



ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΠΑΤΡΑ)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΣΕ Η ΚΡΙΣΗ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΛΑΚΩΝΙΑΣ.**

**ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**



ΓΙΑΚΟΥΜΗ ΜΑΡΘΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΝΤΕΜΠΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|--|----|
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ | 3 |
| ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ | 3 |
| 1.1 Έννοια του τουριστικού προϊόντος..... | 3 |
| 1.2 Το ζήτημα της εποχικότητας | 3 |
| 1.3 Ελληνικός τουρισμός και διεθνής ανταγωνισμός..... | 5 |
| 1.4 Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα | 7 |
| 1.5 Ξενοδοχειακό δυναμικό | 12 |
| 1.6 Διανυκτερεύσεις | 17 |
| 1.7 Μέση διάρκεια παραμονής..... | 19 |
| 1.8 Σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία | 19 |
| 1.9 Προτάσεις για τουριστική ανάπτυξη..... | 20 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ | 22 |
| ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ | 22 |
| ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ | 22 |
| 2.1 Το κραχ του 2008 | 22 |
| 2.2 Η παγκόσμια επέκταση του φαινομένου | 23 |
| 2.3 Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα..... | 24 |
| 2.4 Οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός | 25 |
| 2.5 Οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός | 26 |
| 2.6 Επίπτωση της οικονομικής κρίσης στις εισπράξεις | 27 |
| 2.7 Επίπτωση της οικονομικής κρίσης στις πτήσεις | 34 |
| 2.8 Επίπτωση της οικονομικής κρίσης στις θέσεις εργασίας..... | 36 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ | 39 |
| ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | 39 |
| 3.1 Το νησί του Πέλοπα | 39 |
| 3.2 Ο τουρισμός της περιφέρειας Πελοποννήσου..... | 39 |
| 3.3 Μορφές τουρισμού ανά τουριστική ενότητα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου | 40 |
| 3.4 Πλεονεκτήματα και αδυναμίες της σημερινής τουριστικής ανάπτυξης στην περιφέρεια Πελοποννήσου..... | 41 |
| 3.5 Θέση και γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά της περιφέρειας Πελοποννήσου | 42 |

| | |
|--|------------|
| 3.6 Πληθυσμός..... | 43 |
| 3.7 Χωροταξική διάρθρωση και χωρική οργάνωση της περιφέρειας..... | 47 |
| 3.8 Μεταφορικές υποδομές | 49 |
| 3.9 Φυσικό περιβάλλον | 54 |
| 3.10 SWOT ANALYSIS για τις βασικές υποδομές και την προσπελασιμότητα στην περιφέρεια Πελοποννήσου..... | 56 |
| 3.11 SWOT ANALYSIS σχετικά με το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής στην περιφέρεια Πελοποννήσου..... | 57 |
| 3.12 Η τουριστική προβολή της Πελοποννήσου..... | 59 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ | 61 |
| Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ | 61 |
| ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΚΩΝΙΑΣ | 61 |
| 4.1 Ιστορικά | 61 |
| 4.2 Γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά του Νομού Λακωνίας – Πληθυσμός | 61 |
| 4.3 Είδη τουρισμού στο νομό Λακωνίας – Προβολή τουριστικού προϊόντος..... | 62 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ..... | 69 |
| ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ | 69 |
| ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ..... | 69 |
| 5.1 Μέθοδος της συλλογής των δεδομένων | 69 |
| 5.2 Επιλογή δείγματος | 69 |
| 5.3 Στατιστικές μέθοδοι | 72 |
| 5.4 Αποτελέσματα έρευνας | 73 |
| ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ | 132 |
| ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ | 136 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 138 |
| Παράρτημα | 143 |
| Ερωτηματολόγιο έρευνας..... | 143 |
| οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Λακωνίας..... | 143 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Έννοια του τουριστικού προϊόντος

Η έννοια του τουριστικού προϊόντος παρόλο που χρησιμοποιείται τακτικά από κράτος και ιδιώτες, δεν γνωρίζουν παρ' όλ' αυτά εις βάθος την πολυδιάστατη σημασία της έννοιας σε θέματα της παραγωγής, όσο και στα αποτελέσματα στην οικονομία και την άσκηση της τουριστικής πολιτικής.

Ο ορισμός που δίδεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού για το τουριστικό προϊόν αφορά:

- «Τη φυσική κληρονομιά
- Την ενεργητική κληρονομιά
- Την ανθρώπινη κληρονομιά (δηλαδή τα δημογραφικά στοιχεία, τις συνθήκες διαβίωσης, τις απόψεις και τις νοοτροπίες του πληθυσμού σε σχέση με το τουριστικό φαινόμενο, τα πολιτιστικά δεδομένα).
- Τις θεσμικές, πολιτικές, νομικές και διοικητικές δομές.
- Τις κοινωνικές δομές της χώρας (δηλαδή τη συμμετοχή του πληθυσμού στο δημοκρατικό πολίτευμα του κράτους, στον τρόπο οργάνωσης του χρόνου εργασίας αλλά και του ελεύθερου χρόνου, στις διακοπές μετ' αποδοχών, στο επίπεδο μόρφωσης, υγείας και αναψυχής).
- Τα αγαθά και τις υπηρεσίες, τα μεταφορικά μέσα και τους εξοπλισμούς, την ειδική υποδομή των διακοπών.
- Τις οικονομικές και χρηματοδοτικές δραστηριότητες» (Βαρβαρέσος, 1997).

1.2 Το ζήτημα της εποχικότητας

Με τον όρο *τουριστική εποχικότητα* καλείται η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας σε συγκεκριμένη εποχή του χρόνου. Οι καιρικές συνθήκες αποτελούν το σπουδαιότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο κλάδος του Τουρισμού, αφού η φυσική εποχικότητα (δηλαδή, οι αλλαγές των καιρικών συνθηκών) σε συνδυασμό με την «θεσμική» εποχικότητα (δηλαδή, τις άδειες που παίρνουν οι

εργαζόμενοι στο δημόσιο ή τον ιδιωτικό φορέα) καθορίζουν και την πληρότητα των ξενοδοχείων αλλά και τον αριθμό των εργαζομένων που θα απασχοληθούν.

Το ζήτημα της εποχικότητας παρατηρείται τόσο σε εθνικό, όσο και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, χωρίς όμως να επηρεάζει εξίσου όλες τις μορφές τουρισμού.

Τα αίτια της τουριστικής εποχικότητας έχουν ως εξής:

- Η εποχή του χρόνου καθορίζει και την πραγματοποίηση κάποιων ειδών τουριστικών δραστηριοτήτων, όπως για παράδειγμα ο χιονοδρομικός τουρισμός που πραγματοποιείται τον χειμώνα.
- Παρόλο που ορισμένες τουριστικές δραστηριότητες δύνανται να πραγματοποιηθούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που συντελούν να προτιμάται περισσότερο το καλοκαίρι ως εποχή διακοπών, καθώς το κλίμα είναι ευνοϊκότερο, η περίπτωση να αρρωστήσει κανείς ελαχιστοποιείται, οι βροχές ελαττώνονται κ.ά.
- Το καλοκαίρι είναι η επικρατέστερη εποχή κατά την οποία δίνονται οι άδειες διακοπών και σε συνδυασμό με το ότι κλείνουν τα σχολεία, οι οικογένειες μπορούν να διοργανώσουν ως επί το πλείστον τις διακοπές τους με απαρτία όλων των μελών τους.
- Ακόμη, η κύριαρχη άποψη ότι οι διακοπές πρέπει να είναι καλοκαιρινές αλλά και το γεγονός ότι και οι φιλικές παρέες παίρνουν κι εκείνες τις άδειές τους το καλοκαίρι και έτσι μπορούν να πραγματοποιηθούν ταυτόχρονα (Αποστολόπουλος και συν, 1996).

Αναφορικά με την απασχόληση των εργαζομένων στον Τουρισμό, το μέλλον τους είναι αβέβαιο καθώς πρόκειται για εργασία που στις περισσότερες περιπτώσεις έχει ημερομηνία λήξης. Πρόθεση να εργαστούν σε τέτοιες εποχιακές δουλειές εκδηλώνουν οι επαγγελματίες που γνωρίζουν εκ των προτέρων ότι η απασχόλησή τους θα είναι εποχιακή, ή για παράδειγμα, οι φοιτητές και άλλες κατηγορίες ατόμων, που επιζητούν ένα πρόσθετο εισόδημα σε συνδυασμό με τις διακοπές τους. Σε περιόδους τουριστικής «αιχμής» δύναται να ενισχυθεί το εργατικό δυναμικό και με άτομα που προέρχονται από άλλα σημεία της χώρας ή ακόμη και από άλλες χώρες.

Ανάμεσα στα προβλήματα που άπτονται της εποχικότητας είναι:

- Μειωμένα κέρδη εξαιτίας της μη κανονικής λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων καθόλη τη διάρκεια του έτους.

- Αναγκαιότητα ύπαρξης ταμειακού αποθέματος που να μπορεί να καλύψει τις ανάγκες των επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια των «νεκρών» περιόδων.
- Η διαδικασία που απαιτείται για να ανοίγει και να κλείνει μια τουριστική επιχείρηση από περίοδο σε περίοδο.
- Μείωση της ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών λόγω της αυξημένης τιμής των υπηρεσιών, ειδικά το καλοκαίρι που η ανάγκη σε τουριστικές υπηρεσίες αυξάνεται.
- Εξαιτίας του όγκου τουριστών δημιουργούνται προβλήματα στα συγκοινωνιακά δίκτυα και στο περιβάλλον που μολύνεται (Αποστολόπουλος και συν., 1996).

Παρόλο που δεν μπορεί να υπάρξει ολοσχερής λύση για το ζήτημα της εποχικότητας, μέσα από ένα κατάλληλο σχέδιο μάρκετινγκ, μπορούν να δοθούν λύσεις ώστε να ελαχιστοποιηθεί το πρόβλημα. Η αντιμετώπιση της εποχικότητας μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από την κατάλληλη προώθηση του τουριστικού προϊόντος, για παράδειγμα τις «νεκρές» περιόδους, καθώς πάντα υπάρχουν ενδιαφερόμενοι για ελκυστικά πακέτα τιμών, ή αποφεύγουν τον συνωστισμό του καλοκαιριού, ή ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε κάποιο συνέδριο ή είναι λάτρεις του οικοτουρισμού, του θρησκευτικού τουρισμού κ.λ.π.

Στις ανωτέρω κατηγορίες υποψήφιων τουριστών, προστίθεται και η κατηγορία των ηλικιωμένων, οι οποίοι διαθέτουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο αλλά συνήθως περιορισμένο εισόδημα, αλλά και ο μαθητικός τουρισμός, που πραγματοποιεί τις εκδρομές του κατά τη διάρκεια του σχολικού έτους, δηλαδή τον χειώνα.

Έτσι, προσαρμόζονται οι τιμές προς όφελος του πελάτη ή δίδεται κάποια άλλη ελκυστική παροχή προκειμένου να καταπολεμηθεί το ζήτημα της εποχικότητας και να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος (Αποστολόπουλος και συν., 1996).

1.3 Ελληνικός τουρισμός και διεθνής ανταγωνισμός

Στην Έκθεση 2015 του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum, 2015) για την ανταγωνιστικότητα στα ταξίδια, η Ισπανία βρίσκεται στην πρώτη θέση, με την Γαλλία και τη Γερμανία να ακολουθούν στη σειρά (Χατζηδάκης, 2015). Στις 141 χώρες που εξετάστηκαν, η Ελλάδα έλαβε την 31^η θέση, συγκριτικά με το 2013 που είχε λάβει την 32^η σε σύνολο όμως 140 χωρών. Αντίστοιχα, το 2011 η χώρα μας ήταν 29^η σε σύνολο 133 χωρών, ενώ το 2009 η κατάταξη της ήταν

μειωμένη κατά επτά μονάδες. Όσον αφορά την κατάταξη UNWTO που λαμβάνει η Ελλάδα για το έτος 2013, αντιστοιχεί για τις μεν τουριστικές εισπράξεις η 19^η και για τον αριθμό αφίξεων στην 16^η (Χατζηδάκης, 2015).

Ανοδική πορεία ακολούθησε η Ελλάδα στην Έκθεση του 2014 στην υγιεινή και την περιθαλψη, λαμβάνοντας την 9^η θέση στην γενική κατάταξη με 6,57 μονάδες, ενώ αντίθετα το προηγούμενο έτος (2013) ήτανε 13^η στην αντίστοιχη ενότητα. Στην Έκθεση του 2013 έλαβε την 3^η θέση σχετικά με τις «Τουριστικές υποδομές», ενώ το 2011 ήταν 5^η στον συγκεκριμένο δείκτη. Αντίστοιχα, το έτος 2015 οι «τουριστικές υποδομές» υποχώρησαν στη 12^η θέση, θέση που κατείχε και το έτος το 2009, αλλά ήταν 3^η το ίδιο έτος για την ενότητα «Προτεραιότητα του τουρισμού». Όμως, όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα στις τιμές, η Ελλάδα έλαβε την 113^η θέση, ενώ στην προηγούμενη Έκθεση είχε λάβει την 127^η θέση στον ίδιο δείκτη, και την 104^η θέση στην ενότητα για το επιχειρηματικό περιβάλλον (Χατζηδάκης, 2015).

Αναφορικά με την κατάταξη του δείκτη «ανταγωνιστικότητα των τιμών», η χώρα μας έλαβε την 113^η θέση, με το Ιράν να βρίσκεται στην κορυφή, και τους μη δημοφιλείς προορισμούς Αίγυπτο, Ινδονησία και Υεμένη, να ακολουθούν. Στην αντίθετη πλευρά της κλίμακας βρίσκεται η Αυστραλία, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ελβετία, με κατάταξη από την πιο «φθηνή» χώρα αλλά απωθητική ως προορισμό, προς την πιο «ακριβή» αλλά πιο δημοφιλή ως προορισμό. Σε σχέση με την Ελλάδα, η χώρα μας λαμβάνει την 29^η θέση συγκριτικά από τις «ακριβότερες» προς τις «φθηνότερες» χώρες, δείχνοντας πως οι τιμές των τουριστικών της υπηρεσιών δεν την εμποδίζουν να είναι ένας δημοφιλής προορισμός (Χατζηδάκης, 2015).

Συνεχίζοντας την παρουσίαση της Έκθεσης του 2014, η Ελλάδα βελτίωσε τις θέσεις της, σε σχέση με την Έκθεση του προηγούμενου έτους, όσον αφορά την προστασία και ασφάλεια (έλαβε την 57^η θέση σε αντιστοιχία με την 69^η θέση του προηγούμενου έτους), την περιβαλλοντική αειφορία (έλαβε την 52^η θέση σε σχέση με την 61^η θέση του προηγούμενου έτους), τις υποδομές που αφορούν τις επίγειες και λιμενικές μεταφορές (έλαβε την 51^η θέση συγκριτικά με την 58^η θέση το 2013) και την αγορά εργασίας και τους ανθρώπινους πόρους (έλαβε την 45^η θέση συγκριτικά με την 50^η θέση το 2013).

Τέλος, συγκριτικά με την Έκθεση του προηγούμενου έτους, οι θέσεις της χώρας μας σε κάποιους δείκτες υποχώρησαν. Συγκεκριμένα, στην ενότητα υποδομές τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών η Ελλάδα έλαβε την 49^η θέση σε

σχέση με την 33^η που κατείχε το προηγούμενο έτος, στις υποδομές αερομεταφορών έλαβε την 27^η θέση σε σχέση με την 20^ή του 2013, στους φυσικούς πόρους έλαβε την 46^η θέση συγκριτικά με την 40^η θέση που κατείχε το προηγούμενο έτος και στους πολιτιστικούς πόρους έλαβε την 32^η έναντι της 25^{ης} θέσης που κατείχε (Χατζηδάκης, 2015).

1.4 Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζουν την κατάσταση των *αφίξεων μη κατοίκων* στην Ελλάδα, η χώρα μας εμφανίζεται να έχει μια καλή εικόνα της τουριστικής κίνησης ως προορισμός. Για το 2008 οι αφίξεις στην Ελλάδα ανήλθαν στα 15,939 εκατομμύρια άτομα, σε σχέση με τα υπόλοιπα έτη που εμφανίζονται μειωμένες. Συγκεκριμένα, το 2009 μειώθηκαν σε 14,916 εκατομμύρια, το 2010 μειώθηκαν σε 15,008 εκατομμύρια, ενώ το 2011 αυξήθηκαν σε 16,427 εκατομμύρια και το 2012 σε 15,518 εκατομμύρια τουρίστες, αγγίζοντας το 2013 τον ιστορικό αριθμό αφίξεων των 17,920 εκατομμυρίων τουριστών.

Στα διαγράμματα 1.1, 1.2 και 1.3 παρουσιάζονται αναλυτικά τα δεδομένα που αφορούν την ανάλυση κατά περιοχές και χώρες προέλευσης για τα έτη 2008-2013 (Βαγιονής, 2014).

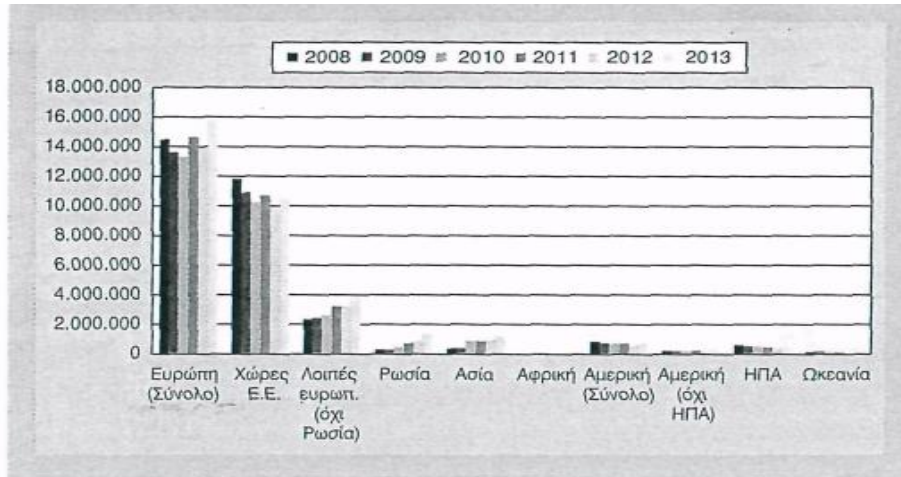
· Ευρώπη

Μελετώντας τις αφίξεις από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τις λοιπές χώρες, για το έτος 2008, παρατηρούμε ότι 14,475 εκατομμύρια άτομα επισκέφθηκαν τη χώρα μας, αντιστοιχώντας στο 90,8% του συνολικού αριθμού αφίξεων. Τα επόμενα έτη η κατάσταση εμφανίζεται ως εξής: το 2009 ο αριθμός των τουριστών μειώνεται σε 13,601 εκατομμύρια, το 2010 οι αφίξεις έφτασαν τις 13,276 εκατομμύρια τουρίστες, ενώ το 2011 αυξήθηκαν σε 14,652 εκατομμύρια άτομα, το 2012 οι αφίξεις μειώθηκαν σε 13,851 εκατομμύρια τουρίστες και το 2013 ανήλθαν σε 15,778 εκατομμύρια.

Αντίστοιχα, όσον αφορά τις αφίξεις από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το έτος 2008 ανήλθαν στα 11,815 εκατομμύρια άτομα, το 2009 μειώθηκαν στα 10,888 εκατομμύρια, το 2010 στα 10,200 εκατομμύρια άτομα, ενώ το 2011 αυξήθηκαν ελάχιστα στα 10,698 εκατομμύρια τουρίστες. Στη συνέχεια, το 2012 μειώθηκε ο αριθμός στα 9,792 εκατομμύρια και το 2013 αυξήθηκε στα 10,525 εκατομμύρια

άτομα. Βέβαια, η σταδιακή μεν αλλά συνεχής πτώση του ποσοστού αφίξεων από το 74,1% στο 58,7% είναι σημαντική και δεν μπορεί να μεταβληθεί εύκολα, χωρίς να υπάρξουν αξιοσημείωτες αλλαγές στη δομή του τουριστικού προϊόντος (Διάγραμμα 1.1) (Βαγιονής, 2014).

