιδιωτικά, στα δημόσια (κυβερνητικά) και κοινοτικά συμφέροντα κατά τον σχεδιασμό και το μάνατζμεντ του τουρισμού. Η αρχή είναι η ενσωμάτωση του τουρισμού με άλλα κοινωνικοοικονομικά ζητήματα, και η επιβεβαίωση ότι η τουριστική ανάπτυξη είναι δραστική στον σχεδιασμό της χρήσης γης και δεν είναι απλά μια

προωθητική δραστηριότητα. Η τουριστική εταιρία δρα σαν καταλύτης και βοηθός για τα διάφορα τοπικά συμφέροντα, μεταβιβάζει πληροφορίες, προσφέρει την έρευνα και τις ιδέες από και προς τοπικές επιτροπές της κυβέρνησης, τον ιδιωτικό τομέα και τους κατοίκους της κοινότητας. Όποια μορφή και να έχει αυτή η ομάδα θα πρέπει να είναι μια τυπική οργάνωση μέσω της οποίας θα χτιστεί το πρόγραμμα για τον τουρισμό της περιοχής (Βελισσαρίου, 2010).



Σχήμα 1. Οργανωτικό Μοντέλο Τουριστικής ανάπτυξης

Πηγής: Βελισσαρίου Ε. (2010), Μάνατζμεντ ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ΕΑΠ, Πάτρα, σελ. 33

Παρά την κατάσταση των μελών, το μέγεθος ή την προέλευση η επιτυχία μιας τουριστικής ομάδας θα εξαρτηθεί πάρα πολύ στην ατομική και συλλογική ικανότητα και την υποχρέωση αυτών που άμεσα συμπεριλαμβάνονται στον σχεδιασμό και το μάνατζμεντ της βιομηχανίας. Θα εξαρτηθεί επίσης από τη νομιμότητα της ομάδας να εκφράζει όλα τα συμφέροντα του προορισμού για την λειτουργία της διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης. Έτσι αυτή η τουριστική ομάδα δεν θα πρέπει να θεωρείται σαν μια απλή υποεπιτροπή της τοπικής κυβέρνησης ή του εμπορικού επιμελητηρίου. Παρόλο που μπορεί να έχει στενούς δεσμούς και με την κυβέρνηση και με το εμπόριο, έχει επίσης την δική της ταυτότητα και σκοπό στοιχεία τα οποία βασίζονται σε μια ισχυρή ηγεσία και σε έναν ισχυρό συντονισμό της τουριστικής βιομηχανίας ενός προορισμού.

2.7 Η τουριστική πολιτική στην ανάπτυξη

Η εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής είναι ένα σημαντικό στάδιο στην στρατηγική διαδικασία του τουρισμού, και μια από τις πιο ζωτικές πρώτες ενέργειες που θα πρέπει να κάνει μια τουριστική ομάδα. Η τουριστική πολιτική σε έναν προορισμό καθοδηγεί τις διαδοχικές ενέργειες σε μια κατεύθυνση με θετικά αποτελέσματα. Παρουσιάζει το πλαίσιο εργασίας όπου αναλύονται και λαμβάνονται οι αποφάσεις για τα ζητήματα του παρόντος και του μελλοντικού τουρισμού. Από αυτή την άποψη η πολιτική είναι κάτι σαν τις αξίες που υπερασπίζονται από τα άτομα: κάποιους τύπους αναπτυξιακών δραστηριοτήτων θα ήταν πολύ ευχάριστο να τους βλέπουμε να πραγματοποιούνται, ενώ κάποιους άλλους να αποδειχθούν μη δημοφιλείς και να συγκρουστούν με αυτό που αισθανόμαστε για το σωστό που θα πρέπει να γίνει.

Όποιο κι αν είναι το επίπεδο της συζήτησης (π.χ. τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό), η πολιτική είναι η διαδικασία που προσδιορίζει τους σκοπούς και τους στόχους ανάπτυξης,

παρέχοντας γενικές οδηγίες για τις ενέργειες και δραστηριότητες του τουρισμού. Ενώ η ακριβείς πολιτικές πτυχές πιθανόν να διαφέρουν από τόπο σε τόπο, η τουριστική πολιτική είναι αυτή που κατευθύνει όλες τις όψεις του τουρισμού στην προσφορά και στην ζήτηση. Η τουριστική πολιτική υποδεικνύει αποτελεσματικά την μέθοδο, εκφράζοντας σε γενικές απόψεις το πώς θα επιθυμούσε να γίνει ο προορισμός, το τι είναι αποδεκτό και το τι δεν είναι.

Η τουριστική πολιτική ενός προορισμού θα πρέπει να προετοιμάζεται και να αναγνωρίζεται επίσημα από τις τουριστικές ομάδες και την πολιτική εξουσία. Αυτό μπορεί να είναι ένα τμήμα μιας τοπικής ανακοίνωσης σχεδιασμού, ή ένα σχέδιο ανάπτυξης της χρήσης του εδάφους ή ένα ειδικό ψήφισμα της τοπικής κυβέρνησης, τυπικά για να αναγνωριστεί ο τουρισμός και οι ενέργειες της τουριστικής ομάδας. Οι πολιτικές δηλώσεις μπορεί να ποικίλουν από μια απλή ανακοίνωση ενός σκοπού, μέχρι πολύ λεπτομερή και μακροσκελή έγγραφα με ξεχωριστά τμήματα, κατηγορίες και υποκατηγορίες. Τα τελευταία είναι περισσότερο ουσιαστικά στοιχεία για τις εθνικές και περιφερειακές δηλώσεις παρά για την πιο τοπική πολιτική του προορισμού. Γενικά όσο πιο μεγάλη είναι η περιοχή ή το επίπεδο διοίκησης είναι υψηλό τόσο πιο μεγάλες και πολυποίκιλες είναι οι πολιτικές δηλώσεις. (Geoffrey & Clarke, 2000)

Οι πολιτικές δηλώσεις θα πρέπει να είναι θετικές, σύντομες και συγκεκριμένες. Παρότι είναι πιθανόν να υπάρχουν αρνητικές πολιτικές, στον τομέα του τουρισμού τείνουν να έχουν μια πιο θετική κλίση, προτείνοντας την ενθάρρυνση του τουρισμού και όχι το σταμάτημά του. Για παράδειγμα, ας δεχτούμε ότι ο τουρισμός έχει μια θετική συνεισφορά στην κοινότητα, μέσω της δημιουργίας απασχόλησης για τους κατοίκους και την παροχή επιπρόσθετων ανέσεων, οι οποίες ανεβάζουν το τοπικό βιοτικό επίπεδο. Η συνεχής τουριστική ανάπτυξη θα ενθαρρύνει την επιπλέον βελτίωση της ποιότητας της εμπειρίας του επισκέπτη, τις εγκαταστάσεις που χρησιμοποιεί, την παρότρυνσή του να μείνει περισσότερες μέρες και την εγγύηση ότι οποιαδήποτε κοινωνική εχθρότητα, οικονομική ή και περιβαλλοντική επίδραση θα ελαχιστοποιηθεί.

Μια πιο λεπτομερής πολιτική δήλωση ίσως να ατονήσει αυτά τα σημεία και να γίνει πιο συγκεκριμένη. Η πολιτική δήλωση μπορεί να ανοίγει με την ένδειξη των γενικών επιχειρημάτων για την υποστήριξη του τουρισμού (π.χ. τη συνεισφορά του στην οικονομία, τον πλούτο των φυσικών θέλγητρων, την εκπαιδευτική του αξία, την ποιότητα ζωής και την αστική υπερηφάνεια) και έπειτα να περνάει σε μια σειρά από συγκεκριμένα σημεία όπου θα υποδεικνύουν το πώς τα ζητήματα του τουρισμού θα εξεταστούν και θα διευθυνθούν. Για παράδειγμα:

- Να αναπτύξουν τον τουρισμό σύμφωνα με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης,

- Να αναπτύξουν τον τουρισμό, ο οποίος βοηθά στη διατήρηση της μοναδικής έννοιας της κληρονομιάς του προορισμού, προωθώντας την χρήση και την αναστύλωση των τοπικών ιστορικών κτιρίων και περιοχών,
- Να παροτρύνουν τους επιχειρηματίες να αναπτύξουν ιδέες που να οδηγήσουν σε νέα τουριστικά θέλγητρα και νέες θέσεις εργασίας για τους ντόπιους κατοίκους.

Η τουριστική πολιτική σχεδιάζει την βασική φιλοσοφία για την ανάπτυξη και δημιουργεί τον χάρτη για τον μελλοντικό τουρισμό ενός προορισμού. Εντούτοις είναι πάρα πολύ εύκολο να τελματώσει πέρα από την πολιτική λεπτομέρεια και ποτέ να μη γίνει τίποτα. Στην πραγματικότητα δεν αξίζει να δαπανάται πάρα πολύς χρόνος εξετάζοντας τα πιο εξαιρετικά σημεία της πολιτικής, επειδή είναι τόσο καλά όσο οι σκοποί, οι στόχοι και οι ενέργειες που προέρχονται από αυτά τα σημεία.

Είναι όμως σαφέστατα απαραίτητο να αποκτηθεί το πολιτικό δικαίωμα, το πώς αυτή η πολιτική θα παράγει και θα κατευθύνει την αναπτυξιακή δραστηριότητα η οποία θα κρίνει πραγματικά την αξία της. Πράγματι οι πολιτικές δηλώσεις θα πρέπει να είναι δυναμικές και ικανές να ανταποκριθούν στις αλλαγές της προσφοράς και της ζήτησης. Έπειτα θα πρέπει να μπορούν να προσαρμοστούν ή να ξαναγραφτούν υπολογίζοντας τις αλλαγές στις ανάγκες, στα ζητήματα ή στις νέες ευκαιρίες που προκύπτουν. Αυτό δεν σημαίνει φυσικά ότι η πολιτική θα πρέπει να είναι τόσο ελαστική ώστε να μην προσφέρει μακροχρόνιες κατευθύνσεις, αλλά θα πρέπει συνεχώς να αναθεωρείται και να διορθώνεται (όπου είναι απαραίτητο) όπου οι καταστάσεις και τα ζητήματα που επηρεάζουν τον τουρισμό αλλάζουν συνεχώς.

2.8 Η πολιτική της ΕΕ για τον τουρισμό και για την αειφορία

Καθώς οι επιπτώσεις⁶ του μαζικού τουρισμού στην κοινωνία στην οικονομία και στο περιβάλλον ειδικότερα αυξάνονται ραγδαία και καθώς ο τουρισμός αποτελεί τον μεγαλύτερο και δυναμικότερο κλάδο της οικονομίας σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο, δεν θα μπορούσε η ευρωπαϊκή ένωση ⁷να μην έχει πολιτική για τον τουρισμό και για την αειφορία. Το

⁶ Αρνητικές επιπτώσεις, ενότητα 2.4

⁷ Η Ευρωπαϊκή Ένωση ή ΕΕ είναι μια συνομοσπονδία είκοσι επτά κρατών. _Καθιερώθηκε το 1992 από την Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση (Συνθήκη του Μάαστριχτ), και είναι ο εκ των πραγμάτων διάδοχος των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων(ΕΚΑΧ, ΕΟΚ, ΕΥΡΑΤΟΜ) των έξι κρατών-μελών που ιδρύθηκαν το 1951, το 1957 και το 1965. Από τότε νέες διευρύνσεις έχουν αυξήσει τον αριθμό των κρατών μελών της και οι

ενδιαφέρον της Ε.Ε. απορρέει από την εκτίμηση ότι ο τουρισμός στα κράτη μέλη αποτελεί σημαντική δραστηριότητα με επίδραση στους βιοτόπους, τους φυσικούς πόρους και τις υποδομές.

Το ενδιαφέρον της Ε.Ε για τον τουρισμό άρχισε ουσιαστικά το 1982 με την παρουσίαση «των πρώτων κατευθύνσεων για μια τουριστική πολιτική». **Οι σκοποί** της ΕΕ επικεντρώνονται σε τρεις τομείς:

- Ελεύθερη μετακίνηση και προστασία των τουριστών
- Πλαίσια άσκησης των τουριστικών επαγγελματιών
- Μεταφορές
- Περιφερική ανάπτυξη

Δράσεις : η ΕΕ διαμορφώνει μια πληθώρα δράσεων

- Χρονικός καταμερισμός των διακοπών
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Τουρισμός νέων
- Διαδικασίες κατάρτισης (Βαρβαρέσος Στ. Χρηστίδου Α. 1999,σελ. 94).

Η κοινοτική πολιτική για το περιβάλλον ξεκίνησε το 1972 από την κοινή θέση του Συμβουλίου των έξι κρατών μελών σχετικά με την ανάγκη να συνοδευτεί η προσπάθεια για οικονομική ανάπτυξη με μέτρα βελτίωσης της ποιότητας ζωής και προστασίας του περιβάλλοντος. Στο πλαίσιο αυτό, μέχρι σήμερα, έχουν διαμορφωθεί έξι Προγράμματα Δράσης, καθοριστικά της κοινοτικής πολιτικής για το περιβάλλον στους τομείς της Βιομηχανίας, της Ενέργειας των Μεταφορών, της Γεωργίας και του *Τουρισμού*, τα οποία οδήγησαν στην έγκριση 200 περίπου κοινοτικών διατάξεων σχετικά με την προστασία των φυσικών πόρων, την καταπολέμηση της ρύπανσης, τη διατήρηση της φύσης και τη διαχείριση των αποβλήτων. Τα διάφορα προγράμματα προωθούν την ανάπτυξη στρατηγικών παρεμβάσεων για περιβαλλοντικά ζητήματα άμεσης προτεραιότητας, όπως α) παγκόσμια αλλαγή κλίματος, β)η ποιότητα του ατμοσφαιρικού αέρα, γ)το φυσικό περιβάλλον και τη βιοποικιλότητα, δ)οι υδάτινοι πόροι, ε)τα απόβλητα, στ)το αστικό περιβάλλον, ζ)οι παράκτιες ζώνες, η)η υγεία και ποιότητα ζωής των πολιτών (ατμοσφαιρική ρύπανση, ηχορύπανση, πολλαπλασιαζόμενες χημικές ουσίες, γενετικώς τροποποιημένοι οργανισμοί, κλπ), θ)η

αρμοδιότητές της έχουν επεκταθεί. Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρείται ως η ισχυρότερη ένωση κρατών μέχρι σήμερα στην παγκόσμια ιστορία, με οικονομικό, πολιτικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιεχόμενο. Η Ένωση είναι μια ενιαία αγορά με κοινή εμπορική πολιτική, κοινή αγροτική και αλιευτική πολιτική και περιφερειακή πολιτική για να βοηθήσει τις φτωχότερες περιφέρειες

υποβάθμιση και απώλεια των εδαφών (διάβρωση, μόλυνση, στεγανοποίησης: οικοδομές, οδοποιία, κλπ), ι)η παγκοσμιοποίηση και αύξηση των πιέσεων στους περιορισμένους φυσικούς πόρους. Σήμερα, είναι σε εφαρμογή έκτο Πρόγραμμα Δράσης 2001 -2010 για το περιβάλλον με τίτλο «το περιβάλλον το έτος 2010: το δικό μας μέλλον, η δική μας επιλογή», εστιάζει σε τέσσερις τομείς-στόχους: α)αντιμετώπιση κλιματικών μεταβολών, β) φύση και βιοποικιλότητα, γ) περιβάλλον και υγεία, δ)διαχείριση φυσικών πόρων και αποβλήτων. Για την επίτευξη τους προτείνονται: η βελτίωση της εφαρμογής της περιβαλλοντικής νομοθεσίας, η συνεργασία με την αγορά και τους πολίτες και η ενίσχυση της ενσωμάτωσης του περιβάλλοντος στις κοινοτικές πολιτικές (<http://library.tee.gr>).

Μέσα στα πλαίσια τις ευρωπαϊκής πολιτικής, κάθε χώρα παίρνει και τα δικά της μέτρα και στρατηγικές. Έτσι η στρατηγική της Ελλάδας είναι η αρμονική ένταξη των τουριστικών δραστηριοτήτων στο φυσικό περιβάλλον μέσω της αποφυγής και της αποτελεσματικής διαχείρισης των περιβαλλοντικών πιέσεων που δημιουργούν. Ο στόχος αυτός θα επιτευχθεί με τις εξής δράσεις:

- **Αποτελεσματικότερη διαχείριση του μαζικού τουρισμού**, με έμφαση σε προγράμματα περιβαλλοντικής διαχείρισης που θα αποσκοπούν στη μείωση των πιέσεων στους τοπικούς φυσικούς πόρους όπως στο πόσιμο νερό, μέσω της υιοθέτησης μέτρων για την εξοικονόμηση και ανακύκλωση του νερού ή στην ενέργεια, μέσω της εξοικονόμησης και της προώθησης των ΑΠΕ. Κατά προτεραιότητα επίσης πρέπει να αντιμετωπισθεί το θέμα της διαχείρισης των απορριμμάτων
- **Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος**, με έμφαση στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού που προβάλλει ως βασική αξία το σεβασμό και όχι απλά την εκμετάλλευση του φυσικού περιβάλλοντος. Επίσης, ο αγροτουρισμός και ο συνεδριακός τουρισμός αποτελούν περισσότερο ήπιες τουριστικές δραστηριότητες που δίνουν και τη δυνατότητα διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου.
- **Ανάπτυξη τουριστικών υποδομών**, με στόχο την προσέλκυση και καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών και γνώμονα τη συμβατότητα τους με το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον. Προϋπόθεση η ενεργός συμμετοχή και διαβούλευση με τους τοπικούς φορεί (ΕΚΠ ⁸2002 σελ. 54).

Οι εθνικές προτεραιότητες απεικονίζουν τις ιδιαιτερότητες της χώρας, αντανακλούν όμως και τη συνολική Ευρωπαϊκή προσέγγιση στο ζήτημα της αειφορίας, όπως έχει

⁸ Εθνικό κέντρο περιβάλλοντος και αειφόρου ανάπτυξης

διατυπωθεί στην Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την Αειφόρο Ανάπτυξη που υιοθετήθηκε στο Συμβούλιο Κορυφής του Γκέτεμποργκ, τον Ιούνιο του 2001 ((Κουμέλης, 2006).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

3.1 Γενικά στοιχεία του νομού Λάρισας

Ο νομός Λάρισα καλύπτει το βορειανατολικό τμήμα της Θεσσαλίας. Είναι ο μεγαλύτερος νομός σε έκταση της Ελλάδας. Διαθέτει μοναδικές ομορφιές και ενδείκνυται για διακοπές καθ' όλη τη διάρκεια του έτους καθώς ολόκληρος ο νομός προσφέρει για περιήγηση. Η γνωριμία με τον θεσσαλικό κάμπο, τον θρυλικό ποταμό Πηνειό, την κοιλάδα των Τεμπών, τον Όλυμπο το υψηλότερο βουνό της Ελλάδας, το Αιγαίο Πέλαγος και τα σημαντικά αξιοθέατα του νομού θα σας γεμίσουν με εκπληκτικές εικόνες.

Ο νομός Λάρισα αποτελείται από τις επαρχίες Αγιάς, Ελασσόνας Τύρναβου, Φαρσάλων και Λαρίσης που είναι και η πρωτεύουσα του νομού. Συνορεύει με τους νομούς Πιερίας και Κοζάνης από τα βόρεια, με τους νομούς Γρεβενών, Τρικάλων και Καρδίτσας από τα δυτικά, με τους νομούς Φθιώτιδας και Μαγνησίας από τα νότια και ανατολικά βρέχεται από το Αιγαίο Πέλαγος. Το έδαφος του νομού κατανέμεται σε πεδινό κατά 48%, ημιορεινό κατά 25% και ορεινό κατά 27%. Ο νομός γνώρισε μεγάλη ακμή κατά την διάρκεια της Τουρκοκρατίας, χάρη στην ανεπτυγμένη βιομηχανία. Τα σημάδια αυτής της οικονομικής άνθησης που γνώρισε ο τόπος φαίνονται στα ιστορικά μνημεία της περιόδου και κυρίως στις επιβλητικές εκκλησίες του 16ου και 17ου αιώνα (www.holiday.gr).

Ο συνολικός πληθυσμός του νομού Λάρισα σύμφωνα με την απογραφή του 2001 ανέρχεται σε 279.305 έναντι 270.612 κατοίκους το 1991 και 254.295 το 1981, παρουσιάζοντας μικρή αύξηση. Η οικονομική φυσιογνωμία του Νομού αποτυπώνεται κυρίως με την ανάλυση των τριών τομέων (πρωτογενής, δευτερογενής και τριτογενής) των τοπικών παραγωγικών δραστηριοτήτων. Ο πρωτογενής τομέας αποτελεί βασική παραγωγική δραστηριότητα, στον δευτερογενή τομέα παραγωγής, η επεξεργασία γεωργικών προϊόντων κατέχει σημαντική θέση στην μεταποίηση. Επίσης ιδιαίτερα αναπτύσσεται η επεξεργασία ξύλου, η υφαντουργία, η παραγωγή ενδυμάτων, τροφίμων, χάρτου και μηχανολογικών και

μηχανουργικών κατεργασιών. Τα κυριότερα προβλήματα του δευτερογενούς τομέα είναι η έλλειψη υποδομών και η έλλειψη σύγχρονων μεθόδων παραγωγής. Στον τριτογενή τομέα επικρατούν κυρίως η εμπορική δραστηριότητα και ο κλάδος των διαφόρων υπηρεσιών λόγω της στρατηγικής γεωγραφικής θέσης του νομού, σημαντική οικονομική δραστηριότητα τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται και στον τουρισμό μιας και ο νομός διαθέτει σημαντικές περιοχές υψηλής φήμης, Όλυμπος, Τέμπη καθώς και σημαντικά παράλια (www.larissa-chamber.gr).

3.2 Φυσικοί και περιβαλλοντολογικοί πόροι

Ο Νομός Λάρισας συγκεντρώνει μια αξιόλογη ποικιλία οικοσυστημάτων και ένα περιβάλλον με ιδιαίτερη υψηλή αισθητική, πολιτιστική και ιστορική αξία και ιδιαίτερο φυσικό κάλος. Οι συνθήκες του περιβάλλοντος είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές με διεθνή κριτήρια, ιδιαίτερα αν ληφθούν υπόψη οι δυνατότητες περαιτέρω βελτίωσης (EOT 2012).

Παρακάτω θα γίνεται μια ανάλυση των κυριότερων φυσικών περιβαλλοντολογικών πόρων του Νομού Λάρισας.

Κλίμα. Το κλίμα του νομού Λάρισας έχει βασικά τα στοιχεία του ηπειρωτικού κλίματος της πεδινής περιοχής της Θεσσαλίας, με ετήσιο θερμομετρικό εύρος άνω των 22°C. Η μέση ετήσια θερμοκρασία στις πεδινές περιοχές κυμαίνεται μεταξύ 16 και 17°C. Το καλοκαίρι είναι εξαιρετικά θερμό, με τη μέγιστη θερμοκρασία στην πόλη της Λάρισας να έχει αγγίξει τους 45°C. Οι βροχές είναι λιγότερες στο εσωτερικό πεδινό τμήμα και περισσότερες στα παράκτια τμήματα (<http://diocles.civil.duth.gr>).

Ακτές. Οι ακτές του Ν. Λάρισας με 60 χιλιόμετρα ακτογραμμής είναι το καλύτερο περιβάλλον για άσκηση θαλάσσιων σπορ όπως κολύμπι, θαλάσσιο σκι, ιστιοπλοΐα (όμιλος, σχολή για παιδιά), ιστιοσανίδα και κανό (www.golden-greece.gr).