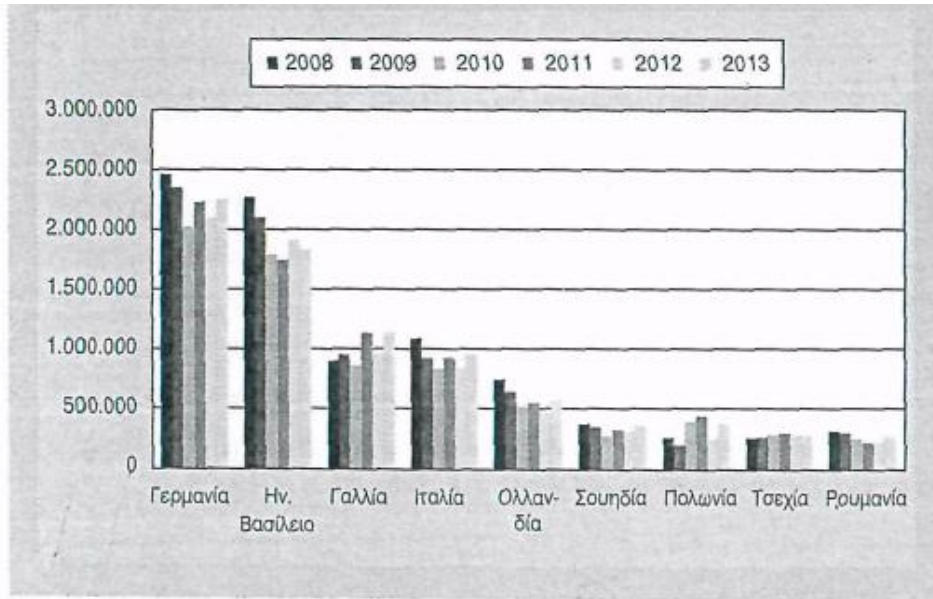
Διάγραμμα 1.1. Παρουσίαση των διεθνών τουριστικών αφίξεων (στα σύνορα) στην Ελλάδα από επιλεγμένες περιοχές κατά τα έτη 2008-2013.



Πηγή: Βαγιονής, Ν. (2014). *Οικονομικές εξελίξεις – Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις, Δημόσια οικονομικά, Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές, Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι, Ειδικά θέματα*. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, σ. 39-44.

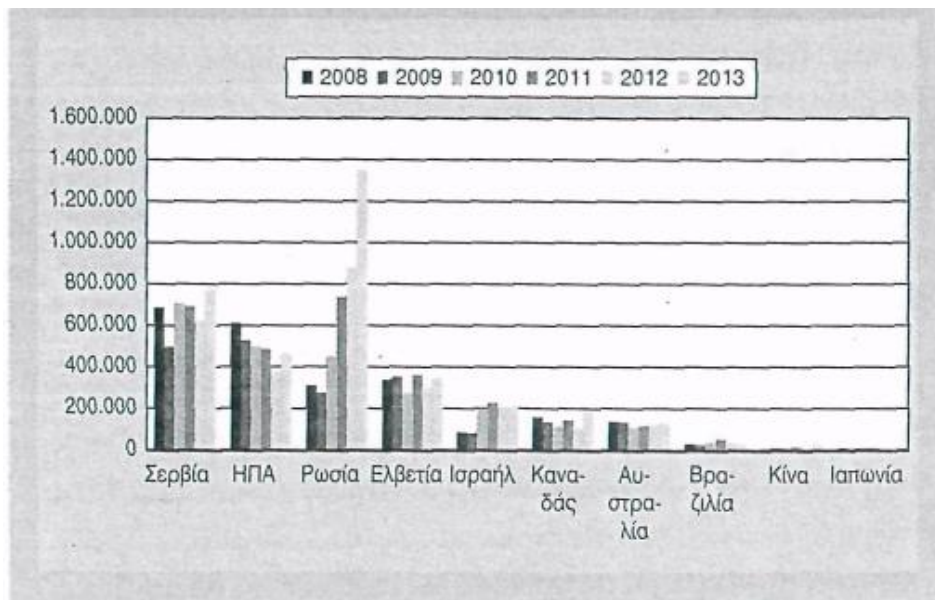
Αντίθετα, μια σταθερή ανοδική πορεία ακολούθησαν οι αφίξεις από χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα ποσοστά κυμάνθηκαν αντίστοιχα για το 2008 στο 16,7%, για το έτος 2009 στο 18,2%, για το έτος 2010 στο 20,5%, το 2011 αυξήθηκε σημαντικά στο 24,1%, ενώ το 2012 ανήλθε στο 26,2%, για να αγγίξει το 2013 το 29,3%.

Διάγραμμα 1.2. Παρουσίαση των διεθνών τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα από επιλεγμένες χώρες που ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση: 2008-2013.



Πηγή: Βαγιονής, Ν. (2014). *Οικονομικές εξελίξεις – Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις*, Δημόσια οικονομικά, Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές, Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι, Ειδικά θέματα. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, σ. 39-44.

Διάγραμμα 1.3. Παρουσίαση των διεθνών τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα από επιλεγμένες χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης : 2008-2013.



Πηγή: Βαγιονής, Ν. (2014). *Οικονομικές εξελίξεις – Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις*, Δημόσια οικονομικά, Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές, Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι, Ειδικά θέματα. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, σ. 39-44.

Παρατηρώντας την κατάσταση της κατανομής των αφίξεων μη κατοίκων ανά χώρα (Διαγράμματα 1.2 και 1.3), βλέπουμε πως η Γερμανία κατέχει τη μεγαλύτερη συμμετοχή για το έτος 2013 (12,7%), το Ηνωμένο Βασίλειο (10,3%), η Ρωσία (7,5%), η Γαλλία (6,4%) (Διάγραμμα 1.2), και με την Ιταλία να κατέχει 5,4%. Ακόμη, παρατηρείται πως το μάρκετινγκ για προώθηση του ελληνικού τουρισμού στην Ρωσία, απέδωσε, καθώς σημειώθηκε μεγάλη αύξηση στις αφίξεις τουριστών από την συγκεκριμένη χώρα (Βαγιονής, 2014).

· **Ασία**

Εξετάζοντας τις αφίξεις των τουριστών που προέρχονται από την Ασία για το έτος 2013, παρατηρούμε πως ανήλθαν στα 1,353 εκατομμύρια άτομα, συγκριτικά με το 2012 που ο αριθμός έφτασε τις 875 χιλιάδες άτομα σε σχέση με το 2011 που ήταν 739 χιλιάδες και μόλις 385 χιλιάδες το 2008. Διαπιστώνεται, δηλαδή πως οι αφίξεις από την συγκεκριμένη ήπειρο, τριπλασιάστηκαν σχεδόν τα έτη ανάμεσα στο 2008 και το 2013, με την Τουρκία να έχει τον πρώτο λόγο σε αυτή την αύξηση (4,6% από το συνολικό 6,3% της Ασίας), ή σε αριθμούς να αγγίζει τους 831 χιλιάδες τουρίστες το έτος 2013. Η κατάταξη στη λίστα των αφίξεων από την Ασία συνεχίζεται με το Ισραήλ να φτάνει τις 212,5 χιλιάδες τουρίστες το έτος 2013, η Κίνα με 28 χιλιάδες τουρίστες το έτος 2013, το Λίβανο και τη Συρία σε 36,6 χιλιάδες το 2013, ενώ μειωμένες ήταν οι αφίξεις από το Ιράν με 13,6 χιλιάδες το 2012 συγκριτικά με τις 5 χιλιάδες το έτος 2013 (Βαγιονής, 2014).

· **Αμερική - Αφρική – Ωκεανία**

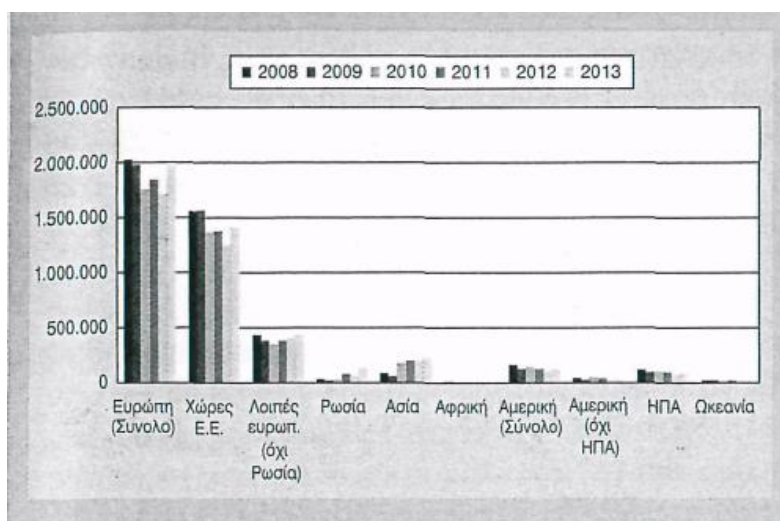
Ανάκαμψη σημείωσαν οι αφίξεις από την Αμερική για το έτος 2013, φθάνοντας τις 754,5 χιλιάδες, συγκριτικά με τις 559 χιλιάδες που αντιστοιχούσαν το 2012. Το 2011 σημειώθηκαν 719,6 χιλιάδες αφίξεις, συγκριτικά με το 2008. που έφτασαν τις 849 χιλιάδες άτομα. Όμως, αυτή η αυξητική τάση θα πρέπει να συνεχιστεί στην συγκεκριμένη ήπειρο και κάποια στιγμή να σταθεροποιηθεί. Όσον αφορά την Ωκεανία, οι αφίξεις ανήλθαν τους 142,6 χιλιάδες επισκέπτες για το έτος 2013, σε σχέση με τις 133 χιλιάδες που επισκέφτηκαν την Ελλάδα το 2012 και τις 160 χιλιάδες το έτος 2008. Σε σχέση με την Αφρικανική ήπειρο, οι αφίξεις ανήλθαν στις 31 χιλιάδες επισκέπτες, από τις οποίες οι 17,6 χιλιάδες προέρχονταν από τη Νότια Αφρική,

μειωμένος αριθμός συγκριτικά με την προέλευση από την ίδια χώρα το 2012 19,7 χιλιάδων επισκεπτών.

Όπως εμφανίζεται στο Διάγραμμα 1.1, οι κύριες χώρες προέλευσης επισκεπτών στην Ελλάδα αφορούν χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, παρόλο που εμφανίζει μια πτωτική κατά βάση τάση, αν και αυτό μπορεί να σταθεροποιηθεί και να ανατραπεί προς τα πάνω μελλοντικά. Στα Διαγράμματα 1.2 και 1.3 εμφανίζεται και η αύξηση που αφορά τη Ρωσία και την Ασία (Βαγιονής, 2014).

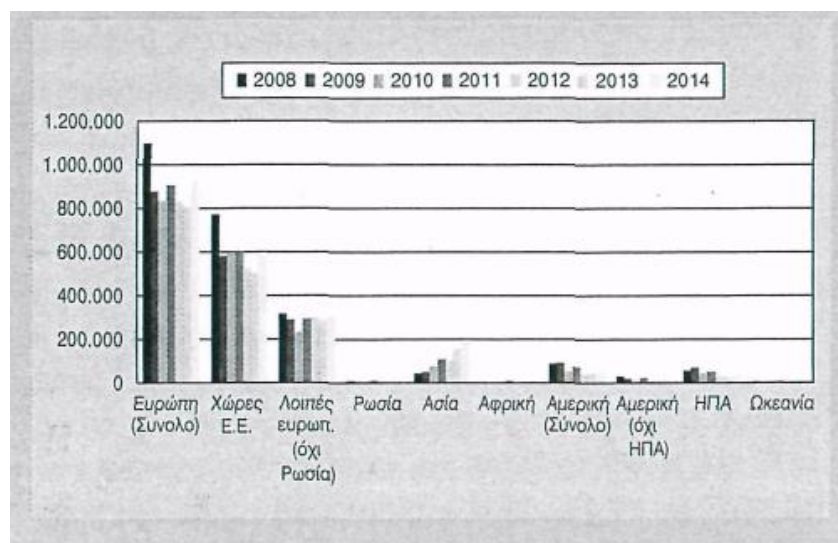
Σχετικά με τις αφίξεις στα σύνορα για τα τρίμηνα Α΄ και Δ΄ (χαμηλή τουριστική ζήτηση), παρατηρείται πως μετά το έτος 2008 το Δ΄ τρίμηνο σημειώνει πτώση, καθώς μειώθηκαν οι αφίξεις από τις ευρωπαϊκές χώρες, όμως η εικόνα αλλάζει το 2013 παρουσιάζοντας ανάκαμψη. Σημαντική αύξηση παρουσιάζει δε το Α΄ τρίμηνο του 2014, με επισκέπτες που προέρχονται από ευρωπαϊκές χώρες, χωρίς να καταφέρνουν όμως να αγγίξουν τον αριθμό του 2008 (Διάγραμμα 1.4 και Διάγραμμα 1.5).

Διάγραμμα 1.4. Παρουσίαση των διεθνών τουριστικών αφίξεων (στα σύνορα) στην Ελλάδα αναφορικά με επιλεγμένες περιοχές για το Δ΄ τρίμηνο 2008-2013.



Πηγή: Βαγιονής, Ν. (2014). *Οικονομικές εξελίξεις – Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις*, Δημόσια οικονομικά, Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές, Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι, Ειδικά θέματα. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, σ. 39-44.

Διάγραμμα 1.5. Παρουσίαση των διεθνών τουριστικών αφίξεων (στα σύνορα) στην Ελλάδα αναφορικά με επιλεγμένες περιοχές για το Α΄ τρίμηνο 2008-2014.



Πηγή: Βαγιονής, Ν. (2014). *Οικονομικές εξελίξεις – Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις*, Δημόσια οικονομικά, Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές, Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι, Ειδικά θέματα. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, σ. 39-44.

Όπως αποδεικνύεται από την ανωτέρω καταγραφή, η τουριστική ζήτηση για τα δύο τρίμηνα παρουσιάζεται χαμηλή, κάτι που φανερώνει πως είναι αναγκαίο να στηριχτούν οι παραδοσιακές τουριστικές αγορές με την ανάδειξη μορφών τουρισμού που μπορούν να αποδώσουν τις συγκεκριμένες περιόδους (π.χ. συνεδριακός τουρισμός). Παράλληλα, θα πρέπει να τονιστεί πως αναδυόμενες αγορές, όπως αυτή της Ασίας, μπορούν να βοηθήσουν στην άμβλυνση της εποχικότητας της ζήτησης (Βαγιονής, 2014).

1.5 Ξενοδοχειακό δυναμικό

Από τα στοιχεία που αντλήθηκαν από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ), το 2014, η Ελλάδα διέθετε 9.701 ξενοδοχειακά καταλύματα με δυναμικότητα 777.906 κλινών (Πίνακας 1.1). Συγκεκριμένα, για το έτος 2014 σημειώθηκε αύξηση 0,6% των δωματίων, ενώ από το 1990, σημειώθηκε αύξηση στο ξενοδοχειακό δυναμικό κατά 51% σε μονάδες, 79% σε δωμάτια και 84% σε κλίνες. Ακόμη, ο μέσος όρος μεγέθους σε ξενοδοχειακά δωμάτια σημείωσε αύξηση περίπου 19% για τα έτη 1990-2014, δηλαδή από 35 δωμάτια ανέβηκε ο αριθμός σε 41,6 δωμάτια (ΙΤΕΠ, 2015).

Πίνακας 1.1. Η εξέλιξη του Ξενοδοχειακού δυναμικού κατά τα έτη 1990–2014.

| Έτος | Μονάδες | Δωμάτια (000) | Δ% ως προς το προηγούμενο έτος (δωμάτια) | Μέσο Μέγεθος σε Δωμάτια |
|------|---------|------------------|--|----------------------------|
| 1990 | 6.423 | 224,9 | | 35,0 |
| 1995 | 7.387 | 281,6 | 7,4% | 38,1 |
| 2000 | 7.856 | 309,1 | 0,2% | 39,3 |
| 2001 | 8.073 | 320,5 | 3,7% | 39,7 |
| 2002 | 8.285 | 329,4 | 2,8% | 39,8 |
| 2003 | 8.527 | 339,5 | 3,1% | 39,8 |
| 2004 | 8.843 | 351,9 | 3,7% | 39,8 |
| 2005 | 9.036 | 358,7 | 1,9% | 39,7 |
| 2006 | 9.110 | 364,2 | 1,5% | 40,0 |
| 2007 | 9.207 | 368,0 | 1,0% | 40,0 |
| 2008 | 9.227 | 375,1 | 1,9% | 40,7 |
| 2009 | 9.559 | 383,0 | 2,1% | 40,1 |
| 2010 | 9.732 | 397,7 | 3,8% | 40,9 |
| 2011 | 9.653 | 396,2 | -0,4% | 41,0 |
| 2012 | 9.661 | 399,0 | 0,7% | 41,3 |
| 2013 | 9.674 | 400,6 | 0,4% | 41,4 |
| 2014 | 9.701 | 403,2 | 0,6% | 41,6 |

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΙΠ) (2015). *Διάρθρωση του Ξενοδοχειακού Δυναμικού της Ελλάδας* (Μελέτη ΙΤΕΙΠ). [online]. Διαθέσιμο στο: <http://hotelmag.gr/news> [πρόσβαση στις 18/3/2016].

Παρόλη την άσχημη κατάσταση που βιώσε η χώρα μας από το 2009 με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, και τα δεινά φορολογικά μέτρα που πάρθηκαν, αποδείχθηκε πως η ελληνική ξενοδοχεία μπορεί να αποτελέσει παράγοντα αναστροφής του αρνητικού οικονομικού κλίματος και να βοηθήσει στην ανάκαμψη της οικονομίας της χώρας. Συγκρίνοντας τους κύκλους εργασιών του τουρισμού με της βιομηχανίας, παρατηρούμε πως ο κύκλος εργασιών στον τουρισμό αυξήθηκε το έτος 2014 κατά 13,7% και το 2013 κατά 4,8%, σε αντίθεση με τον κύκλο εργασιών της βιομηχανίας που το 2014 σημείωσε μείωση στο 8,9% και το έτος 2013 μειώθηκε στο 10,2%.

Μελετώντας την περίοδο 2000-2014, παρατηρούμε πως οι ξενοδοχειακές μονάδες σημείωσαν αύξηση της τάξεως του 23,5%, ενώ ο αριθμός των δωματίων αυξήθηκε κατά 30,4%. Παρατηρείται ακόμη πως τα ξενοδοχεία 5 αστέρων έχουν σχεδόν τετραπλασιαστεί, τα ξενοδοχεία 3 αστέρων και 4 αστέρων σημείωσα αύξηση αντίστοιχα κατά 62% και 69%, ενώ τα ξενοδοχεία 2 αστέρων αυξήθηκαν κατά 5% και τα ξενοδοχεία 1 αστεριού μειώθηκαν κατά 11% (Πίνακας 1.2) (ΙΤΕΠ, 2015).

Πίνακας 1.2. Κατανομή Ξενοδοχείων βάσει κατηγορίας.

| Κατηγορία | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 5***** | 4,8% | 5,0% | 5,8% | 8,1% | 12,9% | 14,8% |
| 4**** | 22,3% | 23,9% | 25,3% | 25,4% | 25,6% | 25,0% |
| 3*** | 28,7% | 24,6% | 24,4% | 23,3% | 23,3% | 23,9% |
| 2** | 33,6% | 37,0% | 35,7% | 34,6% | 30,8% | 29,4% |
| 1* | 10,6% | 9,5% | 8,9% | 8,6% | 7,4% | 7,0% |

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) (2015). *Διάρθρωση του Ξενοδοχειακού Δυναμικού της Ελλάδας* (Μελέτη ΙΤΕΠ). [online]. Διαθέσιμο στο: <http://hotelmag.gr/news> [πρόσβαση στις 18/3/2016].

Αυξητική πορεία παρουσιάζει και το μέσο μέγεθος των ξενοδοχείων στην Ελλάδα, παρουσιάζοντας το έτος 2000 39,3 δωμάτια, το έτος 2009 40,1 δωμάτια και 41,6 δωμάτια το έτος 2014. Θα πρέπει να σημειωθεί εδώ πως τα ξενοδοχεία που διαθέτουν από 1-20 δωμάτια ονομάζονται *οικογενειακά*, αυτά που διαθέτουν από 21-50 δωμάτια χαρακτηρίζονται ως *μικρά*, αυτά που διαθέτουν από 51-100 δωμάτια ονομάζονται *μεσαία* και αντίστοιχα αυτά που διαθέτουν από 101 δωμάτια και πάνω χαρακτηρίζονται *μεγάλα* (Πίνακας 1.3) (ΙΤΕΠ, 2015).

Σε επίπεδο χώρας, παρατηρείται πως το 2014 συγκριτικά με το 2013, έχουμε αύξηση των οικογενειακών πεντάστερων ξενοδοχείων κατά 7%, κάτι που σημαίνει πως αναβαθμίστηκαν τα μικρά οικογενειακά ξενοδοχεία σε boutique hotels. Η κατανομή των ξενοδοχείων βάσει μεγέθους για το έτος 2014 παρουσιάζεται στον Πίνακα 1.4.

Πίνακας 1.3. Κατανομή των Ξενοδοχείων βάσει μεγέθους για το έτος 2014 (ποσοστιαία).

| Μέγεθος Ξενοδοχείου | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | Σύνολο |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Οικογενειακό 1-20 δωμάτια | 13,1% | 34,9% | 37,8% | 42,9% | 65,5% | 42,8% |
| Μικρό 21-50 δωμάτια | 13,4% | 24,3% | 35,6% | 45,9% | 32,7% | 37,2% |
| Μεσαίο 51-100 δωμάτια | 15,2% | 15,3% | 19,7% | 10,2% | 1,7% | 12,1% |
| Μεγάλο >101 δωμάτια | 58,3% | 25,5% | 6,9% | 1,1% | 0,1% | 7,8% |

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) (2015). *Διάρθρωση του Ξενοδοχειακού Δυναμικού της Ελλάδας* (Μελέτη ΙΤΕΠ). [online]. Διαθέσιμο στο: <http://hotelmag.gr/news> [πρόσβαση στις 18/3/2016].

Πίνακας 1.4. Κατανομή Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων βάσει τύπου Καταλύματος για το έτος 2014.

| Τύπος Ξενοδοχείου | | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | Γενικό άθροισμα |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|
| Ξενοδοχεία τύπου Επιπλ. Διαμερισμάτων | Μονάδες | 41 | 284 | 598 | 1.440 | 480 | 2.843 |
| | Δωμάτια | 6.426 | 12.726 | 17.228 | 37.268 | 10.988 | 84.636 |
| | Κλίνες | 12.555 | 22.596 | 30.959 | 66.209 | 20.219 | 152.538 |
| Ξενοδοχεία Κλασικού Τύπου | Μονάδες | 290 | 713 | 1.550 | 2.718 | 978 | 6.249 |
| | Δωμάτια | 52.391 | 84.849 | 77.041 | 80.817 | 16.981 | 312.079 |
| | Κλίνες | 106.747 | 165.895 | 149.902 | 155.872 | 33.285 | 611.701 |
| Παραδοσιακά Ξενοδοχεία | Μονάδες | 43 | 297 | 243 | 22 | 4 | 609 |
| | Δωμάτια | 748 | 3.095 | 2.162 | 401 | 105 | 6.511 |
| | Κλίνες | 1.571 | 6.643 | 4.515 | 738 | 200 | 13.667 |
| Σύνολο | Μονάδες | 374 | 1.294 | 2.391 | 4.180 | 1.462 | 9.701 |
| | Δωμάτια | 59.565 | 100.670 | 96.431 | 118.486 | 28.074 | 403.226 |
| | Κλίνες | 120.873 | 195.134 | 185.376 | 222.819 | 53.704 | 777.906 |

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) (2015). *Διάρθρωση του Ξενοδοχειακού Δυναμικού της Ελλάδας* (Μελέτη ΙΤΕΠ). [online]. Διαθέσιμο στο: <http://hotelmag.gr/news> [πρόσβαση στις 18/3/2016].

Μελετώντας τον ανωτέρω Πίνακα διαπιστώνεται πως στην κατηγορία, «Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων», ανήκουν τα ξενοδοχειακά καταλύματα χαρακτηριζόμενα από τον ΕΟΤ ως «Επιπλωμένα Διαμερίσματα», ή ως

«Ξενοδοχεία και Επιπλωμένα Διαμερίσματα», ή ως «Ξενοδοχεία τύπου Επιπλωμένων Διαμερισμάτων» και ως «Συγκροτήματα Bungalows». Στην κατηγορία «Ξενοδοχεία Κλασικού Τύπου», περιλαμβάνονται τα χαρακτηριζόμενα από τον ΕΟΤ ως «Ξενοδοχεία», ή ως «Ξενοδοχεία Κλασικού Τύπου» ή και ως «Ξενοδοχεία τύπου Μοτέλ». Στην κατηγορία «Παραδοσιακά ξενοδοχεία» περιλαμβάνονται τα ξενοδοχεία παραδοσιακού τύπου, καθώς και επιπλωμένα διαμερίσματα (ΙΤΕΠ, 2015). Επίσης, προκειμένου να γίνει σύγκριση, παρατίθεται και το ξενοδοχειακό δυναμικό του έτους 2013 (Πίνακας 1.6).

Πίνακας 1.5. Κατανομή Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων βάσει λειτουργίας, για το έτος 2014

| ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | Γενικό άθροισμα |
|----------------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|
| Εποχική | 190 | 632 | 1.101 | 2.498 | 875 | 5.296 |
| Συνεχής | 184 | 662 | 1.290 | 1.682 | 587 | 4.405 |
| Σύνολο | 374 | 1.294 | 2.391 | 4.180 | 1.462 | 9.701 |
| Ποσοστιαία Κατανομή | | | | | | |
| Εποχική | 50,8% | 48,8% | 46,0% | 59,8% | 59,8% | 54,6% |
| Συνεχής | 49,2% | 51,2% | 54,0% | 40,2% | 40,2% | 45,4% |
| Σύνολο | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) (2015). *Διάρθρωση του Ξενοδοχειακού Δυναμικού της Ελλάδας* (Μελέτη ΙΤΕΠ). [online]. Διαθέσιμο στο: <http://hotelmag.gr/news> [πρόσβαση στις 18/3/2016].

Πίνακας 1.6. Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά Περιφέρεια για το έτος 2013.

| Περιφέρεια | | 5***** | 4**** | 3*** | 2** | 1* | Σύνολο |
|------------|---------|--------|--------|--------|--------|-------|---------|
| Prefecture | | | | | | | Σύνολο |
| Δωδεκάνησα | Μονάδες | 58 | 168 | 252 | 492 | 70 | 1.040 |
| | Δωμάτια | 13.092 | 28.977 | 13.941 | 16.400 | 1.292 | 73.702 |
| | Κλίνες | 27.362 | 56.365 | 26.875 | 30.774 | 2.488 | 143.864 |
| Ήπειρος | Μονάδες | 10 | 64 | 143 | 134 | 29 | 380 |
| | Δωμάτια | 739 | 1.017 | 2.993 | 2.487 | 487 | 7.723 |
| | Κλίνες | 1.557 | 2.109 | 5.890 | 4.723 | 949 | 15.228 |
| Θεσσαλία | Μονάδες | 28 | 106 | 126 | 231 | 82 | 573 |
| | Δωμάτια | 1.316 | 2.702 | 3.738 | 5.327 | 1.536 | 14.619 |

| | | | | | | | |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Κλίνες | 2.686 | 5.374 | 7.304 | 10.164 | 2.995 | 28.523 |
| Θράκη | Μονάδες | 5 | 10 | 41 | 38 | 13 | 107 |
| | Δωμάτια | 503 | 521 | 1.382 | 991 | 189 | 3.586 |
| | Κλίνες | 1.006 | 1.063 | 2.664 | 1.844 | 379 | 6.956 |
| Κεντρική Ελλάδα | Μονάδες | 39 | 138 | 291 | 595 | 204 | 1.267 |
| | Δωμάτια | 6.858 | 10.656 | 11.917 | 15.923 | 3.626 | 48.980 |
| | Κλίνες | 13.135 | 20.030 | 22.143 | 29.617 | 6.890 | 91.815 |
| Κρήτη | Μονάδες | 86 | 232 | 339 | 672 | 211 | 1.540 |
| | Δωμάτια | 17.708 | 24.220 | 15.916 | 24.019 | 5.688 | 87.551 |
| | Κλίνες | 35.759 | 46.848 | 30.006 | 43.275 | 10.482 | 166.370 |
| Κυκλάδες | Μονάδες | 37 | 184 | 205 | 446 | 161 | 1.033 |
| | Δωμάτια | 1.791 | 5.886 | 5.548 | 9.685 | 2.330 | 25.240 |
| | Κλίνες | 3.624 | 11.298 | 10.808 | 18.657 | 4.575 | 48.962 |
| Μακεδονία | Μονάδες | 46 | 121 | 370 | 560 | 489 | 1.586 |
| | Δωμάτια | 7.033 | 9.626 | 13.729 | 14.105 | 9.740 | 54.233 |
| | Κλίνες | 14.309 | 18.895 | 27.140 | 27.326 | 18.738 | 106.408 |
| Νησιά Αιγαίου | Μονάδες | 6 | 33 | 126 | 180 | 50 | 395 |
| | Δωμάτια | 784 | 1.614 | 4.391 | 4.250 | 727 | 11.766 |
| | Κλίνες | 1.595 | 2.964 | 8.295 | 8.010 | 1.409 | 22.273 |
| Ιόνια Νησιά | Μονάδες | 25 | 95 | 208 | 512 | 76 | 916 |
| | Δωμάτια | 3.990 | 9.701 | 14.162 | 17.426 | 1.540 | 46.819 |
| | Κλίνες | 7.877 | 18.513 | 27.240 | 33.299 | 2.988 | 89.917 |
| Πελοπόννησος | Μονάδες | 21 | 126 | 257 | 343 | 93 | 840 |
| | Δωμάτια | 4.064 | 5.369 | 7.957 | 8.544 | 1.179 | 27.113 |
| | Κλίνες | 8.645 | 10.551 | 15.357 | 16.243 | 2.333 | 53.129 |
| Σύνολο | Μονάδες | 361 | 1.277 | 2.358 | 4.203 | 1.478 | 9.677 |
| | Δωμάτια | 57.878 | 100.289 | 95.674 | 119.157 | 28.334 | 401.332 |
| | Κλίνες | 117.55 | 5 | 194.010 | 183.722 | 223.932 | 54.226 |
| | | 773.445 | | | | | |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος. Στο: ΣΕΤΕ (2014). *Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά κατηγορία και περιφέρεια 2013*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/?pg=2> [πρόσβαση στις 19/3/2016].

1.6 Διανυκτερεύσεις

Κατά το έτος 2014, σύμφωνα με στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, στο σύνολο των καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, σημειώθηκε αύξηση 8,7% στις αφίξεις και 5,5% στις διανυκτερεύσεις συγκριτικά με το έτος 2013. Πιο αναλυτικά, για το έτος 2014 οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις των

αλλοδαπών εμφανίζονται αυξημένες κατά 13,3% και 6,8%, συγκριτικά με το 2013, ενώ παρέμειναν στάσιμες οι αφίξεις και διανυκτερεύσεις των ημεδαπών. Επίσης, η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κλίνες (εκτός των κάμπινγκ), αυξήθηκε σε 47,36% το 2014 έναντι 45,2% που εμφανίστηκε κατά το έτος 2013 (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2015).

Ειδικότερα:

- 85,1% των αφίξεων και 92,4% των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα και στα κάμπινγκ της Ελλάδας, αφορούν τους μήνες Απρίλιο – Οκτώβριο (σημειώνεται δηλαδή επέκταση της τουριστικής περιόδου συγκριτικά με παρελθόντα έτη).
- Σε όλες τις Περιφέρειες της Χώρας πλην της Δυτικής Μακεδονίας και του Βορείου Αιγαίου σημειώθηκε αύξηση στην κίνηση καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ:
 - Περιφέρεια Αττικής (20,5% αφίξεων και 10,4% διανυκτερεύσεων),
 - Νοτίου Αιγαίου (17,3% αφίξεων και 23,8% διανυκτερεύσεων),
 - Κρήτης (18,4% αφίξεων και 27,4% διανυκτερεύσεων),
 - Κεντρικής Μακεδονίας (12,7% αφίξεων και 11,2% διανυκτερεύσεων),
 - Ιονίων Νήσων (7,1% αφίξεων και 10,6% διανυκτερεύσεων),
 - Πελοποννήσου (5,4% αφίξεων και 3,5% διανυκτερεύσεων).
- Οι χώρες με τη μεγαλύτερη συμμετοχή προέρχονται από την Ευρώπη (82,9% των αφίξεων και 91,8% των διανυκτερεύσεων):
 - Ηνωμένο Βασίλειο (11,9% αφίξεων και 14,3% διανυκτερεύσεων),
 - Γερμανία (11,7% αφίξεων και 16,1% διανυκτερεύσεων),
 - Γαλλία (7,7% αφίξεων και 6,6% διανυκτερεύσεων),
 - Ιταλία (5,5% αφίξεων και 4,5% διανυκτερεύσεων),
 - Ολλανδία (3,7% αφίξεων και 4,6% διανυκτερεύσεων),
 - Σουηδία (3,4% αφίξεων και 3,9% διανυκτερεύσεων),
 - Ρωσία (8,6% αφίξεων και 12,0% διανυκτερεύσεων) (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2015).

1.7 Μέση διάρκεια παραμονής

Παρόλο που το 2014 θεωρήθηκε μια καλή χρονιά για τις αφίξεις των επισκεπτών στην χώρα μας (αύξηση 23%), δεν συνέβη το ίδιο και με τη δαπάνη ανά επίσκεψη των τουριστών (περιορισμός στο 11,1%) (Travel Daily News, 2015).

Καθώς η επιλογή των Ευρωπαίων επισκεπτών να επισκεφτούν τη χώρα μας προέρχεται κατά κύριο λόγο από τις πληροφορίες που συνέλεξαν και την εμπειρία φίλων και συγγενών τους, για το λόγο κρίνεται σημαντικό η άποψη των τουριστών που φεύγουν από την χώρα μας μετά το πέρας των διακοπών τους, να είναι η καλύτερη αναφορικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Κρίνεται, επομένως, επιβεβλημένη η αναβάθμιση των ξενοδοχείων, καθώς και η ανάδειξη των ιστορικών και αρχαιολογικών μνημείων, με διευκόλυνση της πρόσβασης προς αυτά και επιμήκυνση του ωραρίου.

Επίσης, καθώς εξαπλώνεται καθημερινά η χρήση του διαδικτύου, είναι απαραίτητος ο εκσυγχρονισμός και η δικτύωση, ειδικά των μικρών ξενοδοχείων, αφού οι πελάτες – στόχοι χρησιμοποιούν πλέον το διαδίκτυο κατά βάση για την ανεύρεση του τουριστικού τους προορισμού, ανεξαρτητοποιημένοι πλέον από τις επιλογές των τουριστικών πρακτορείων (Travel Daily News, 2015).

1.8 Σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία

Ως βασικός πυλώνας ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία, ο Τουρισμός, συμβάλλει με 10% στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν, με πάνω από 10% στην απασχόληση και πάνω από 7% στο καθαρό πάγιο της εθνικής μας οικονομίας. Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία για τα έτη έως το 2020, επιβεβαιώνεται πως η ενδεχόμενη αύξηση στον αριθμό των επισκεπτών μπορεί να φέρει έσοδα 16,5 δισεκατομμυρίων ευρώ ανά έτος, δημιουργώντας 225.000 νέες θέσεις εργασίας. Χρονιά ορόσημο ώστε να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι, στάθηκε το έτος 2013, όπου ο τουρισμός της Ελλάδας άγγιξε τα δεκαοκτώ εκατομμύρια τουρίστες (Κεφαλογιάννη, 2014).

Το Εθνικό Σχέδιο δράσης περιλαμβάνει στόχους όπως :

- Εκσυγχρονισμός των αεροδρομίων, λιμανιών, μαρίνων.
- Αναβάθμιση της εκπαίδευσης και κατάρτισης στον τουρισμό.
- Περαιτέρω ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού.

- Στόχευση σε υψηλού επιπέδου τουρισμό, ώστε να «ανασάνουν» οικονομικά οι τουριστικές επιχειρήσεις.
- Προσέλκυση ξένων επενδυτών (για το λόγο αυτό η χώρα μας προχώρησε στην εισαγωγή νέων σύγχρονων τουριστικών προϊόντων, απλουστεύοντας ταυτόχρονα τη διαδικασία αδειοδότησης των επενδύσεων) (Κεφαλογιάννη, 2014).

Συνοπτικά, τέλος, επιχειρώντας να καταγραφούν τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού, καταλήγουμε πως: α) η Ελλάδα αποτελεί έναν σημαντικό τουριστικό προορισμό παγκοσμίως, β) στη χώρα μας υπάρχουν σημαντικοί ιστορικο-πολιτιστικοί πόροι, γ) οι φυσικοί πόροι είναι άφθονοι, δ) υπάρχει μεγάλη παραγωγή προϊόντων διατροφής, ακολουθώντας τις νέες τάσεις, ε) επιχειρείται τα τελευταία χρόνια εκσυγχρονισμός των ξενοδοχειακών μονάδων. Στα μειονεκτήματα, όμως, αναφέρονται: α) οι ελλείψεις που παρατηρούνται στις κοινωνικές υποδομές και τον εξοπλισμό, β) το χαμηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν εξαιτίας των αδυναμιών στην οργάνωση και λειτουργία των τουριστικών κλάδων, γ) ο περιορισμός στην διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, δ) ο χαμηλός μέσος όρος διάρκειας παραμονής των τουριστών και η χαμηλή ημερήσια δαπάνη, ε) η μη υψηλή ανταγωνιστικότητα του τουριστικού μας προϊόντος, στ) η ελλιπής εκπαιδευτική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, ζ) η ανισομερής ανάπτυξη του τουρισμού στις Περιφέρειες της Ελλάδος, η) Άνιση ανάπτυξη του τουρισμού μεταξύ των Περιφερειών της χώρας, θ) εκλείπουν τα κεφάλαια και το μάρκετινγκ, καθώς επίσης δεν χρησιμοποιούνται στο έπακρο οι νέες τεχνολογίες (Ανώνυμος, 2004).

1.9 Προτάσεις για τουριστική ανάπτυξη

Η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί τη λήψη μέτρων πολιτικής τα οποία συνοψίζονται στα εξής:

- Μέσα από την συνεργασία της κυβέρνησης και των τουριστικών φορέων, πρέπει να δημιουργηθεί η κατάλληλη στρατηγική ώστε να δοθούν περισσότερα χρήματα για θέματα προβολής και διαφήμισης, να δοθούν περισσότερα κίνητρα στους Tour Operators και να επιτευχθεί η διεύρυνση στην τουριστική αγορά της Ανατολικής Ευρώπης, των Βαλκανίων και του αραβικού κόσμου (Αγγελής – Καψή, 2008).
- Κατανόηση από τις χαμηλές κατηγορίες ξενοδοχείων πως η ποιότητα δεν είναι προνόμιο μόνο των 5άστερων και 4άστερων ξενοδοχείων.
- Ενίσχυση του οικολογικού τουρισμού – αγροτουρισμού, με αναστήλωση των

παραδοσιακών κτισμάτων ώστε να αξιοποιηθούν τουριστικά και να δυναμώσει ο εσωτερικός τουρισμός, ο νησιωτικός τουρισμός και ο τουρισμός της περιφέρειας.

- Ενίσχυση της ταυτότητας των Boutique Hotels (Σκουλάς, 2008).
- Διευκόλυνση της προσβασιμότητας στους τουριστικούς τόπους (βελτίωση δηλαδή των υποδομών στα αεροδρόμια, τα λιμάνια, τα οδικά δίκτυα και την οδική σήμανση).
- Μείωση της εποχικότητας μέσα από βελτίωση των τουριστικών υποδομών, όπως π.χ. τα κέντρα ευεξίας (spa), οι συνεδριακοί χώροι κ.λπ..
- Μέτρα ενίσχυσης των πρωτοβουλιών για υλοποίηση των διάφορων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, και αντίστοιχη προβολή τους (δρόμοι του κρασιού και του λαδιού).
- Αναδιάρθρωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης ώστε το εκπαιδευτικό σύστημα να παράγει στελέχη κατάλληλα εκπαιδευμένα και εφοδιασμένα με τεχνικές δεξιότητες ώστε να παρέχονται υπηρεσίες υψηλού επιπέδου (Σκουλάς, 2008).
- Ενίσχυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού μέσα από την αξιοποίηση της ελληνικής κουζίνας και των τοπικών μας προϊόντων.
- Τέλος, ανάδειξη της πολιτιστικής μας κληρονομιάς και αύξηση των πόρων στους οποίους στηρίζεται ο τουρισμός για να επιβιώσει οικονομικά (Σκουλάς, 2008).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

2.1 Το κραχ του 2008

Τα χρόνια που ακολούθησαν τη δεκαετία του 1930, κάθε φορά που διαφαίνονταν στον ορίζοντα να έρχεται η οικονομική καταστροφή, επενέβαιναν οι αρμόδιες Αρχές για να τον σώσουν, όμως τον Σεπτέμβριο του 2008 η Lehman Brothers κατέρρευσε με αποτέλεσμα να καταρρεύσει μέσα σε λίγες μέρες όλο το χρηματοπιστωτικό σύστημα, με τεράστιες επιπτώσεις για την παγκόσμια οικονομία (Κρούγκμαν, 2009).

Η κρίση των στεγαστικών δανείων, οδήγησε τη Lehman Brothers στην κατάρρευση, παρουσιάζοντας απώλειες της τάξεως των 2,8 δισεκατομμυρίων δολλαρίων, αναγκαζόμενη να πουλήσει ενεργητικό 6 δισεκατομμυρίων δολλαρίων. Μετά την 11^η Σεπτεμβρίου 2001, σημειώθηκε η μεγαλύτερη ημερήσια πτώση στον δείκτη Dow Jones, ο οποίος έχανε 500 μονάδες και η μετοχή της Lehman Brothers να υποχωρεί πάνω από 90% (Λίτσης, 2009).