Βουνά. Ο Όλυμπος είναι το ψηλότερο βουνό της Ελλάδας (2.917 μ.) και το 2ο στα Βαλκάνια. Έχει έκταση 174.200 στρ. Οριοθετείται Β. από τα Στενά της Πέτρας και Ν. από την Κοιλιάδα των Τεμπών (Νομοί Πιερίας και Λάρισας). Το ρέμα της Ζηλιάνας στην περιοχή Καρυάς τον χωρίζει σε δύο τμήματα, τον κυρίως όγκο και τον Κάτω Όλυμπο (περισσότερο στο Ν. Λάρισας). Καθώς ορθώνεται στα όρια Θεσσαλίας-Μακεδονίας και στο μέσο περίπου της ηπειρωτικής Ελλάδας, είναι εύκολα προσπελάσιμος από το εθνικό οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο και από επαρχιακούς δρόμους και είναι επίσης ορατός από τις κορυφές των περισσότερων βουνών της Ελλάδας. Έκταση 44.500 στρ. του Ολύμπου χαρακτηρίστηκε

Εθνικός Δρυμός το 1938 (Ν. Πιερίας και Λάρισας), ενώ η UNESCO κήρυξε το βουνό «Απόθεμα της Βιόσφαιρας». Το καθεστώς προστασίας του Δρυμού συντελεί τόσο στη διάσωση της γλωρίδας και πανίδας, όσο και στην ολοκληρωμένη και συστηματική καταγραφή τους. Ο πυρήνας του Εθνικού Δρυμού (ψηλές κορυφές, χαράδρα του Μαυρόλογγου, κοιλάδα του ποταμού Ενιπέα) και οι ορθοπλαγιές στα Μικρά και Μεγάλα Καζάνια, αποτελούν σημαντικούς βιότοπους για πολλά και σπάνια είδη φυτών και ζώων. Η εντυπωσιακή και άγρια ομορφιά του, όπως και οι μύθοι που τον συνοδεύουν, αποτελούν μόνο τις αφορμές για τις χιλιάδες των τουριστών, που τον επισκέπτονται κάθε χρόνο. Πέντε ορειβατικά καταφύγια αναλαμβάνουν την εξυπηρέτησή τους, προσφέροντας διαμονή και διατροφή. Η Όσσα ή Κίσσαβος, το δεύτερο ψηλότερο βουνό του νομού βρίσκεται στα ΒΑ. του Νομού, διακρίνεται από τον Κάτω Όλυμπο με την κοιλάδα των Τεμπών, ενώ Β. και Α. ορίζεται από το ροή του Πηνειού και το Αιγαίο Πέλαγος αντίστοιχα. Μία έκταση 16.900 εκταρίων είναι χαρακτηρισμένη «**Αισθητικό Δάσος της Όσσας**» και προστατεύεται από το Πανευρωπαϊκό Δίκτυο ΦΥΣΗ 2000 (NATURA 2000). Το οδικό δίκτυο του βουνού είναι εκτεταμένο και βατό σχεδόν όλες τις εποχές του χρόνου, δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους ταξιδιώτες να το απολαύσουν. Η ψηλότερη κορυφή («Προφ. Ηλίας» 1.978 μ.) είναι ορατή από όλο σχεδόν το Νομό. Εδώ βρίσκεται και το γραφικό εκκλησάκι του Προφήτη Ηλία, στο οποίο εισέρχεται κανείς από άνοιγμα στο πάνω μέρος, καθώς χωμένο είναι στο έδαφος. Αποτελεί ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις της φύσης και της περιπέτειας, καθώς διασχίζεται από καλοσημαδεμένα μονοπάτια (02), διαθέτει οργανωμένα αναρριχητικά πεδία, ενώ παράλληλα προσφέρεται για κατάβαση φαραγγιών, ποδηλασία βουνού. Το Ορειβατικό Καταφύγιο του Ε.Ο.Σ. Λάρισας στη θέση «Κάναλος» (1.604 μ. υψ.) διαθέτει κατάλληλη υποδομή για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών, κυρίως κατά τη θερινή περίοδο. Ο Τίπαρος βρίσκεται στα βόρεια του Νομού και δυτικά του Ολύμπου και είναι το τρίτο ψηλότερο βουνό του Νομού με υψ. 1.838 μ. (κορυφή «Σάπκα»). Είναι κατάφυτο, κυρίως στις ΒΑ. πλαγιές του από δρύες χαμηλά και αιωνόβιες οξιές ψηλότερα. Το νότιο τμήμα του είναι υποβαθμισμένο από την υπερβόσκηση. Η πανίδα του αποτελείται κυρίως από κοινά δασικά είδη (αγριογούρουνα, αλεπούδες, δρυοκολάπτες, κίτσες κ.ά.). Προσφέρει μοναδική θέα στον Όλυμπο και ιδιαίτερα στις ψηλότερες κορυφές αλλά και στα Πιέρια, όπως και στον Περραιβικό κάμπο. Πανέμορφες πεζοπορικές διαδρομές διασχίζουν το βουνό, με αφετηρία το γραφικό Λιβάδι, τον μοναδικό οικισμό, που είναι χτισμένος στις πλαγιές του βουνού. Τα Αντιχάσια βρίσκονται στα δυτικά του Νομού στα όρια με το Νομό Τρικάλων. Πρόκειται για όρη χωρίς έντονες χαραδρώσεις, αλλά με πολυάριθμες πτυχώσεις και διακλαδώσεις. Ψηλότερη κορυφή είναι η «Μαμαλή» (1.424 μ.) με τον χαρακτηριστικό τουρκικό οροθετικό

σταθμό του 1881. Το Μαυροβούνι Το κατάφυτο Μαυροβούνι (1.054 μ.) υψώνεται ανάμεσα στην Όσσα (Κίσσαβος) και το Πήλιο και αποτελεί σημαντικό βιότοπο για πολλά είδη αρπακτικών, όπως ο γυπαετός, ο ασπροπάρης και ο φίδαετός. Προστατεύεται από το ευρωπαϊκό δίκτυο NATURA 2000. Το Μαυροβούνι καλύπτεται κυρίως από δάση δρυός, οξιάς και καστανιάς. Τα αείφυλλα-πλατύφυλλα καταλαμβάνουν το κατώτερο μέρος του βουνού, ενώ οι αριές σχηματίζουν πυκνά δάση στις ανατολικές πλαγιές του. Στις όχθες των ρεμάτων φύονται σκλήθρα, πλατάνια, ιτιές και λεύκες. Η Μελούνα Τα ξερά και άνυδρα υψώματα της Μελούνας, που υψώνονται στην περιοχή Τύρναβου-Ελασσόνας, υπήρξαν θέατρο επιχειρήσεων κατά τον πόλεμο του 1912-13 (<http://diocles.civil.duth.gr>).

Λίμνες. Δύο είναι οι μεγάλες λίμνες του νομού η λίμνη Κάρλα που πλέον είναι αποξηραμένη και η λίμνη Καλιππεύκης. Σημαντική επίσης τεχνική λίμνη είναι η λίμνη Πλαστήρα.

Ποτάμια. Ο Πηνειός με μήκος 205 χλμ. είναι ένα από τα μεγαλύτερα ελληνικά ποτάμια και απορρέει μια λεκάνη έκτασης 9.500 τ. χλμ. Κατέχει την 3η θέση ανάμεσα στους ποταμούς της Ελλάδας μετά τον Αλιάκμονα (297 χλμ.) και τον Αχελώο (220 χλμ.). Πηγάζει από τις Δ. πλαγιές της Ν. Πίνδου στα όρια των Ν. Ιωαννίνων και Τρικάλων. Οι σημαντικότεροι παραπόταμοί του στο Ν. Λάρισα είναι ο Τιταρήσιος, που απορρέει από τη λεκάνη της Ελασσόνας και ο Ενιπέας, που συγκεντρώνει τα νερά από τις περιοχές νότια της Λάρισας. Αρδεύει το μεγαλύτερο μέρος του θεσσαλικού κάμπου αλλά προσφέρεται και για αναψυχή, ψάρεμα, κυνήγι, όπως και για δραστηριότητες (ράφτιγκ και κανό-καγιάκ από το Βερνέζι ως τις εκβολές του). Η παρόχθια βλάστησή του είναι πλούσια: κατά μήκος του εντοπίζεται ο πλάτανος, η φτελιά, η ντουσκοβαλανιδιά. Το εντυπωσιακότερο τμήμα του ποταμού είναι η διάβασή του από τα στενά των Τεμπών, ανάμεσα στις ορθοπλαγιές του Ολύμπου και του Κισσάβου. Ο Τιταρήσιος. Στον Τιταρήσιο ή Βούλγαρη ποταμό συμβάλλουν δύο χείμαρροι, ο Ελασσονίτης, που συγκεντρώνει τα νερά από τις πλαγιές του Ολύμπου και ο Ξεριάς, που πηγάζει από την περιοχή της Δεσκάτης (<http://diocles.civil.duth.gr>).

Προστατευμένες περιοχές. Προστατευμένες περιοχές στον Νομό Λάρισα είναι ο εθνικός δρυμός Όλυμπου, η κοιλάδα των Τεμπών, τα δάση όρους Όσσα. Συνολικά στον εθνικό κατάλογο του δικτύου NATURA περιλαμβάνονται 26 περιοχές της περιφέρειας Θεσσαλίας (ΕΟΤ 2012).

Παραλίες. Από τα Μεσάγγαλα και το Καστρί Λουτρό βόρεια του δέλτα του Πηνειού μέχρι το Πήλιο με ενδιάμεσους σταθμούς τα γραφικά χωριά, έχουμε τις πανέμορφες

παραλίες του Στομίου της Καρίτσας, του Κόκκινου νερού, της Κουτσουπιάς, Παλιουριάς, Βελίκας, Σωτηρίτσας, Αγιοκάμπου, Πολυνδενδρίου, Ρακοποτάμου.

3.3 Πολιτισμικοί και ιστορικοί πόροι

Μνημεία. Ο Νομός της Λάρισας έχει να επιδείξει ιδιαίτερη μνημειακή κληρονομιά και πολιτιστικό πλούτο. Η Ιστορία της περιοχής ξεκινά από την αρχαιότητα και φτάνει έως σήμερα. Ιδιαίτερος είναι ο πλούτος των Βυζαντινών μνημείων, κυρίως Μοναστήρια και Εκκλησίες, τα οποία είναι διάσπαρτα σε όλο το νομό. Συνολικά καταγράφονται 107 μνημεία βυζαντινής περιόδου. Σημαντικά από αυτά είναι: Το αρχοντικό Γεωργίου Σβάρτς στα Αμπελάκια, στο οποίο λειτουργούσε η έδρα της Κοινής Συντροφιάς των Αμπελακίων (του Συνεταιρισμού) και το οποίο ήταν το σπίτι του προέδρου του Συνεταιρισμού, η Μονή της Παναγίας της Ολυμπιώτισσας, λίγο έξω από την Ελασσόνα, ένα μοναστήρι με πολλά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά σε επίπεδο αρχιτεκτονικής, η μονή Προφήτη Ηλία στον Τύρναβο.

Τοπικά προϊόντα γιορτές-εκδηλώσεις Τον έντονο γεωργικό χαρακτήρα του νομού φροντίζουν να υπενθυμίζουν οι κάτοικοι με γιορτές των τοπικών προϊόντων (γιορτή κερασιού, κάστανου, κρασιού, καλαμποκιού, βαμβακιού, φέτας κ.ά.). Οι γιορτές αυτές δίνουν την ευκαιρία να διαφημίζονται τα κατά τόπους προϊόντα σε όλη τη χώρα, σε συνδυασμό με πλούσιο ψυχαγωγικό και πολιτιστικό πρόγραμμα. Τόσο οι άνθρωποι της υπαίθρου όσο και των πόλεων συνεχίζουν αυτή την παράδοση των εορταστικών δρώμενων, αποδίδοντας στη συγκεκριμένη μέρα το όνομα του προϊόντος. Τέτοιες γιορτές είναι: η γιορτή κερασιού στο Μεσοχώρι, η γιορτή μήλου στην Αγιά, γιορτή βαμβακιού στο Κιλελέρ, στο Ομόλιο γιορτή καλαμποκιού, γιορτή κρασιού στη Ραψάνη και στον Αμπελώνα. Επίσης μεγάλη πολιτιστική εκδήλωση είναι το καρναβάλι του Τυρνάβου με αρκετών χρόνων έθιμο, το μπουρανί. Στην πόλη της Λάρισας μεγάλες εκδηλώσεις αποτελούν η γιορτή Πηνειού και το φεστιβάλ κινηματογράφου που διεξάγεται από τον πολιτιστικό οργανισμό Λάρισας.

Θρησκευτικά μνημεία. Ο Νομός Λάρισας με πλούσια ιστορία είναι γεμάτος με μεγάλο αριθμό χριστιανικών μνημείων, ιδιαίτερα μάλιστα στις ορεινές και ημιορεινές περιοχές, αφού στους κάμπους κατοίκησαν μαζί οι Τούρκοι και οι Χριστιανικοί πληθυσμοί

κατά μεγάλο μέρος περιορίστηκαν στα πιο ορεινά μέρη. Τα πιο αξιόλογα από αυτά είναι, η Αγία Παρασκευή στα Τέμπη, το οποίο είναι χτισμένο πάνω από τον Πηγείο ποταμό και προσελκύει κάθε χρόνο μεγάλο αριθμό επισκεπτών.

3.4 Ανθρωπογενείς πόροι

Μουσεία. Στο τουρκικό τζαμί («Γενί Τζαμί») στην πλατεία Λαού στην οδό 31ης Αυγούστου, που είναι χτισμένο στα τέλη του 19ου αιώνα, στεγάζεται το Αρχαιολογικό Μουσείο της πόλης. Το λαογραφικό μουσείο Λάρισας αποτελεί πρότυπο Λαογραφικού Ιστορικού Μουσείου του ελληνικού χώρου και στέγη για την πλούσια λαογραφική κληρονομιά του τόπου. Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να δει κειμήλια, έργα τέχνης, συλλογή χαρακτηριστικών έργων, απλά αντικείμενα του τρόπου ζωής του προμηχανικού και προβιομηχανικού ανθρώπου. Το μουσείο του Ιπποκράτη, του πατέρα της Ιατρικής, Ιπποκράτη, βρίσκεται απέναντι από το πάρκο του Αλκαζάρ. Το λαογραφικό ιστορικό μουσείο Αμπελακίων που εγκαινιάστηκε στις 14/10/2001, ιδρύθηκε με σκοπό να στεγάσει την ιστορία των Αμπελακίων. Ποικιλία εκθεμάτων, κατάλληλη οργάνωση και πολλές θεματικές ενότητες, είναι τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν το Λαογραφικό Μουσείο Γόννων, το οποίο στάθηκε στα πόδια του με τη βοήθεια εθελοντικής εργασίας (Βασίλης Καραβιδές) και οικονομικών ενισχύσεων. Εγκαινιάστηκε επίσημα το 2000 Το μουσείο Σαρανταπόρου και «Χάνι Χατζηγώγου (<http://diocles.civil.duth.gr>).

Παραδοσιακοί οικισμοί. Στις ΒΔ. πλαγιές του Κισσάβου, σε απόσταση 31 χλμ από τη Λάρισα βρίσκεται ο διατηρητέος ιστορικός οικισμός των Αμπελακίων. Στα Αμπελάκια ιδρύθηκε ο **πρώτος συνεταιρισμός στον κόσμο**, το 1778, που ονομαζόταν «Κοινή Συντροφιά και Αδελφότης Αμπελακίων». Το Λιβιάδι, έδρα του ομώνυμου Δήμου, απέχει από την Ελασσόνα 35 χλμ., παλιότερα συναντάται ως Βλαχολίβαδο και η ίδρυσή του ανάγεται στο 17ο αιώνα. Το χωριό της Ανατολής ανήκει στο Δήμο Λακέρειας και είναι χτισμένη στις Ν. πλαγιές του Κισσάβου σε υψόμετρο 1.000 μ. Ιδρύθηκε κατά μία άποψη από Σλάβους γεωκτηνοτρόφους. Η αντιστασιακή δράση του χωριού είναι γνωστή από τους αγώνες του

καπετάν-Κισσάβου. Τα πανηγύρια του καλοκαιριού με τις μουσικοχορευτικές εκδηλώσεις, συγκεντρώνουν πλήθος επισκεπτών.

Γραφικό χωριό το οποίο πρωτοκατοικήθηκε μεταξύ των ετών 1425 και 1455 και το πρώτο όνομά του ήταν Θάνατος ή Χωρίον Θανάτου, ενώ αργότερα αναφέρεται ως Αθάνατη, είναι η Μελιβοία, όνομα που υπάρχει από το 1920. Με βασικά προϊόντα το **κρασί και το μετάξι** έγινε γνωστό το Χωρίον Θανάτου στη γύρω περιοχή. Σήμερα ο επισκέπτης βρίσκει μια ιδιαίτερη **γαλήνη**, βιώνοντας ιδιαίτερα το αίσθημα της καταφυγής στην ίδια τη φύση.

Το Μεγαλόβρυσο είναι κηρυγμένος παραδοσιακός οικισμός, αφού αρκετά από τα σπίτια παραμένουν αναλλοίωτα στο χρόνο, καθώς ντόπιοι και Ηπειρώτες μάστορες συνέθεταν με μοναδικό τρόπο την πέτρα και το ξύλο.. Η Ραψάνη, χτισμένη από το 10 αι., σε υψόμετρο 550 μ. ανήκει στο Δήμο Κάτω Ολύμπου και περιλαμβάνει τον οικισμό της Περταταριάς. Η Καλλιπεύκη βρίσκεται 56 χλμ ΒΑ. της Λάρισας και ανήκει στο Δήμο Γόννων. Τέλος σημαντικοί είναι οι οικισμοί Παλιόπυργος, το Μεταξοχώρι, η Καρίτσα. (www.tourismларissa.gr).

3.5 Υποδομές και υπηρεσίες

Ξενοδοχεία-ενοικιαζόμενα δωμάτια. Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ⁹ Θεσσαλίας καταγράφονται 47 ξενοδοχεία στο Νομό Λάρισας. Από τα 47 ξενοδοχεία τα 21 βρίσκονται μέσα στην Λάρισα. Υπάρχει ένα ξενοδοχείο 5 αστέρων και ένα 4 αστέρων μέσα στην πόλη Λάρισα, ενώ τα περισσότερα είναι 3 και 2 αστέρων. Τα παράλια και τα ορεινά μέρη έχουν μικρό αριθμό ξενοδοχείων, ενώ τα περισσότερα ξενοδοχεία εκτός πόλης βρίσκονται στην σπηλιά Δ. Νέσσωνας, στο Κόκκινο Νερό και στο Στόμιο.

Ο αριθμός των ενοικιαζόμενων δωματίων στο νομό είναι 230. Τα περισσότερα από αυτά βρίσκονται στην Βολικά 60 και στο Κόκκινο Νερό 50.

Τουριστικές επιχειρήσεις. Καταγράφονται 42 γραφεία γενικού τουρισμού των οποίων η έδρα τους είναι μέσα στην Λάρισα, 9 γραφεία εσωτερικού τουρισμού, 11 γραφεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων και 25 επιχειρήσεις οδικών μεταφορών (www.tourismларissa.gr).

⁹ Ο ΕΟΤ, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού από την γέννησή του σκοπό είχε να προβάλλει τον Ελληνικό Τουρισμό και να διασφαλίζει την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών

Λιμάνια. Το μοναδικό λιμάνι του νομού εγκαινιάστηκε στις 4 Αύγουστου 2009 στην περιοχή του Αγιοκάμπου και θα συνδέει την Χαλκιδική, την Θεσσαλονίκη και Σποράδες με τον νομό Λάρισας.

Οδικό σιδηροδρομικό δίκτυο. Η Λάρισα συνδέεται με πλούσιο σιδηροδρομικό και οδικό δίκτυο με όλη την Ελλάδα. Αν και καλό το οδικό δίκτυο του νομού, υπάρχει η δυνατότητα για περαιτέρω ανάπτυξή του, ειδικά προς τα παράλια του. Επίσης στο διάστημα της συγγραφής της παρούσας εργασίας, η εθνική οδός Λάρισας - Θεσσαλονίκης που περνά από τα Τέμπη διακόπηκε λόγω κατολίθησης βράχων στα Τέμπη, με αποτέλεσμα την υποβάθμιση του τουρισμού στο Νομό Λάρισας. Όσον αφορά το σιδηροδρομικό δίκτυο, υπάρχουν συχνά δρομολόγια προς όλες σχεδόν τις μεγάλες πόλεις της Ελλάδος.

Αθλητικές υποδομές. Μέσα στην πόλη συγκεντρώνονται όλες οι αθλητικές υποδομές, το γήπεδο ποδοσφαίρου της ΑΕΛ, κολυμβητήριο, γήπεδα τένις και βόλεϊ, γήπεδο μπάσκετ. Εν όψει των Μεσογειακών Αγώνων κατασκευάζεται νέο γήπεδο ποδοσφαίρου¹⁰, θα κατασκευαστούν τριακόσια πενήντα σπίτια τα οποία θα φιλοξενήσουν τους αθλητές, γήπεδο ιππασίας στην αβερώφιο σχολή και εναέρια ποδηλατοπεζογέφυρα. Σύμφωνα με συνέντευξη του δημάρχου Λαρισαίων κύριο Τζανακούλη στην εφημερίδα Ελευθερία στις 26 Ιανουαρίου 2010, οι μεσογειακοί αγώνες θα φέρουν ανάπτυξη στην περιοχή.

3.6 Αφίξεις - διανυκτερεύσεις

Η τουριστική ζήτηση στον νομό Λάρισας εκφράζεται από τις αφίξεις¹¹ και διανυκτερεύσεις¹² των ημεδαπών και αλλοδαπών επισκεπτών στα τουριστικά καταλύματα¹³. Επεξεργάζοντας τα στοιχεία της ΕΣΥΕ για τα έτη 2007 και 2008 και για τους 12 μήνες του χρόνου σύμφωνα με τους πίνακες 3 και 4 διαπιστώνουμε τα εξής : το έτος **2007** οι αφίξεις των ημεδαπών είναι περισσότερες από των αλλοδαπών, 119491 έναντι 10396, καθώς και οι διανυκτερεύσεις, 21.1790 έναντι 25.565, πράγμα που φανερώνει ότι κύρια αγορά του νομού Λάρισας είναι εσωτερικοί τουρίστες. Παρατηρούμε ακόμη ότι τον Ιούνιο του 2007 έχουμε

¹⁰ Το νέο γήπεδο της ΑΕΛ κατασκευάζεται επί της Καρδίσης

¹¹ Η άφιξη (αναχώρηση) ορίζεται ως ένα άτομο που αφικνείται σε (αναχωρεί από) ένα συλλογικό κατάλυμα ή ένα ιδιωτικό τουριστικό κατάλυμα και πραγματοποιεί τις σχετικές διατυπώσεις άφιξης (αναχώρησης).

¹² Διανυκτέρευση είναι κάθε νύκτα που περνά ένας επισκέπτης (κοιμάται η παραμένει) ή καταγράφεται (χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική του παρουσία) σ' ένα συλλογικό κατάλυμα ή σ' ένα ιδιωτικό τουριστικό κατάλυμα.

¹³ Κάθε εγκατάσταση η οποία διατίθεται τακτικά ή περιστασιακά για τη διανυκτέρευση τουριστών

τον μεγαλύτερο αριθμό διανυκτερεύσεων 23.374, ενώ οι μικρότερες διανυκτερεύσεις είναι το Δεκέμβριο μήνα με 15.364.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Μήνες	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Σύνολο αφίξεων 2007	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Σύνολο διανυκτερεύσεων 2007
1	598	9865	10463	1318	16630	17948
2	637	10016	10653	1346	17414	18760
3	689	11026	11755	1651	18552	20203
4	1023	11995	13010	1859	20993	22852
5	929	12065	12994	1882	20507	22389
6	1003	12412	13415	2336	21038	23374
7	911€	8505	9416	2649	17909	20558
8	1257	7505	8762	4084	16110	20194
9	1141	9928	11069	3019	17868	20887
10	794	8979	9773	2082	15354	17436
11	646	9282	9920	1649	15741	17390
12	768	7913	8681	1630	13674	15364
Σύνολο	10396	119491	129887	25565	211790	237355

Πηγή ΕΣΥΕ ,αφίξεις - διανυκτερεύσεις 2007

Το έτος **2008**, σύμφωνα με τον πίνακα 4, διαπιστώνεται ότι εξακολουθούν οι αφίξεις ημεδαπών να είναι μεγαλύτερες από αυτές των αλλοδαπών, καθώς και οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών που ξεπερνούν κατά πολύ αυτές των αλλοδαπών με 182.188 έναντι 24.468. Επίσης τον Νοέμβριο του 2008 έχουμε το μεγαλύτερο αριθμό διανυκτερεύσεων 20.463, ενώ τις μικρότερες διανυκτερεύσεις τον Ιανουάριο του 2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

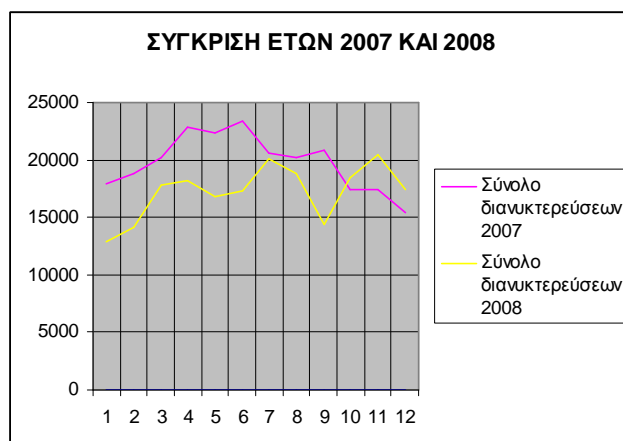
Μήνες	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Σύνολο αφίξεων 2008	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Σύνολο διανυκτερεύσεων 2008

1	435	7004	7439	918	11924	12842
2	514	7402	7916	980	13114	14094
3	866	9358	10224	1739	16009	17828
4	880	8900	9780	1920	16238	18158
5	820	9139	9959	2189	14617	16806
6	815	8403	9218	2341	15005	17346
7	1009	8034	9043	3433	16652	20085
8	1118	6269	7387	3614	15210	18824
9	937	7277	8214	1930	12435	14365
10	714	9008	9722	1702	16675	18377
11	871	10166	11037	2151	18312	20463
12	713	8761	9474	1551	15917	17468
Σύνολο	9692	99721	109413	24468	182188	206656

Πηγή ΕΣΥΕ ,αφίξεις - διανυκτερεύσεις 2008

Εξετάζοντας τα διαθέσιμα στοιχεία από τα πιο πρόσφατα έτη που η στατιστική υπηρεσία ¹⁴έκανε τις απογραφές το 2007 και 2008, βλέπουμε ότι το έτος 2007 έχουμε συνολικό αριθμό διανυκτερεύσεων 237.355, ενώ το έτος 2008 έχουμε 206.656 δηλαδή μια μείωση στον αριθμό των τουριστών

Διάγραμμα 1



14 Η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.) είναι Γενική Γραμματεία που ανήκει στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών. Είναι επιφορτισμένη με το έργο της συλλογής στατιστικών στοιχείων. Η Στατιστική Υπηρεσία συλλέγει στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον πληθυσμό (είναι υπεύθυνη για την διεξαγωγή απογραφής πληθυσμού κάθε 10 χρόνια), την υγεία και την κοινωνική ασφάλιση, την απασχόληση και την ανεργία, την εκπαίδευση, κλπ. Χρήση των στατιστικών στοιχείων που συλλέγει η Ε.Σ.Υ.Ε. κάνουν τόσο το ελληνικό κράτος, όσο και διεθνείς οργανισμοί, όπως η ΟΥΝΕΣΚΟ, ο Ο.Η.Ε., ο Ο.Ο.Σ.Α., αλλά και επιχειρήσεις, επιστήμονες και απλοί πολίτες.