Από τότε ακολούθησαν πτωχεύσεις αρκετών τραπεζικών και ασφαλιστικών εταιριών, βάζοντας φρένο στις παγκόσμιες πιστωτικές αγορές. Από τις 17 Σεπτεμβρη 2008 οι πτωχεύσεις που σημειώθηκαν στις ΗΠΑ, κλόνισαν την εμπιστοσύνη των τραπεζών, με αποτέλεσμα να μην δανείζονται χρήματα αναμεταξύ τους, αλλά και να αποφεύγουν τον δανεισμό προς οποιονδήποτε άλλο.

Όμως, παρόλο που ρίζες της κρίσης οφείλονται στην αγορά ακινήτων και στην αδυναμία των αγοραστών να καταφέρουν να πάρουν στεγαστικό δάνειο, υπήρξαν και άλλοι παράγοντες που βοήθησαν την αστάθεια στην αγορά, όπως είναι το ότι επιβραδύνθηκε η οικονομική ανάπτυξη αφού σταμάτησε να ρέει το χρήμα.

Έτσι, δημιουργείται μια αλυσιδωτή αντίδραση στην οικονομία, καθώς ιδιώτες και επενδυτές δεν μπορούν να βγάλουν γρήγορο κέρδος χρησιμοποιώντας τα σπίτια τους, με αποτέλεσμα να αυξηθούν τα επιτόκια των ενυπόθηκων δανείων και χιλιάδες υποθήκες να μην μπορούν να πληρωθούν (Crescenzi, 2008).

Τη δεκαετία του 1980, η ευθύνη για την κρίση του χρέους μεταφέρθηκε στους δανειολήπτες που δανείστηκαν απερίσκεπτα και χρησιμοποίησαν ανεπαρκώς τα δανειακά κεφάλαια. Όμως, τη στιγμή που ο βασικός δανειολήπτης είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, η ευθύνη μετατοπίζεται στις χώρες με υψηλά ποσοστά αποταμίευσης, όπως είναι η Κίνα, με υψηλά πλεονάσματα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, αγγίζοντας το 11% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος για το έτος 2007.

Όπως αποδεικνύεται, όμως, τελικά οι συνέπειες της συγκεκριμένης κρίσης δεν έχουν σχέση με τους δανειστές ή τους δανειολήπτες, αλλά με τους ενδιάμεσους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς (Γκαργκάνας, 2007).

2.2 Η παγκόσμια επέκταση του φαινομένου

Η οικονομική κρίση που αντιμετωπίζει σήμερα ο πλανήτης, ανεξάρτητα από τη διάρκεια ή τις μεσοπρόθεσμες επιπτώσεις της, δυστυχώς, δείχνει σε απόλυτα μεγέθη, να είναι ίση ή και μεγαλύτερη σε ένταση ακόμη και από το Μεγάλο Κραχ του 1929.

Η κρίση ξεκίνησε στις Η.Π.Α. ξεσπώντας αρχικά στην αγορά στεγαστικών δανείων μεγάλου ρίσκου για να εξαπλωθεί στη συνέχεια με τεράστια ταχύτητα σε όλο τον υπόλοιπο κόσμο και να προκαλέσει οικονομική καταστροφή σε όλο παγκόσμιο οικονομικό σύστημα, κλονίζοντας την εμπιστοσύνη των πολιτών. Δυστυχώς, το φαινόμενο της κρίσης ήταν προϊόν απληστίας, αναρχίας και ανικανότητας (Σκουλάς, 2008).

- **Απληστία** των λεγόμενων χρυσών αγοριών (και όχι μόνον) της Wall Street, που γευόμενα την οικονομική πραγματικότητα που δημιούργησαν, εγκλωβίστηκαν σ' αυτήν και δεν κατάφεραν να προβλέψουν πού θα κατέληγε. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, ο επ' ονόματι John Paulson, ο οποίος το έτος 2007 αμείφθηκε με το αστρονομικό ποσό των 1,5 δισεκατομμυρίων δολαρίων).
- **Αναρχίας** διότι δεν υπήρξε κανένας εποπτικός έλεγχος και καμία παρέμβαση στο χρηματοπιστωτικό σύστημα (ιδιαίτερα στις private-equity και hedge funds τοποθετήσεις). Και
- **Ανικανότητας** καθώς το χρηματοπιστωτικό σύστημα σταμάτησε να λειτουργεί με ασφάλεια, και δεν προέβλεψε κανείς αυτό που θα ακολουθούσε, ενώ αντίθετα επιτάχυναν με την πολιτική τους οι ιθύνοντες την γρήγορη έλευσή της. Οι χρηματιστηριακές αγορές ακολουθούν πτωτική τάση, πανικοβάλλοντας τους πάντες,

εκτός, βέβαια, αυτούς που απολαμβάνουν την αισχροκέρδεια. Αποτέλεσμα να ακολουθήσει μαζική ρευστοποίηση της παγκόσμιας κεφαλοποίησης που άγγιξε το 50%.

Το φαινόμενο οδηγεί σε παγκόσμια ρήξη του χρηματοπιστωτικού συστήματος με τρομακτική ταχύτητα και τεράστιο κολοσσοί της βιομηχανίας καταρρέουν, απολύοντας μεγάλο όγκο εργαζομένων (σε Αμερική, Ευρώπη, Ασία, Ωκεανία και Λατινική Αμερική). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί μία ρωσική τράπεζα, η οποία απέλυσε 50.000 εργαζόμενους, ενώ παράλληλα και άλλες ευρωπαϊκές χώρες (Ισπανία, Αγγλία, Γαλλία, Γερμανία) ήρθαν αντιμέτωπες με τον εκρηκτικό ρυθμό αύξησης της ανεργίας (Σκουλάς, 2008).

2.3 Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα

Στη χώρα μας, παρόλες τις διαβεβαιώσεις πως το χρηματοπιστωτικό μας σύστημα είναι ισχυρό και πως η οικονομία μας είναι «θωρακισμένη», το πλήγμα από την οικονομική κρίση ήταν τεράστιο, καθώς είναι και τεράστια τα διαρθρωτικά της προβλήματα αναφορικά με το δημόσιο χρέος και το μεγάλο άνοιγμα στο ισοζύγιο εξωτερικών πληρωμών. Το φαινόμενο οδήγησε στο πρόβλημα της ρευστότητας τόσο των επιχειρήσεων όσο και των νοικοκυριών, η ανεργία αυξήθηκε σε μεγάλο βαθμό και χειροτέρεψαν οι συνθήκες διαβίωσης των ευπαθών κοινωνικών ομάδων.

Το όλο κλίμα πανικού έρχονται να επιδεινώσουν και να κλονίσουν την εμπιστοσύνη των πολιτών απέναντι στις κυβερνήσεις και τα τραπεζικά συστήματα, οι τίτλοι των εφημερίδων σε παγκόσμιο και εγχώριο επίπεδο, τονίζοντας πως τρεις είναι οι «πυλώνες» της ελληνικής οικονομίας που κλονίστηκαν (Σκουλάς 2008 σ. 49):

- Ο κατασκευαστικός / οικοδομικός τομέας αντιμετωπίζει πρόβλημα δανεισμού, κανείς δεν βρίσκεται να αγοράσει πλέον και οδηγεί αυτόματα και σε αύξηση της ανεργίας.
- Η ναυτιλία αντιμετωπίζει πρόβλημα στην παγκόσμια ζήτηση, με αποτέλεσμα να οδηγείται στον παροπλισμό πολλών μεγάλων σκαφών.
- Ο τουρισμός, δέχεται το μεγαλύτερο πλήγμα από την παγκόσμια κρίση, καθώς αντιμετωπίζει ήδη παλαιότερα διαρθρωτικά προβλήματα και εκλείπει και η ανταγωνιστικότητα. Βέβαια, προϋπάρχει η πείρα, οι δυνατότητες παρέμβασης και τα δημοσιονομικά και νομισματικά μέτρα ώστε η έκβαση της κρίσης να μην είναι το ίδιο ζοφερή με εκείνη του 1929 (Σκουλάς, 2008). Απαιτείται η λήψη άμεσων

και έκτακτων χρηματοπιστωτικών μέτρων ώστε να ανακουφιστούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και οι ευπαθείς κοινωνικά ομάδες, ώστε η κατανάλωση να αρχίσει ξανά να ακολουθεί αυξητική πορεία.

Σε συνέχεια της ανάλυσης της επίπτωσης της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό της χώρας μας, οι εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία επηρέασαν εκτός από την τουριστική κίνηση, και την βιωσιμότητα ορισμένων τουριστικών επιχειρήσεων. Η Γερμανία και η Βρετανία, παραδοσιακές χώρες προέλευσης για τον τουρισμό μας, βρίσκονται και αυτές στη δίνη της οικονομικής κρίσης με αυξανόμενους ρυθμούς ανεργίας και συρρίκνωση των εισοδημάτων των πολιτών. Επομένως, οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν αποτελεί την πρώτη προτεραιότητα της νέας εισοδηματικής κατάστασης των πολιτών.

Βέβαια, οι πλούσιες και οικονομικά ανεξάρτητες οικογένειες δεν θα στερηθούν τις διακοπές τους, ακόμα και την απόλαυση σε πολυτελείς εγκαταστάσεις. Αντίθετα, οι φτωχές οικογένειες θα μειώσουν τη διάρκεια των διακοπών τους ώστε να μειωθούν τα έξοδα ή τελικά θα τις αναβάλουν (Σκουλάς, 2008). Επίσης, στον προϋπολογισμό ενός συνηθισμένου νοικοκυριού δίνεται προτεραιότητα στις μη επιλεκτικές δαπάνες, όπως είναι οι δαπάνες και τα έξοδα για προϊόντα ή υπηρεσίες που είναι πρώτης ανάγκης (ενοίκιο ή στεγαστικό δάνειο, τρόφιμα, λογαριασμοί νερού – ρεύματος – τηλεφώνου, συντήρηση του σπιτιού, δαπάνες για ένδυση και υπόδηση, πετρέλαιο θέρμανσης, βενζίνη). Από την άλλη πλευρά, οι επιλεκτικές δαπάνες αφορούν τις μη επείγουσες ανάγκες της οικογένειας, όπως είναι η ανακαίνιση, επενδύσεις, αποταμίευση, διακοπές ή η αγορά κάποιων ειδών πολυτελείας.

2.4 Οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός

Δυστυχώς, όλα τα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης επηρεάστηκαν σε όλους τους τομείς δραστηριοτήτων τους από την κλιμάκωση του φαινομένου της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Ο ρυθμός ανάπτυξης πολλών κρατών πριν το 2008, αντικαταστάθηκε από την εκτεταμένη αύξηση της ανεργίας και την υποβάθμιση του μέσου επιπέδου διαβίωσης, επηρεάζοντας αντίστοιχα και τον παγκόσμιο τουρισμό. Οι επιδράσεις της παγκόσμιας τουριστικής ύφεσης αποτυπώθηκαν στις τουριστικές περιφέρειες της Ελλάδας αλλά και των υπολοίπων χωρών, σημειώνοντας μειώσεις στις τουριστικές αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις, αλλά και στα χρήματα που δαπανώνταν από τους τουρίστες στις τουριστικές περιοχές. Παρ' όλ αυτά, όμως, η

επίδραση της κρίσης στον τουριστικό τομέα δεν ήταν η ίδια σε ένταση σε όλες τις τουριστικές περιοχές (Καρουλιά και συν., χ.χ.).

Ένα σημείο άξιο προσοχής είναι ακόμη το γεγονός ότι η νέα οικονομική κρίση διαφοροποιείται από τις προηγούμενες στο σημείο πως τώρα δημιουργούνται νέες τάσεις να μειωθεί η απόσταση του τουριστικού προορισμού από τον τόπο μόνιμης κατοικίας, αλλά και της διάρκειας του ταξιδιού, όπως και στην ανάδειξη προορισμών που συνδυάζουν καλή ποιότητας με καλή τιμή.

Προκειμένου να μετριασθούν οι αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης προτείνονται τα εξής:

- να ενταχθεί ο τουρισμός στα κυβερνητικά πακέτα κινήτρων,
- να ανασταλούν οι πληρωμές των φόρων,
- να υπάρξει στενή συνεργασία ανάμεσα στον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα,
- να στηριχθεί ο τουριστικός κλάδος οικονομικά τόσο από την τραπεζική όσο και από την οικονομική κοινότητα γενικότερα,
- να πραγματοποιείται συνεχής στατιστική ανάλυση των μεγεθών που περιγράφουν τον τουριστικό κλάδο,
- να αυξηθεί η στοχευμένη διαφήμιση,
- να γίνει εισαγωγή νέων τεχνολογιών στον τουριστικό κλάδο και να εισαχθούν καινοτόμες μέθοδοι ώστε να ενισχυθεί το branding (Ανώνυμος, 2009).

2.5 Οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο οικονομικός αντίκτυπος της τουριστικής δραστηριότητας είναι σημαντικός και έδειξε να αντέχει στην οικονομική κρίση. Θέτοντας ως βάση το 100 το έτος 2005, ο μέσος ετήσιος δείκτης σημείωσε το 2008, άγγιξε το ανώτερο επίπεδο εισπράξεων (ιστορικά) στον κλάδο του τουρισμού, φτάνοντας στο 113,9. Στη συνέχεια μειώθηκε ο κύκλος εργασιών, πέφτοντας το έτος 2009 στο 103,6, το 2010 στο 95,1 και το 2011 έφτασε στο 72,9, σημειώνοντας συνολική μείωση κατά 36% από το έτος 2008.

Με την αλλαγή που έκανε η Ελληνική Στατιστική Αρχή το 2012 ορίζοντας ως βάση το 100 για τον ετήσιο δείκτη του έτους 2010, παρουσιάστηκε το 2012 η πιο

χαμηλή μέση ετήσια τιμή του Δείκτη Κύκλου Εργασιών αναφορικά με τον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης, παρουσιάζοντας αρνητικό ρεκόρ για τη δεκαετία, αλλά και στα επιμέρους τρίμηνα πτωτική τάση που σημειώθηκε έως και τους τρεις πρώτους μήνες του έτους 2013 (Βαγιονής, 2014).

Η ανοδική τάση άρχισε το δεύτερο τρίμηνο του 2013 με τον δείκτη τριμήνου να φθάνει στο 84,2, στο τρίτο τρίμηνο του ίδιου έτους, ο δείκτης ανέβηκε στο 147,5, ενώ στο τέταρτο τρίμηνο έφτασε στο 57,6. Το έτος 2014 συνεχίστηκε η αυξητική τάση του δείκτη φτάνοντας το πρώτο τρίμηνο το 45% εν σχέσει με το αντίστοιχο πρώτο τρίμηνο του 2013, εξακολουθώντας να αυξάνεται το δεύτερο τρίμηνο του 2014 κατά 6,6% σε αντιστοιχία με το ίδιο τρίμηνο του προηγούμενου έτους.

Γενικά παρατηρείται πως:

- α) ξεκινώντας από το δεύτερο τρίμηνο του έτους 2013, παρουσιάζεται μια ολοένα αυξανόμενη τάση, αποτυπωμένη με την ποσοστιαία μεταβολή κατά +4,5% στον μέσο ετήσιο δείκτη εργασιών των ετών 2012 - 2013, αλλά και με τις μεταβολές που σημειώθηκαν στα αντίστοιχα τρίμηνα, που είναι παντού αυξητικές.
- β) τα έτη 2011 και 2012 παρατηρήθηκε υψηλή εποχικότητα στο τουριστικό φαινόμενο και στο πρώτο και στο τέταρτο τρίμηνα κάθε χρονιάς, παρόλο που θεωρούνται εκτός αιχμής τρίμηνα. Αυτό συνέβη σε σημαντικό βαθμό γιατί μειώθηκε η ζήτηση για τον εσωτερικό μη θερινό τουρισμό, αλλά και στο ότι η διεθνής αγορά δεν βρήκε ελκυστικούς τους αστικούς προορισμούς για εναλλακτικές δράσεις εναλλακτικές που αφορούν το μοντέλο «ήλιος-θάλασσα» (Βαγιονής, 2014).
- γ) το τέταρτο τρίμηνο του έτους 2013 και το πρώτο τρίμηνο του 2014 σημειώθηκε μεγάλη αύξηση, η οποία αμβλύνει μέχρι έναν βαθμό το ζήτημα της εποχικότητας, οπότε οι εισερχόμενοι τουρίστες σε μικρές και μεγάλες πόλεις και με τις διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, συνέβαλαν σ' αυτή την ανάκαμψη. Η ίδια αυξητική τάση σημειώθηκε και στο δεύτερο τρίμηνο του 2014, με αύξηση 6,7% και αγγίζοντας τις 89,8 μονάδες (Βαγιονής, 2014).

2.6 Επίπτωση της οικονομικής κρίσης στις εισπράξεις

Από στοιχεία που δόθηκαν από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), διαπιστώθηκε πως σημειώθηκε σημαντική μεταβολή στο

ζήτημα της ταξιδιωτικής δαπάνης παγκοσμίως για την εξαετία 2004-2010. Το έτος 2008 η ταξιδιωτική δαπάνη έφτασε τα 940 δισεκατομμύρια δολάρια, συγκριτικά με το έτος 2009 που μειώθηκε στα 852 δισεκατομμύρια δολάρια, δηλαδή η μεταβολή σημείωσε αρνητικό πρόσημο (-9,36%). Το φαινόμενο αυτό παρατηρήθηκε διότι το 2009 η οικονομική κρίση εκδηλώθηκε έντονα σε μεγάλο αριθμό χωρών παγκοσμίως. Ενώ δε το έτος 2010 η ταξιδιωτική δαπάνη αυξήθηκε παγκοσμίως στα 926 δισεκατομμύρια δολάρια, υπήρξε μικρότερη συγκριτικά με εκείνη του έτους 2008 (Πίνακας 2.1).

Σύμφωνα με τη σειρά κατάταξης, η χώρα μας, ανάλογα με τις αφίξεις που σημειώθηκαν την χρονική περίοδο 2007-2010, έλαβε τη δέκατη θέση, ακολουθούν η Κύπρος και η Αλβανία, ενώ η Κροατία έλαβε την δέκατη τέταρτη και η Πορτογαλία την δέκατη όγδοη. Στις διεθνείς αφίξεις, η Γαλλία έλαβε την πρώτη θέση στην ευρωπαϊκή κατάταξη, ενώ ακολουθούν η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία (Πίνακας 2.2).

Πίνακας 2.1. Παρουσίαση της παγκόσμιας ταξιδιωτικής δαπάνης για τα έτη 2004-2010.

| Χρόνος | Ταξιδιωτική Δαπάνη (δισ. US\$) | Μεταβολές |
|--------|--------------------------------|-----------|
| 2004 | 633 | |
| 2005 | 679 | 7,27% |
| 2006 | 743 | 9,43% |
| 2007 | 856 | 15,21% |
| 2008 | 940 | 9,81% |
| 2009 | 852 | -9,36% |
| 2010 | 926 | 8,69% |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Οκτώβριος 2011). Στο: Ανώνυμος (2012). ΣΕΤΕ Ο Ελληνικός Τουρισμός σε Αριθμούς. *Τουριστική Αγορά* 247:42-44).

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), όσον αφορά τις εισπράξεις την χρονική περίοδο 2000-2010 με στοιχεία από την Τράπεζα της Ελλάδος, αναφέροντας πως οι τουριστικές εισπράξεις το 2006 έφτασαν τα 11.356,70 εκατομμύρια ευρώ, σημειώνοντας αυξητική τάση κατά 5,85% συγκριτικά με το έτος 2005. Όμως, το έτος 2007 οι τουριστικές εισπράξεις μειώθηκαν στα 11.319,20 εκατομμύρια ευρώ, ενώ αυξήθηκαν ξανά το έτος 2008 στα 11.635,90 εκατομμύρια ευρώ, για να συνεχίσουν πάλι πτωτική τάξη το έτος 2009 αγγίζοντας σχεδόν το ποσό του έτους 2001, κατεβαίνοντας στα 10.400,20 εκατομμύρια ευρώ (Ανώνυμος, 2012).

Ακόμη, σύμφωνα με στοιχεία που παραθέτει ο ΣΕΤΕ από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, σχετικά με τη διαχρονική εξέλιξη των ξενοδοχειακών κλινών κατά περιφέρεια την χρονική περίοδο 1990 – 2010, αναφέρεται πως:

- στην Ήπειρο σημειώθηκε η μεγαλύτερη αύξηση στις ξενοδοχειακές κλίνες κατά τη δεκαετία 2000-2010 (ποσοστό 51,34%)·
- στη Στερεά Ελλάδα σημειώθηκε το χαμηλότερο ποσοστό αύξησης στις ξενοδοχειακές κλίνες (ποσοστό 3,69%)·
- στην Κρήτη οι ξενοδοχειακές κλίνες αυξήθηκαν από 76.095 το έτος 1990 σε 161.578 ξενοδοχειακές κλίνες το έτος 2010·
- στα Δωδεκάνησα σημειώθηκε αύξηση από 69.829 ξενοδοχειακές κλίνες το έτος 1990 σε 137.158 ξενοδοχειακές κλίνες το έτος 2010·
- στη Μακεδονία οι ξενοδοχειακές κλίνες το 1990 ήταν 42.596, ενώ το έτος 2010 αυξήθηκαν σε 107.413, και

- συνολικά στις περιφέρειες της χώρας, η εξέλιξη στον αριθμό των ξενοδοχειακών κλινών αύξηθηκε σημαντικά. Από 423.660 το 1990 αυξήθηκαν σε 763.407 το έτος 2010 (Πίνακας 2.3).

Πίνακας 2.2. Παρουσίαση της ευρωπαϊκής κατάταξης με βάση τις διεθνείς αφίξεις για τα έτη 2007-2010.

| ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΒΑΣΕΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ 2007-2010 <small>Πηλ. 4</small> | | | | | | | | |
|--|-----------------|-------------|-------------|-----------|------------------|-----------|-----------|-----------|
| Χώρα | Αφίξεις (εκατ.) | | | | Θέση στην Ευρώπη | | | |
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Γαλλία | 80,9 | 79,2 | 76,8 | 76,8 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Ισπανία | 68,7 | 67,2 | 62,2 | 62,7 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Ιταλία | 43,7 | 42,7 | 43,2 | 43,6 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Ην. Βασίλειο | 30,9 | 30,1 | 28,2 | 28,3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Τουρκία | 22,2 | 25 | 25,5 | 27 | 7 | 6 | 5 | 5 |
| *Γερμανία | 24,4 | 24,9 | 24,2 | 26,9 | 5 | 7 | 6 | 6 |
| *Αυστρία | 20,8 | 21,9 | 21,4 | 22 | 8 | 8 | 7 | 7 |
| Ουκρανία | 23,1 | 25,4 | 20,8 | 21,2 | 6 | 5 | 8 | 8 |
| Ρωσία | 20,6 | 21,6 | 19,4 | 20,3 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Ελλάδα | 16,2 | 15,9 | 14,9 | 15 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Πολωνία | 15 | 13 | 11,9 | 12,5 | 11 | 11 | 11 | 11 |
| *Ολλανδία | 11 | 10,1 | 9,9 | 10,9 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Ουγγαρία | 8,6 | 8,8 | 9,1 | 9,5 | 16 | 14 | 13 | 13 |
| *Κροατία | 8,6 | 8,7 | 8,7 | 9,1 | 14 | 15 | 14 | 14 |
| Δανία | 9,3 | 9 | 8,5 | 8,7 | 13 | 13 | 15 | 15 |
| **Ελβετία | 8,4 | 8,6 | 8,3 | 8,6 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| *Βέλγιο | 7 | 7,2 | 6,8 | 7,2 | 18 | 18 | 16 | 17 |
| **Πορτογαλία | 6,8 | 7 | 6,4 | 6,8 | 19 | 19 | 19 | 18 |
| Ιρλανδία | 8,3 | 8 | 7,2 | n/a | 17 | 17 | 17 | 19 |
| *Τσεχία | 6,7 | 6,6 | 6 | 6,3 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Βουλγαρία | 5,2 | 5,8 | 5,7 | 6 | 21 | 21 | 21 | 21 |
| *Σουηδία | 5,1 | 4,6 | 4,7 | 5 | 22 | 22 | 22 | 22 |
| Νορβηγία | 4,4 | 4,3 | 4,3 | 4,8 | 23 | 23 | 23 | 23 |
| Φινλανδία | 3,5 | 3,6 | 3,4 | 3,7 | 24 | 24 | 24 | 24 |
| Ισραήλ | 2,1 | 2,6 | 2,3 | 2,8 | 27 | 25 | 25 | 25 |
| Αλβανία | 2,2 | 1,3 | 1,8 | 2,2 | 26 | 29 | 29 | 26 |
| Κύπρος | 2,4 | 2,4 | 2,1 | 2,2 | 25 | 26 | 26 | 27 |
| Εσθονία | 1,9 | 2 | 1,9 | 2,1 | 28 | 27 | 27 | 28 |
| ***Γεωργία | 1,1 | 1,3 | 1,5 | 2 | >30 | >30 | >30 | 29 |
| Σλοβενία | 1,8 | 1,9 | 1,8 | 1,8 | 29 | 28 | 28 | 30 |

* Τα στοιχεία για τη Γερμανία, την Αυστρία, την Ολλανδία, το Βέλγιο, την Τσεχία, τη Σουηδία και την Κροατία αφορούν σε αφίξεις στο συλλογικά τουριστικά καταλύματα.
 ** Τα στοιχεία για την Ελβετία και την Πορτογαλία αφορούν σε αφίξεις σε ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα.
 *** Αφίξεις τουριστών και ημερέσων επισκεπτών στα σύνορα.
 Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Οκτώβριος 2011)

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος. Στο: Ανώνυμος (2012). ΣΕΤΕ Ο Ελληνικός Τουρισμός σε Αριθμούς. *Τουριστική Αγορά* 247:42-44).

Πίνακας 2.3. Παρουσίαση της διαχρονικής εξέλιξης των ξενοδοχειακών κλινών ανά Περιφέρεια για τα έτη 1990-2010.

| Έτος | Περιφέρεια | | | | | | | | | | | |
|-------------|------------------|--------------|----------------|---------|------------------|---------|------------|----------|----------|-----------|--------|---------|
| | Ειρερά Ελλάδα | Πελοπόννησος | Ιόνια Νησιά | Ηπειρος | Νησιά Αιγαίου | Κρήτη | Δωδεκάνησα | Κυκλάδες | Θεσσαλία | Μακεδονία | Θράκη | Είσολο |
| 1990 | 95.509 | 36.338 | 40.403 | 6.818 | 12.679 | 76.095 | 69.829 | 21.845 | 17.700 | 42.596 | 3.851 | 423.660 |
| 2000 | 93.325 | 41.534 | 66.488 | 9.643 | 20.948 | 116.513 | 105.036 | 36.397 | 23.730 | 75.637 | 4.749 | 593.990 |
| Δ 1990-2000 | -2,28% | 14,28% | 64,58% | 41,43% | 65,22% | 53,12% | 50,42% | 65,61% | 34,07% | 77,57% | 23,32% | 40,20% |
| 2001 | 90.065 | 43.516 | 69.622 | 9.758 | 21.017 | 119.863 | 107.510 | 38.023 | 24.943 | 78.594 | 5.203 | 608.114 |
| 2002 | 91.892 | 44.280 | 72.762 | 10.222 | 21.702 | 124.403 | 109.907 | 38.031 | 25.658 | 83.010 | 5.257 | 626.914 |
| 2003 | 92.419 | 43.804 | 75.971 | 10.419 | 21.815 | 131.713 | 112.332 | 38.126 | 26.066 | 86.494 | 5.739 | 644.898 |
| 2004 | 93.163 | 44.418 | 79.964 | 10.930 | 21.935 | 138.063 | 112.638 | 39.024 | 26.461 | 90.167 | 5.817 | 660.979 |
| 2005 | 94.107 | 45.247 | 81.989 | 10.933 | 21.743 | 143.480 | 115.471 | 40.635 | 27.093 | 95.279 | 6.103 | 682.050 |
| 2006 | 92.498 | 47.169 | 82.991 | 10.880 | 21.548 | 146.073 | 120.158 | 41.612 | 27.328 | 96.761 | 6.208 | 693.252 |
| 2007 | 93.016 | 47.327 | 85.111 | 11.288 | 20.967 | 146.955 | 120.527 | 42.316 | 27.195 | 98.882 | 6.501 | 709.033 |
| 2008 | 94.666 | 48.477 | 86.120 | 12.773 | 21.077 | 161.677 | 122.787 | 42.911 | 28.058 | 100.669 | 6.465 | 716.857 |
| 2009 | 95.373 | 49.296 | 89.981 | 13.467 | 21.693 | 169.322 | 128.282 | 43.998 | 28.437 | 102.964 | 6.798 | 732.279 |
| 2010 | 96.773 | 53.048 | 89.477 | 14.594 | 22.142 | 161.578 | 137.158 | 46.195 | 29.149 | 107.413 | 6.890 | 769.407 |
| Δ 2000-2010 | 3,89% | 27,70% | 33,07% | 51,34% | 5,70% | 28,68% | 30,58% | 26,82% | 22,84% | 42,01% | 45,08% | 28,52% |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος. Στο: Ανώνυμος (2012). ΣΕΤΕ Ο Ελληνικός Τουρισμός σε Αριθμούς. *Τουριστική Αγορά* 247:42-44).

Η κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων για το 2007-2013 παρουσιάζεται στον Πίνακα 2.4:

Πίνακας 2.4. Κατάταξη του ελληνικού τουρισμού με βάση τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις για τα έτη 2007-2013.

| Έτος Year | Τουριστικές Εισπράξεις (δις. US\$) International Tourism Receipts (bi. US\$) | Σειρά Κατάταξης - Κόσμος Country Ranking - World | Σειρά Κατάταξης - Ευρώπη Country Ranking - Europe |
|--------------|---|---|--|
| 2013 | 16,1 | 19 | 9 |
| 2012 | 13,4 | 22 | 11 |
| 2011 | 14,6 | 19 | 9 |
| 2010 | 12,7 | 21 | 10 |
| 2009 | 14,5 | 15 | 8 |
| 2008 | 17,1 | 12 | 8 |
| 2007 | 15,5 | 12 | 8 |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2014). Στο: ΣΕΤΕ (2014). *Κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων για το 2007-2013*. [online]. Διαθέσιμο στο: http://sete.gr/fileuploads/entries/Statistics/Greece/International%20Tourism%20Receipts/catID71/GR/140725_SeiraKatataksis2007-13%20new%20layout.pdf [πρόσβαση στις 29/3/2016].

Οι τουριστικές εισπράξεις κατά μήνα από τον Ιανουάριο 2013 έως τον Ιούλιο 2014 αποτυπώνονται στον Πίνακα 2.5:

Πίνακας 2.5. Παρουσίαση των τουριστικών εισπράξεων ανά μήνα από Ιανουάριο 2013 - Ιούλιο 2014.

| Ταξιδιωτικές Εισπράξεις (εκατ. €)* International Tourism Receipts (mi. €)* | | 2014 | 2013 | Μεταβολές Change |
|---|----------|---------|---------|---------------------|
| Ιανουάριος | January | 159,0 | 129,9 | 22,4% |
| Φεβρουάριος | February | 135,1 | 121,0 | 11,7% |
| Μάρτιος | March | 195,0 | 151,0 | 29,1% |
| Απρίλιος | April | 411,1 | 302,7 | 35,8% |
| Μάιος | May | 1.070,6 | 1.062,2 | 0,8% |
| Ιούνιος | June | 1.986,8 | 1.709,0 | 16,3% |
| Ιούλιος | July | 2.744,3 | 2.399,8 | 14,4% |
| Ιανουάριος - Ιούλιος January - July | | 6.684,3 | 5.875,5 | 13,8% |

Πηγή: ΣΕΤΕ (2014). *Τουριστικές εισπράξεις κατά μήνα 2013 - 2014*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/> [πρόσβαση στις 4/4/2016].

2.7 Επίπτωση της οικονομικής κρίσης στις πτήσεις

Στοιχεία που συλλέχθηκαν από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας και την Έρευνα Επιβατών Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών παρουσιάζουν πως οι αεροπορικές αφίξεις για τα έτη 2014-2015 αφορούν τα ακόλουθα αεροδρόμια: Αθήνα, Άκτιο, Αλεξανδρούπολη, Άραξος, Βόλος, Ζάκυνθος, Ηράκλειο, Θεσσαλονίκη, Χανιά, Καβάλα, Καλαμάτα, Κάρπαθος, Κέρκυρα, Κεφαλονιά, Κως, Μύκονος, Μυτιλήνη, Ρόδος, Σάμος, Σαντορίνη, Σκιάθος, Χίος. Επίσης, σημειώνεται πως τα στοιχεία παρουσιάζουν τις αφίξεις των επιβατών εξωτερικού, περιέχοντας και Έλληνες που επιστρέφουν στη χώρα μετά από ταξίδι τους στο εξωτερικό. Για το λόγο αυτό, υπάρχουν διαφορές στα στοιχεία που δίνει ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών με τα αντίστοιχα στοιχεία των μηνιαίων δελτίων, καθώς τα τελευταία περιλαμβάνουν μόνο κατοίκους εξωτερικού (Πίνακας 2.6). Αναφορικά με τα περιφερειακά αεροδρόμια, οι διαφορές είναι μικρές, καθώς τα στοιχεία των μηνιαίων δελτίων, ανανεώνονται συνεχώς από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας.

Ακολούθως, οι συνολικές διεθνείς αεροπορικές αφίξεις έφτασαν το 2015 τα 17,1 εκατομμύρια, αυξανόμενες κατά 7% συγκριτικά με το έτος 2014 και την Αθήνα να σημειώνει αύξηση 18%, ενώ μια μικρή αύξηση της τάξεως του 2% σημειώνεται στα περιφερειακά αεροδρόμια. Η αύξηση αυτή οφείλεται στις αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου, της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Γαλλίας και της Ολλανδίας και την Πολωνία να λαμβάνει την 8^η θέση, και η Κύπρος την 7^η θέση (ΣΕΤΕ, 2015). Επιπρόσθετα, η Βρετανία και η Γερμανία κατέχουν τις δύο από τις τρεις πρώτες θέσεις, ενώ την τρίτη θέση παίρνουν οι χώρες ανάλογα με τα αεροδρόμια. Π.χ. Αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης: Κύπρος, Αεροδρόμιο Κρήτης: Γαλλία, Αεροδρόμιο Δωδεκανήσων: Ρωσία, Αεροδρόμιο Ιονίου: Πολωνία, Αεροδρόμιο Πελοποννήσου: Ισραήλ.

Πίνακας 2.6. Οι δέκα κορυφαίες αγορές για το σύνολο των αεροδρομίων.

| Χώρα | Αριθμός Επιβατών | | | | Αριθμός Θέσεων | | | | Load Factor | | | |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
| | 2014 | 2013 | Δ | % | 2014 | 2013 | Δ | % | 2014 | 2013 | Δ | % |
| 1 Ηνωμένο Βασίλειο | 1.754.899 | 1.037.793 | 717.106 | 19% | 1.383.117 | 1.541.488 | -158.371 | 8% | 84% | 85% | -1% | 2% |
| 2 Γερμανία | 2.562.445 | 2.669.675 | -107.230 | -4% | 3.228.677 | 3.341.452 | -112.775 | -3% | 79% | 82% | -1% | 1% |
| 3 Ιταλία | 1.284.907 | 1.444.650 | -159.743 | -12% | 1.727.352 | 1.914.017 | -186.665 | -11% | 74% | 75% | -1% | 1% |
| 4 Γαλλία | 940.642 | 1.052.606 | -111.964 | -11% | 1.192.609 | 1.325.498 | -132.889 | -11% | 79% | 79% | 0% | 0% |
| 5 Ολλανδία | 648.292 | 695.973 | -47.681 | -7% | 842.944 | 920.962 | -78.018 | -10% | 77% | 75% | 2% | -1% |
| 6 Ρωσία | 1.301.814 | 678.296 | 623.518 | 44% | 1.578.117 | 870.107 | 708.010 | 45% | 70% | 79% | -9% | -9% |
| 7 Κίνα | 581.899 | 671.426 | -89.527 | -13% | 744.841 | 833.657 | -88.816 | -12% | 78% | 83% | -5% | -5% |
| 8 Πολωνία | 516.464 | 635.676 | -119.212 | -19% | 628.630 | 744.598 | -115.968 | -16% | 85% | 85% | 0% | 0% |
| 9 Ελλάδα | 362.826 | 399.234 | -36.408 | -9% | 483.174 | 718.709 | -235.535 | -33% | 44% | 79% | -35% | -35% |
| 10 Σουηδία | 482.766 | 541.738 | -58.972 | -11% | 551.489 | 622.995 | -71.506 | -11% | 88% | 90% | -2% | -2% |
| Λοιπά | 4.124.948 | 5.091.946 | -966.998 | -19% | 6.020.651 | 6.426.988 | -406.337 | -6% | 73% | 73% | 0% | 0% |
| Σύνολο | 16.049.361 | 17.109.040 | -1.059.679 | -7% | 20.451.795 | 21.678.081 | -1.226.286 | -6% | 78% | 79% | -1% | 1% |
| Σύνολο χωρών | | | | | | | | | | | | |
| Ρωσία | 1.301.814 | 678.296 | 623.518 | 44% | 1.578.117 | 870.107 | 708.010 | 45% | 70% | 79% | -9% | -9% |
| Ουκρανία | 114.459 | 76.341 | 38.118 | 50% | 151.305 | 104.058 | 47.247 | 45% | 70% | 73% | -3% | -4% |
| ΑΘΗΝΑ | 4.911.194 | 5.775.429 | -864.235 | -15% | 6.195.738 | 7.637.352 | -1.441.614 | -19% | 77% | 76% | -1% | -1% |
| Σύνολο χωρών | | | | | | | | | | | | |
| Ρωσία | 4.757.813 | 5.621.640 | -863.827 | -15% | 6.125.899 | 7.416.859 | -1.290.960 | -17% | 77% | 76% | -1% | -2% |
| Ουκρανία | 153.381 | 153.789 | -40.808 | -27% | 169.839 | 220.493 | -50.654 | -23% | 71% | 70% | 1% | 1% |
| ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΑΕΡΩΜΙΑ | 11.138.167 | 11.333.611 | 195.444 | 2% | 14.084.057 | 14.040.729 | 43.328 | 0% | 79% | 81% | -1% | 2% |
| Σύνολο χωρών | | | | | | | | | | | | |
| Ρωσία | 9.974.075 | 10.732.794 | -758.719 | -7% | 12.546.194 | 13.286.657 | -740.463 | -6% | 79% | 81% | -1% | -2% |
| Ουκρανία | 1.064.092 | 600.817 | 463.275 | 77% | 1.437.863 | 733.072 | 704.791 | 96% | 77% | 80% | -3% | -4% |
| Λοιπά | 81.388 | 36.028 | 45.360 | 56% | 101.953 | 45.027 | 56.926 | 126% | 80% | 80% | 0% | 0% |

Πηγή: ΥΠΑ, ΔΑΑ Επιχειρήσεις: SETE Intelligence

Πηγή: SETE Intelligence (2015). *Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις: Απολογισμός 2015 & Προγραμματισμός (Slots) 2016*. Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://sete.gr/media/4629/gra-2015-and-slots-2016.pdf> [πρόσβαση στις 1/4/2016].

Αναφορικά, με τις κινήσεις των αεροδρομίων, αυξήθηκε η κίνηση στην Αθήνα, τις Κυκλάδες και σε μερικά περιφερειακά αεροδρόμια, εμφανίζοντας όλα τα αεροδρόμια μια θετική μεταβολή, εκτός από τα αντίστοιχα της Πελοποννήσου. Οι αφίξεις σε Κρήτη και Δωδεκάνησα αυξήθηκαν σε +6% και +7% αντίστοιχα (Πίνακας 2.7) (SETE, 2015).