Σύμφωνα με την έρευνα που διεξήχθη από την εταιρεία Hospitality& Tourism Consulting, οι επισκέπτες του Νομού το 2008 κυμανθήκαν 90.000-110.000 από τους οποίους οι αλλοδαποί προσεγγίζουν το 10%. Οι ξένοι τουρίστες προέρχονται κυρίως από την Ανατολική Ευρώπη, Πολωνία, Τσεχία, Ουγγαρία, πραγματοποιούν 9 ήμερη ή 7 ήμερη διαμονή και ξοδεύουν λιγότερο από 500 ευρώ το άτομο για το σύνολο των διακοπών τους (www.kerdos.gr).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Ανάλυση έρευνας

Σύμφωνα με τον Χρήστου « έρευνα τουριστικής αγοράς είναι ο τρόπος με τον οποίο αυτοί που παρέχουν τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες παραμένουν σε στενή επαφή με τις ανάγκες και τις επιθυμίες αυτών που αγοράζουν και χρησιμοποιούν αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες». (Χρήστου Ε. 1999, σελ. 34)

Τα κύρια είδη έρευνας μιας τουριστικής αγοράς είναι η ποσοτική και η ποιοτική έρευνα. Στη συγκεκριμένη εργασία χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική έρευνα. Τα χαρακτηριστικά της ποσοτικής έρευνας, τα οποία διαπιστώνονται και ακολουθούνται στη συγκεκριμένη μελέτη είναι :

- Ο μικρός αριθμός ατόμων που εξετάζονται, το δείγμα
- Η χρησιμοποίηση των πιθανοτήτων για τον υπολογισμό του μεγέθους δείγματος που θα εξεταστεί
- Η χρήση ακριβώς των ίδιων ερωτήσεων προς όλα τα άτομα του δείγματος
- Η διατύπωση συμπερασμάτων με βάση τη στατιστική ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν
- Η συχνότητα χρησιμοποίησης κλειστών ερωτήσεων
- Η μέτρηση απόψεων και συμπεριφορών με προκαθορισμένες κλίμακες.

Σκοπός της έρευνας είναι να διευκρινιστούν οι προοπτικές ανάπτυξης τουρισμού μέσα από τις στάσεις, απόψεις και αντιλήψεις των τουριστών που επισκέπτονται το Νομό

Λάρισας. Μέσα από δευτερογενείς και πρωτογενείς πληροφορίες, έγινε προσπάθεια να σκιαγραφηθεί το τουριστικό προφίλ του νομού και των τουριστών. Η τουριστική έρευνα χωρίζεται σε δευτερογενής και πρωτογενής.

4.2 Δευτερογενής έρευνα

Η δευτερογενής έρευνα περιλαμβάνει στοιχεία και πληροφορίες ήδη καταγεγραμμένα χωρίς την δική μας συμβολή. Για το θεωρητικό υπόβαθρο αναζητήθηκαν πληροφορίες και στοιχεία από την υπάρχουσα βιβλιογραφία, ελληνική και ξενόγλωσση, ενώ για την καταγραφή των πόρων και στοιχείων ανάπτυξης του νομού Λάρισας, από πηγές ηλεκτρονικής μορφής, όπως η Ε.Σ.Υ.Ε. καθώς και από στατιστικά στοιχεία του Ε.Ο.Τ. Λάρισας. Σύμφωνα με τον Χρήστου τα πλεονεκτήματα μιας δευτερογενής έρευνας είναι:

- i. Εύκολος τρόπος έρευνας, δεν απαιτούνται υπηρεσίες εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού
- ii. Ιδιαίτερα οικονομικός τρόπος συλλογής στοιχείων σε σύγκριση με την πρωτογενή έρευνα\
- iii. Το ερευνητικό πρόγραμμα είναι δυνατόν να ολοκληρωθεί σε πολύ μικρότερο χρονικό διάστημα από ένα αντίστοιχο πρωτογενούς έρευνας
- iv. Η συλλογή των στοιχείων μπορεί να γίνει με απόλυτη εχεμύθεια και διακριτικότητα

Τα μειονεκτήματα των δευτερογενούς στοιχείων είναι:

- i. Σε πολλές περιπτώσεις οι πληροφορίες που συγκεντρώνονται δεν ανταποκρίνονται η δεν ταιριάζουν στο πρόβλημα που μελετάται
- ii. Η πιθανότητα να συγκεντρωθούν ανεπίκαιρα στοιχεία. Για παράδειγμα εξαιτίας της παρόδου του χρόνου, πολλές δευτερογενείς πηγές αχρηστεύονται γιατί προσφέρουν πληροφορίες που δεν ανταποκρίνονται πλέον στην σύγχρονη πραγματικότητα (Χρήστου Ε. 1999, σελ. 57).

4.3 Πρωτογενής έρευνα

Τα στοιχεία τα οποία δεν μπορούμε να τα βρούμε σε δευτερογενείς πηγές, είναι δηλαδή πρωτότυπα και συγκεντρώνονται ειδικά για την λύση κάποιου συγκεκριμένου προβλήματος, συντελούν την πρωτογενή έρευνα η όπως αλλιώς αποκαλείτε κλασική

ερευνητική μέθοδος. Οι τρόποι συλλογής πρωτογενών στοιχείων είναι τέσσερις, η χρήση ερωτηματολογίου, οι συνεντεύξεις σε βάθος, ο πειραματισμός, η μέθοδος παρατήρησης.

Η πρωτογενής έρευνα συνήθως διεξάγεται από ειδικευμένους οργανισμούς κατά εντολή των πελατών της με κάποια συμφωνημένη αμοιβή. Όμως και μικρότερες επιχειρήσεις με περιορισμένους οικονομικούς πόρους μπορούν να πραγματοποιούν μικρότερης κλίμακας ποσοτικές έρευνες, αρκεί να ακολουθούν μεθόδους επιστημονικές και συστηματικές. Αντίστοιχα, ορισμένες πολύ μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες διατηρούν οργανωμένο τμήμα έρευνας μάρκετινγκ είναι σε θέση να διεξάγουν πρωτογενή έρευνα αρκετά μεγάλης κλίμακα (Χρήστου Ε. 1999, σελ.63).

Η συλλογή των στοιχείων έγινε με την πλέον δημοφιλή και γνωστή μέθοδο, τη χρήση ερωτηματολογίου και η έρευνα διεξήχθη σε επισκέπτες τουρίστες του Νομού Λάρισας.

4.4 Μεθοδολογία του ερωτηματολογίου, προσδιορισμός πληθυσμιακού δείγματος έρευνας, στόχοι ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο είναι το πλέον διαδομένο ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για τη συλλογή στοιχείων. Ένα ερωτηματολόγιο αποτελείται από μια σειρά ερωτήσεων για τις οποίες ζητούνται απαντήσεις από τα άτομα του δείγματος. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα του ερωτηματολογίου έναντι άλλων ερευνητικών εργαλείων είναι η μεγάλη τους ευελιξία και προσαρμοστικότητα ως προς τους τρόπους που μπορούν να εκφραστούν οι ερωτήσεις. Υπάρχουν δύο βασικές κατηγορίες ερωτηματολογίου: το δομημένο και το μη δομημένο (Χρήστου Ε. 1999 σελ. 129).

Στη συγκεκριμένη εργασία επιλέχθηκε η χρήση του δομημένου ερωτηματολογίου. Επιλεχτήκαν 15 ερωτήσεις κλειστές και μια ερώτηση ανοικτή η οποία τοποθετήθηκε ως τελευταία ερώτηση για να μην δυσκολέψει τους ερωτηθέντες. Οι ερωτήσεις είναι τύπου ΝΑΙ ΟΧΙ και κλίμακας Likert, σπουδαιότητας, βαθμολόγησης.

Για την τελική μορφή του ερωτηματολογίου έχει διεξαχθεί **πilotική έρευνα** στις 10 Ιανουαρίου του 2010. Το ερωτηματολόγιο δόθηκε για συμπλήρωση σε τέσσερις τουρίστες σε ξενοδοχείο πέντε αστέρων στη Λάρισα για να διαπιστωθεί η κατανόηση και η πληρότητα των ερωτήσεων. Μετά από τις αναγκαίες διορθώσεις από την pilotική έρευνα και τις παρατηρήσεις της επιβλέπουσας καθηγήτριας Ελένης διδασκάλου, το ερωτηματολόγιο πήρε την τελική μορφή.

Ο τρόπος διανομής των ερωτηματολογίων είναι η προσωπική επαφή με τους υπεύθυνους των τιμημάτων υποδοχής των ξενοδοχείων. Στη συνέχεια οι ρεσεψιονίστ έδωσαν τα ερωτηματολόγια στους τουρίστες κατά την αποχώρησή τους από τα ξενοδοχεία.

Στη διαδικασία επιλογής δείγματος επιλέχτηκε η τυχαία δειγματοληψία. Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε σε μέρη συγκέντρωσης τουριστών. Επειδή ο νομός δεν έχει λιμάνι ή αεροδρόμιο, το μόνο μέρος συγκέντρωσης τουριστών είναι τα τουριστικά καταλύματα. Ο αριθμός των ερωτηθέντων τουριστών είναι εκατό άτομα από το σύνολο των τουριστών που φτάνουν στην Λάρισα.

Οι **στόχοι** του ερωτηματολογίου είναι:

- Ø Εύρεση και καταγραφή του προφίλ του τουρίστα - καταναλωτή που επισκέπτεται την περιοχή
- Ø Εύρεση και καταγραφή των λόγων επίσκεψης
- Ø Καταγραφή και αξιολόγηση των κριτηρίων επιλογής του Νομού Λάρισας ως προορισμού
- Ø Καταγραφή των δραστηριοτήτων που αναπτύσσουν οι τουρίστες κατά την παραμονή τους
- Ø Καταγραφή των δραστηριοτήτων που θα επιθυμούσαν να συμμετέχουν μελλοντικά
- Ø Αξιολόγηση των τουριστικών υποδομών
- Ø Καταγραφή των μορφών τουρισμού που θα αποτελέσουν κίνητρο για εκ νέου επίσκεψη από τους τουρίστες
- Ø Απογραφή των σημαντικότερων παραγόντων που θα συμβάλουν στην αύξηση της επισκεψιμότητας
- Ø Αξιολόγηση των δραστηριοτήτων εκείνων που συμβάλλουν στην προσέλκυση τουριστών
- Ø Αξιολόγηση της δυνατότητας ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού στο Νομό Λάρισας, με την διοργάνωση των μεσογειακών αγώνων από τις πόλεις Λάρισα- Βόλου
- Ø Καταγραφή των μη αξιοποιήσιμων περιοχών του Νομού
- Ø Καταγραφή γενικά των προοπτικών ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού στον Νομό

4.5. περιορισμοί έρευνας

Όσον αφορά τη δευτερογενή έρευνα δεν υπήρξαν ιδιαίτερες δυσκολίες. Η μόνη δυσκολία ήταν στην ανεύρεση στατιστικών στοιχείων για το νομό Λάρισα, μιας και η καταγραφή αφίξεων - διανυκτερεύσεων από την ΕΣΥΕ σταματά το 2008.

Στην πρωτογενή έρευνα οι περιορισμοί και οι δυσκολίες ήταν περισσότερες. Το δείγμα μας αποτελείται από τουρίστες που φτάνουν μόνο στα ξενοδοχεία της Λάρισα,

καθώς την περίοδο που διεξαγόταν η έρευνα (10 Ιανουαρίου 2010 μέχρι τέλη Ιανουαρίου 2010), τα περισσότερα τουριστικά καταλύματα εκτός πόλεως, στα παράλια και στις ορεινές περιοχές ήταν εκτός λειτουργίας. Επίσης, ο δρόμος που περνά από τα Τέμπη ήταν κλειστός λόγω κατολίσθησης πετρωμάτων, με αποτέλεσμα να περιοριζόμαστε στους επισκέπτες μέσα στη Λάρισα.

Τέλος δυσκολία υπήρξε και κατά την ανταπόκριση των τουριστών στη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Πολλοί ήταν αυτοί που δεν ήθελαν να αφιερώσουν χρόνο. Όμως μετά από αρκετή προσπάθεια συμπληρώθηκαν επιτυχώς και τα εκατό ερωτηματολόγια.

Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται η ανάλυση και η καταγραφή των αποτελεσμάτων από την έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίων, μέσα από στατιστικούς πίνακες που προέρχονται από το excel.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ύστερα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε στους τουρίστες του Νομού με τη χρήση ερωτηματολογίου, συγκεντρώθηκαν και καταγράφονται και στην συνέχεια αναλύονται τα αποτελέσματά της.

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Ποια είναι η ηλικία σας;

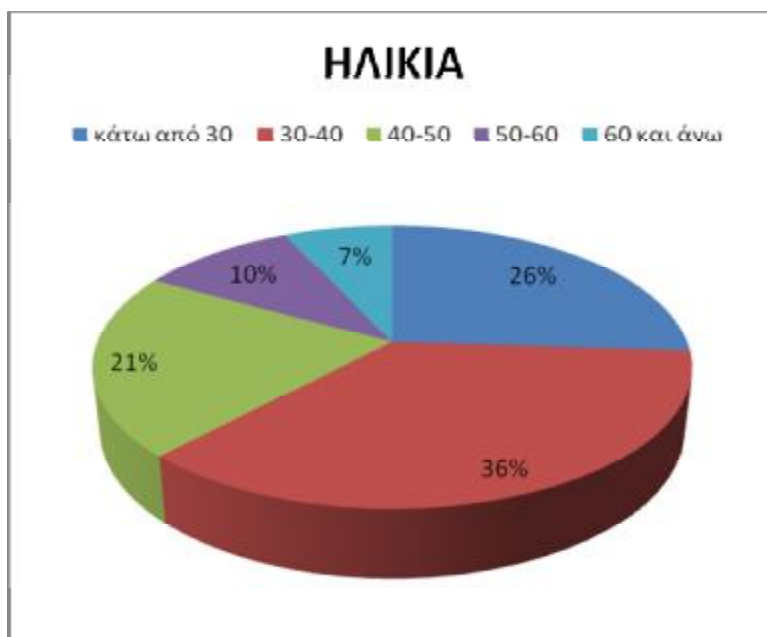
ΑΠΑΝΤΗΣΗ 1

Στην παραπάνω ερώτηση στα 100 άτομα, τα 26 άτομα απάντησαν ότι είναι 30 και κάτω, 36 άτομα είναι από 30 μέχρι 40, τα 21 είναι 40 με 50, τα 10 50 μέχρι 60 και τα 7 60 και άνω. Είναι λοιπόν φανερό ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών 36% στο νομό Λάρισας είναι στην ηλικία των 30 – 40, δηλαδή ο νομός προσελκύει κυρίως μικρότερης ηλικίας τουρίστες.

Πινάκας 1

ΗΛΙΚΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ν
κάτω από 30	26
30-40	36
40-50	21
50-60	10

Διάγραμμα.1



ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 2

Το 41% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι είναι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, το 27% ότι είναι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, 14% γυμνασίου, το 10% δημοτικού και 8% κάτοχοι master- διδακτορικού. Διαπιστώνουμε ότι οι επισκέπτες του Νομού Λάρισας είναι ανώτερου μορφωτικού επιπέδου.

Πίνακας 2

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ν
Δημοτικό	10
Γυμνάσιο	14
Λύκειο	27
Πανεπιστήμιο	41
MASTER-Διδακτορικό	8

Διάγραμμα 2



ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Ποια είναι η επαγγελματική σας δραστηριότητα και το δημογραφικό σας προφίλ;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 3

Το 29% των επισκεπτών είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, ζευγάρια με παιδιά, το 15% ιδιωτικοί υπάλληλοι μεμονωμένα άτομα, 11% φοιτητές μεμονωμένα άτομα και 10% δημόσιοι υπάλληλοι ζευγάρια με παιδιά. Άρα η κύρια αγορά του νομού είναι οικογένειες.

Πίνακας 3

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	Μεμονωμένο άτομο	ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΕΜΟΝΟΜΕΝΩΝ ΑΤΟΜΩΝ	Ζευγάρια με παιδιά	ΠΟΣΟΣΤΟ ΖΕΥΓΑΡΙΩΝ ΜΕ ΠΑΙΔΙΑ	Ζευγάρια χωρίς παιδιά	ΠΟΣΟΣΤΟ ΖΕΥΓΑΡΙΩΝ ΧΩΡΙΣ ΠΑΙΔΙΑ
Δημόσιος υπάλληλος	5	5%	10	10%	0	0%
Ιδιωτικός υπάλληλος	15	15%	29	29%	5	5%
Φοιτητής	11	11%	0	0%	0	0%
Ελεύθερος επαγγελματίας	4	4%	4	4%	6	6%

Συνταξιούχος	6	6%	5	5%	0	0%
--------------	---	----	---	----	---	----

Διάγραμμα 3



ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Ποιος είναι ο σκοπός της επίσκεψης σας , στον Νομό Λάρισας;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 4

Το 41% επισκέπτονται τον Νομό Λάρισας για συνέδρια και σεμινάρια, το 30% για ψυχαγωγία - αναψυχή και τέλος το 29% για επαγγελματικούς λόγους. Ο κύριος λοιπόν λόγος επίσκεψης σύμφωνα με την έρευνα, είναι για συνέδρια.

Πίνακας 4

ΣΚΟΠΟΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ν
Επαγγελματικός	29
Συνέδρια-Σεμινάρια	41
Ψυχαγωγία-Αναψυχή	30

Διάγραμμα 4



ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί τον νομό Λάρισας;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 5

Από τα 100 άτομα που ρωτήθηκαν, το 45% επισκέφτηκαν τον Νομό 4 φορές και πάνω, 2 με 3 φορές επισκέφτηκε το Νομό το 32% και 0 έως 1 φορά το 23%. Άρα οι τουρίστες επαναλαμβάνουν την επίσκεψη τους στον Νομό, πράγμα που σημαίνει ότι ο Νομός έχει κατά κάποιο τρόπο μόνιμη πελατεία.

Πίνακας 5

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ Ν.ΛΑΡΙΣΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ν
0 έως 1	23

2 έως 3	32
4 και πάνω	45

Διάγραμμα 5



ΕΡΩΤΗΣΗ 6

Ποια είναι η μόνιμη κατοικία σας ;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 6

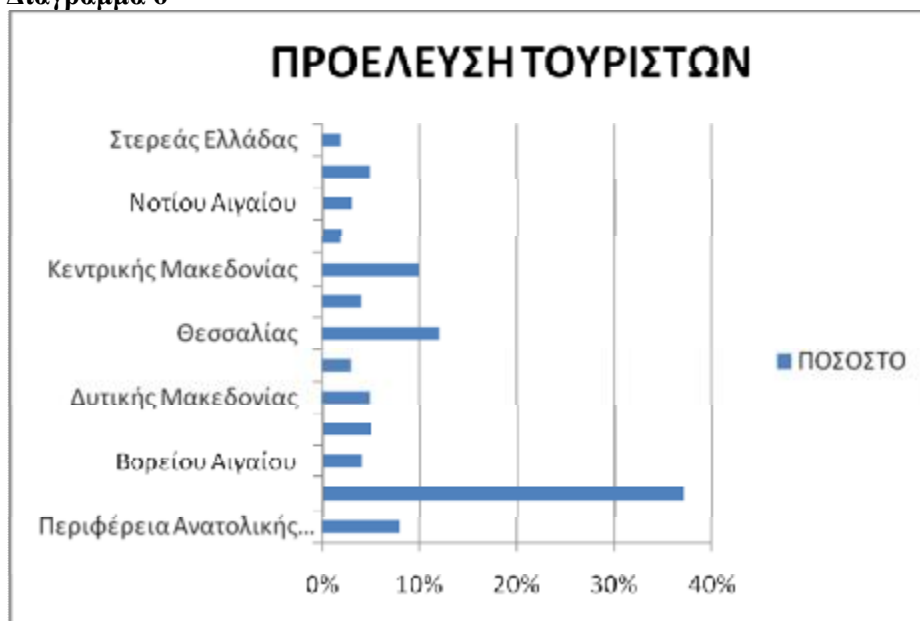
Το 37% των τουριστών που έρχονται και διανυκτερεύουν στο Νομό είναι από την Αθήνα, το 12% από την Θεσσαλία, έχουμε δηλαδή εσωτερική μετακίνηση από άλλη πόλη ή χωριό του νόμου, και τέλος το 10% προέρχονται από την κεντρική Μακεδονία. Η κύρια λοιπόν αγορά του νομού είναι άτομα από την Αττική.

Πίνακας 6

ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ν	ΠΟΣΟΣΤΟ
Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης	8	8%
Αττικής	37	37%
Βορείου Αιγαίου	4	4%
Δυτικής Ελλάδας	5	5%
Δυτικής Μακεδονίας	5	5%

Ηπείρου	3	3%
Θεσσαλίας	12	12%
Ιόνιων Νησιών	4	4%
Κεντρικής Μακεδονίας	10	10%
Κρήτης	2	2%
Νοτίου Αιγαίου	3	3%
Πελοποννήσου	5	5%
Στερεάς Ελλάδας	2	2%

Διάγραμμα 6



ΕΡΩΤΗΣΗ 7

Παρακαλώ ιεραρχήστε τα παρακάτω κριτήρια επιλογής του Νομού Λάρισας ως τουριστικού προορισμού για εσάς.

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 7

Παρακάτω το κάθε κριτήριο αναλύεται ξεχωριστά με διαγράμματα. Από το σύνολο των απαντήσεων από κάθε κριτήριο ξεχωριστά το μεγαλύτερο ποσοστό λαμβάνεται υπόψη και αναλύεται. Έτσι λοιπόν το 36% των ερωτηθέντων θεωρούν το φυσικό περιβάλλον ως υπερβολικά σημαντικό κριτήριο, το 27% θεωρούν τα πολιτιστικά μνημεία του νομού ως αρκετά σημαντικό παράγοντα, τα τοπικά ήθη και έθιμα του νομού με ποσοστό ερωτηθέντων 30% θεωρούνται ως όχι αρκετά σημαντικό κριτήριο, το χαμηλό κόστος των προϊόντων του νομού θεωρούνται ως υπερβολικά σημαντικό κριτήριο με ποσοστό 26%. Επίσης η καλή ποιότητα υπηρεσιών ξενοδοχείων με ποσοστό 29% είναι υπερβολικά σημαντικό κριτήριο, το συνεδριακό κέντρο με 30% καθόλου σημαντικό και τέλος η παροχή δραστηριοτήτων ειδικών

μορφών τουρισμού με 26% αρκετά σημαντικό. Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπερβολικά σημαντικό κριτήριο του νομού είναι το φυσικό περιβάλλον, η καλή ποιότητα υπηρεσιών ξενοδοχείων και το χαμηλό κόστος προϊόντων του νομού.

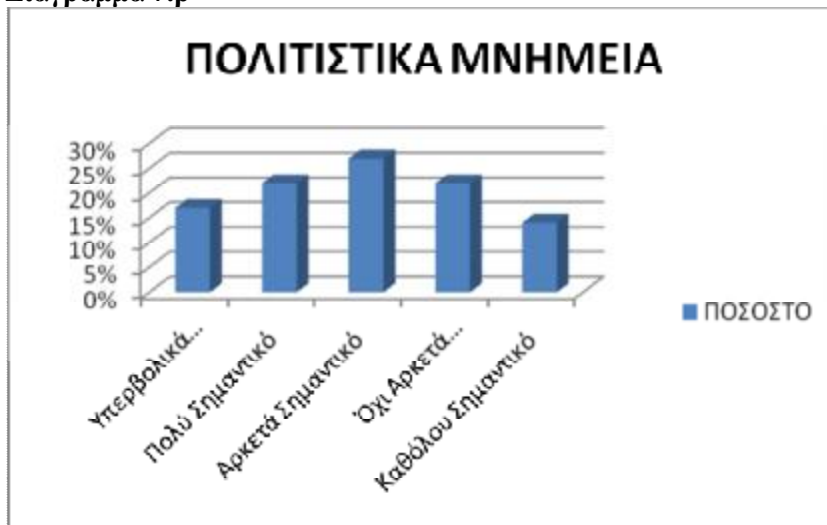
Πίνακας 7

ΦΥΣΙΑΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
Υπερβολικά Σημαντικό	36	36%
Πολύ Σημαντικό	19	19%
Αρκετά Σημαντικό	18	18%
Όχι Αρκετά Σημαντικό	15	15%
Καθόλου Σημαντικό	12	12%
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
Υπερβολικά Σημαντικό	17	17%
Πολύ Σημαντικό	22	22%
Αρκετά Σημαντικό	27	27%
Όχι Αρκετά Σημαντικό	22	22%
Καθόλου Σημαντικό	14	14%
ΤΟΠΙΚΑ ΘΩΗ ΚΑΙ ΕΘΙΜΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
Υπερβολικά Σημαντικό	8	8%
Πολύ Σημαντικό	24	24%
Αρκετά Σημαντικό	25	25%
Όχι Αρκετά Σημαντικό	30	30%
Καθόλου Σημαντικό	15	15%
ΧΑΜΗΛΟ ΚΟΣΤΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
Υπερβολικά Σημαντικό	26	26%
Πολύ Σημαντικό	16	16%
Αρκετά Σημαντικό	24	24%
Όχι Αρκετά Σημαντικό	19	19%
Καθόλου Σημαντικό	15	15%
ΚΑΛΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
Υπερβολικά Σημαντικό	29	29%
Πολύ Σημαντικό	17	17%
Αρκετά Σημαντικό	19	19%
Όχι Αρκετά Σημαντικό	22	22%
Καθόλου Σημαντικό	13	13%
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
Υπερβολικά Σημαντικό	9	9%
Πολύ Σημαντικό	19	19%
Αρκετά Σημαντικό	18	18%
Όχι Αρκετά Σημαντικό	24	24%
Καθόλου Σημαντικό	30	30%
ΠΑΡΟΧΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΕΙΔΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
Υπερβολικά Σημαντικό	12	12%
Πολύ Σημαντικό	22	22%
Αρκετά Σημαντικό	26	26%
Όχι Αρκετά Σημαντικό	21	21%
Καθόλου Σημαντικό	19	19%

Διάγραμμα 7.α



Διάγραμμα 7.β



Διάγραμμα 7.γ



Διάγραμμα 7.δ



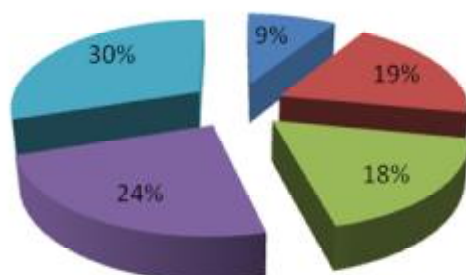
Διάγραμμα 7.ε



Διάγραμμα 7.ζ

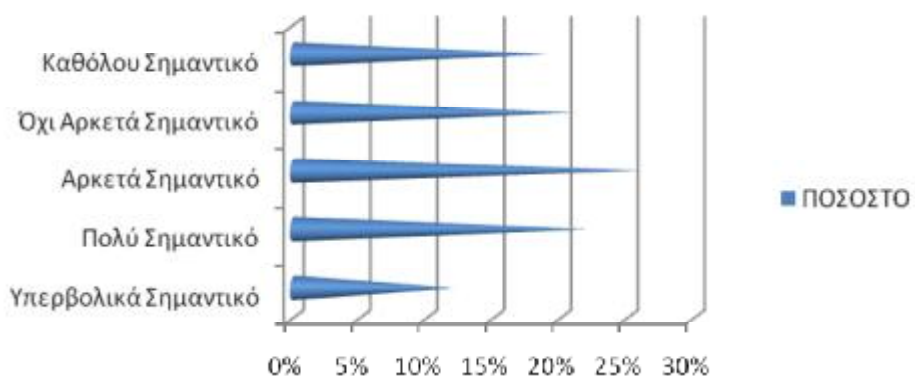
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

■ Υπερβολικά Σημαντικό ■ Πολύ Σημαντικό ■ Αρκετά Σημαντικό
■ Όχι Αρκετά Σημαντικό ■ Καθόλου Σημαντικό



Διάγραμμα 7.η

ΠΑΡΟΧΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΕΙΔΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



ΕΡΩΤΗΣΗ 8

Ποια δραστηριότητα ασκήσατε κατά τη διάρκεια παραμονής σας;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 8

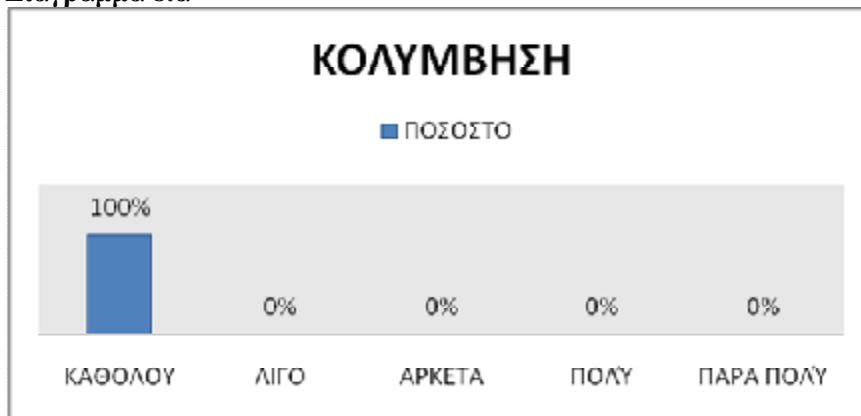
Από κάθε δραστηριότητα διαλέγεται το μεγαλύτερο ποσοστό στο σύνολο των απαντήσεων. Έτσι 100% των τουριστών απάντησαν ότι δεν έκαναν καθόλου κολύμβηση, το 97% δεν άσκησαν καθόλου θαλάσσιες δραστηριότητες και αυτό βέβαια γιατί η έρευνα έγινε τη χειμερινή περίοδο. Το 28% απάντησε ότι δεν έκαναν καθόλου πεζοπορία, το 38% ότι έκανε πάρα πολύ ορειβασία, το 31% συμμετείχε πολύ σε πολιτιστικές δραστηριότητες, ποσοστό 22% πολύ και ποσοστό 22% πάρα πολύ επισκέφτηκε αρχαιολογικούς χώρους, το 32% δοκίμασε πολύ την τοπική κουζίνα και ποσοστό 32% πήγε για shopping πάρα πολύ. Τέλος το 27% είδε πολύ την νυχτερινή ζωή του νομού Λάρισας. Επομένως οι δραστηριότητες που ασκήθηκαν πάρα πολύ είναι η ορειβασία, η επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και το shopping.