Πίνακας 2.7. Καταγραφή της εικόνας που παρουσιάζουν τα ελληνικά περιφερειακά αεροδρόμια.

| ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ (SLOTS) | | | | | | | | |
|----------------------------|-------------------|-------------------|------------|-----------------|----------------------|-------------------|-----------|----------------|
| Αεροδρόμιο | | | | | ΧΩΡΙΣ ΡΩΣΙΑ ΟΥΚΡΑΝΙΑ | | | |
| | 2015 | 2016 | %Δ | Δ | 2015 | 2016 | %Δ | Δ |
| Ηράκλειο | 4.010.719 | 3.441.222 | -14% | -569.497 | 3.097.001 | 2.999.678 | -3% | -97.323 |
| Ρόδος | 2.786.299 | 2.500.264 | -10% | -286.035 | 2.393.889 | 2.342.840 | -2% | -51.049 |
| Κακ | 1.480.457 | 1.213.047 | -18% | -267.410 | 1.310.758 | 1.191.109 | -9% | -119.649 |
| Τανταρόνη | 602.243 | 510.492 | -15% | -91.751 | 585.575 | 510.492 | -13% | -75.083 |
| Αραϊός | 134.953 | 90.345 | -33% | -44.608 | 81.367 | 75.593 | -7% | -5.774 |
| Σάμος | 196.977 | 164.179 | -17% | -32.798 | 196.977 | 164.179 | -17% | -32.798 |
| Μύκονος | 415.373 | 384.592 | -7% | -30.781 | 409.493 | 384.592 | -6% | -24.901 |
| Κοφαρινιά | 293.945 | 273.523 | -7% | -20.422 | 289.382 | 273.523 | -5% | -15.859 |
| Σάκενθος | 830.558 | 816.182 | -2% | -14.376 | 779.831 | 796.336 | 2% | 16.505 |
| Καβάλα | 118.370 | 107.600 | -9% | -10.770 | 114.950 | 107.600 | -6% | -7.350 |
| Σκιάθος | 236.417 | 237.902 | 1% | 1.485 | 232.997 | 237.902 | 2% | 4.905 |
| Καλαμάτα | 128.398 | 140.655 | 10% | 12.257 | 120.256 | 138.033 | 15% | 17.777 |
| Ακτιο | 264.849 | 295.295 | 11% | 30.446 | 264.849 | 295.295 | 11% | 30.446 |
| Χανιά | 1.135.350 | 1.190.572 | 5% | 55.222 | 1.074.196 | 1.164.195 | 8% | 89.999 |
| Κέρκυρα | 1.421.523 | 1.612.395 | 13% | 190.872 | 1.300.142 | 1.555.437 | 20% | 255.295 |
| Θεσσαλονίκη | 1.380.913 | 1.625.800 | 18% | 244.887 | 1.035.449 | 1.374.218 | 33% | 338.769 |
| Υποσύνολο | 15.437.344 | 14.604.065 | -5% | -833.279 | 13.287.112 | 13.611.022 | 2% | 323.910 |
| Κάρπαθος | Μ.Δ. | 123.402 | | | Μ.Δ. | 123.402 | | |
| Μυτιλήνη | Μ.Δ. | 77.768 | | | Μ.Δ. | 77.768 | | |
| Βάλος | Μ.Δ. | 24.319 | | | Μ.Δ. | 24.319 | | |
| Λήμνος | Μ.Δ. | 16.133 | | | Μ.Δ. | 16.133 | | |
| Χίος | Μ.Δ. | 13.458 | | | Μ.Δ. | 13.458 | | |
| Σητεία | Μ.Δ. | 6.480 | | | Μ.Δ. | 6.480 | | |
| Κύθηρα | Μ.Δ. | 3.874 | | | Μ.Δ. | 3.874 | | |
| Σύνολο | Μ.Δ. | 14.869.499 | | | Μ.Δ. | 13.876.456 | | |

Πηγή: ΣΕΤΕ Intelligence (2015). *Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις: Απολογισμός 2015 & Προγραμματισμός (Slots) 2016*. Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://sete.gr/media/4629/gra-2015-and-slots-2016.pdf> [πρόσβαση στις 1/4/2016].

2.8 Επίπτωση της οικονομικής κρίσης στις θέσεις εργασίας

Σύμφωνα με τα στοιχεία του World Travel & Tourism Council, τα οποία επεξεργάστηκε ο ΣΕΤΕ, σχετικά με την απασχόληση σε τουριστικές επιχειρήσεις και σε ζητήματα απασχόλησης που αφορούν την παραγωγή υποστηρικτών της κατανάλωσης τουριστικών προϊόντων που προέρχονται από επιχειρήσεις που κινούνται στην ευρύτερη τουριστική οικονομία, τα έτη 2006 και 2007 αποδείχτηκε ότι υπήρξε μεγάλη απασχόληση στον τουρισμό, είτε με έμμεσο είτε με άμεσο τρόπο,

κάτι που άλλαξε το 2008 εξαιτίας των δεινών οικονομικών συνθηκών που επέφερε με την εμφάνισή της η οικονομική κρίση (Πίνακας 2.8).

Καθώς, λοιπόν, πρόκειται για εποχιακή δραστηριότητα, δίδονται στοιχεία για την απασχόληση τον μήνα αιχμής (Ιούλιος) και για τον μήνα εκτός αιχμής (Ιανουάριο).

Από στοιχεία που προκύπτουν από το ΙΚΑ, για το έτος 2014, τους μήνες Ιανουάριο και Ιούλιο, η μισθωτή απασχόληση στον τουριστικό κλάδο άγγιξε τις 183.000 και 450.000 αντίστοιχα, σε σύνολο ενάμιση εκατομμυρίου μισθωτών στον ιδιωτικό τομέα σε όλη την ελληνική επικράτεια χώρα (12% και 30% αντίστοιχα επί του συνόλου). Από αυτούς, οι 56.000 και οι 262.000 αντίστοιχα απασχολούνταν σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις, ενώ το εξάμηνο από τον Ιανουάριο έως και τον Ιούλιο του ίδιου έτους, το σύνολο των εισφορών για τους μισθωτούς αυτούς άγγιξε το ποσό των 640,5 εκατομμύρια ευρώ, αυξημένο κατά 104.000.000 από ό,τι αντιστοιχούσε το προηγούμενο έτος.

Επιπρόσθετα, από τα στοιχεία που εμφανίζονται στον πίνακα 2.9, διαπιστώνεται πως μεγάλο κομμάτι των καταλυμάτων της χώρας ή των τουριστικών επιχειρήσεων εστίασης, αφορά οικογενειακές επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν τα ίδια τα μέλη της οικογένειας.

Πίνακας 2.8. Στατιστικά στοιχεία που αφορούν την απασχόληση σε τουριστικές επιχειρήσεις κατά τα έτη 2000-2010.

| Έτος | Άμεση Απασχόληση (000) | Συνολική (Άμεση+ Έμμεση ²) Απασχόληση (000) |
|------|------------------------|---|
| 2000 | 344,3 | 777,6 |
| 2001 | 338,6 | 785,4 |
| 2002 | 338,6 | 783,7 |
| 2003 | 329,4 | 769,2 |
| 2004 | 329,1 | 783,4 |
| 2005 | 357,6 | 837,7 |
| 2006 | 367,6 | 866,6 |
| 2007 | 366,2 | 867,6 |
| 2008 | 351,3 | 817,1 |
| 2009 | 318 | 741,6 |
| 2010 | 322 | 746,2 |

1. Η Άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις.
2. Η Έμμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση που δημιουργείται για την παραγωγή ενδιάμεσων/υποκαταστάτων της τουριστικής καταναλωτικής προϊόντων/υπηρεσιών από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη τουριστική οικονομία.
Πηγή: ΣΕΤΕ επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011. Στο: Ανώνυμος (2012). ΣΕΤΕ Ο Ελληνικός Τουρισμός σε Αριθμούς. *Τουριστική Αγορά* 247:42-44).

Πίνακας 2.9. Στατιστικά στοιχεία για την απασχόληση εργαζομένων στα καταλύματα της χώρας για τα έτη 2013-2014.

| Ασφαλισμένοι ΙΚΑ | | |
|--------------------------|----------------|----------------|
| | 2013 | 2014 |
| Ιανουάριος | | |
| Ξενοδοχεία | 40.173 | 46.934 |
| Τουριστικά Γραφεία | 7.069 | 7.946 |
| Camping | 627 | 769 |
| υποσύνολο | 47.869 | 55.649 |
| Εστ. / Μπαρ | 68.161 | 127.006 |
| Σύνολο Ιανουαρίου | 116.030 | 182.655 |
| Ιούλιος | | |
| Ξενοδοχεία | 205.629 | 236.790 |
| Τουριστικά Γραφεία | 12.249 | 13.919 |
| Camping | 8.304 | 11.303 |
| υποσύνολο | 226.182 | 262.012 |
| Εστ. / Μπαρ | 109.559 | 188.176 |
| Σύνολο Ιουλίου | 335.741 | 450.188 |

Πηγή: ΣΕΤΕ Intelligence (2015). *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 – συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών*. Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ. [online]. Διαθέσιμο στο: http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf [πρόσβαση στις 3/4/2016].

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Το νησί του Πέλοπα

Η μυθολογία αναφέρει πως ο Πέλοπας έγινε βασιλιάς ολόκληρης της περιοχής που οριοθετείται από τον Ισθμό και κάτω, όταν νίκησε σε αρματοδρομίες τον βασιλιά Οινόμαο. Ο Οινόμαος ανέμενε τον θάνατό του, ύστερα από χρησμό που έλεγε ότι θα πέθαινε όταν η κόρη του Ιπποδάμεια παντρεύονταν. Για να εξουδετερώσει την πραγματοποίηση του χρησμού, και μιας και ήταν ο καλύτερος αρματοδρόμος, κατέχοντας δύο αθάνατα άλογα κι έναν πολύ ικανό ηνίοχο, αγωνίζονταν σε αρματοδρομίες με όλους τους υποψήφιους γαμπρούς που ήθελαν να νυμφευθούν την κόρη του, και πλησιάζοντάς τους με το άρμα του, τους σκότωνε. Δώδεκα υποψήφιοι γαμπροί είχαν βρει τον θάνατο με αυτόν τον τρόπο και τα κεφάλια τους κρεμάστηκαν επάνω από την είσοδο του ανακτόρου του Πέλοπα για εκφοβισμό. Ο Πέλοπας κατάφερε να παντρευτεί την Ιπποδάμεια όταν εκείνη έπεισε τον ηνίοχο του Οινόμαου να βάλει κέρινα καρφιά στις ρόδες του άρματος του βασιλιά, με αποτέλεσμα το άρμα να διαλυθεί και ο Οινόμαος να βρει τον θάνατο. Όμως, παρόλη την πολυμελή οικογένεια που δημιούργησε με την Ιπποδάμεια, η ζωή τους ήταν γεμάτη προβλήματα.

Σήμερα, η Πελοπόννησος αποτελεί ένα υπό ανάπτυξη τουριστικό προορισμό της χώρας μας και διαιρείται διοικητικά στην Περιφέρεια Πελοποννήσου (εδώ υπάγονται η Αργολίδα, η Αρκαδία, η Κορινθία, η Λακωνία και η Μεσσηνία) και στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (εδώ υπάγονται η Ηλεία και η Αχαΐα) (Ρεπανέλη, 2005).

3.2 Ο τουρισμός της περιφέρειας Πελοποννήσου

Για την Πελοπόννησο, ο τουρισμός αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες, καθώς διαθέτει υπέροχες παραλίες και ακτές, ωραίους τουριστικούς προορισμούς και αρχαιολογικούς χώρους. Εκτός αυτού, ο τουρισμός αποτελεί για την περιοχή, μία σημαντική οικονομική δραστηριότητα, αφού αυξάνει τα έσοδα,

δημιουργεί θέσεις εργασίας, τονώντας περιοχές που δεν έχουν άλλες παραγωγικές δυνατότητες (Ρεπανέλη, 2005).

3.3 Μορφές τουρισμού ανά τουριστική ενότητα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου

Τα βασικά είδη τουρισμού που απαντώνται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου είναι:

- **Πολιτιστικός Τουρισμός:** συναντάται σε όλη την Περιφέρεια Πελοποννήσου και ιδιαίτερα στην Αργολίδα (Ναύπλιο, Άργος, Μυκήνες, Επίδαυρος), στη Λακωνία (Μάνη, Μυστράς, Μονεμβασιά), στη Μεσσηνία (Πύλος, Μεθώνη, Κορώνη, Μάνη), στην Κορινθία (Κόρινθος, Ίσθμια, Νεμέα) και την Αρκαδία (Μαντινεία, Ηραία, Μεγαλόπολη). Χαρακτηριστική είναι η χαμηλή εποχικότητα, ο μεγάλος αριθμός ξένων, είναι διαδεδομένος ο τουρισμός του Σαββατοκύριακου και ο μέσος όρος ημερών διαμονής είναι μικρός (ΕΟΤ, 2003)·
- **Τουρισμός παραθεριστικής κατοικίας με αστική ανάπτυξη:** οι ξενοδοχειακές υποδομές είναι περιορισμένες και εντοπίζονται κυρίως στην περιοχή της Κορινθίας (Ζώνη Βραχατίου - Ξυλοκάστρου, Αγίων Θεοδώρων και στο Λουτράκι Περαχώρας)·
- **Ημεδαπός παραθεριστικός τουρισμός:** εμφανίζει μικρό αριθμό κλινών σε ενοικιαζόμενα δωμάτια ή μικρά τουριστικά καταλύματα και σε παράνομες ή νόμιμες εξοχικές κατοικίες στη ζώνη του Ιονίου (Κυπαρισσία, Φιλιατρά, Γαργαλιάνοι κ.ά.)·
- **Παραθεριστικός τουρισμός (οργανωμένος):** βασίζεται σε μεγάλες ομάδες μονάδων και συναντάται στην Αργολίδα (Δίδυμα - Πορτοχέλι - Ερμιόνη - Θερμησία) και στην Κορινθία (Λουτράκι - Ίσθμια)·
- **Παραθεριστικός τουρισμός (ανοργάνωτος):** βασίζεται στην ύπαρξη και λειτουργία μικρών μονάδων και ενοικιαζόμενων δωματίων, ενώ συναντάται σ' όλη την Πελοπόννησο, Αργολίδα, (Ζώνη Τολό- Ασίνη- Δρέπανο), Αρκαδία (Τυρός, Λεωνίδιο, Άστρος), στη Μεσσηνία (Πεταλίδι, Αιπεία) και στη Λακωνία (Νεάπολη, Ελαφώνησος)·
- **Συνεδριακός τουρισμός:** συναντάται στο Ναύπλιο και στην Καλαμάτα·
- **Ορεινός και εναλλακτικός τουρισμός:** απαντάται κύρια στην ορεινή Αρκαδία, στην Κορινθία, στη Λακωνία και τη Μεσσηνία·

- **Ειδικός τουρισμός στο Λουτράκι:** αφορά τα ιαματικά λουτρά και το καζίνο (ΕΟΤ, 2003).

3.4 Πλεονεκτήματα και αδυναμίες της σημερινής τουριστικής ανάπτυξης στην περιφέρεια Πελοποννήσου

Η Πελοπόννησος δεν εμφανίζει ιδιαίτερα περιβαλλοντικά προβλήματα, εκτός από ελάχιστες, ενώ τα προβλήματα δημιουργούνται εξαιτίας της αυξημένης ζήτησης σε παραθεριστικές κατοικίες στις παράκτιες περιοχές, ιδιαίτερα στις γειτονικές της Αθήνας, ενώ ελάχιστες παρεμβάσεις έχουν σημειωθεί έως τώρα, οι οποίες ενοχλούν ελάχιστα την αισθητική αρμονία του οικιστικού και φυσικού περιβάλλοντος.

Στα πλεονεκτήματα συγκαταλέγονται οι βελτιώσεις δρόμων και λιμανιών, η προστασία του περιβάλλοντος, οι βιολογικοί καθαρισμοί των θαλασσών και η βελτίωση των αποχετευτικών και υδρευτικών δικτύων (Ρεπανέλη, 2005).

Ως τουριστικό προϊόν, η περιοχή είναι πλούσια σε Ιστορία, με μεγάλο αριθμό μνημείων και χωριά παραδοσιακού τύπου και εξαίρετη αρχιτεκτονική, πολλές βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, μοναστήρια, κάστρα και καστροπολιτείες, ποτάμια και λίμνες.

Η προβολή του τουριστικού προϊόντος πραγματοποιείται μέσα από τη συμμετοχή σε εκθέσεις, ελληνικές και διεθνείς, μέσω διαφημίσεων και μέσω οπτικο-ακουστικού υλικού, μέσω πολιτιστικών εκδηλώσεων και μέσω της νέο-κατασκευασθείσας ηλεκτρονικής πύλης, στην οποία προβάλλεται η περιοχή ως τουριστικό προϊόν, μαζί με τα ξενοδοχεία που είναι διαθέσιμα (Ρεπανέλη, 2005).

Παρόλο που θα μπορούσαν να έχουν γίνει ήδη σημαντικές παρεμβάσεις τα τελευταία χρόνια, οι οποίες θα βοηθούσαν αποτελεσματικά στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης, έχουν ευτυχώς δρομολογηθεί μεγάλα έργα υποδομής, τα οποία θα συνδράμουν αποτελεσματικά στη βελτίωση των συγκοινωνιακών και λιμενικών υποδομών και στην αξιοποίηση των ορεινών όγκων. Ακόμη, στόχο αποτελούν έργα τα οποία θα αναβαθμίσουν την ποιότητα ζωής και το περιβάλλον (π.χ. υδρεύσεις, βιολογικοί καθαρισμοί, εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, δημιουργία νέων, αύξηση του ανθρώπινου δυναμικού για εργασία στα ξενοδοχεία, διαμόρφωση παραδοσιακών ξενώνων για ανάπτυξη περιοχών κατάλληλων για εναλλακτικές μορφές τουρισμού) (Ρεπανέλη, 2005).

Ακόμη, μεγάλα συγκοινωνιακά έργα υποδομής έχουν διαφοροποιήσει την εικόνα της Περιφέρειας, με τη δημιουργία μεγάλων οδικών έργων, όπως για παράδειγμα, ο αυτοκινητόδρομος Κόρινθος - Τρίπολη - Καλαμάτα, που συμπληρώνεται από τον κλάδο Λεύκτρο - Σπάρτη, και ο οποίος ανήκει στο δεύτερο μέρος εκσυγχρονισμού και ανάπτυξης των οδικών αξόνων της Ελλάδας, με τη βοήθεια συγχρηματοδοτούμενων έργων που δημοπρατήθηκαν μετά το έτος 2000. Άλλο έργο πνοής είναι και ο άξονας Κόρινθος-Πάτρα-Τσακώνα, αλλά και άλλα έργα που κατασκευάζονται στο επαρχιακό δίκτυο της Πελοποννήσου (Μορέας Α.Ε., χ.χ.).

Σημαντικές βελτιώσεις πραγματοποιήθηκαν και στην Ερμιονίδα, περιοχή με μεγάλο ξενοδοχειακό δυναμικό και εξαρτημένη οικονομικά σε μεγάλο μέρος από τον τουρισμό.

Ταυτόχρονα, ανάλογες βελτιώσεις στο περιβάλλον και την ποιότητα ζωής των κατοίκων πραγματοποιούνται από το Ταμείο Συνοχής και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, τις κοινοτικές πρωτοβουλίες ή το πρόγραμμα «ΘΗΣΕΑΣ», ενώ συντηρούνται και αναδεικνύονται οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μνημεία φυσικής ομορφιάς (Ρεπανέλη, 2005).

3.5 Θέση και γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά της περιφέρειας Πελοποννήσου

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου βρίσκεται στο πιο νότιο άκρο της Ευρώπης, καλύπτοντας επιφάνεια 15.490 km² της συνολικής έκτασης της Ελλάδος. Το ανάγλυφό της είναι διαφορετικό τόσο ανάμεσα στις Περιφερειακές Ενότητες όσο και μέσα στο εσωτερικό της κάθε μίας από αυτές. Σε όλη την Περιφέρεια Πελοποννήσου οι ορεινοί όγκοι κατέχουν το 50,1% της συνολικής της επιφάνειας, αποτελώντας σε ορισμένες περιπτώσεις και φυσικό σύνορο ανάμεσα στις Περιφερειακές Ενότητες, όπως για παράδειγμα, ο Ταΰγετος διαχωρίζει τη Μεσσηνία και την Λακωνία. Παρόλο που η έκτασή της είναι κατά 19,9% πεδινή και 30% ημιορεινή, η Περιφέρεια διαθέτει ορισμένες από τις πιο εύφορες περιοχές της Ελλάδας: τον Αργολικό κάμπο και τον κάμπο της Κορινθίας. Πλεονέκτημα αποτελεί το μεγάλο μήκος ακτογραμμής που μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξή της εάν εκμεταλλευτεί τις θαλάσσιες μεταφορές (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2012).

Αναλυτικότερα:

- Στην **Περιφερειακή Ενότητα Αργολίδας** συναντώνται ορεινές και πεδινές εκτάσεις, με το 57,49% αυτών να είναι ορεινές και το 23,76% να είναι ημιορεινές

και το 18,75% να είναι πεδινές. Φημισμένος είναι ο Αργολικός κάμπος για τα γεωργικά του προϊόντα. Ανάμεσα στην Επίδαυρο και τον Αργολικό κάμπο βρίσκεται το όρος Αραχναίο, με ύψος 1.199 μέτρα.. Εδώ περιλαμβάνεται και ένα μέρος από το Αρτεμίσιο όρος, κύριο μέρος του οποίου εκτείνεται στην Αρκαδία (υψόμετρο 1.648 μέτρα).