Πίνακας 8

ΚΟΛΥΜΒΗΣΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	100	100%
ΛΙΓΟ	0	0%
ΑΡΚΕΤΑ	0	0%
ΠΟΛΥ	0	0%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	0	0%
ΘΑΛΑΣΣΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	97	97%
ΛΙΓΟ	3	3%
ΑΡΚΕΤΑ	0	0%
ΠΟΛΥ	0	0%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	0	0%
ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	28	28%
ΛΙΓΟ	20	20%
ΑΡΚΕΤΑ	22	22%
ΠΟΛΥ	15	15%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	15	15%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	12	12%
ΛΙΓΟ	15	15%
ΑΡΚΕΤΑ	17	17%
ΠΟΛΥ	18	18%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	38	38%
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	16	16%
ΛΙΓΟ	21	21%
ΑΡΚΕΤΑ	18	18%
ΠΟΛΥ	31	31%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	14	14%
ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΕ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ- ΜΟΥΣΕΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	16	16%
ΛΙΓΟ	19	19%
ΑΡΚΕΤΑ	21	21%

ΠΟΛΥ	22	22%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	22	22%
ΦΑΓΗΤΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	12	12%
ΛΙΓΟ	10	10%
ΑΡΚΕΤΑ	18	18%
ΠΟΛΥ	32	32%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	28	28%
SHOPPING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	12	12%
ΛΙΓΟ	11	11%
ΑΡΚΕΤΑ	16	16%
ΠΟΛΥ	29	29%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	32	32%
ΝΥΧΤΕΡΙΝΗ ΖΩΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	14	14%
ΛΙΓΟ	10	10%
ΑΡΚΕΤΑ	24	24%
ΠΟΛΥ	27	27%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	25	25%

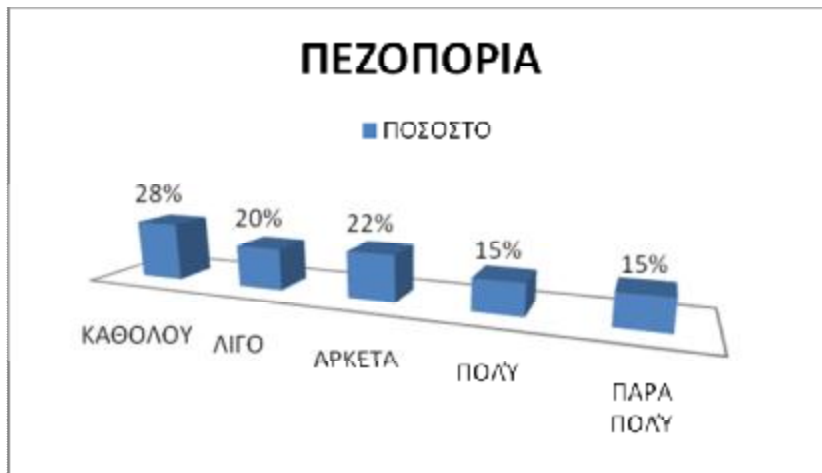
Διάγραμμα 8.α



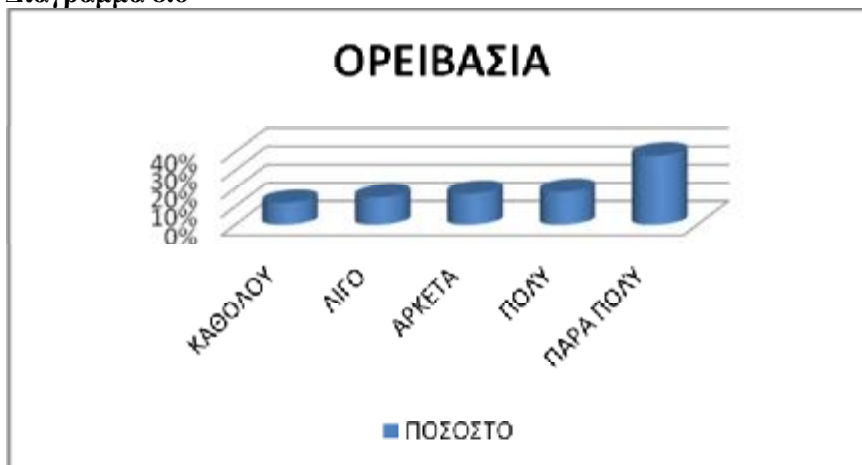
Διάγραμμα 8.β



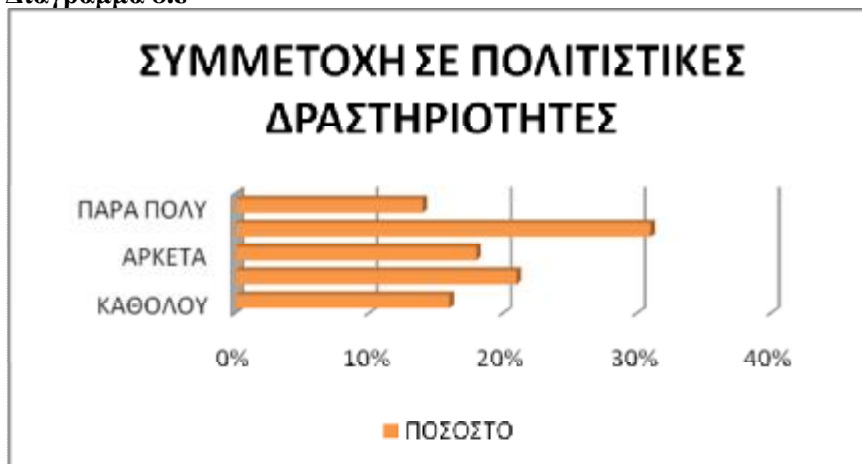
Διάγραμμα 8.γ



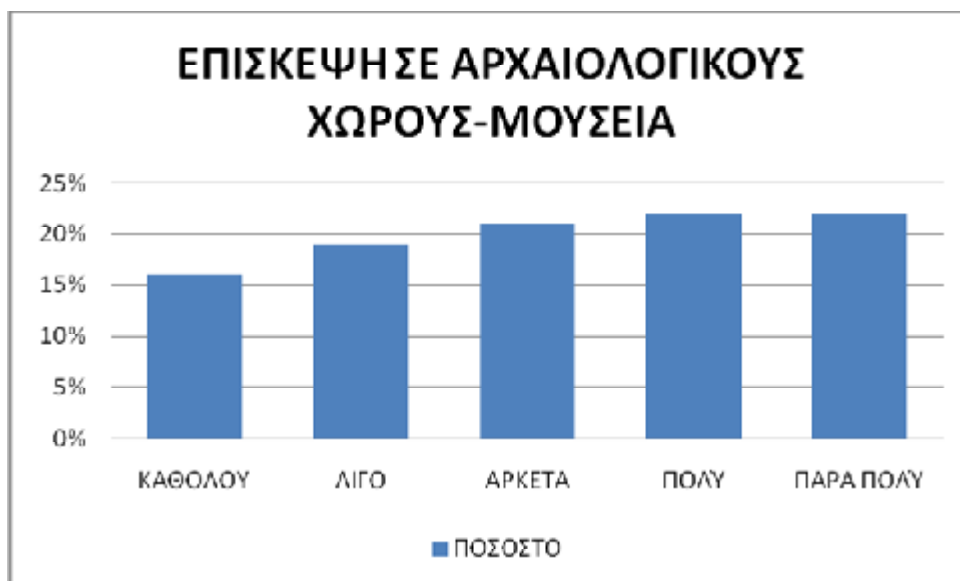
Διάγραμμα 8.δ



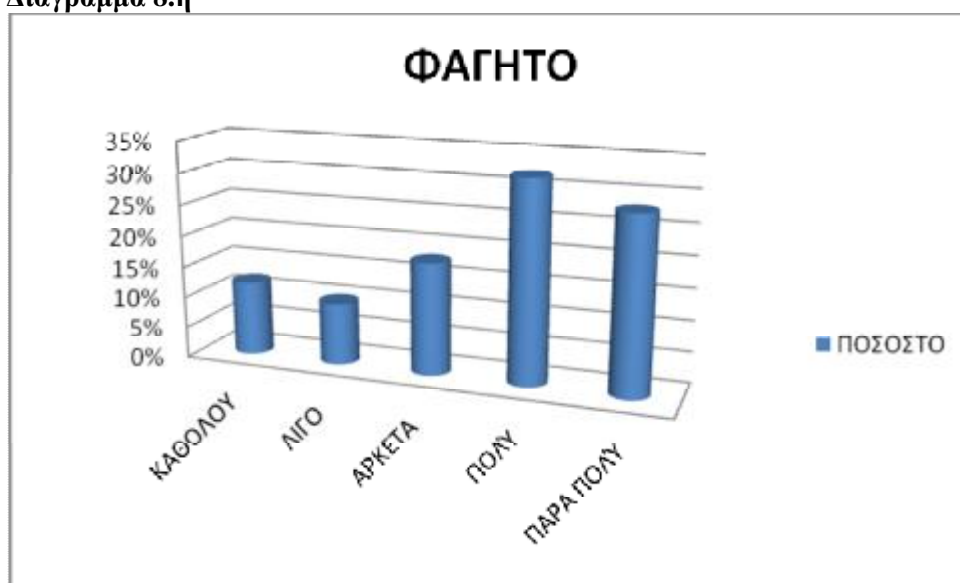
Διάγραμμα 8.ε



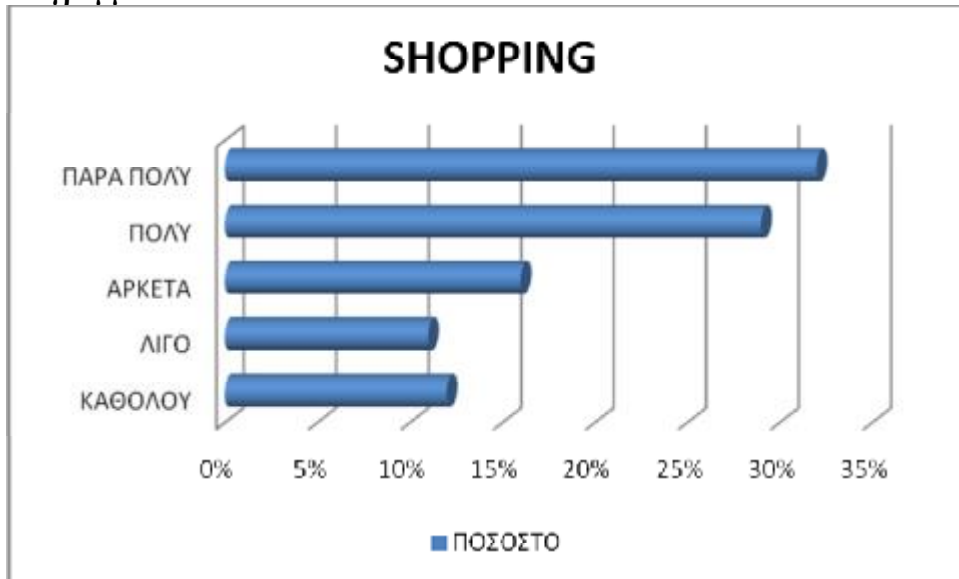
Διάγραμμα 8.ζ



Διάγραμμα 8.η



Διάγραμμα 8.0



Διάγραμμα 8.1



ΕΡΩΤΗΣΗ 9

Σε ποιες δραστηριότητες θα συμμετείχατε;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 9

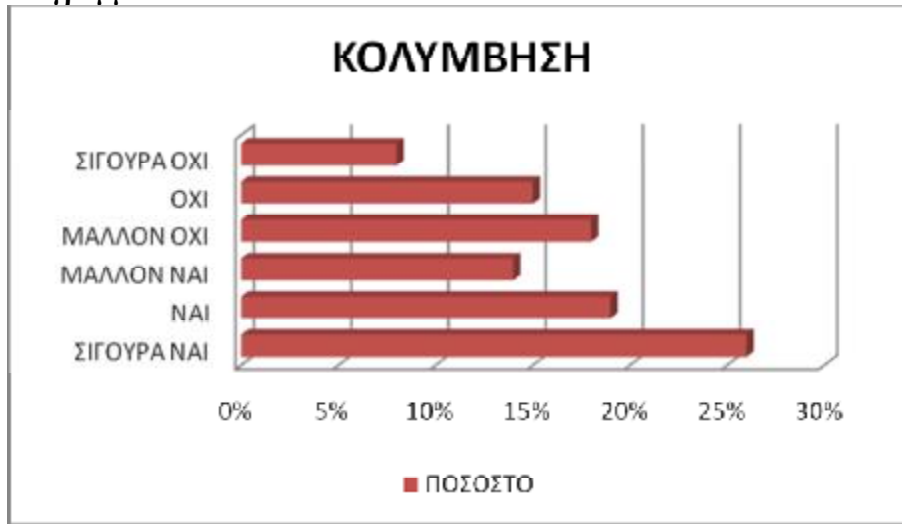
Όπως και προηγουμένως, το 26% των ερωτηθέντων απάντησε πως σίγουρα θα έκανε κολύμβηση, το 20% πως θα ασκούσε θαλασσιές δραστηριότητες, το 24% μάλλον δεν θα έκανε πεζοπορία. Επιπλέον, το 24% ναι θα έκανε ορειβασία, το 27% θα συμμετείχε σε πολιτιστικές δραστηριότητες, το 25% σίγουρα ναι θα επισκεπτόταν τους αρχαιολογικούς χώρους, το 36% σίγουρα θα πήγαινε για φαγητό, το 38% σίγουρα θα πήγαινε για shopping και τέλος το 36% σίγουρα θα απολάμβανε τη νυχτερινή ζωή. Άρα σύμφωνα με τις προτιμήσεις τους, σίγουρα ναι, θα έκαναν κολύμβηση, θα επισκέπτονταν αρχαιολογικούς χώρους, θα πήγαιναν για φαγητό, shopping και νυχτερινή ζωή.

Πίνακας 9

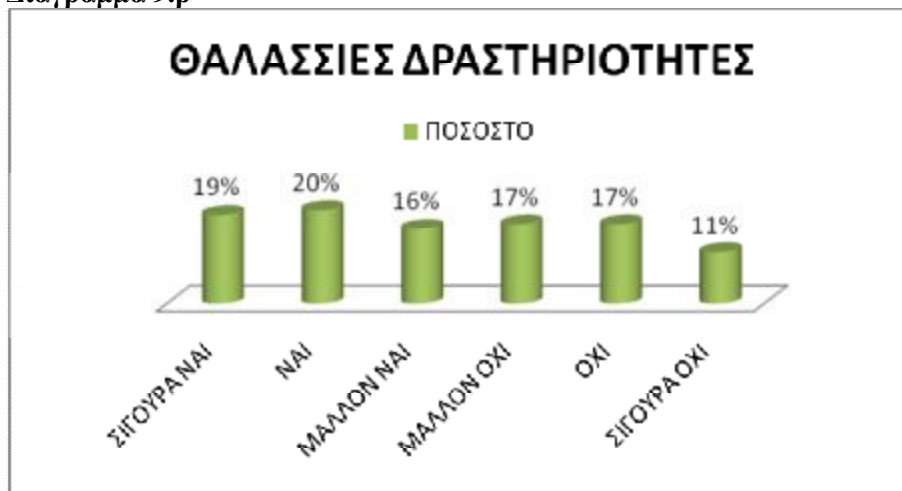
ΚΟΛΥΜΒΗΣΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	26	26%
ΝΑΙ	19	19%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	14	14%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	18	18%
ΌΧΙ	15	15%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	8	8%
ΘΑΛΑΣΣΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	19	19%
ΝΑΙ	20	20%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	16	16%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	17	17%
ΌΧΙ	17	17%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	11	11%
ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	21	21%
ΝΑΙ	15	15%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	22	22%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	24	24%
ΌΧΙ	13	13%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	5	5%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	16	16%
ΝΑΙ	24	24%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	23	23%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	19	19%
ΌΧΙ	10	10%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	8	8%

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	23	23%
ΝΑΙ	27	27%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	16	16%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	20	20%
ΌΧΙ	10	10%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	4	4%
ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΕ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ-ΜΟΥΣΕΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	25	25%
ΝΑΙ	24	24%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	16	16%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	23	23%
ΌΧΙ	8	8%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	4	4%
ΦΑΓΗΤΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	36	36%
ΝΑΙ	16	16%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	20	20%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	13	13%
ΌΧΙ	10	10%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	5	5%
SHOPPING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	38	38%
ΝΑΙ	14	14%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	22	22%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	13	13%
ΌΧΙ	9	9%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	4	4%
ΝΥΧΤΕΡΙΝΗ ΖΩΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	36	36%
ΝΑΙ	15	15%
ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	18	18%
ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	14	14%
ΌΧΙ	10	10%
ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	7	7%

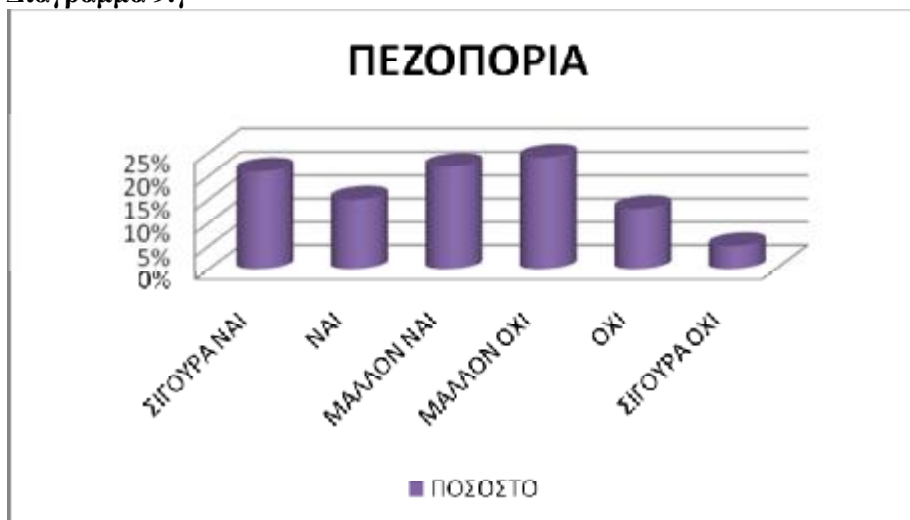
Διάγραμμα 9.α



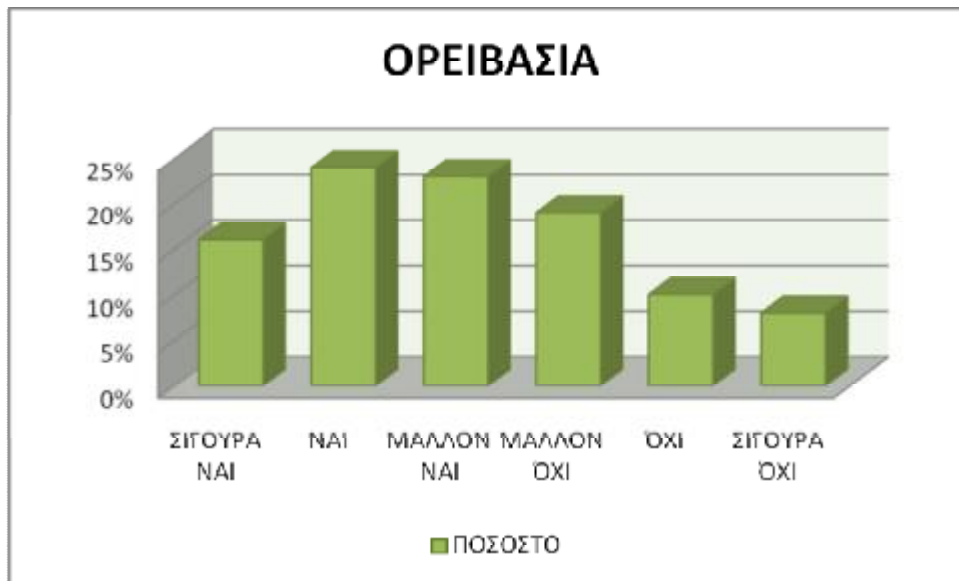
Διάγραμμα 9.β



Διάγραμμα 9.γ



Διάγραμμα 9.δ



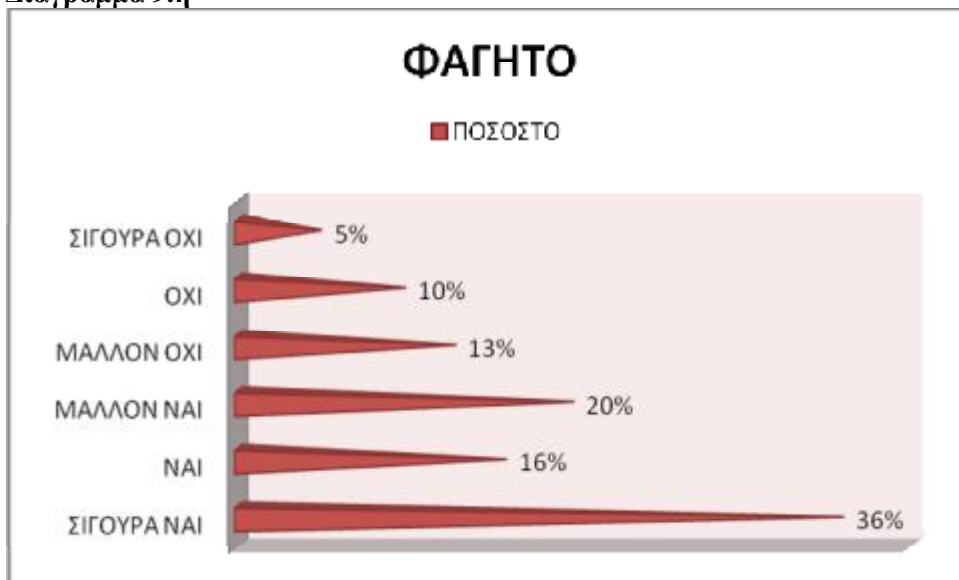
Διάγραμμα 9.ε



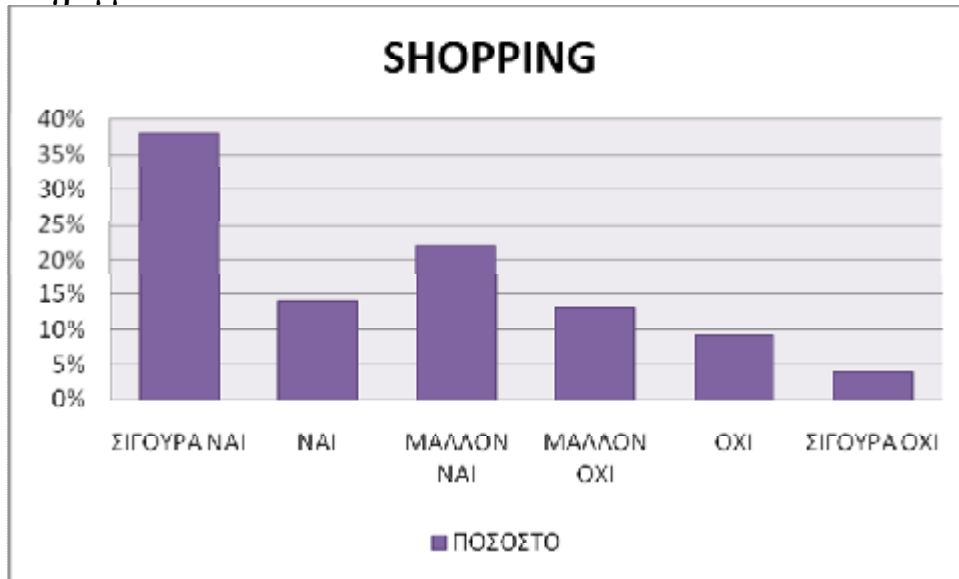
Διάγραμμα 9.ζ



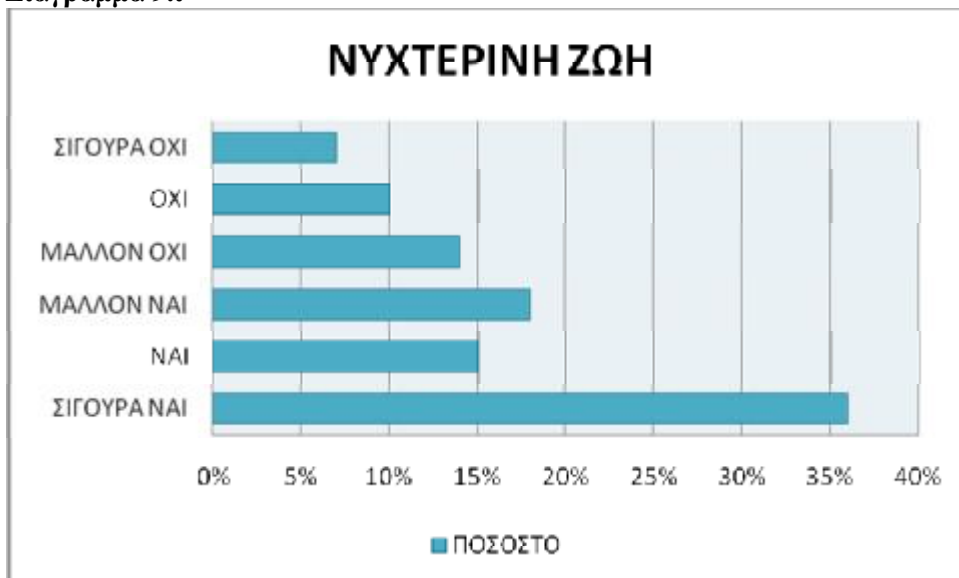
Διάγραμμα 9.η



Διάγραμμα 9.0



Διάγραμμα 9.1



ΕΡΩΤΗΣΗ 10

Σε ποιο βαθμό έχουν αναπτυχθεί υποδομές για την συμμετοχή σας σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τις παρακάτω μορφές τουρισμού;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 10