- Στην **Περιφερειακή Ενότητα Αρκαδίας**, ο μεγαλύτερος όγκος είναι ορεινός (62,56%), και κατά 28,62% είναι ημιορεινός και κατά 8,82% είναι πεδινός. Εδώ ανήκουν τα βουνά Μαίναλο (μέγιστο ύψος 1.981 μέτρα), ο Πάρνωνας (1.938 μέτρα), το Αρτεμίσιο (1.648 μέτρα) και το Λύκαιο (ύψος 1.419 μέτρα).
- Στην **Περιφερειακή Ενότητα Κορινθίας** ο μεγαλύτερος ορεινός όγκος κατέχει το 59,19% των εκτάσεων, ενώ ποσοστό 22,49% είναι ημιορεινός και 18,32% είναι πεδινός, αποτελώντας τον κορινθιακό κάμπο με τα φημισμένα γεωργικά προϊόντα. Στο ορεινό μέρος της περιοχής βρίσκεται το όρος Κυλλήνη (2.376 μέτρα) και τα Αροάνια Όρη (2.341 μέτρα), τα οποία τροφοδοτούν τον ποταμό Λάδωνα (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2012).
- Η **Περιφερειακή Ενότητα Λακωνίας** κατέχει 23,71% των πεδινών εκτάσεων, 43,49% των ημιορεινών και 32,80% των ορεινών εκτάσεων. Ο Ταΰγετος ανήκει στα κυριότερα όρη του νομού (2.407 μέτρα), όπως και ο Πάρνωνας. Ο Λακωνικός κάμπος είναι φημισμένος για την παραγωγή εσπεριδοειδών.
- Η πιο πεδινή **Περιφερειακή Ενότητα** είναι αυτή της **Μεσσηνίας**. Εδώ οι ορεινές εκτάσεις κατέχουν το 40,17%, οι ημιορεινές το 25,94% και οι πεδινές το 33,89% των εκτάσεων. Στα σύνορα με την Λακωνία βρίσκεται το όρος Ταΰγετος και στα σύνορα Μεσσηνίας και Αρκαδίας το όρος Λύκαιο. Κεντρικά της Περιφερειακής Ενότητας βρίσκεται η εύφορη πεδιάδα της Μεσσηνίας, η οποία διασχίζεται από πολλά ποτάμια, όπως είναι ο Πάμισος, που πηγάζει από τις δυτικές πλαγιές του Ταΰγету και εκβάλλει στο Μεσσηνιακό κόλπο (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2012).

3.6 Πληθυσμός

Το 2011 ο πληθυσμός της Περιφέρειας Πελοποννήσου αντιστοιχούσε σε 581.980 κατοίκους, δηλαδή στο 5,4% του πληθυσμού όλης της Ελλάδας, και την Αρκαδία να αποτελεί την μεγαλύτερη σε έκταση Περιφερειακή Ενότητα με συνολική έκταση 4.419 km² και την Μεσσηνία να κατοικείται από 163.110 κατοίκους.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της απογραφής του 2010, η πληθυσμιακή πυκνότητα της Περιφέρειας αντιστοιχεί σε 37,57 κατοίκους ανά Km², ενώ οι Περιφερειακές Ενότητες Αρκαδίας και Λακωνίας είναι ιδιαίτερα αραιοκατοικημένες περιοχές ανάμεσα στις 73 Περιφερειακές Ενότητες της Ελλάδας. Ο Πίνακας 3.1 αποτυπώνει αναλυτικά, όλα τα στοιχεία που αφορούν την έκταση και τον μόνιμο πληθυσμό για το έτος 2011 σε όλες τις Περιφερειακές Ενότητες.

Όσον αφορά τη διάρθρωση του πληθυσμού κατά φύλο, στο σύνολό τους οι Περιφερειακές Ενότητες της Πελοποννήσου υπερέχει ο ανδρικός πληθυσμός, όπου η Λακωνία και η Αρκαδία, όπου μαζί με κάποιες νησιωτικές Περιφερειακές Ενότητες, τα Γρεβενά και την Βοιωτία, εμπεριέχονται στην δεκάδα με τις Περιφερειακές Ενότητες της Ελλάδος με τα υψηλότερα ποσοστά ανδρικού πληθυσμού.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της απογραφής των ετών 1991 και 2001 της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, οι μόνιμοι κάτοικοι σε όλους τους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου έχουν αυξηθεί τη δεκαετία 1991-2001, εκτός από τον Νομό Αρκαδίας, στον οποίο ο πληθυσμός μειώθηκε σε ποσοστό 4,86%. Σε αντίθεση, την δεκαετία 2001-2011 παρατηρήθηκε μειωμένος ο αριθμός του μόνιμου πληθυσμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, -2,62% σε σχέση με το αντίστοιχο όλης της χώρας, -1,32%. Στον Πίνακα 3.2 που ακολουθεί αποτυπώνονται οι βασικές πληθυσμιακές μεταβολές μεταξύ των ετών 2001 και 2011 στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, τις Περιφερειακές της Ενότητες και στο σύνολο της χώρας (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2012).

Πίνακας 3.1. Καταγραφή της έκτασης (Km²), του μόνιμου πληθυσμού (προσωρινά στοιχεία 2011) και πυκνότητα πληθυσμού (κάτοικοι/Km²) για την Περιφέρεια Πελοποννήσου.

| Περιφ. Ενότητες/ Περιφ. Πελοποννήσου/ ΧΩΡΑ | Έκταση (Km ²) | Μόνιμος Πληθυσμός (προσωρινά στοιχεία 2011) | | | | | Πυκνότητα (κάτοικοι / Km ²) |
|---|------------------------------|---|------------------|--------------|------------------|--------------|---|
| | | Σύνολο | Άρρενες | | Θήλειες | | |
| | | | Αριθμός | % | Αριθμός | % | |
| Αργολίδας | 2.154 | 97.090 | 48.910 | 50,38 | 48.180 | 49,62 | 45,07 |
| Αρκαδίας | 4.419 | 86.820 | 44.560 | 51,32 | 42.260 | 48,68 | 19,65 |
| Κορινθίας | 2.290 | 145.360 | 72.930 | 50,17 | 72.430 | 49,83 | 63,48 |
| Λακωνίας | 3.636 | 89.600 | 46.030 | 51,37 | 43.570 | 48,63 | 24,64 |
| Μεσσηνίας | 2.991 | 163.110 | 82.480 | 50,57 | 80.630 | 49,43 | 54,53 |
| Περ. Πελοποννήσου | 15.490 | 581.980 | 294.910 | 50,67 | 287.070 | 49,33 | 37,57 |
| Σύνολο Ελλάδας | 131.957 | 10.787.690 | 5.303.690 | 49,16 | 5.484.000 | 50,84 | 81,75 |

Πηγή: Προσωρινά Στοιχεία ΕΛ.ΣΤΑΤ., Απογραφή 2011. Στο: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου (2012). *Στρατηγικός Σχεδιασμός. Παράρτημα: Ανάλυση & αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης.* [online]. Διαθέσιμο στο: <http://ppel.gov.gr/wp-content/uploads/2012/09/%CE%> [πρόσβαση 16/1/2016].

Πίνακας 3.2. Αποτύπωση των βασικών πληθυσμιακών μεταβολών μεταξύ των ετών 2001-2011.

| Περιφ. Ενότητες/ Περιφέρεια/ Χώρα | Μόνιμος Πληθυσμός | | Απόλυτη διαφορά 2001-2011 | % Μεταβολή 2001-2011 | Φυσικό Ισοζύγιο 2001-2010 | Φαινόμενη Μετανάστευση (Φ.Μ.) | 100* Φ.Μ. / Απόλυτη διαφορά 2001-2011 | Φ.Μ. %/ πληθυσμού το 2011 |
|--|-------------------|-------------------|---------------------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|--|---------------------------------|
| | 2001 | 2011 | | | | | | |
| Αργολίδας | 102.392 | 97.090 | -5.302 | -5,18% | -979 | -4.323 | 81,54 | -4,45% |
| Αρκαδίας | 91.326 | 86.820 | -4.506 | -4,93% | -5.362 | 856 | -19,00 | 0,99% |
| Κορινθίας | 144.527 | 145.360 | 833 | 0,58% | -1.109 | 1.942 | 233,13 | 1,34% |
| Λακωνίας | 92.811 | 89.600 | -3.211 | -3,46% | -3.725 | 514 | -16,01 | 0,57% |
| Μεσσηνίας | 166.566 | 163.110 | -3.456 | -2,07% | -6.182 | 2.726 | -78,88 | 1,67% |
| Περ. Πελ/σου | 597.622 | 581.980 | -15.642 | -2,62% | -17.357 | 1.715 | -10,96 | 0,29% |
| Σύνολο Χώρας | 10.932.136 | 10.787.690 | -144.446 | -1,32% | 37.651 | -182.097 | 126,07 | -1,69% |

Πηγή: Απογραφές πληθυσμού 2001, 2011 και επεξεργασία λοιπών στοιχείων πληθυσμού ΕΛ.ΣΤΑΤ.. Στο: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου (2012). *Στρατηγικός Σχεδιασμός. Παράρτημα: Ανάλυση & αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης.* [online]. Διαθέσιμο στο: <http://ppe1.gov.gr/wp-content/uploads/2012/09/%CE%> [πρόσβαση 16/1/2016].

Τα συμπεράσματα που εξάγονται από την ανάλυση του Πίνακα 3.2 για την περίοδο 2001-2011, είναι τα ακόλουθα:

Η Κορινθία είναι η μόνη Περιφερειακή Ενότητα στην οποία αυξήθηκε ο πληθυσμός, καθώς, συγκριτικά με τις υπόλοιπες Περιφερειακές Ενότητες της Πελοποννήσου, έχει βελτιωμένες υποδομές μεταφοράς από και προς την Αθήνα και καλύτερη πρόσβαση προς τους εθνικούς οδικούς άξονες. Σε αντίθεση, στους νομούς Αργολίδας (εμφάνισε πληθυσμιακή αύξηση κατά τα έτη 1991-2001) και Αρκαδίας (εμφάνιση πληθυσμιακή συρρίκνωση κατά τα έτη 1991-2001 και 2001-2011) ο πληθυσμός μειώθηκε κατά 5%, ενώ οι παρεμβάσεις βελτίωσης στις υποδομές μεταφορών, όσον αφορά τον αυτοκινητόδρομο Κόρινθος – Τρίπολη, λειτούργησε βασικά προς την κατεύθυνση της «φυγής» του πληθυσμού από τις ανωτέρω αναφερόμενες Περιφερειακές Ενότητες.

Παράλληλα, πληθυσμιακή μείωση παρουσιάζεται και στις Περιφερειακές Ενότητες της Λακωνίας, η οποία εμφάνισε μείωση 3,46%, και της Μεσσηνίας, με ποσοστό μείωσης 2,07%. Το Φυσικό Ισοζύγιο της Περιφέρειας Πελοποννήσου του

πληθυσμού της εμφανίζεται -17.357, ενώ το φυσικό ισοζύγιο της Ελλάδας είναι +37.651, επηρεάζοντας παράλληλα αρνητικά και τον δείκτη γήρανσης του πληθυσμού της χώρας. Όσον αφορά το ζήτημα της μετανάστευσης, η μετανάστευση στην Περιφέρεια εμφανίζει θετικό πρόσημο, εκτός από τον νομό Αργολίδας που εμφανίζει μεταναστευτική εκροή (4.323 άτομα). Ενώ οι Περιφερειακές Ενότητες της Μεσσηνίας και Κορινθίας εμφανίζουν μεταναστευτικές ροές (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2012).

Όσον αφορά την χωρική εμβέλεια των Δήμων της Περιφέρειας Πελοποννήσου, από τα στοιχεία που δόθηκαν από την απογραφή του έτους 2011, ο Δήμος Καλαμάτας εμφανίζει πληθυσμό 70.130 άτομα, ο Δήμος Κορινθίων εμφανίζει πληθυσμό 58.280 άτομα και ο Δήμος Ελαφονήσου εμφανίζει πληθυσμό μόλις 1.050 άτομα. Σχετικά με την πυκνότητα των Δήμων, ο Δήμος Καλαμάτας εμφανίζει 159,27, ο Δήμος Βέλου–Βόχας 116,05 και ο Δήμος Γορτυνίας 9,82.

Ακόμη, για την δεκαετία 2001-2011 θετικές πληθυσμιακές μεταβολές εμφανίζουν οι Δήμοι: Λουτρακίου – Αγίων Θεοδώρων, Βέλου – Βόχας, Ναυπλιέων, Κυνουρίας, Μάνης και Οιχαλίας), ενώ στασιμότητα εμφανίζουν οι Δήμοι Κορινθίων, Σικυωνίων, Μεγαλόπολης, Πύλου-Νέστορος, Μονεμβασιάς και Καλαμάτας. Στους υπόλοιπους Δήμους παρουσιάστηκε πληθυσμιακή μείωση στους μόνιμους κατοίκους τους (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2012).

3.7 Χωροταξική διάρθρωση και χωρική οργάνωση της περιφέρειας

Όπως αναφέρεται στο ΦΕΚ 128Α/03.07.08, «σκοπός του Γενικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης αποτελεί ο προσδιορισμός στρατηγικών κατευθύνσεων για την ολοκληρωμένη χωρική ανάπτυξη και την αειφόρο οργάνωση του εθνικού χώρου για τα επόμενα δεκαπέντε έτη, λαμβάνοντας υπόψη:

- την ανάγκη για α) προώθηση της αειφόρου, ισόρροπης και σφαιρικά ανταγωνιστικής ανάπτυξης, β) κατοχύρωση της παραγωγικής και κοινωνικής συνοχής, γ) διασφάλιση της προστασίας του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς στο σύνολο του εθνικού χώρου και στις επιμέρους ενότητές του και δ) ενίσχυση της θέσης της χώρας στο διεθνές και ευρωπαϊκό πλαίσιο,
- τις δεσμεύσεις που έχει αναλάβει η χώρα, σε διεθνές και κοινοτικό επίπεδο, για τη διαχείριση του χώρου, το περιβάλλον και την αειφορία,

- την υποχρέωση εναρμόνισης με το εθνικό πρόγραμμα δημοσίων επενδύσεων, το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007-2013 και άλλα γενικά ή ειδικά αναπτυξιακά προγράμματα εθνικής σημασίας που έχουν σημαντικές επιπτώσεις στη διάρθρωση και ανάπτυξη του εθνικού χώρου,
- την ανάγκη εναρμόνισης με τους γενικούς και επιμέρους οικονομικούς στόχους που έχουν τεθεί στο πλαίσιο του Αναθεωρημένου Προγράμματος Σταθερότητας και Ανάπτυξης, καθώς και με τις προτεραιότητες του Εθνικού Προγράμματος Μεταρρυθμίσεων για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση.
- ότι το Γενικό Πλαίσιο αποτελεί, κατά νόμο, τη βάση αναφοράς για τον συντονισμό και την εναρμόνιση των επιμέρους πολιτικών, προγραμμάτων και επενδυτικών σχεδίων που έχουν σημαντικές επιπτώσεις στη συνοχή και την ανάπτυξη του εθνικού χώρου.

Το Γενικό Πλαίσιο στοχεύει στη διαμόρφωση ενός χωρικού προτύπου ανάπτυξης, στο πλαίσιο των αρχών της αειφορίας, που θα είναι αποτέλεσμα μιας συνθετικής, ισόρροπης, θεώρησης στο χώρο παραμέτρων που προωθούν την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος της χώρας και ενισχύουν την κοινωνική και οικονομική συνοχή και την ανταγωνιστικότητα» (ΦΕΚ 128Α/03.07.08).

- **Κύριοι, εθνικής – διαπεριφερειακής εμβέλειας οδικοί άξονες:** Αθήνα – Κόρινθος – Πάτρα (ΠΑΘΕ – οδικός και σιδηροδρομικός), διεθνούς / ευρωπαϊκής εμβέλειας Αθήνα – Κόρινθος – Τρίπολη – Καλαμάτα, εθνικής εμβέλειας Καλαμάτα – Κυπαρισσία – Πάτρα -Ρίο/Αντίρριο, δυτικός άξονας διεθνούς / ευρωπαϊκής εμβέλειας (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2012).
- **Θαλάσσιοι κύριοι άξονες ανάπτυξης μεσοπρόθεσμα (εθνικής – Διαπεριφερειακής εμβέλειας):** άξονας Λιμάνι Αγίων Θεοδώρων με τον ευρύτερο Εθνικό και μεσογειακό Χώρο.
- **Μακροπρόθεσμα θαλάσσιοι άξονες ανάπτυξης:**
 - α) ο άξονας λιμάνι Καλαμάτας – Κρήτη – Ιταλία – Μεσόγειος, και
 - β) ο άξονας λιμάνι Καλαμάτας – λιμάνι Πάτρας – Αδριατική.
- **Δευτερεύοντες θαλάσσιοι άξονες περιφερειακής εμβέλειας:** Γύθειο – Κρήτη και Ναύπλιο – Πειραιάς – Νησιά Σαρωνικού – Κυκλάδες.

Όσον αφορά το ισχύον Χωροταξικό της Περιφέρειας υπάρχουν 13 χωρικές ενότητες, οι οποίες έχουν ομοιογενή χαρακτηριστικά ανάπτυξης, και προτείνεται:

- να χαρακτηριστούν κάποιες περιοχές ως Περιοχές Ειδικών Χωροταξικών Παρεμβάσεων,
- να οριοθετηθούν οργανωμένοι υποδοχείς τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και
- να εκπονηθούν Πολεοδομικά Σχέδια, όπως:
 - Ρυθμιστικά Σχέδια,
 - Γενικά Πολεοδομικά Σχέδια (τα πιο πρόσφατα είναι της Καλαμάτας, του Άργους, της Μεσσήνης, του Βέλου κλπ.),
 - Ζώνες Οικιστικού Ελέγχου στην Αργολίδα (Άργος, Μιδέα, Τίρυνθα κλπ) και Κορινθία (Άγιοι Θεόδωροι),
 - Σχέδια Οικιστικής Οργάνωσης Ανοικτής Πόλης (Επιδαύρου, Λεωνιδίου, Βόχας, Μυστρά κλπ) (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2012)..

Λαμβάνοντας υπόψιν τις Ευρωπαϊκές και τις Ελληνικές εξελίξεις των τελευταίων ετών, το Περιφερειακό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού αναθεωρείται και επικαιροποιείται, ώστε να προσαρμοστεί η αναπτυξιακή και χωροταξική πολιτική της Περιφέρειας στα καινούργια οικονομικά δεδομένα και στα νέα δεδομένα της κλιματικής αλλαγής, με σκοπό να προσελκυστούν νέες βιώσιμες επενδύσεις σε προσδιορισμένους χώρους.

Με την ορθή κατανομή, διάρθρωση και ανάπτυξη των φυσικών πόρων, και την αξιοποίηση των νέων οικονομικο-κοινωνικών και πολιτιστικών και δημογραφικών δεδομένων επιτυγχάνεται η συνοχή του εσωτερικού περιβάλλοντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Μέσα στα πλαίσια ανάπτυξης του νέου χωροταξικού σχεδιασμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου, είναι η οριοθέτηση περιοχών που θα βοηθήσουν σε οικιστική ανάπτυξη και περιοχών οι οποίες θα στεγάσουν νέες επιχειρήσεις.

3.8 Μεταφορικές υποδομές

• Οδικό δίκτυο

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου το εθνικό οδικό δίκτυο εκτείνεται σε 1.250 χλμ. περίπου και το επαρχιακό οδικό δίκτυο έχει μήκος 4.600 χλμ. περίπου, το παραλιακό οδικό δίκτυο είναι πιο ανεπτυγμένο, ενώ στις ορεινές περιοχές είναι

σχεδόν ανεπαρκές. Ο αυτοκινητόδρομος που συνδέει την Καλαμάτα με την Τρίπολη και την Τρίπολη με την Κόρινθο και με την Αθήνα, είναι ο κυριότερος οδικός άξονας της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Πιο αναλυτικά, οι τρεις κύριοι οδικοί άξονες της Περιφέρειας Πελοποννήσους:

Οδικό δίκτυο Κορίνθου – Τρίπολης – Καλαμάτας

Το μεγαλύτερο τμήμα του αυτοκινητοδρόμου έχει ήδη ολοκληρωθεί, με την κατασκευή αυτοκινητόδρομου ως το Λεύκτρο, ενώ ολοκληρώνονται και οι οδικοί άξονες Τρίπολης – Καλαμάτας. Το τμήμα Παραδείσια – Τσακώνα διαθέτει συνολικά έξι κόμβους. Με τη δημιουργία του οδικού άξονα Λεύκτρου-Σπάρτης, θα μειωθεί ο χρόνος διέλευσης των αυτοκινήτων και θα αυξηθεί η ασφάλεια των οδηγών (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

Οδικό δίκτυο Κορίνθου – Πάτρας

Στο βόρειο τμήμα της Περιφέρειας αναμένεται να ολοκληρωθεί η ολοκληρωθεί ο αυτοκινητόδρομος Κορίνθου – Πατρών, με την κατασκευή 120 χιλιομέτρων του τμήματος Κορίνθου-Πατρών, ο οποίος θα είναι διπλής κατεύθυνσης και θα υπάρχει και λωρίδα έκτακτης ανάγκης ανά κατεύθυνση. Αναλυτικότερα, ο αυτοκινητόδρομος θα βοηθήσει να ελαττωθεί ο χρόνος πρόσβασης προς το λιμάνι της Πάτρας, θα βελτιωθεί η οδική ασφάλεια στον δρόμο Κορίνθου – Δερβενίου και θα διευκολυνθεί η πρόσβαση στην ορεινή Κορινθία, έναν διαδεδομένο, τα τελευταία χρόνια, τουριστικό προορισμό για τους Αθηναίους.