Σύμφωνα με τον πίνακα 10, το 36% των ερωτηθέντων απάντησε ότι έχουν αναπτυχθεί λίγο οι υποδομές της θαλάσσιας μορφής τουρισμού, το 36% πιστεύει ότι αναπτύχθηκαν λίγο οι υποδομές του πολιτιστικού τουρισμού, το 27% βρίσκει αρκετά ανεπτυγμένες τις υποδομές του συνεδριακού τουρισμού, το 30% απάντησε πως δεν υπάρχουν καθόλου υποδομές θρησκευτικού τουρισμού και το 40% καθόλου υποδομές αγροτουρισμού. Επίσης το 38% απάντησε πως έχουν αναπτυχθεί αρκετά οι υποδομές οικοτουρισμού, το 29% πως δεν υπάρχουν καθόλου υποδομές ορεινού τουρισμού και τέλος το 40% πιστεύει πως υπάρχουν αρκετά καλές υποδομές αθλητικού τουρισμού. Παρατηρούμε λοιπόν ότι έχουν αναπτυχθεί αρκετά οι υποδομές στις ακόλουθες μορφές τουρισμού: α) του συνεδριακού τουρισμού, β) του οικοτουρισμού, γ) του αθλητικού τουρισμού. Αν θέλουμε ο νομός Λάρισας να αναπτύξει και τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού θα πρέπει να δημιουργήσει και τις κατάλληλες υποδομές.

Πίνακας 10

ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	35	35%
ΛΙΓΟ	36	36%
ΑΡΚΕΤΑ	21	21%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	5	5%
ΠΟΛΥ	3	3%
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	30	30%
ΛΙΓΟ	36	36%
ΑΡΚΕΤΑ	24	24%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	7	7%
ΠΟΛΥ	3	3%
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	26	26%
ΛΙΓΟ	22	22%
ΑΡΚΕΤΑ	27	27%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	17	17%
ΠΟΛΥ	8	8%
ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	30	30%
ΛΙΓΟ	22	22%
ΑΡΚΕΤΑ	25	25%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	19	19%
ΠΟΛΥ	4	4%
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	40	40%
ΛΙΓΟ	30	30%
ΑΡΚΕΤΑ	15	15%

ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	14	14%
ΠΟΛΥ	1	1%
ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	30	30%
ΛΙΓΟ	32	32%
ΑΡΚΕΤΑ	38	38%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	3	3%
ΠΟΛΥ	2	2%
ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	29	29%
ΛΙΓΟ	23	23%
ΑΡΚΕΤΑ	27	27%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	17	17%
ΠΟΛΥ	4	4%
ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ v	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΚΑΘΟΛΟΥ	25	25%
ΛΙΓΟ	20	20%
ΑΡΚΕΤΑ	40	40%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	10	10%
ΠΟΛΥ	5	5%

Διάγραμμα 10.α



Διάγραμμα 10.β



Διάγραμμα 10.γ



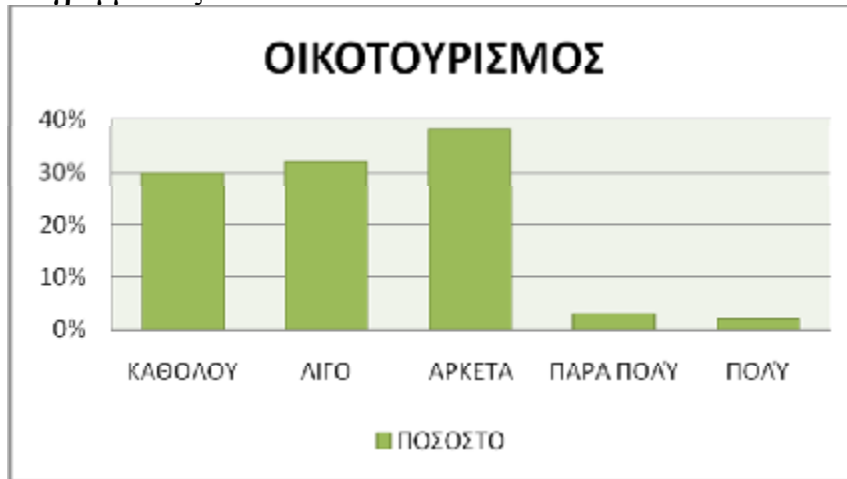
Διάγραμμα 10.δ



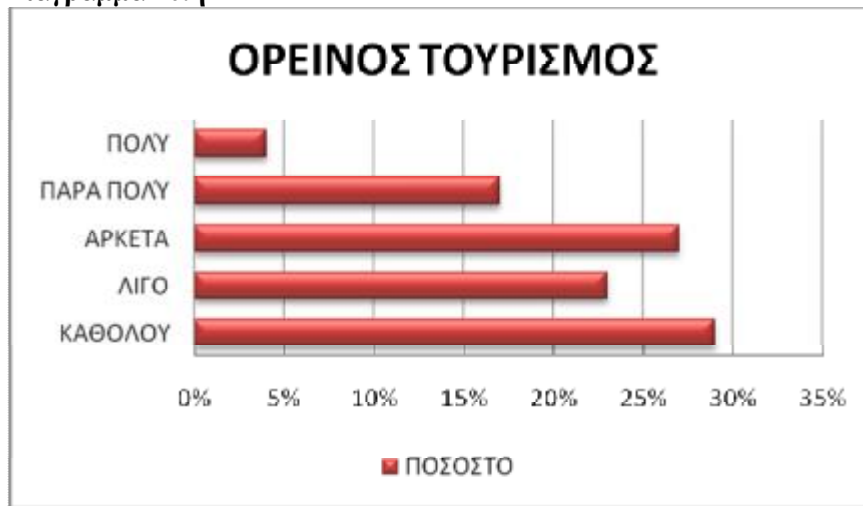
Διάγραμμα 10.ε



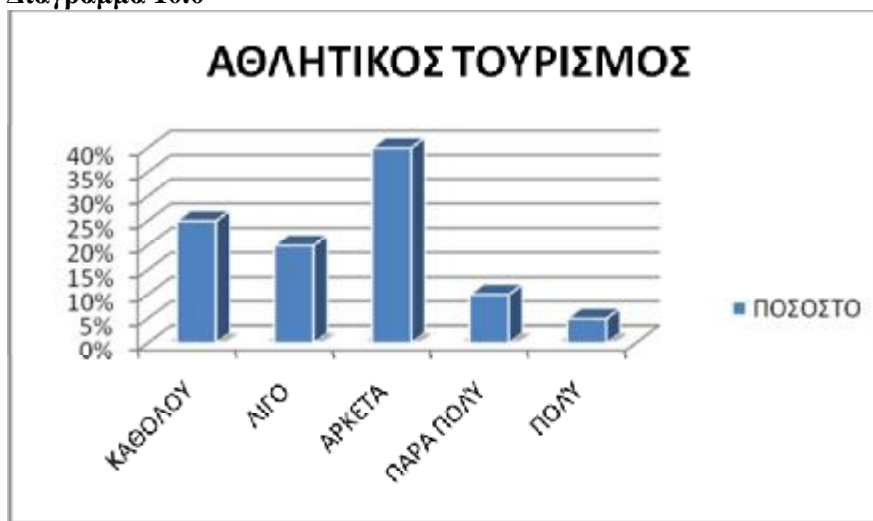
Διάγραμμα 10.ζ



Διάγραμμα 10.η



Διάγραμμα 10.θ



ΕΡΩΤΗΣΗ 11

Ποιες παρακάτω μορφές τουρισμού θα ήταν κίνητρο για εσάς για να επισκεφθείτε εκ νέου το νομό Λάρισας; Επιλέξτε μέχρι 3 με το 1 πιο σημαντικό.

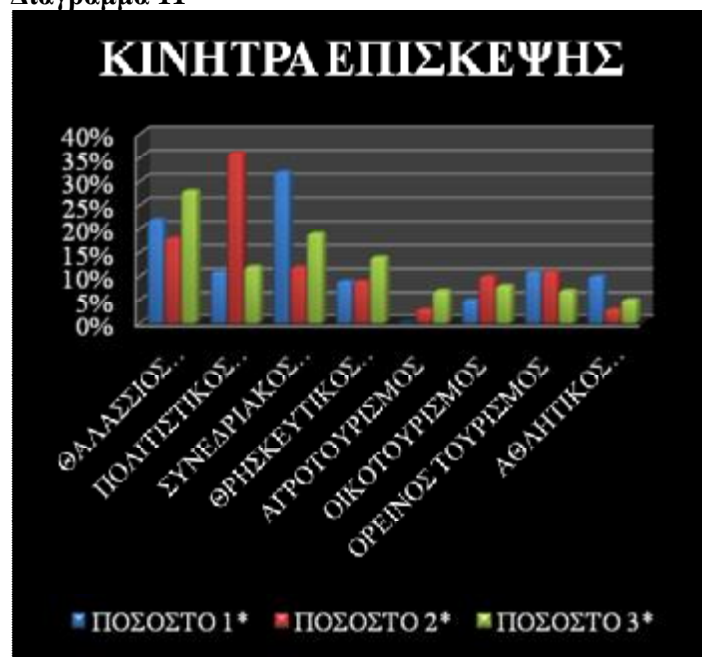
ΑΠΑΝΤΗΣΗ 11

Το μεγαλύτερο ποσοστό από το σύνολο των ατόμων, απάντησαν ότι πρώτη επιλογή είναι ο συνεδριακός τουρισμός, με ποσοστό 32%, ως δεύτερη επιλογή ο πολιτιστικός τουρισμός με 36% και τρίτη επιλογή ο θαλάσσιος τουρισμός με 28%. Άρα κίνητρο για εκ νέου επίσκεψη του νομού Λάρισας είναι πρώτα ο συνεδριακός τουρισμός, δεύτερον ο πολιτιστικός τουρισμός και ως τρίτο κριτήριο ο θαλάσσιος τουρισμός.

Πίνακας 11

ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	1 ^{*15}	ΠΟΣΟΣΤΟ 1*	2*	ΠΟΣΟΣΤΟ 2*	3*	ΠΟΣΟΣΤΟ 3*
ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	22	22%	18	18%	28	28%
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	11	11%	36	36%	12	12%
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	32	32%	12	12%	19	19%
ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	9	9%	9	9%	14	14%
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	0	0%	3	3%	7	7%
ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	5	5%	10	10%	8	8%
ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	11	11%	11	11%	7	7%
ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	10	10%	3	3%	5	5%

Διάγραμμα 11



¹⁵ Πρώτη επιλογή, πολύ σημαντικό κίνητρο

ΕΡΩΤΗΣΗ 12

Ποια από τα παρακάτω πιστεύετε ότι μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση της επισκεψιμότητας στο νομό ; Βαθμολογήστε από 1-6.

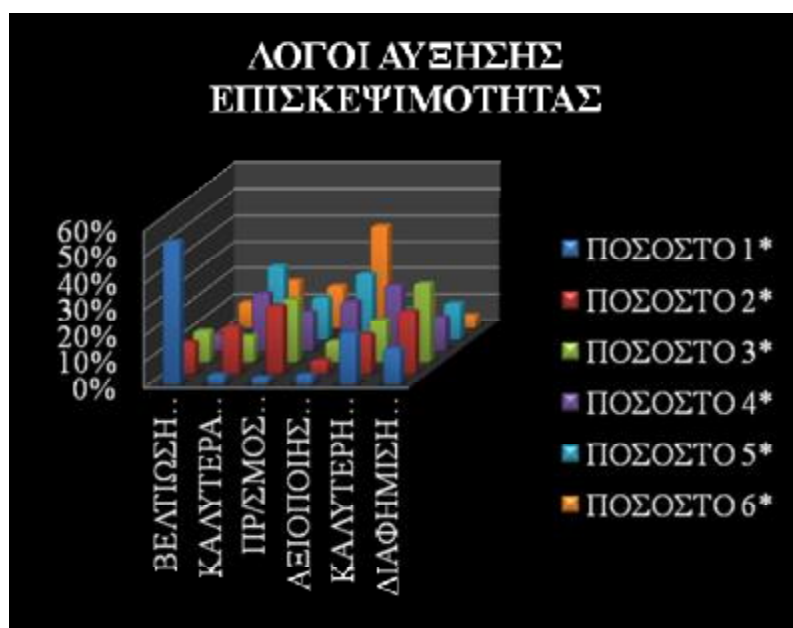
ΑΠΑΝΤΗΣΗ 12

Με 35% ως πρώτο και σημαντικότερο κριτήριο, η βελτίωση του οδικού δικτύου, δεύτερο κριτήριο κατά σειρά με 26% ο προγραμματισμός και η οργάνωση της νομαρχίας Λάρισας, τρίτο η διαφήμιση και η προώθηση με 30%, τέταρτο με 25% καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών στα ξενοδοχεία μπαρ εστιατόρια, πέμπτο 28% καλύτερα δημόσια μέσα μεταφοράς και έκτο με 39% αξιοποίηση της παραλιακής ζώνης του νομού.

Πίνακας 12

ΛΟΓΟΙ ΑΥΞΗΣΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑΣ	1*		2*		3*		4*		5*		6*	
	ΠΟΣΟΣΤΟ		ΠΟΣΟΣΤΟ		ΠΟΣΟΣΤΟ		ΠΟΣΟΣΤΟ		ΠΟΣΟΣΤΟ		ΠΟΣΟΣΤΟ	
ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ	5	55%	1	12%	1	12%	6	6%	5	5%	1	10%
ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	4	4%	1	18%	1	10%	2	22%	2	28%	1	18%
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΝΟΜΑΡΧΙΑΣ ΛΑΡΙΣΑΣ	3	3%	2	26%	2	24%	1	15%	1	16%	1	16%
ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΛΙΑΚΗΣ ΖΩΝΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ	4	4%	5	5%	8	8%	1	19%	2	25%	3	39%
ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ, ΜΠΑΡ, ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ	2	20%	1	15%	1	16%	2	25%	1	12%	1	12%
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ, ΠΡΟΩΘΗΣΗ	1	14%	2	24%	3	30%	1	13%	1	14%		
	4	4%	4	4%	0	0%	3	3%	4	4%	5	5%

Διάγραμμα 12



ΕΡΩΤΗΣΗ 13

*Ποια από τα παρακάτω θεωρείτε σημαντικά για την προσέλκυση τουριστών στο νομό Λάρισας ;
Βαθμολογήστε από 1-10.*

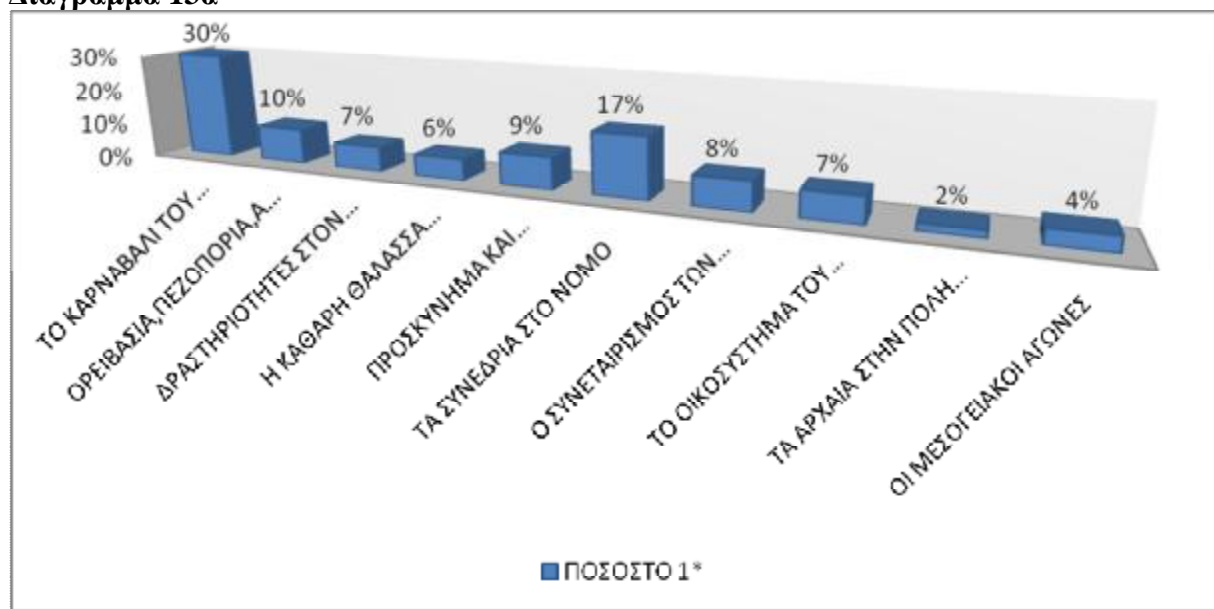
ΑΠΑΝΤΗΣΗ 13

Πρώτη επιλογή δηλαδή πάρα πολύ σημαντικό με 30% είναι το καρναβάλι του Τύρναβου, δεύτερη επιλογή σύμφωνα με τον πίνακα και διάγραμμα 13β είναι με 25% το προσκύνημα και η περιήγηση στα Τέμπη, τρίτη επιλογή σύμφωνα με τον πίνακα και διάγραμμα 13γ, είναι με ποσοστό 22% η καθαρή θάλασσα στην περιοχή Αγιοκάμπου-Βελίκας. Τέταρτη επιλογή με 25% είναι οι δραστηριότητες στον Πηνειό σύμφωνα με το διάγραμμα 13δ, πέμπτη κατά σειρά επιλογή σύμφωνα με το διάγραμμα και πίνακα 13ε με ποσοστό 19% είναι η ορειβασία η πεζοπορία στον Όλυμπο, έκτη επιλογή σύμφωνα με το διάγραμμα 13ζ με ποσοστό 21% είναι τα συνέδρια στον νομό, έβδομη επιλογή όπως δείχνει το διάγραμμα και ο πίνακας 13η με ποσοστό 21% είναι το οικοσύστημα του Πηνειού, όγδοη επιλογή σύμφωνα με το διάγραμμα 13θ με ποσοστό 23% ο συνεταιρισμός των Αμπελακιών, ένατη επιλογή όπως δείχνει ο πίνακας 13ι με 22% είναι τα αρχαία στην Πόλη Λάρισα, δέκατη επιλογή, λιγότερο σημαντική σύμφωνα με τον πίνακα και διάγραμμα 13κ με 37% είναι οι μεσογειακοί αγώνες.

Πίνακας 13 α

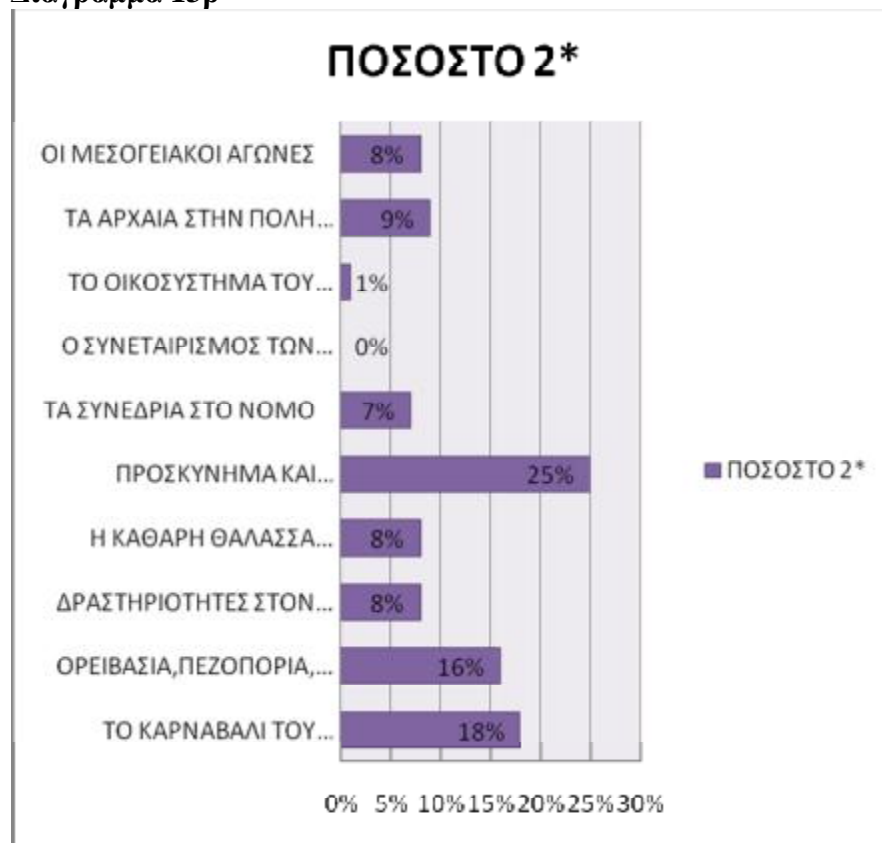
ΓΕΓΟΝΟΤΑ	1*	ΠΟΣΟΣΤΟ 1*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	30	30%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ, ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ, ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ, Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	10	10%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	7	7%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	6	6%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	9	9%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	17	17%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	8	8%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	7	7%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	2	2%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	4	4%

Διάγραμμα 13α



Πίνακας 13β

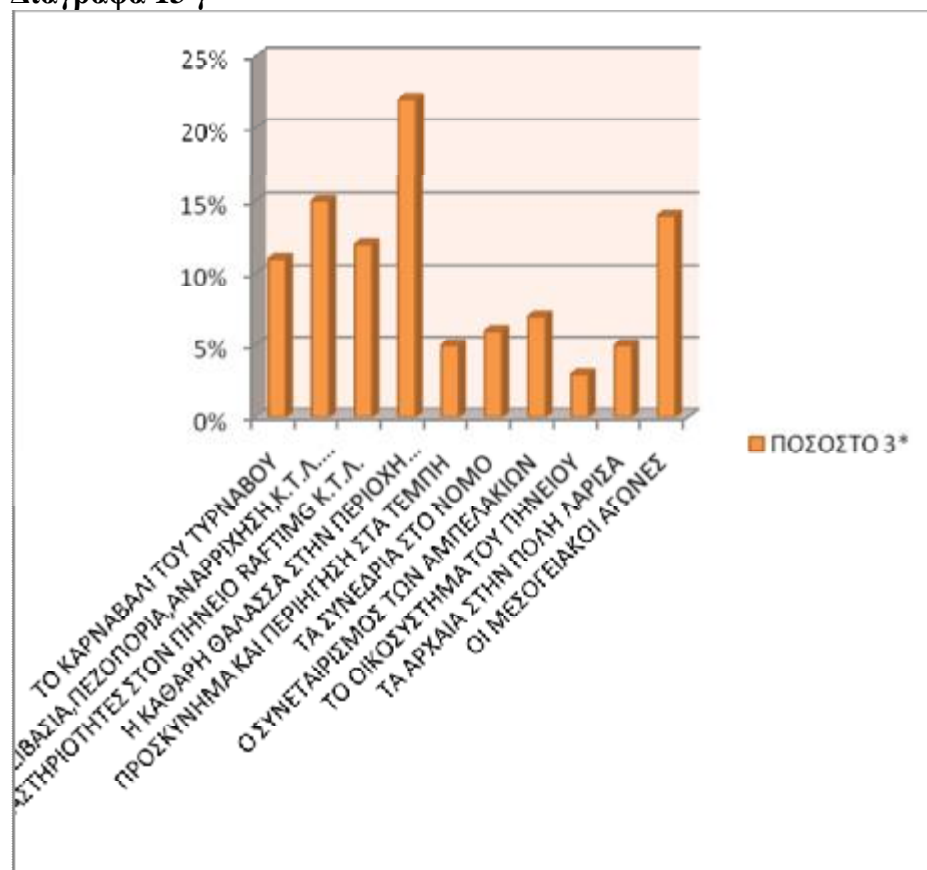
ΓΕΓΟΝΟΤΑ	2*	ΠΟΣΟΣΤΟ 2*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	18	18%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ,ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ,ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ,Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	16	16%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	8	8%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	8	8%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	25	25%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	7	7%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	0	0%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	1	1%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	9	9%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	8	8%

Διάγραμμα 13β

Πίνακας 13γ

ΓΕΓΟΝΟΤΑ	3*	ΠΟΣΟΣΤΟ 3*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	11	11%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ, ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ, ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ, Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	15	15%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	12	12%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	22	22%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	5	5%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	6	6%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	7	7%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	3	3%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	5	5%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	14	14%

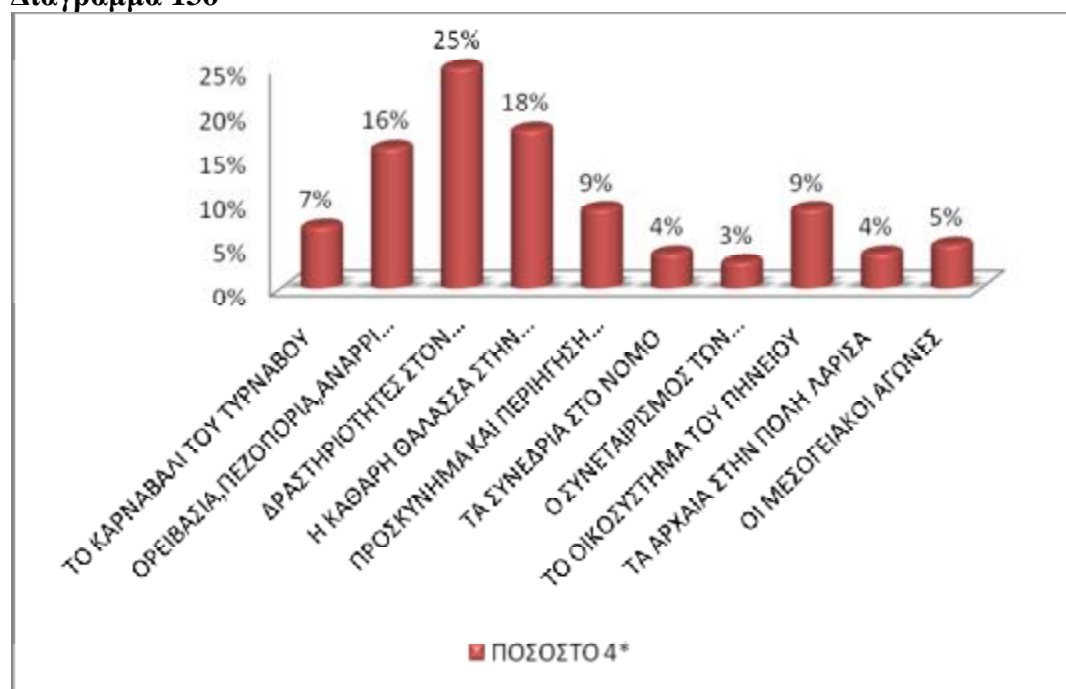
Διάγραμμα 13 γ



Πίνακας 13δ

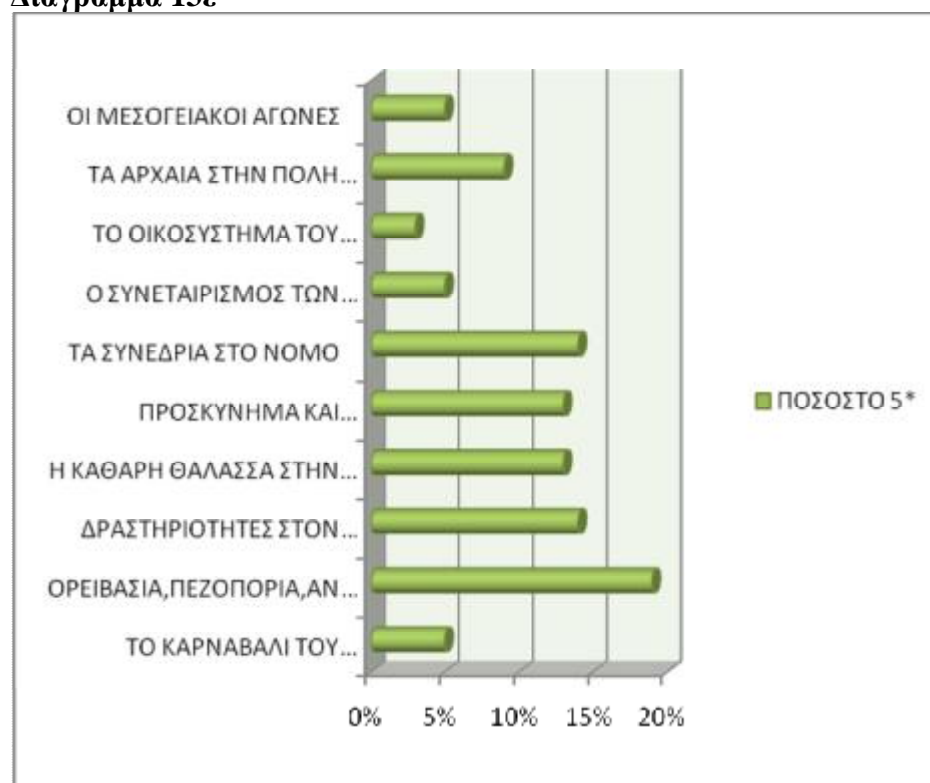
ΓΕΓΟΝΟΤΑ	4*	ΠΟΣΟΣΤΟ 4*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	7	7%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ, ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ, ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ, Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	16	16%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	25	25%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	18	18%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	9	9%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	4	4%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	3	3%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	9	9%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	4	4%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	5	5%

Διάγραμμα 13δ



Πίνακας 13ε

ΓΕΓΟΝΟΤΑ	5*	ΠΟΣΟΣΤΟ 5*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	5	5%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ,ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ,ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ,Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	19	19%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	14	14%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	13	13%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	13	13%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	14	14%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	5	5%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	3	3%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	9	9%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	5	5%

Διάγραμμα 13ε

Πίνακας 13ζ

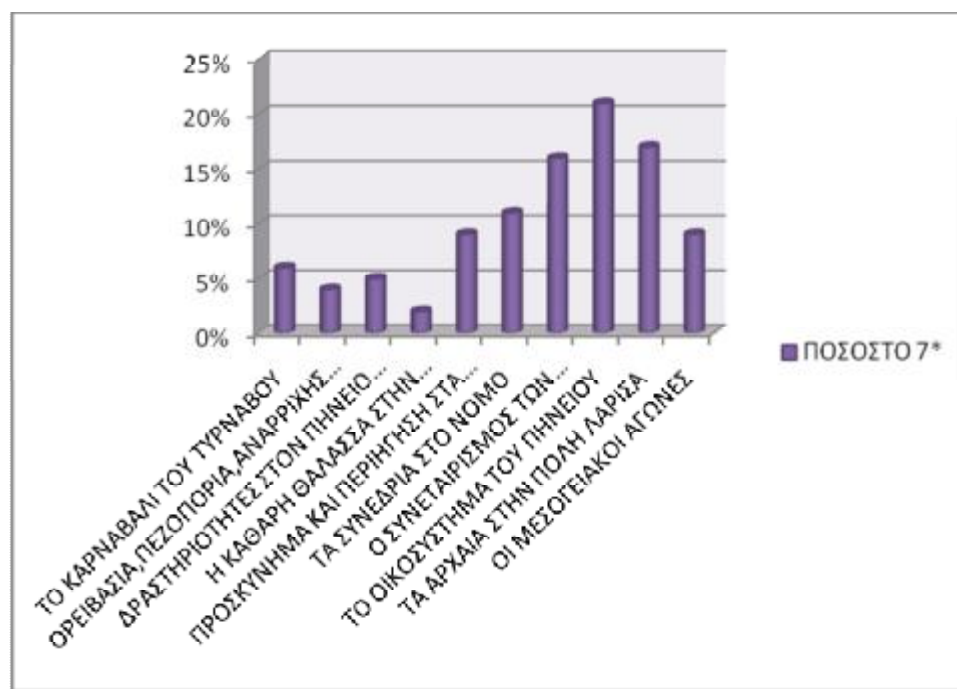
ΓΕΓΟΝΟΤΑ	6*	ΠΟΣΟΣΤΟ 6*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	11	11%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ,ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ,ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ,Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	5	5%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	9	9%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	7	7%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	12	12%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	21	21%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	7	7%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	13	13%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	7	7%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	8	8%

Διάγραμμα 13 ζ

Πίνακας 13η

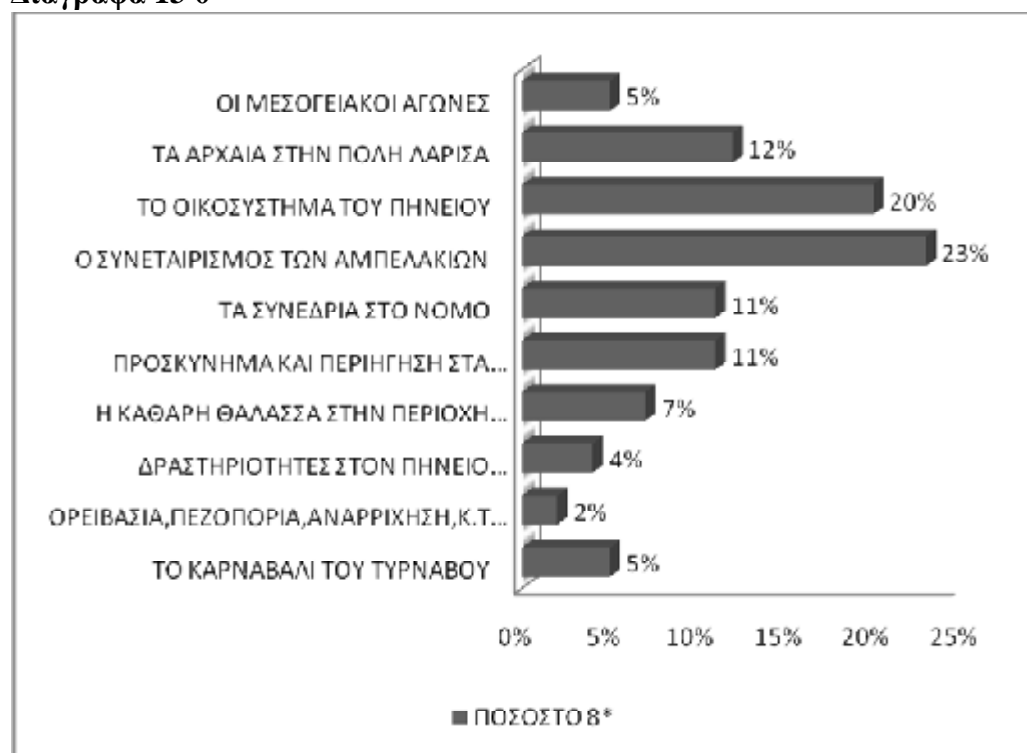
ΓΕΓΟΝΟΤΑ	7	ΠΟΣΟΣΤΟ 7*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	6	6%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ,ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ,ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ,Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	4	4%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	5	5%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	2	2%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	9	9%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	11	11%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	16	16%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	21	21%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	17	17%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	9	9%

Διάγραμμα 13η



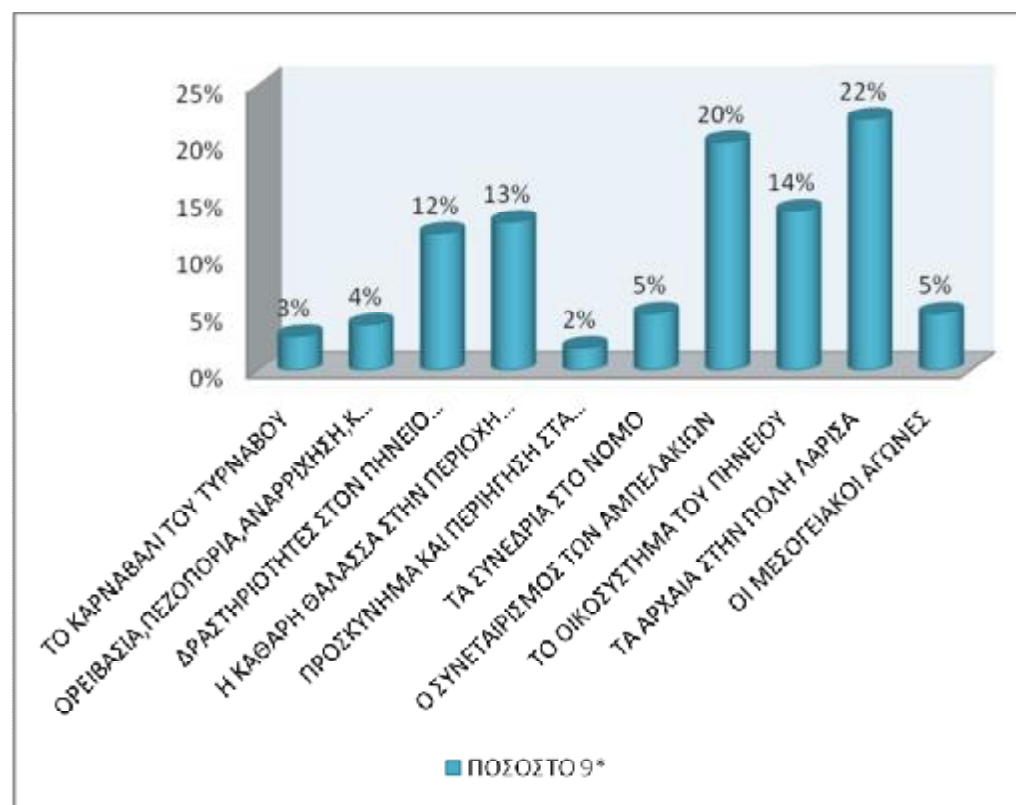
Πίνακας 130

ΓΕΓΟΝΟΤΑ	8*	ΠΟΣΟΣΤΟ 8*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	5	5%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ,ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ,ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ,Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	2	2%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	4	4%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	7	7%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	11	11%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	11	11%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	23	23%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	20	20%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	12	12%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	5	5%

Διάγραμμα 13 θ

Πίνακας 13ι

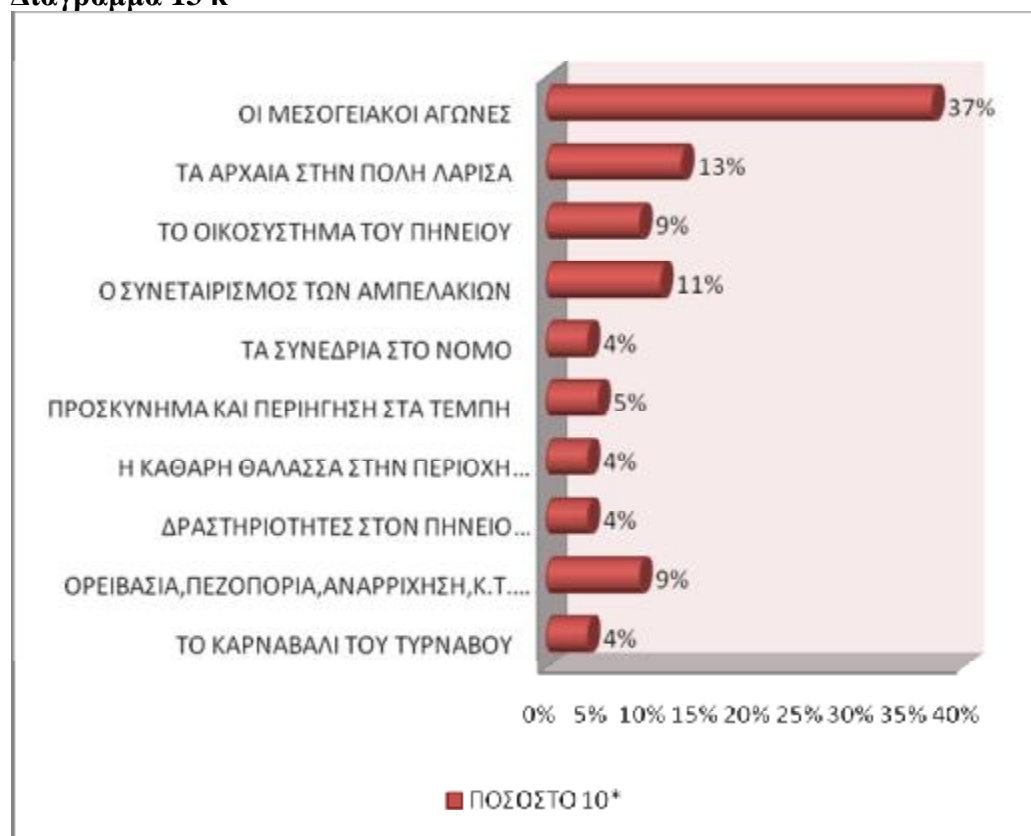
ΓΕΓΟΝΟΤΑ	9*	ΠΟΣΟΣΤΟ 9*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	3	3%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ,ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ,ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ,Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	4	4%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	12	12%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	13	13%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	2	2%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	5	5%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	20	20%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	14	14%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	22	22%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	5	5%

Διάγραμμα 13ι

Πίνακας 13κ

ΓΕΓΟΝΟΤΑ	10*	ΠΟΣΟΣΤΟ 10*
ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΟΥ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	4	4%
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ,ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ,ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ,Κ.Τ.Λ. ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ	9	9%
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΠΗΝΕΙΟ RAFTING Κ.Τ.Λ.	4	4%
Η ΚΑΘΑΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΥ-ΒΕΛΙΚΑΣ	4	4%
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΤΕΜΠΗ	5	5%
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ	4	4%
Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΑΚΙΩΝ	11	11%
ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΗΝΕΙΟΥ	9	9%
ΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΛΑΡΙΣΑ	13	13%
ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ	37	37%

Διάγραμμα 13 κ



ΕΡΩΤΗΣΗ 14

Γνωρίζετε για την οργάνωση και τη διεξαγωγή του μεγάλου αθλητικού γεγονότος ,των μεσογειακών αγώνων σε Λάρισα-Βόλο, το 2013;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 14

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες, απάντησαν ότι γνωρίζουν για την διεξαγωγή των μεσογειακών αγώνων με ποσοστό 85% ενώ μόλις με ποσοστό 15% απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν.

Πίνακας 14

ΓΝΩΣΗ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ν
ΝΑΙ	85
ΟΧΙ	15

Διάγραμμα 14



ΕΡΩΤΗΣΗ 15

Αν απαντήσατε ΝΑΙ Όι μεσογειακοί αγώνες θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού και στην ανάπτυξη του νομού Λάρισας.

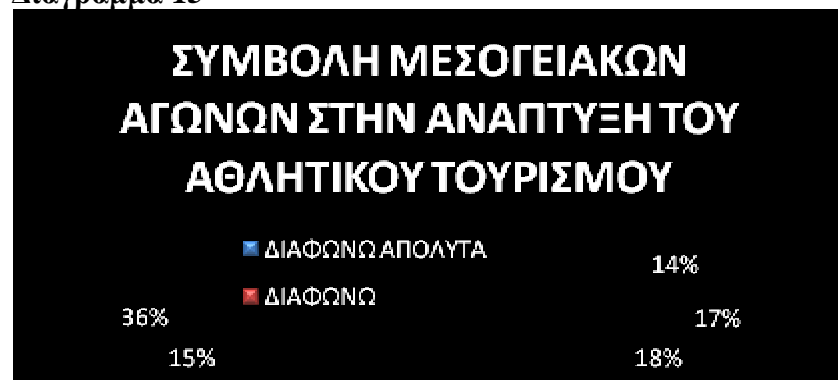
ΑΠΑΝΤΗΣΗ 15

Από τα 85 άτομα που απάντησαν ότι γνωρίζουν για την διεξαγωγή των μεσογειακών αγώνων, τα 31 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα ότι δηλαδή οι μεσογειακοί αγώνες θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στον νομό Λάρισας,

Πίνακας 15

ΣΥΜΒΟΛΗ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ν
ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	12
ΔΙΑΦΩΝΩ	14
ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ	15
ΣΥΜΦΩΝΩ	13
ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	31

Διάγραμμα 15



ΕΡΩΤΗΣΗ 16

Ποιες είναι κατά την γνώμη σας οι μη αξιοποιήσιμες περιοχές του νομού;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 16

Από το σύνολο των εκατό ατόμων που ρωτήθηκαν, οι περισσότεροι απάντησαν ότι οι περιοχές που χρειάζονται αξιοποίηση είναι, η παραθαλάσσια περιοχή του δήμου μελοιβίας, σε θέματα υποδομής κυρίως και η περιοχή του κάτω Ολύμπου. Γενικά όλες οι παραθαλάσσιες περιοχές αλλά και οι ορεινές του νομού Λάρισας χρήζουν περαιτέρω αξιοποίηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΑΝΑΠΤΥΧΘΟΥΝ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΣ

6.1 Αναγνώριση ανάπτυξης μορφών τουρισμού

Με βάση τα στοιχεία τις δευτερογενής και πρωτογενής έρευνας, θεωρούμε ότι μπορούν να αναπτυχθούν επιτυχώς με κάποιες βελτιώσεις-προτάσεις που θα παρουσιαστούν παρακάτω σε κάθε μορφή ξεχωριστά, οι ακόλουθες μορφές τουρισμού, θαλάσσιος τουρισμός, πολιτιστικός, συνεδριακός, θρησκευτικός οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, ορεινός τουρισμός αθλητικός τουρισμός. Στην συνέχεια αναλύεται κάθε μορφή.

6.2 Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο Νομός διαθέτει ένα μεγάλο μήκος ακτών, με γαλάζια σημαία και με την βοήθεια του κλίματος και του αμόλυντου φυσικού τοπίου, μπορεί αναμφίβολα να αναπτύξει συγκριτικό πλεονέκτημα στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού.

Οι ακτές του Αιγαίου Πελάγους, που βρέχει το Α. τμήμα του Ν. Λάρισας προσφέρονται εκτός από κολύμπι κατά τη θερινή περίοδο, και για άλλες δραστηριότητες όπως, **θαλάσσιο σκι, ιστιοσανίδα, ιστιοπλοΐα**. Το λιμάνι του Αγιοκάμπου, αν και εξυπηρετεί κυρίως τα αλιευτικά, μπορεί να δεχτεί λίγα **μικρά ιστιοπλοϊκά σκάφη** και να αποτελέσει τη βάση για **παράκτια περιήγηση** στις πανέμορφες ακτές του Κισσάβου και του Πηλίου. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει και ο βυθός της περιοχής για τους **ψαροτουφεκάδες**, αφού χαρακτηρίζεται από πλούσια **ιχθυοπανίδα**. Στις ακτές του Ρακοπόταμου υπάρχει περιοχή, όπου επιτρέπονται οι **καταδύσεις**, προσελκύνοντας αρκετούς αυτοδύτες και παράλληλα γίνονται μαθήματα για όσους ενδιαφέρονται να γνωρίσουν τη μαγεία του βυθού. Τέλος, στην παραλία της Σωτηρίτσας (δίπλα στο Δημοτικό Αναψυκτήριο) διατίθενται ολοκαίνουρια μονοθέσια και **διθέσια κανό**.

Σύμφωνα και με την πρωτογενή έρευνα η καθαρή θάλασσα της περιοχής Αγιοκάμπου Βελίκας αποτελεί σημαντικό κριτήριο για την προσέλκυση τουριστών στον νομό Λάρισας και αποτελεί κίνητρο ο θαλάσσιος τουρισμός για εκ νέου επίσκεψη σε αυτόν. Όμως παρόλα αυτά ο Νομός δεν έχει αναπτύξει σε ικανοποιητικό βαθμό υποδομές, πρίμα που σημαίνει ότι η τουριστική ανάπτυξη της παραθαλάσσιας περιοχής του Νομού Λάρισας είναι σε χαμηλά επίπεδα ενώ θα μπορούσε να επιτύχει υψηλού βαθμού ανάπτυξη. Οι παράκτιες περιοχές του

Νομού δεν έχουν περάσει στο στάδιο ανάπτυξης του κύκλου ζωής του προϊόντος, έχουν παραμείνει στο στάδιο της εμπλοκής. **Προτείνονται λοιπόν τα ακόλουθα μέτρα:**

- Ø Να αυξηθεί ο αριθμός των οργανωμένων πλαζ και οι δραστηριότητες-ποιότητα υπηρεσιών που αυτές προσφέρουν
- Ø Βελτίωση πρόσβασης στις παράκτιες περιοχές του Νομού, βελτίωση του οδικού δικτύου (άνοιγμα του δρόμου σε πλάτος που οδηγεί στην περιοχή του Αγιοκάμπου και περνά από το βουνό της Αγιάς, καθώς και άνοιγμα της υπό κατασκευής σήραγγας που περνά από τα Τέμπη και οδηγεί στο Στόμιο, Καστρί Λουτρό)
- Ø Αύξηση του χώρου στάθμευσης των αυτοκινήτων, ώστε να μην παρκάρουν στην αμμουδιά και δημιουργούν ρύπανση
- Ø Επιδότηση από την νομαρχία αλλά και από το κράτος για την δημιουργία επιχειρήσεων οργανωμένων που να αναλαμβάνουν την διοργάνωση θαλάσσιων σπορ αλλά και την εκπαίδευση των ενδιαφερόμενων στους τομείς ιστιοπλοΐας (ενοικίαση σκαφών-σχολές), καταδύσεων (σχολές), θαλάσσιου σκι (σχολές), καθώς και των εγκαταστάσεων και ευρύτερων διευκολύνσεων που απαιτούνται
- Ø Με την δημιουργία του λιμανιού στην περιοχή του Αγιοκάμπου να επεκταθούν τα έργα, για την προσέλκυση κρουαζιερόπλοιων
- Ø Αύξηση των καταλυμάτων αλλά και γενικότερων υποδομών εστίασης σε άλλες τις παράκτιες περιοχές του νομού (βασικό για την ανάπτυξη των παραθαλάσσιων περιοχών μιας και οι υποδομές αποτελεί ένας από τους ανασταλτικούς παράγοντες για την επίσκεψη τουριστών)
- Ø Οργάνωση και προγραμματισμός από την νομαρχία Λάρισας καθώς δεν υπάρχει ακόμα ένα οργανωμένο σχέδιο ανάπτυξης και καλύτερη προώθηση διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος και των δραστηριοτήτων ειδικού τουρισμού που προσφέρει ο τόπος (οι τουρίστες- επισκέπτες δεν γνωρίζουν ότι ο τόπος προσφέρει την δυνατότητα άσκησης θαλάσσιων δραστηριοτήτων)
- Ø Τέλος την αύξηση των τουριστών όχι των επισκεπτών μόνο, διότι οι παράκτιες περιοχές συγκεντρώνουν περισσότερο άτομα που διαμένουν λιγότερο από 24 ώρες παρά άτομα που μένουν για περισσότερο από 24 ώρες

6.3 Πολιτιστικός Τουρισμός

Σύμφωνα με τα στοιχεία της δευτερογενούς και τις πρωτογενής έρευνας ο Νομός διαθέτει πλούσια πολιτιστική παράδοση, πολλούς αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, πολλές πολιτιστικές γιορτές-εκδηλώσεις (γιορτή Πηνειού, το καρναβάλι του Τυρνάβου κτλ.), πολλά παραδοσιακά προϊόντα και θα ήταν κίνητρο ο πολιτιστικός τουρισμός για εκ νέου επίσκεψη των τουριστών στον Νομό Λάρισας. Επίσης η πρωτογενής έρευνα έδειξε ότι, όλοι οι τουρίστες δοκίμασαν την τοπική κουζίνα, την νυχτερινή ζωή, και οι περισσότεροι επισκέφτηκαν αρχαιολογικούς χώρους. Όλα αυτά συνηγορούν ότι θα μπορούσε ο Νομός Λάρισας να αναπτύξει επιτυχώς, τον πολιτιστικό τουρισμό, έχει δηλαδή τις δυνατότητες εκείνες για την ανάπτυξη και προώθηση μιας τέτοιας μορφής τουρισμού. Για την περαιτέρω ανάπτυξη του **προτείνονται τα ακόλουθα**

- Ø Έργα ανάπλασης και συντήρησης αρχαιολογικών και ιστορικών μνημείων καθώς και διατηρητέων κτιρίων
- Ø Έργα τα οποία θα φέρουν στο φως νέα αρχαιολογικά ευρήματα και διατήρηση, ανάδειξη αυτών (αρχαιολογικοί τάφοι στην περιοχή του δήμου Κρανώνα, στο χωριό Κρανώνα)
- Ø Δημιουργία υπηρεσιών ξενάγησης και εύκολης πρόσβασης σε όλους τους αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους που είναι διάσπαρτοι στον Νομό
- Ø Δημιουργία των καταλλήλων υποδομών για την ανάδειξη και υποστήριξη του πολιτιστικού τουρισμού
- Ø Δημιουργία και ενίσχυση νέων λαογραφικών μουσείων
- Ø Ενίσχυση υπαρχόντων και εμπλουτισμός των πολιτιστικών εκδηλώσεων σε όλο τον Νομό Λάρισας
- Ø Έκδοση πολιτιστικού οδηγού – χάρτη για την διοργάνωση κάθε πολιτιστικής δραστηριότητας στον Νομό
- Ø Δημιουργία συνεργασίας με ερευνητικά κέντρα – εκπαιδευτικά ιδρύματα για ανάδειξη και προώθηση πολιτιστικού πλούτου καθώς και εφαρμογή νέων τεχνολογιών στις ξεναγήσεις των μουσείων (καινοτομικές δράσεις RI-SE, εγκατάσταση stellar, κέντρα εικονικής πραγματικότητας)
- Ø Ενίσχυση των τουριστών- επισκεπτών για συμμετοχή στις πολιτιστικές δραστηριότητες (συμμετοχή στο καρναβάλι του Τύρναβου)
- Ø Διαφήμιση προώθηση των πολιτιστικών πόρων του Νομού με συμμετοχή της Νομαρχίας Λάρισας σε εθνικές και διεθνείς πολιτιστικές εκθέσεις

- Ø Δημιουργία ιστοσελίδας στο internet που να προβάλουν όλες τις πολιτιστικές γιορτές και όλα τα πολιτιστικά αρχαιολογικά μνημεία του τόπου ώστε ο επισκέπτης να γνωρίζει εκ των πρότερων ότι ο Νομός διαθέτει και πολιτιστικό τουρισμό εκτός από <θάλασσα και βουνό>
- Ø Διανομή φυλλαδίων-οδηγών τουρισμού σε όλα τα καταλύματα του Νομού ώστε ο τουρίστας να είναι ενήμερος
- Ø Τέλος συνδυασμός αυτής της μορφής τουρισμού με τις υπόλοιπες.

6.4 Συνεδριακός Τουρισμός

Η σύγχρονη συνεδριακή υποδομή των ξενοδοχείων της πόλης της Λάρισας και ευρύτερα μπορεί σύμφωνα με την δευτερογενής και πρωτογενή έρευνα, να ικανοποιήσει κάθε σύγχρονη ανάγκη- απαίτηση για να διασφαλίσει άψογη οργάνωση για κάθε συνέδριο – εκδήλωση. Η Λάρισα αποτελεί ένα δυνατό συνδυασμό εργασίας και διακοπών, μια σοβαρή και ολοκληρωμένη πρόταση της συνεδριακής τουριστικής αγοράς. Σύμφωνα με την πρωτογενή έρευνα οι λόγοι επίσκεψης των τουριστών είναι κατά μεγάλο ποσοστό, η συμμετοχή σε συνέδρια σεμινάρια, επομένως η μορφή ειδικού τουρισμού που αναπτύσσεται επιτυχώς στον Νομό είναι ο συνεδριακός τουρισμός και σε μικρό ποσοστό οι άλλες μορφές.

Για καλύτερη και περαιτέρω ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού **προτείνεται:**

- Ø κίνητρα για αύξηση των χώρων διεξαγωγής συνεδρίων και εκτός της πόλης Λάρισας
- Ø κίνητρα για καλύτερες τεχνικές προδιαγραφές των συνεδριακών κέντρων του Νομού
- Ø εκπαίδευση και ειδίκευση των στελεχών στην οργάνωση και λειτουργία των συνεδρίων

6.5 Θρησκευτικός Τουρισμός

Στον Νομό βρίσκονται διάσπαρτα θρησκευτικά μνημεία που αποτελούν ανεκτίμητο πλούτο για την περιοχή και πόλο έλξης για χιλιάδες επισκέπτες. Ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να επισκεφτεί πολλά από τα θρησκευτικά μνημεία του νομού ¹⁶ όμως σημαντικό

¹⁶ Μονή της Παναγίας Ολυμπιώτισσας, μονή Αναλήψεως του Σωτήρος Συκέας Ποταμιάς, μονή Αγίας Τριάδος Σπαρμού Ολύμπου, μονή Αγίας τριάδος Λιβαδιού, μονή Αγίου Δημητρίου Τσαριτσάνης, μονή Κανάλλων Καριάς Ολύμπου, μονή Κλημάδων Καριάς Ολύμπου, μονή Αγίου Δημητρίου Στωμίου, μονή Ιωάννου θεολόγου, ιερά μονή Παναγίας Δερμελιώτισσας στα Φάρσαλα

συγκριτικό πλεονέκτημα για τον νομό αποτελεί η Αγία Παρασκευή ¹⁷ στα Τέμπη. Η Αγία Παρασκευή λόγω της θέσης της, (στα στενά των Τεμπών, μέσα στην φύση) αποτελεί θρησκευτικό προορισμό από μόνη της για Έλληνες από όλα τα μέρη της Ελλάδας αλλά και για αλλοδαπούς. Η πρωτογενής έρευνα έδειξε ότι ο θρησκευτικός τουρισμός (προσκύνημα και περιήγηση στα Τέμπη) αποτελεί σημαντικό κριτήριο για την προσέλκυση των τουριστών στον νομό Λάρισας, όμως δεν υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές. **Προτείνεται** (Φυλακτός, 2009):

- Προώθηση και προβολή μεγάλων θρησκευτικών εκδηλώσεων (εορτασμός Αγίας Παρασκευής, εορτασμός Παναγίας Δερμελιώτισσας) από τοπικούς φορείς
- Κατασκευή έργων υποδομής (άνοιγμα δρόμων, έργα διατήρησης και συντήρησης των θρησκευτικών μονών)
- Δημιουργία δικτύου θρησκευτικών μνημείων – σχεδιασμός θρησκευτικών διαδρομών
- Ίδρυση θρησκευτικού μουσείου
- Προγραμματισμός και οργάνωση της νομαρχίας Λάρισας ώστε ώριμες περιοχές (Αγία παρασκευή στα Τέμπη) να μην φτάσουν στο σημείο κορεσμού
- Έργα για την ασφαλή πρόσβαση ¹⁸ στα θρησκευτικά μονοπάτια

6.6 Οικοτουρισμός

Ο Νομός Λάρισας μπορεί επιτυχώς να αναπτύξει και να στηριχτεί στον οικολογικό τουρισμό μιας και σύμφωνα με την έρευνα, διαθέτει ατελείωτη φυσική ομορφιά με οικολογικό ενδιαφέρον και έχει αρκετά αναπτύξει υποδομές. Ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να ασκήσει της ακόλουθες δραστηριότητες:

¹⁷ Ο Ναός βρίσκεται στο κέντρο των στενών των Τεμπών, στη θέση αυτή χτίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1910 από τον ΟΣΕ παράλληλα με την διάνοιξη του σιδηρόδρομου, Στην ίδια θέση προϋπήρχε Προσκύνημα της ίδιας στην ίδια φυσική σπηλιά και το Αγίασμα σε βαθιά οπή, όπως και σήμερα. Κοντά στη σπηλιά αναβλύζουν άφθονα νερά πηγής. Το σπήλαιο βρίσκεται στην πλευρά του Ολύμπου. Στην θέση που βρίσκεται είναι απρόσιτο από την πλευρά του Ολύμπου, ενώ προσιτό από την Κισσάβεια πλευρά όπου βρίσκεται και η κρεμαστή γέφυρα, η οποία ανακατασκευάστηκε πρόσφατα και μέσα στο καλοκαίρι του 2004 γίνανε τα εγκαίνια.

¹⁸ κατολίσθηση βράχων στο οδικό δίκτυο Αθήνας- Θεσσαλονίκης τον Ιανουάριο του 2010

Û **Rafting.** Μια απαιτητική κατάβαση (Νοέμβριο έως Ιούνιο) στον ποταμό Πηνειό (περιοχή Βερνέζι) με σημαντικό όγκο νερού και συνεχόμενα περάσματα 3ου και 4ου βαθμού, ανεβάζοντας την αδρεναλίνη κατακόρυφα.

Û **Canoe-Kayak.** Στην Κοιλιάδα των Τεμπών και συγκεκριμένα στο Δέλτα του Πηνειού (όλο το χρόνο) μια ήρεμη και διασκεδαστική κατάβαση ως τις εκβολές του στο Αιγαίο Πέλαγος.

Û **Jeep Safari.** Διάσχιση δασικών δρόμων, περάσματα ποταμών και ανάβαση βουνών του ορεινού όγκου της Αν. Θεσσαλίας (Κίσσαβος- Κάτω Όλυμπος). Ποικιλία διαδρομών μέσα σε πυκνή βλάστηση και μαγευτικό τοπίο με φόντο τη θάλασσα με δυνατότητα διαμονής σε παραδοσιακούς ξενώνες των γραφικότερων χωριών της περιοχής.

Û **Trekking.** Παρατήρηση πουλιών και βλάστησης

Παρόλα αυτά παρατηρείτε μια αλλοίωση του οικοσυστήματος και μόλυνση του Πηνειού ποταμού, **προτείνεται** λοιπόν γενικά για την διατήρηση και ενίσχυση αυτής της ειδικής μορφής τουρισμού (Fennell, 2011):

Ø Μέτρα για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος

Ø Η καθιέρωση τοπικών δικτύων, διαδρομών - μονοπατιών, πολυθεματικού χαρακτήρα με έμφαση στη φυσιολατρική διάσταση

Ø Η δημιουργία υποδομών παρατήρησης και ερμηνείας της φύσης (π.χ. παρατηρητήρια, κέντρα ενημέρωσης επισκεπτών, μουσεία)

Ø Καθορισμός της φέρουσας ικανότητας ειδικά στις περιοχές natura και σε όλες της οικολογικά ευαίσθητες περιοχές, χάραξη ζωνών, σχεδιασμός και σήμανση περιοχών μονοπατιών, δημιουργία βασικής πρόσβασης

Ø Σχεδιασμός και υλοποίηση προγραμμάτων οικοτουρισμού και περιβαλλοντικής εκπαίδευσης

Ø Δημιουργία φυσικών πάρκων καθώς και ανάδειξη ιδιαίτερων γεωλογικών φαινομένων με στήριξη μουσείου Φυσικής Ιστορίας

Ø Διαφήμιση και ανάδειξη του αμόλυντου φυσικού πλούτου του νομού σε εθνικές και διεθνείς εκθέσεις

Ø Χρηματοδότηση της οργάνωσης (φίλοι του Πηνειού) για να έχουν την δυνατότητα να ενεργοποιηθούν

Ο νομός πρέπει με κάθε μέσω και τρόπο να στραφεί προς την διατήρηση και ενίσχυση αυτής της σπάνιας φυσικής και οικολογικής ομορφιάς που έχει στα σπλάγνα του, με προγραμματισμό και οργάνωση από τους αρμόδιους τοπικούς και εθνικούς φορείς .

6.7 Αγροτουρισμός

Ο Νομός Λάρισας παρά το γεγονός ότι η οικονομία του στηρίζεται κυρίως στον αγροτικό τομέα, έχει μεγάλες προς καλλιέργεια εκτάσεις γης, ο πρώτος αγροτικός συνεταιρισμούς (Αμπελακίων) άνησε στον νομό, παράγει τοπικά παραδοσιακά προϊόντα, δεν έχει αναπτύξει επαρκώς μια τέτοια μορφή τουρισμού, κυρίως λόγω της έλλειψης υποδομών αλλά και της ενημέρωσης, εκπαίδευσης των κατοίκων. Για την επιτυχή ανάπτυξη του **προτείνεται** (Ασκέλη, 2005):

- Ø Ενίσχυση των δράσεων ανακαίνισης παραδοσιακών ή εγκαταλελειμμένων κτιρίων και οικισμών ή συνόλων οικισμών με στόχο τη διατήρηση της αγροτικής κληρονομιάς
- Ø Διασύνδεση της τοπικής παραγωγής με την αγροτουριστική κατανάλωση
- Ø Ενίσχυση του γαστριμαργικού τουρισμού με δράσεις προώθησης της Λαρισαϊκής κουζίνας και των επιμέρους εκδοχών της ως σημαντικού τουριστικού πόρου (σύμφωνα με την έρευνα, οι περισσότεροι τουρίστες δοκίμασαν πολύ την τοπική κουζίνα)
- Ø Προώθηση της εμπορίας γεωργικών προϊόντων ποιότητας καθώς και τοπικά μεταποιημένων προϊόντων ποιότητας
- Ø Παροχή κινήτρων για κατασκευή και λειτουργία νέων αγροτουριστικών καταλυμάτων κυρίως στην ενδοχώρα και τις ορεινές περιοχές του Νομού
- Ø Ειδικές υποδομές όπως κέντρα πληροφόρησης, μουσεία φυσικής ιστορίας, αγροτικής παράδοσης
- Ø Σχεδιασμός και καταγραφή των αγροτικών δραστηριοτήτων που θα μπορούσαν να ασκήσουν οι τουρίστες
- Ø Δημιουργία δικτύωσης, clusters για τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις
- Ø Δημιουργία γυναικείων συνεταιρισμών για ίδρυση μονάδων χειροτεχνίας και παραδοσιακής διατροφής και ενίσχυση των ήδη υπεχόντων συνεταιρισμών¹⁹ με ευρωπαϊκά προγράμματα

¹⁹ γυναικείος αγροσυνεταιρισμός Αμπελακίων

Ø Εκπαίδευση και ενημέρωση των κατοίκων του νομού σχετικά με την δυνατότητα επιχειρηματικής αγροτουριστικής πρωτοβουλίας καθώς και σεμινάρια και ημερίδες κατάρτισης για τους εργαζόμενους στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Ø Οργάνωση γιορτών γευσιγνωσίας της τοπικής κουζίνας και συνεργασία των παραγωγών με ξενοδοχεία της περιοχής για προώθηση της τοπικής παραδοσιακής κουζίνας
Ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή η οποία μπορεί να προσδώσει σημαντικά οφέλη στον νομό Λάρισας και στις ορεινές και στις πεδινές περιοχές. Χρειάζεται όμως την σύμπραξη της νομαρχίας Λάρισας και των τοπικών φορέων, για την επίτευξη αυτού του σκοπού.

6.8 Ορεινός Τουρισμός

Ο νομός Λάρισας με τους επιβλητικούς όγκους του μπορεί επιτυχώς να αναπτύξει ορεινό τουρισμό. Ο Όλυμπος και ο Κίσσαβος τα δυο μεγάλα βουνά της χώρας δεσπόζουν στην περιοχή προσκαλώντας τον επισκέπτη να γνωρίσει την άγρια την παρθένα φύση τους. Το μυθικό βουνό έδρα των δώδεκα θεών της ελληνικής αρχαιότητας αποτελεί παγκόσμιο σημείο αναφοράς στο πέρασμα των αιώνων. Αλλά και η άγρια ομορφιά του Κισσάβου και το κατάφυτο Μαυροβούνι υπόσχονται στον επισκέπτη ανεπανάληπτες εικόνες. Η έρευνα έδειξε ότι οι τουρίστες κατά την διάρκεια της παραμονής τους στον νομό Λάρισας άσκησαν πολύ ορεινές δραστηριότητες Πολλές και ποικίλες δραστηριότητες μπορεί λοιπόν να ασκήσει ο επισκέπτης όπως;

Û **Ορεινή ποδηλασία** Διαδρομές όλο το χρόνο σε δασικούς δρόμους του ορεινού όγκου του νομού Λάρισας με ορειβατικό ποδήλατο ανατομικής κατασκευής. Μεγάλη ποικιλία διαδρομών ανάλογα με την φυσική κατάσταση των συμμετεχόντων

Û **Ιππασία.** Μικρές διαδρομές σε μονοπάτια και όμορφα δάση, με ειδικά εκπαιδευμένα άλογα και έμπειρους εκπαιδευτές σε φάρμες αλόγων στην περιοχή του Ολύμπου.

Û **Ορειβασία-αναρρίχηση.** Μοναδική εμπειρία αναβάσεων και αναρριχήσεων στον Όλυμπο και τον Κίσσαβο, από τα σημαντικότερα ορεινά συγκροτήματα της χώρας μας με απέραντη φυσική ομορφιά.

Û **Ορειβατικό σκι.** Ο επισκέπτης μπορεί να κάνει τους χειμερινούς μήνες στον Όλυμπο και στα κανάλια Κισσάβου μιας και υπάρχουν αρκετά χιονοδρομικά κέντρα

Û **Jeeping 4x4.** Στον Κίσσαβο

Û **Moto cross.** Στην Καλλίθεα Ελασσόνας

Προτεινόμενα έργα υποστήριξης :

- Ø Κίνητρα για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των κατοίκων στις ορεινές περιοχές σε όλο τον νομό Λάρισας
- Ø Προστασία της φυσικής ομορφιάς των ορεινών περιοχών καθώς πολλά μέρη από αυτά προστατεύεται από το Πανευρωπαϊκό Δίκτυο φύση 2000 (NATURA 2000).
- Ø Ανάδειξης της ορεινής φύσης (λεπτομερής χαρτογράφηση, πλήρης σήμανση, περιπατητικά μονοπάτια, κιόσκια πληροφόρησης, χώροι αναψυχής, δημιουργία μουσείων Φυσικής ιστορίας και περιβαλλοντικής εκπαίδευσης
- Ø Κίνητρα για την κατασκευή έργων υποδομής (ξενώνες) φιλικά προς το περιβάλλον και σύμφωνα με την τοπική παραδοσιακή αρχιτεκτονική

6.9 Αθλητικός τουρισμός

Ο νομός Λάρισας διαθέτει της κατάλληλες υποδομές για την ανάπτυξη μιας τέτοιας μορφής τουρισμού. Μπορεί στο παρελθόν να μην είχε τη δυνατότητα της ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού όμως το μέλλον είναι πρόσφορο. Η ανάληψη της διοργάνωσης και διεξαγωγής των μεσογειακών αγώνων 2013 στο νομό Λαρίσης και νομό μαγνησίας έδωσε την ώθηση για την κατασκευή αναλόγων αθλητικών υποδομών και την δυνατότητα ανάπτυξης αθλητικοί τουρισμού. Σύμφωνα με την έρευνα, οι περισσότεροι τουρίστες που ρωτήθηκαν, γνώριζαν για τους μεσογειακούς αγώνες και συμφώνησαν απόλυτα ότι θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού και στην ανάπτυξη του νομού. **Μέτρα υποστήριξης** (Κουστέλιος, 2007):

- Ø Η αξιοποίηση των υπάρχοντων αθλητικών εγκαταστάσεων της, για τη διοργάνωση τακτικών διεθνών αθλητικών εκδηλώσεων
- Ø Η ανάπτυξη προπονητικών κέντρων σε περιοχές του ορεινού και ημιορεινού χώρου που διαθέτουν ικανοποιητική πρόσβαση και ξενοδοχειακή υποστήριξη καθώς επίσης σε παραθαλάσσιες και παραλίμνιες περιοχές για τα αθλήματα του θαλάσσιου σκι, ιστιοδρομίες, κ.λπ.
- Ø Τα προπονητήρια και οι λοιπές σχετικές υποδομές πρέπει να εναρμονίζονται με την κλίμακα και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής εγκατάστασης
- Ø Στρατηγικός σχεδιασμός για την χρήση και αξιοποίηση των εγκαταστάσεων και για την μεταμεσογειακή περίοδο, ώστε να αποφευχθούν οι αρνητικές επιπτώσεις όπως στην περίπτωση των Ολυμπιακών αγώνων στην Αθήνα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός, ένα φαινόμενο του οποίου η εξελικτική πορεία είναι συνεχώς ανοδική και αντανακλά τις κοινωνικές ανάγκες, όπως αυτές διαμορφώνονται, ανάλογα με τη δομή τους και τις συνήθειες που διαμορφώνει ο τρόπος ζωής των ανθρώπων, την εκάστοτε χρονική περίοδο. Από τη βιομηχανική επανάσταση και μετά, έκανε την εμφάνιση του το φαινόμενο της αστυφιλίας, με τη δημιουργία βιομηχανικών κέντρων, γεγονός το οποίο διαμόρφωσε μια νέα γενιά κοινωνίας, αυτής των ανθρώπων των πόλεων. Η κοινωνιολογική αυτή διαφοροποίηση συγκριτικά με παλαιότερα κοινωνικά μοντέλα, έφερε μαζί της καινούριες συνήθειες και κατ' επέκταση καινούριες ανάγκες. Η ανάγκη της αναψυχής ήταν μια απ' αυτές και τα μεγέθη των αριθμών των ατόμων στις κοινωνίες αυτές εξηγούν και τη μαζική ανάπτυξη του τουρισμού σε διαχρονική φάση που αγγίζει και τις μέρες μας.

Μιλώντας επομένως για τουρισμό, κατανοούμε ότι μιλάμε για ένα δυναμικό φαινόμενο, η φύση του οποίου πολλαπλασιάζει την ώθηση που του δίνουμε, εντείνοντας την ανάπτυξη – μεγέθυνση που του αναλογεί σε μεγαλύτερες κλίμακες. Η εξάπλωση αυτή επηρεάζει πολλούς τομείς μιας οικονομίας, δεδομένου ότι το τουριστικό προϊόν είναι άυλο, αποτελεί μια υπηρεσία ή μια σειρά από υπηρεσίες για τις οποίες δραστηριοποιούνται πολλοί και διαφορετικοί φορείς. Η εμπλοκή όλων αυτών επηρεάζει θετικά τοπικές οικονομίες, δίνει ώθηση στην περιφερειακή ανάπτυξη, ενισχύει το Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν, καθώς και το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών.

Πιο συγκεκριμένα για τη χώρα μας, οι υπηρεσίες ανάγονται σε υπ' αριθμόν ένα προτεραιότητα, με τον τουρισμό να αποτελεί την πιο υγιή και περισσότερο πολυπληθή βιομηχανία που υπάρχει, συμβάλλοντας τα μέγιστα στην οικονομία του τόπου. Αυτό και μόνο καθιστά τον τουρισμό μια πολύ σοβαρή υπόθεση με μεγάλες οικονομικές διαστάσεις για ολόκληρη τη χώρα, το αντίκτυπο του οποίου αντανακλά στις ζωές όλων μας. Η δυναμική αυτή χρήζει ιδιαίτερης μνείας από τους εμπλεκόμενους φορείς, σε ό,τι αφορά το οργανωτικό σκέλος της υπόθεσης «Ελλάδα και Τουρισμός».

Στο σημείο αυτό γίνεται σαφές ότι η ανάγκη περαιτέρω οργάνωσης σε πολιτειακό επίπεδο είναι παραπάνω από επιτακτική και απαιτείται η χάραξη μιας σωστά σχεδιασμένης πολιτικής, η οποία θα βοηθά τις ανάγκες που δημιουργούνται ή τα προβλήματα που προκύπτουν, με σύνεση και ευαισθησία. Η τουριστική πολιτική για ένα οργανωμένο κράτος γίνεται το Α και το Ω, στην προσπάθεια για όσο το δυνατόν πιο σωστή εκμετάλλευση του τουρισμού σαν φαινόμενο οικονομικό, όσο και κοινωνικό. Θεωρώντας αυτονόητο ότι η

αλληλεπίδραση των δύο εννοιών, μέσα από τη συγκεκριμένη δραστηριότητα στον τόπο υποδοχής πρέπει να θεωρείται δεδομένη.

Με το πέρασμα του χρόνου, η Ελλάδα παραμένει μια σταθερή αξία στον τουριστικό χάρτη. Οι εποχές όμως αλλάζοντας δίνουν καινούριες δυνατότητες και νέες προοπτικές για τη δημιουργία και την εξέλιξη του τουριστικού της προϊόντος. Η γενικότερη τάση παγκόσμια έχει μεταφέρει ένα μεγάλο ποσοστό «της τουριστικής πίτας» στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αυτές αποτελούνται από συγκεκριμένες δραστηριότητες, οι οποίες χαρακτηρίζουν την κάθε τουριστική κίνηση (θρησκευτικός, αγροτουρισμός, συνεδριακός, θεραπευτικός – ιαματικός κ.α.). Το θετικό για την χώρα υποδοχής στην προκειμένη περίπτωση, είναι ότι αυτές οι μορφές τουρισμού προσελκύουν ανθρώπους ενός ευρύτερου μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου, γεγονός που δίνει περισσότερες δυνατότητες για θετική εκμετάλλευση του τουρισμού σε πολλούς τομείς (εκατέρωθεν πολιτιστικές επιρροές, διαμόρφωση καλής εικόνας της χώρας, καθώς και οικονομικές και εμπορικές συναλλαγές) (Γούνη, 2003).

Στατιστικά, ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται συνεχώς και οι προτιμήσεις τους σαν απόλυτα νούμερα δεν έχουν αλλάξει τις παλαιότερες συνήθειες που αφορούσαν το δίπτυχο ήλιος – θάλασσα. Το ποσοστό που προστέθηκε στον αριθμό αυτό είναι εκείνο με τις ποιοτικότερες αναζητήσεις, άρα και το πιο απαιτητικό. Είναι οι άνθρωποι αυτοί, οι οποίοι δημιουργούν την ζήτηση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ζήτηση όμως η οποία ακόμα δε βρίσκει ανακούφιση από την υπάρχουσα προσφορά. Η καινούρια αυτή αγορά απαιτεί τις στοχευμένες προσπάθειες όλων, στην ευόδωση μιας αναπτυξιακής πορείας στη συγκεκριμένη κατεύθυνση. Με αυτό τον τρόπο η χώρα θα είναι συνεπής στο ραντεβού της με τις εξελίξεις και πιστή στον τίτλο της ως ένας απ' τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς.

Μακριά από τα πλαίσια μιας κοντόφθαλμης, βραχυπρόθεσμης τουριστικής οργάνωσης, η μετάλλαξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος οφείλει να έχει μακροπρόθεσμες βλέψεις κι ένα όραμα προσανατολισμένο στο σύγχρονο πρόσωπο που θέλουμε και που οι συνθήκες απαιτούν να έχουμε. Σε αυτό τον δρόμο η σωστή προβολή και προώθηση είναι ζητούμενο πρωταρχικής σημασίας, για ένα προφίλ λαβωμένο από τη φθορά του χρόνου και τη στασιμότητα την οποία με την σειρά της, όπως σε κάθε στάσιμη κατάσταση, ακολούθησε η οπισθοδρόμηση. Το πρόγραμμα προώθησης των ελληνικών προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών οφείλει να είναι μιας ιδιαίτερης υφής, ιδιαίτερα μελετημένο, αφού το ζήτημα είναι η διαμόρφωση μιας εικόνας μακροπρόθεσμα στη συνείδηση των απανταχού τουριστών ή των εν δυνάμει επισκεπτών του ελλαδικού τόπου (Γούνη, 2003).

Για τη σωστή εφαρμογή όλων των παραπάνω, η αποδέσμευση των συνδεδεμένων φορέων με την πολιτική εξουσία γίνεται ανάγκη. Τα ιδιωτικονομικά κριτήρια λειτουργίας των επιχειρήσεων είναι ιδανικά, και μιλώντας για αυτά τα κριτήρια, αυτό που πρέπει να αναζητούμε είναι διαφάνεια, αξιοκρατία, τήρηση των νόμων και απαλοιφή της διαφθοράς. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, οι προϋποθέσεις για το επιθυμητό είδος ανάπτυξης που επιδιώκουμε, γίνονται όλο και πιο θετικές και οδηγούν σε περισσότερο ελπιδοφόρους ορίζοντες, ανοίγοντας νέους δρόμους για όλους τους τομείς της οικονομίας, της πολιτιστικής ανάπτυξης και της ομοιογένειας των κοινωνικών τάξεων (Γούνη, 2003).

Χρυσή ευκαιρία που παρουσιάζεται σαν από μηχανής Θεός για την τουριστική ανάπτυξη και για θέματα πέρα από αυτή, είναι η εκμετάλλευση της Ολυμπιακής κληρονομιάς, η φήμη μόνο της οποίας στατιστικά επηρεάζει της ανάδοχες πόλεις μια δεκαετία μετά την τέλεση των αγώνων. Τα στάδια, η διαμόρφωση των γύρω χώρων και η προσέλευση σε αυτά, ευνοούν τις ιδιωτικές επενδύσεις γύρω από αυτούς τους χώρους, με απώτερο στόχο την ουσιαστική προσέγγιση στο θέμα εναλλακτικός τουρισμός, με συγκεκριμένες μορφές, όπως ο συνεδριακός και ο αθλητικός τουρισμός να ευνοούνται περισσότερο. Οι υποδομές μαζί με την τεχνογνωσία που αποκτήθηκε μπορούν να διαμορφώσουν μια καινούρια «ελληνική πραγματικότητα» με μια περισσότερο θετική χροιά, απ' ότι έχει η συγκεκριμένη έκφραση σήμερα (Τέλλογλου, 2004).

Στην ανάπτυξη όλων αυτών η υπάρχουσα ευρωπαϊκή πολιτική συμβάλλει δυναμικά με τη δημιουργία ενός σχεδίου χάραξης μια ενιαίας τουριστικής πολιτικής για όλα τα κράτη – μέλη. Διακρατικές συμφωνίες πλέον καταργούνται, αφού τα σύνορα δεν βρίσκονται ανάμεσα στον «ευρωπαϊκό χώρο». Οι μετακινήσεις είναι σαφέστατα ευκολότερες και η δυναμική που δημιουργείται είναι σαφές ότι είναι γεμάτη ευκαιρίες για την επιχειρηματικότητα γενικότερα και σ' ό,τι αφορά τους τουρίστες, την απόλαυση ενός ποιοτικότερου και περισσότερο άνετου τουριστικού προϊόντος.

Συνοψίζοντας όλα αυτά τα οποία αποτελούν ζητούμενα για την ικανοποίηση των αναπτυξιακών αναγκών, χρησιμοποιούμε τη λέξη «Αειφορία». Αειφορία και Αειφόρος Ανάπτυξη, όροι – κλειδιά για τρία βασικά ζητούμενα που δεν αφορούν άλλα από την οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή και την περιβαλλοντική προστασία. Η επιτυχία των τριών αυτών στόχων συνιστά την επιτυχημένη εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής και η συνέχιση της, την προσπάθεια για διατήρηση και εξέλιξη του προϊόντος ανάλογα με την κοινωνική δομή και το πώς αυτό διαμορφώνεται με το πέρασμα του χρόνου.

Οι αρνητικές και μεγάλες επιπτώσεις του μαζικού τρόπου ταξιδιού σε έναν τόπο, στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στην οικονομία, ο ασφυκτικός τρόπος ζωής στις

Μεγαλοπόλεις (Αθήνα, Θεσσαλονίκη κτλ.), και η έλλειψη ποιότητας ζωής σε αυτές, αποτελούν το σημαντικότερο κίνητρο για στροφή προς τις ειδικές μορφές τουρισμού και στροφή προς την ύπαιθρο.

Η έρευνα έδειξε ότι ο νομός Λάρισας διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλους νομούς, και υπάρχουν οι προοπτικές εκείνες για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού. Βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδος, στο κέντρο του Αιγαίου Πελάγους μ' έναν συνδυασμό 30 χλμ. παραλίας - άγνωστο σαν προορισμό- με μία σύνδεση τριών ορεινών όγκων, με πολλές ζώνες προστασίας του προγράμματος «NATURA», με περίσσιο φυσικό κάλλος και πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Διαθέτει περιοχές υψηλής φήμης (ΟΛΥΜΠΟΣ - ΤΕΜΠΗ - ΑΜΠΕΛΑΚΙΑ - ΚΙΣΣΑΒΟΣ), αρχαιολογικούς χώρους και ευρήματα, κυνηγητικές περιοχές, πλούσιες και ποικίλες δράσης τέχνης και πολιτισμού, Διατηρεί αρκετά παραδοσιακά χωριά με ενδιαφέρουσα αρχιτεκτονική. Υπάρχουν πολλά θρησκευτικά μνημεία. Έχει πλούσια ιστορία και μυθολογία με δεδομένους προορισμούς. Έχει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης λόγω φυσικής υποδομής του εναλλακτικού και οικολογικού τουρισμού, διαθέτει γνωστά αγροτικά προϊόντα.

Όμως παρόλα αυτά ο νομός δεν έχει αναπτύξει σε ικανοποιητικά επίπεδα γενικά τον τουρισμό, αλλά και τις ειδικές μορφές τουρισμού. Οι περισσότερες αν όχι όλες οι περιοχές του νομού φτάνουν μέχρι τη φάση εμπλοκής του κύκλου ζωής του προϊόντος, δεν περνούν δηλαδή στο στάδιο της ανάπτυξης και αυτό κυρίως λόγω έλλειψης υποδομών.

Η βελτίωση του οδικού δελτίου, ο καλύτερος προγραμματισμός από την νομαρχία Λάρισας και η διαφήμιση προώθηση, θα μπορέσουν να συμβάλλουν στην αύξηση της επισκεψιμότητας στον νομό και στην ανάπτυξη των ειδικών μορφών. Είναι ανάγκη το τουριστικό προϊόν της Λάρισας να αποκτήσει ταυτότητα και οι ντόπιοι επιχειρηματίες μαζί με τους τοπικούς δημόσιους φορείς να καταλάβουν τα οφέλη από την ανάπτυξη τέτοιων ειδικών μορφών.

Το μέλλον του νομού Λάρισας όσον αφορά των τουρισμό και τις ειδικές μορφές φαίνετε καλό. Η ανάληψη και η διεξαγωγή των μεσογειακών αγώνων στον νομό Λάρισας θα δώσει σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, και των άλλων μορφών και γενικά στην ανάπτυξη του τουρισμού σε όλον τον νομό. Το σχετικό άγνωστο τουριστικό προϊόν του νομού θα γίνει γνωστό και τα οφέλη από αυτήν την διοργάνωση θα έχουν πολλαπλά θετικά αποτελέσματα στον τόπο και την τοπική κοινωνία και οικονομία.

Μελλοντική έρευνα. Η τουριστική ανάπτυξη του νομού Λάρισας και οι προοπτικές ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού είναι μια εργασία που ελάχιστοι επιχειρήσαν να μελετήσουν και να ερευνήσουν στον νομό.

Η συγκεκριμένη εργασία προσφέρετε για μελλοντική έρευνα, σε επίπεδο δείγματος²⁰ και σε επίπεδο χρόνου²¹ διεξαγωγής της έρευνας. Μια μελλοντική έρευνα σε μεγαλύτερο δείγμα και σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα το οποίο θα περιλαμβάνει δυο εποχές πχ. χειμώνα και άνοιξη θα δώσει ποιο αξιόπιστα αποτελέσματα. Η δυσκολία μετακίνησης μου από τον τόπο μόνιμης κατοικίας μου προς άλλες περιοχές του νομού, σε συνδυασμό με την κατολίπηση βράχων στα Τέμπη την ίδια περίοδο διεξαγωγής της έρευνας, δυσχέραναν τη μελέτη μου. Η ανάληψη τις συγκεκριμένης έρευνας από τοπικούς φορείς οι οποίοι διαθέτουν και τις δυο μεταβλητές, **χρήμα** και **χρόνο** θα φέρει σημαντικά ευρήματα και οφέλη και σαφώς πιο έγκυρα αποτελέσματα.

²⁰ Το δείγμα ήταν μικρό, 100 άτομα

²¹ Η έρευνα διεξήχθη τον Ιανουάριο και σε μικρό σχετικά διάστημα που τα ξενοδοχεία εκτός της πόλης είναι κλειστά

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

- Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός, εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα
- Ασκέλη Στέλλα (2005), Επιχειρήστε αγροτουριστικά - Πώς να οργανώσετε τη δική σας αγροτουριστική επιχείρηση, Εκδόσεις Κέρκυρα Αθήνα
- Βαρβαρέσος Στέλιος (2000), Τουρισμός , έννοιες, μεγέθη, δομές, εκδόσεις προπομπός ,Αθήνα
- Βαρβαρέσος Στέλιος (2000),Τουρισμός οικονομικές προσεγγίσεις ,εκδόσεις προπομπός Αθήνα
- Βαρβαρέσος Στέλιος, Χρηστίδου Αγνή (1999) , οργάνωση και λειτουργία οργανισμών και φορέων του τουρισμού, ΕΑΠ Πάτρα
- Βελισσαρίου Ε. (2000), Μάνατζμεντ ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ΕΑΠ, Πάτρα
- Γούνη Χαρίκλεια (2003) εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Κόνιτσα, διπλωματική εργασία πανεπιστήμιο Θεσσαλίας Βόλος
- ΕΚΠ (2002) ,Η ελληνική στρατηγική προς την αειφόρο ανάπτυξη, εισηγητικό κείμενο, Αθήνα
- ΕΟΤ (2012), Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης περιφέρειας Θεσσαλίας.
- Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, «Προϋποθέσεις για τη χάραξη και εφαρμογή μιας Ρεαλιστικής Πολιτικής Τουριστικής Ανάπτυξης», εκδόσεις Ι.Τ.Ε., Αθήνα, 2003
- Ηγουμενάκης Γ. Νίκος (2010), «Τουρισμός και Ανάπτυξη», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Ζαχαράτος Γ.-Τσάρτας Π. (2009), Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης ,ΕΑΠ, Πάτρα
- Κοκκώσης Χ.-Τσάρτας Π. (2009) Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό ΕΑΠ, Πάτρα
- Κολτσιδόπουλος Γεώργιος Δημ.(2000), Τουρισμός θεωρητική προσέγγιση, εκδόσεις 'ελλην' Αθήνα

- Κομίλης Παναγιώτης & Βαγιονής Νίκος (2009), «Τουριστικός Σχεδιασμός, μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης», εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Κουμέλης Θεοδωής, (2006), «UNWTO: Απαραίτητη μια κοινή ευρωπαϊκή τουριστική πολιτική», Travel Daily News (Greek Edition), 13 Μαρτίου.
- Κουστέλιος Αθανάσιος (2007) 2^ο πανελλήνιο συνέδριο αναψυχής- ελεύθερου χρόνου και αθλητικού τουρισμού, πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τρίκαλα
- Κούτουλας Δ. (2001) Θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού μάρκετινγκ, διδακτορική διατριβή, Χίος, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Πρωτοπαπαδάκης Ιωάννης (2003) Τουριστικό Μάρκετινγκ εκδόσεις Σταφυλίτης, Αθήνα
- Σωτηρίου Εύη Κ. (2007) Ένταξη της ευφορίας στον στρατηγικό σχεδιασμό τουριστικών προορισμών Διδακτορική διατριβή Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας Βόλος.
- Τέλλογλου Τάσος (2004) Η πόλη των αγώνων εκδόσεις Εστίας Αθήνα
- Τσάρτας Πάρις (2006), Τουρίστες , ταξίδια , τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό, εκδόσεις εξάντας, Αθήνα
- Φυλακτός Δημήτριος (2009) Ο θρησκευτικός τουρισμός στον νομό Αιτωλοακαρνανίας, Διπλωματική εργασία ΕΑΠ Πάτρα
- Χρήστου Ευάγγελος (1999), Έρευνα τουριστικής αγοράς, εκδόσεις interbooks Αθήνα

Ξενογλώσση

- Europeans and Tourism -Autumn 2009, Analytical Report September 2009, European Commission.
- Fennell A. David(2011) Οικοτουρισμός εκδόσεις Ελλην Αθήνα
- Godfrey Kerry & Clarke Jackie (2010), «The Tourism Development Handbook», εκδόσεις Thomson, Cornwall.
- Holloway J.C.(2006) The Business of tourism, 7th edn, Harlow: Financial times prentice Hall.
- Luigi Cabrini (2004) Trends of International Tourism, 13th Central European Trade Fair Holiday World 2004 *Prague, 12 February 2004*
- Middleton v.(2001) Marketing in Travel and Tourism, Oxford
- Mill R.-Morrison M. (1992) The Tourism systems..An introductory Text. New Jersey,

Englewood Cliffs

- Survey on the attitudes of Europeans towards tourism Analytical report February 2009, European Commission
- William c. Gartner (2001), Τουριστική Ανάπτυξη εκδόσεις Ελλην, Αθήνα

Διαδίκτυο

- ΣΕΤΕ, (2006), «Η πρόκληση της ανταγωνιστικότητας και η ανάγκη επανατοποθέτησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος», <http://sete.gr/GR/Archiki/> ΠΡΟΣΒΑΣΗ 12/1/2015
- Αειφόρος τουρισμός είναι εφικτός; <http://www.akti.org.cy/> ΠΡΟΣΒΑΣΗ 25/12/2014
- <http://diocles.civil.duth.gr/> ΠΡΟΣΒΑΣΗ 7/1/2015
- <http://www.golden-greece.gr/places/thesalia/larisa/activities.php> ΠΡΟΣΒΑΣΗ 7/1/2015
- Ο τουρισμός στον νομό Λάρισας http://www.tourismlarissa.gr/index.php?c_id=72&sub_id=112 ΠΡΟΣΒΑΣΗ 12/1/2015
- Τουριστικές επιχειρήσεις http://www.tourismlarissa.gr/index.php?c_id=176 ΠΡΟΣΒΑΣΗ 17/12/2014
- Ματιές στην περιφέρεια <http://www.kerdos.gr/> ΠΡΟΣΒΑΣΗ 10/1/2015
- http://www.holiday.gr/gr/place5.php?place_id=272 ΠΡΟΣΒΑΣΗ 11/1/2015
- Γενικά χαρακτηριστικά του νομού <http://www.larissa-chamber.gr/> ΠΡΟΣΒΑΣΗ 11/1/2015
- Η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα <http://www.msmfull.aueb.gr/> ΠΡΟΣΒΑΣΗ 19/12/2014
- Οικονομικές κρίσεις και Τουριστική Κίνηση στην Ελλάδα http://www.euro2day.gr/dm_documents/EconomyMarketsIV1GR_XNA6V.pdf ΠΡΟΣΒΑΣΗ 14/12/2014
- Η πολιτική της ευρωπαϊκής ένωσης για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη : κριτική αποτίμηση των επιπτώσεων στην ελληνική οικονομία http://library.tee.gr/digital/m2045/m2045_lagos.pdf ΠΡΟΣΒΑΣΗ 29/12/2014

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Η ηλικία σας είναι κάτω από 30 ()

30-40 ()

40-50 ()

50-60 ()

60 και άνω ()

2. Το μορφωτικό σας επίπεδο είναι, απαντήστε με ένα **ΝΑΙ**

Δημοτικό	
Γυμνασίου	
Λυκείου	
Πανεπιστημίου	
MASTER-Διδακτορικό	

3. Ποια είναι η επαγγελματική σας δραστηριότητα και το δημογραφικό σας προφίλ;

	Μεμονωμένο άτομο	Ζευγάρι με παιδιά	Ζευγάρι χωρίς παιδιά
Δημόσιος υπάλληλος			
Ιδιωτικός υπάλληλος			
Φοιτητής			
Ελεύθερος επαγγελματίας			
Συνταξιούχος			

4. Ποιος είναι ο σκοπός της επίσκεψης σας , στον Νομό Λάρισας;

Επαγγελματικός ()

Συνέδρια- Σεμινάρια ()

Ψυχαγωγία- Αναψυχή ()

5. Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί τον νομό Λάρισας; 0-1 φορές ()

2-3 ()

4- πάνω ()

6. Η μόνιμη σας κατοικία είναι:

Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης	Αττικής	Βορείου Αιγαίου	Δυτικής Ελλάδας	Δυτικής Μακεδονίας	Ηπείρου	Θεσσαλίας	Ιόνιων Νησιών	Κεντρικής Μακεδονίας	Κρήτης	Νοτίου Αιγαίου	Πελοποννήσου	Στερεάς Ελλάδας

7. Παρακαλώ ιεραρχήστε τα παρακάτω κριτήρια επιλογής του Νομού Λάρισας ως τουριστικού προορισμού για εσάς.

	Υπερβολικά σημαντικό	Πολύ σημαντικό	Αρκετά σημαντικό	Όχι αρκετά σημαντικό	Καθόλου σημαντικό
Φυσικό περιβάλλον					
Πολιτιστικά μνημεία					
Τοπικά ήθη και έθιμα					
Χαμηλό κόστος					
Καλή ποιότητα υπηρεσιών ξενοδοχείων					
Συνεδριακό κέντρο					
Παροχή δραστηριοτήτων Ειδικού και Εναλλακτικού τουρισμού					

8. Ποια δραστηριότητα ασκήσατε κατά την διάρκεια παραμονής σας:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Κολύμβηση	1	2	3	4	5
Θαλάσσιες δραστηριότητες	1	2	3	4	5
Πεζοπορία	1	2	3	4	5
Ορειβασία	1	2	3	4	5
Συμμετοχή σε πολιτιστικές δραστηριότητες	1	2	3	4	5
Επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους- μουσεία	1	2	3	4	5
Φαγητό	1	2	3	4	5
Shopping	1	2	3	4	5
Νυχτερινή ζωή	1	2	3	4	5

9. Σε ποιες δραστηριότητες θα συμμετείχατε;

	Σίγουρα Ναι	Ναι	Μάλλον Ναι	Μάλλον Όχι	Όχι	Σίγουρα Όχι
Κολύμβηση						
Θαλάσσιες δραστηριότητες						
Πεζοπορία						
Ορειβασία						
Συμμετοχή σε πολιτιστικές δραστηριότητες						
Επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους- μουσεία						
Φαγητό						
Shopping						
Νυχτερινή ζωή						

10. Σε ποιο βαθμό έχουν αναπτυχθεί υποδομές για την συμμετοχή σας σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τις παρακάτω μορφές τουρισμού;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πάρα πολύ	Πολύ
Θαλάσσιος τουρισμός	1	2	3	5	4
Πολιτιστικός τουρισμός	1	2	3	5	4
Συνεδριακός τουρισμός	1	2	3	5	4
Θρησκευτικός τουρισμός	1	2	3	5	4
Αγροτουρισμός	1	2	3	5	4
Οικοτουρισμός	1	2	3	5	4
Ορεινός τουρισμός	1	2	3	5	4
Αθλητικός τουρισμός	1	2	3	5	4

11. Ποιες παρακάτω μορφές τουρισμού θα ήταν κίνητρο για εσάς για να επισκεφτείτε εκ νέου τον νομό Λάρισας; Επιλέξτε μέχρι 3 με το 1 πιο σημαντικό.

Θαλάσσιος τουρισμός	
Πολιτιστικός τουρισμός	
Συνεδριακός τουρισμός	
Θρησκευτικός τουρισμός	
Αγροτουρισμός	
Οικοτουρισμός	
Ορεινός τουρισμός	
Αθλητικός τουρισμός	

12. Ποια από τα παρακάτω πιστεύετε ότι μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση της επισκεψιμότητας στον νομό ; Βαθμολογήστε από 1-6

Βελτίωση οδικού δικτύου	
Καλύτερα δημόσια μέσα μεταφοράς	
Προγραμματισμός και οργάνωση της νομαρχίας Λάρισας	
Αξιοποίηση της παραλιακής ζώνης του νομού	
Καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών στα ξενοδοχεία ,μπαρ ,εστιατόρια	
Διαφήμιση ,προώθηση	

13. Ποια από τα παρακάτω θεωρείτε σημαντικά για την προσέλκυση τουριστών στον νομό Λάρισας ; Βαθμολογήστε από 1-10.

Το καρναβάλι του Τύρναβου	
Ορειβασία ,πεζοπορία, αναρρίχηση, κτλ. στον Όλυμπο	
Δραστηριότητες στον Πηνειό rafting κτλ.	
Η καθαρή θάλασσα στην περιοχή Αγιοκαμπου-Βελικας	
Προσκύνημα και περιήγηση στα Τέμπη	
Τα συνέδρια στο νομό	
Ο συνεταιρισμός των αμπελακιών	
Το οικοσύστημα του Πηνειού	
Τα αρχαία στην πόλη Λάρισα	
Οι μεσογειακοί αγώνες	

14. Γνωρίζετε για την οργάνωση και την διεξαγωγή του μεγάλου αθλητικού γεγονότος ,των μεσογειακών αγώνων στην Λάρισα-βόλο Το 2013;

ΝΑΙ ()

ΟΧΙ ()

15. Αν απαντήσατε ΝΑΙ ``Οι μεσογειακοί αγώνες θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού και στην ανάπτυξη του νομού Λάρισας``

Διαφωνώ απόλυτα ()

Διαφωνώ ()

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ ()

Συμφωνώ ()

Συμφωνώ απόλυτα ()

16. Ποιες είναι κατά την γνώμη σας η μη αξιοποιήσιμες περιοχές του νομού;

.....
.....
.....