Οδικό δίκτυο Πάτρας- Πύργου Τσακώνας

Το τρίτο σημαντικό οδικό δίκτυο βρίσκεται δυτικά της Περιφέρειας και αποσκοπεί την ένωση Καλαμάτας και Τρίπολης διαμέσου Τσακώνας με την Πάτρα, το λιμάνι της οποίας συνδέει την Ελλάδα με την Ιταλία. Το αρχικό σχέδιο προέβλεπε την κατασκευή 164 χιλιομέτρων στα τμήματα Πατρών-Πύργου και Αλφειού-Τσακώνας, που θα έδιναν στην κυκλοφορία δύο λωρίδες και μία λωρίδα έκτακτης ανάγκης ανά κατεύθυνση (μαζί με το διαχωριστικό διάζωμα) για το πρώτο τμήμα, και δύο λωρίδες κυκλοφορίας ανά κατεύθυνση (μαζί με το διαχωριστικό διάζωμα) για το δεύτερο τμήμα. Τα έργα όμως έχουν σταματήσει (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

Υπόλοιπα Οδικά Δίκτυα

Εκτός όμως από την κατασκευή των τριών αξόνων εθνικής εμβέλειας, χρήζει αναβάθμισης και βελτίωσης και το εσωτερικό οδικό δίκτυο της Περιφέρειας Πελοποννήσου, δηλαδή οι παραλιακοί οδικοί άξονες και υπόλοιποι άξονες του ορεινού οδικού δικτύου. Σημαντική, επίσης, χαρακτηρίζεται η ανάγκη να βελτιωθεί ο οδικός άξονας που συνδέει τη Νότια και Κεντρική Πελοπόννησο με την Πάτρα (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

- **Σιδηροδρομικό Δίκτυο**

Ο Προαστιακός Σιδηρόδρομος αποτελεί δίοδο σύνδεσης της Αττικής με το Κιάτο, ενώ καθημερινά πραγματοποιούνται ανά δύο ώρες, 6 δρομολόγια. Ο χρόνος ταξιδιού για το δρομολόγιο Αθήνα - Κιάτο είναι 1 ώρα και 17 λεπτά. Η χρήση του Προαστιακού βοήθησε σημαντικά στην ασφαλή μετακίνηση των εργαζομένων και των επισκεπτών από και προς την Αθήνα, αλλά και στην προσέλκυση μεγάλου μέρους του πληθυσμού να χτίσουν εκεί την παραθεριστική τους κατοικία, αλλά και να συγκρατηθεί ο πληθυσμός της Περιφερειακής Ενότητας Κορινθίας.

Όμως, έχει διακοπεί από το 2010, η σιδηροδρομική σύνδεση της Αθήνας με την Καλαμάτα που υπήρχε παλαιότερα. Επίσης, διακόπηκαν οι γραμμές Πύργος – Καλαμάτα, Καλαμάτα - Μεσσήνη – ΤΕΙ και Κόρινθος - Τρίπολη – Ναύπλιο. Το σιδηροδρομικό δίκτυο καλύπτει συνολικό μήκος 300 χιλιομέτρων, αλλά οι περισσότερες γραμμές του είναι μονής κατεύθυνσης και δεν υπάρχουν ανισόπεδες διαβάσεις.

Τέλος, πρέπει να γίνουν μελέτες βιωσιμότητας για να εξεταστεί αν πρέπει να ενεργοποιηθεί ξανά το ενδομεσηνιακό σιδηροδρομικό δίκτυο, με τις ιστορικές γραμμές Κόρινθος – Μυκήνες – Άργος – Ναύπλιο, και να εξεταστεί αν πρέπει να προεκταθεί ο προαστιακός προς το Λουτράκι, ή αν θα χρησιμοποιηθεί μόνο για πολιτιστικές διαδρομές (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

- **Αεροπορικές και Θαλάσσιες Συνδέσεις και Μεταφορές**

α) Αεροπορικές Συνδέσεις-Μεταφορές: Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου υπάρχουν δύο αεροδρόμια, ένα στρατιωτικό που εδρεύει στην Τρίπολη και ένα πολιτικό που εδρεύει στην Καλαμάτα. Το αεροδρόμιο της Καλαμάτας εξυπηρετεί τις

μικρές αεροπορικές συγκοινωνίες, με ενεργή τη σύνδεση με τη Θεσσαλονίκη μία φορά την εβδομάδα. Τη θερινή περίοδο η λειτουργία του αεροδρομίου της Καλαμάτας αυξάνεται με πτήσεις charter εξωτερικού. Το αεροδρόμιο χρησιμοποιείται παράλληλα για τις εκπαιδευτικές πτήσεις στρατιωτικών σκαφών της πολεμικής αεροπορίας (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015). Τελευταία, επιχειρείται να μετατραπεί το στρατιωτικό αεροδρόμιο της Τρίπολης σε πολιτικό, ώστε να εξυπηρετηθούν οι πτήσεις χαμηλού κόστους.

Πίνακας 3.3. Διεθνείς τουριστικές αφίξεις στον αερολιμένα Καλαμάτας, Μάιος 2015.

| 2015 | | Καλαμάτα |
|-------------|-----------|-----------------|
| | | Kalamata |
| Ιανουάριος | January | 0 |
| Φεβρουάριος | February | 38 |
| Μάρτιος | March | 1.476 |
| Απρίλιος | April | 3.108 |
| Μάιος* | May* | 10.481 |
| Ιούνιος | June | |
| Ιούλιος | July | |
| Αύγουστος | August | |
| Σεπτέμβριος | September | |
| Οκτώβριος | October | |
| Νοέμβριος | November | |
| Δεκέμβριος | December | |
| Σύνολο | Σύνολο | 15.103 |

| 2014 | | Καλαμάτα |
|-------------|-----------|-----------------|
| | | Kalamata |
| Ιανουάριος | January | 4 |
| Φεβρουάριος | February | 237 |
| Μάρτιος | March | 1.344 |
| Απρίλιος | April | 2.641 |
| Μάιος | May | 8.320 |
| Ιούνιος | June | 17.440 |
| Ιούλιος | July | 20.522 |
| Αύγουστος | August | 20.668 |
| Σεπτέμβριος | September | 14.813 |
| Οκτώβριος | October | 12.032 |
| Νοέμβριος | November | 9.553 |
| Δεκέμβριος | December | 1.049 |
| Σύνολο | Σύνολο | 108.623 |

| % Μεταβολή | Καλαμάτα |
|-------------------|-----------------|
|-------------------|-----------------|

| % Change | | Kalamata |
|-------------|----------|----------|
| Ιανουάριος | January | -100,0% |
| Φεβρουάριος | February | -84,0% |
| Μάρτιος | March | 9,8% |
| Απρίλιος | April | 17,7% |
| Μάιος | May | 26,0% |
| τρέχον έτος | ytd | 20,4% |

Πηγή: Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, την ΥΠΙΑ και μεμονωμένα αεροδρόμια , επεξεργασία στοιχείων: ΣΕΤΕ. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://messinia24.gr/%CE%B1%CF%8D%CE%BE%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CE%B5-%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%BC%CE%AC%CF%84%CE%B1-%CF%80%CE%B5%CE%BB%CE%BF%CF%80%CF%8C%CE%BD/> [πρόσβαση στις 21/4/2016]

β) Θαλάσσιες Συνδέσεις-Μεταφορές: Σημαντική θέση στις θαλάσσιες μεταφορές κατέχουν τα λιμάνια Καλαμάτας και Ναυπλίου, ενώ ακολουθούν τα λιμάνια της Πύλου και της Κυπαρισσίας (Μεσσηνία), της Ερμιονίδας και του Πορτοχελίου (Αργολίδα), του Παράλιου Άστρους και του Λεωνιδίου (Αρκαδία), της Κορίνθου και του Κιάτου (Κορινθία) και του Γυθείου και της Νεάπολης (Λακωνία).

Το καλοκαίρι πραγματοποιείται ένα δρομολόγιο εβδομαδιαίως, το οποίο συνδέει τα Χανιά με τα Κύθηρα και την Καλαμάτα, ενώ πραγματοποιούνται τακτικά δρομολόγια από Γύθειο προς τα Κύθηρα, ενώ ακόμη υπάρχει σύνδεση από Νεάπολη Λακωνίας προς Κύθηρα και Ελαφόνησο. Όλο τον χρόνο δε, θαλάσσιο ταξί εκτελεί δρομολόγια από την Κόστα Αργολίδας προς τις Σπέτσες και την Ύδρα, ενώ ferry boat συνδέει τον Γαλατά (Αργολίδας) με τον Πόρο.

Η Περιφέρεια Λακωνίας διαθέτει τα πιο πολλά λιμάνια, μαρίνες και αγκυροβόλια, δηλαδή έχει 22 σε αριθμό, ενώ η Περιφερειακή Ενότητα Κορινθίας διαθέτει 14, η Περιφερειακή Ενότητα Αρκαδίας διαθέτει 3 και οι Περιφερειακές Ενότητες Αργολίδας και Μεσσηνίας έχουν από δύο (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

Αναφορικά με τις μαρίνες, οι κυριότερες είναι της Καλαμάτας με 300 θέσεις χωρητικότητα, του Ξυλόκαστρου με 220 θέσεις χωρητικότητα και η μαρίνα της Πύλου με 250 θέσεις χωρητικότητα (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

3.9 Φυσικό περιβάλλον

- ***Οικοσυστήματα***

Ένα από τα πιο σημαντικά ελληνικά οικοσυστήματα και ένα από τα πιο σημαντικά της Ευρώπης, βρίσκεται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, το οποίο διαθέτει πλούσια χλωρίδα (όπως π.χ. η κεφαλληνιακή ελάτη, οι συστάδες μαύρης πεύκης, οι συστάδες συριακής άρκευθου), και πανίδα (η περιοχή χαρακτηρίζεται ως περιοχή με τον υψηλότερο ενδημισμό ασπόνδυλων ζώων, και εδώ φιλοξενείται μια πλούσια πανίδα σπονδυλοζώων, όπως είναι τα διάφορα αρπακτικά και τα τσακάλια). Στο οικοσύστημα της Περιφέρειας υπάρχουν 260 ενδημικών ειδών (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

- ***Ποταμοί - Σπήλαια***

Οι κυριότεροι ποταμοί της Πελοποννήσου είναι ο Αλφειός (το μεγαλύτερο ποτάμι της Πελοποννήσου), ο Νέδων (πηγάζει από τον Ταΰγετο και χύνεται στον Μεσσηνιακό κόλπο) και ο Βελίκας (πηγάζει από τα όρη της Κυπαρισσίας και χύνεται στον Μεσσηνιακό κόλπο).

Τα επισκέψιμα σπήλαια της Πελοποννήσου είναι: το σπήλαιο Κάψιας στην Αρκαδία, το σπήλαιο Γλυφάδας Διρού στη Λακωνία και το σπήλαιο Αγίου Ανδρέα Καστανιάς, επίσης στη Λακωνία (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

- ***Παραλίες – Ιαματικές Πηγές***

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου συναντά κανείς 26 παραλίες και μια μαρίνα, οι οποίες βραβεύτηκαν με «Γαλάζια Σημαία». Οι 10 εξ αυτών βρίσκονται στην Περιφερειακή Ενότητα Λακωνίας, οι 8 παραλίες με την μια μαρίνα βρίσκονται στην Περιφερειακή Ενότητα Κορινθίας, οι 4 παραλίες στην Περιφερειακή Ενότητα Μεσσηνίας, οι 3 παραλίες στην Περιφερειακή Ενότητα Αργολίδας, και η 1 παραλία στην Περιφερειακή Ενότητα Αρκαδίας.

Όσον αφορά τις ιαματικές πηγές, υπάρχουν από την αρχαιότητα ακόμη, από τις οποίες οι πιο γνωστές είναι οι ιαματικές πηγές Λουτρακίου και Ελένης στην Κορινθία και των Γαργαλιάνων στη Μεσσηνία.

- ***Περιοχές Προστασίας – Φορείς Διαχείρισης***

Σύμφωνα με την παρούσα εθνική και διεθνή δασική νομοθεσία στην Περιφέρεια Πελοποννήσου οι περιοχές που προστατεύονται είναι:

Καταφύγια Άγριας Ζωής: συνολικά 43 καταφύγια άγριας ζωής, με συνολική έκταση 627.600 στρέμματα.

Αισθητικά Δάση: Δάσος Πευκιάς Ξυλοκάστρου Κορινθίας και το Δρυοδάσος Μογγοστού Κορινθίας.

Διατηρητέα Μνημεία της Φύσης: υπάρχουν 13 Διατηρητέα Μνημεία της Φύσης.

Περιοχές Προστασίας της Φύσης: Περιοχή Δήμων Άργους και Μήδειας.

Βιογενετικά Αποθέματα: το Φυσικό Μνημείο Δάσους Αείφυλλων Πλατάνων Νήσου Σαπιέντζα.

Ειδικά Προστατευόμενες Περιοχές σύμφωνα με τη Σύμβαση της Βαρκελώνης: η περιοχή του Αισθητικού Δάσους Πευκιάς Ξυλοκάστρου (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

- **Περιοχές NATURA 2000**

Είκοσι έξι περιοχές στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν χαρακτηριστεί ως περιοχές Natura.

- **Οικολογικό Πάρκο ΠΑΡΝΩΝΑ – ΜΟΥΣΤΟΥ**

Στο οικολογικό πάρκο Πάρνωνα – Μουστού εντάσσονται οι χερσαίες και υδάτινες εκτάσεις των:

- Δήμων Βόρειας Κυνουρίας, Λεωνιδίου, Σκιρίτιδας και Απόλλωνος και της Κοινότητας Κοσμά που ανήκουν στον Νομό Αρκαδίας,
- Δήμων Θεραπνών, Οινούντος και Γερόνθρων και της Κοινότητας Καρυών που ανήκουν στον Νομό Λακωνίας της περιοχής του όρους Πάρνωνα - υγροτόπου Μουστού συνολικής έκτασης 1.150.000 στρεμμάτων.

Η περιοχή είναι χωρισμένη σε τρεις ξεχωριστές. Πρόκειται για την Περιοχή Απόλυτης Προστασίας της Φύσης, την Περιοχή Προστασίας της Φύσης και την Περιοχή Οικοανάπτυξης (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

Σε όλη την Περιφέρεια Πελοποννήσου υπάρχουν 2 από τα 19 αισθητικά δάση της Ελλάδας και 14 από τα 52 διατηρητέα φυσικά μνημεία.

Ακόμη, σε όλη την Περιφέρεια υπάρχουν 30 υγρά τοπικοί έκτασης 4.185 εκταρίων, 7 περιοχές με προστατευόμενα είδη πουλιών και 26 περιοχές Natura 2000. Οι δύο ορεινοί όγκοι, Πάρνωνας και Ταΰγετος, μετά από τις μεγάλες πυρκαγιές του 2007, δεν έχουν εύκολη πρόσβαση, κάτι που μειώνει την τουριστική ανάπτυξη. Στον Πάρωνα, μέσα στην προστατευόμενη περιοχή κήκαν 86.542 στρέμματα, δηλαδή το 16,3% του συνόλου της. Στον Ταΰγετο, μέσα στην προστατευόμενη περιοχή έχουν καεί 45.066 στρέμματα, δηλαδή το 8,1% του συνόλου της. Όμως, μπορούν να αναπτυχθούν ήπιου τύπου αθλητικές δραστηριότητες, όπως είναι η πεζοπορία κ.ά. (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

- ***Ερημοποίηση – Διάβρωση βόρειων ακτών***

Η Ανατολική Πελοπόννησος ανήκει στις περιοχές που επηρεάζονται σημαντικά από το φαινόμενο της ερημοποίησης, με τις περιοχές της υπόλοιπης Πελοποννήσου να ανήκουν στις περιοχές χαμηλού κινδύνου. Παράλληλα, ένα ακόμη κύριο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η Περιφέρεια Πελοποννήσου είναι και η διάβρωση των βορείων ακτών της, με έμφαση στον Κορινθιακό Κόλπο (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

3.10 SWOT ANALYSIS για τις βασικές υποδομές και την προσπελασιμότητα στην περιφέρεια Πελοποννήσου

Δυνατά Σημεία

- Ύπαρξη σιδηροδρομικού δικτύου (προαστιακός) που συνδέει το βόρειο τμήμα της Περιφέρειας με την Αθήνα
- Η γεωγραφική θέση της Πελοποννήσου, καθώς γειτνιάζει με την Αθήνα
- Στην Καλαμάτα υπάρχει αεροδρόμιο
- Υπάρχουν μεγάλοι οδικοί άξονες οι οποίοι συνδέουν την Περιφέρεια Πελοποννήσου με την Αθήνα, την Πάτρα και τους διευρωπαϊκούς άξονες

Αδυναμίες

- Δεν υπάρχει αεροπορική και θαλάσσια σύνδεση με άλλες περιοχές της Ελλάδας.
- Δυσχέρεια στη δημιουργία κάθετων οδικών αξόνων εξαιτίας του έντονου ανάγλυφου

- Οι λιμενικές υποδομές είναι ελλιπείς
- Υπάρχει διαφορά στην ποιότητα που εμφανίζει το οδικό δίκτυο ανάμεσα στις πεδινές και τις ορεινές περιοχές

Ευκαιρίες

- Να γίνει αξιοποίηση του θαλασσιού άξονα Αδριατικής-Ιονίου-Ανατολικής Μεσογείου μέσα στα πλαίσια των Διευρωπαϊκών Δικτύων και να δημιουργηθεί πύλη εισόδου στη νότια πλευρά του λιμανιού της Καλαμάτας.
- Θα πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στην αξιοποίηση της γεωγραφικής θέσης της Περιφέρειας Πελοποννήσου
- Να δημιουργηθούν τακτικά δρομολόγια, ώστε να γίνει πιο εύκολη η πρόσβαση στην Περιφέρεια από το εσωτερικό της Ελλάδας και τις γείτονες χώρες.
- Προκειμένου να αυξηθεί η ακτοπλοϊκή διευκόλυνση των τουριστών, χρειάζεται να επεκταθούν και να βελτιωθούν οι λιμενικές υποδομές
- Να βελτιωθούν οι αεροπορικές και οι ακτοπλοϊκές διασυνδέσεις.
- Θα μπορούσε να μετατραπεί το στρατιωτικό αεροδρόμιο της Τρίπολης σε πολιτικό και αντίστοιχα να εκσυγχρονιστεί το αεροδρόμιο της Καλαμάτας
- Να αξιοποιηθούν τα προγράμματα ΕΣΠΑ ώστε να βρεθούν χρηματοδοτικοί πόροι.

Απειλές

- Το δίκτυο Κόρινθος – Πάτρα δεν καθιστά εύκολη την προσβασιμότητα στο λιμάνι της Πάτρας.
- Αυξάνεται ο ανταγωνισμός τόσο στο εσωτερικό της χώρας, όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.
- Υπάρχει καθυστέρηση να κατασκευαστεί ο δυτικός άξονας (Ολυμπία Οδός).
- Δεν υπάρχουν επαρκείς πόροι και δεν υπάρχει τρόπος διασφάλισης των αναγκαίων χρηματοδοτήσεων (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

3.11 SWOT ANALYSIS σχετικά με το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής στην περιφέρεια Πελοποννήσου

Δυνατά Σημεία

- Αρκετές καθαρές ακτές έχουν βραβευθεί με τη «Γαλάζια Σημαία».

- Το φυσικό τοπίο παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθώς συνυπάρχουν ορεινοί όγκοι με πεδινές εκτάσεις και ακτές ιδιαίτερης αισθητικής ομορφιάς.
- Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου υπάρχει μεγάλος αριθμός από αξιόλογα και επισκέψιμα σπήλαια και φαράγγια.
- Το μήκος της ακτογραμμής είναι μεγάλο και υπάρχουν αρκετοί φυσικοί κολπίσκοι που ευνοούν τη δημιουργία μαρινών.
- Στην περιοχή τα οικοσυστήματα που υπάρχουν συγκαταλέγονται στα σημαντικότερα της Ελλάδος και της Ευρώπης.
- Υπάρχει αξιόλογη χλωρίδα και πανίδα, καθώς και πολλές προστατευόμενες περιοχές Natura.

Αδυναμίες

- Δεν έχει εφαρμοστεί αποτελεσματικά η περιβαλλοντική νομοθεσία σχετικά με τον έλεγχο και τη συμμόρφωση στις παρεμβάσεις.
- Εντοπίζονται προβλήματα κακής διαχείρισης, μόλυνσης και υφαλμύρωσης του νερού.
- Δεν έχουν θεσμοθετηθεί οι απαραίτητοι κανόνες και νομοθετικές παρεμβάσεις σχετικά με τις τις περιοχές NATURA 2000.
- Το έδαφος έχει μολυνθεί εξαιτίας της υπερεκμετάλλευσης της γης.
- Δεν χρησιμοποιούνται ιδιαίτερα οι Εναλλακτικές – Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας, εξαιτίας του ότι υπάρχουν περιοχές με μεγάλο οικολογικό ενδιαφέρον.
- Εκλείπει η παρουσία βιομηχανικών περιοχών σε όλες τις Περιφερειακές Ενότητες.
- Το φυσικό περιβάλλον υπέστη πίεση εξαιτίας της άναρχης δόμησης και της ελλιπούς χωροθέτησης παραγωγικών εγκαταστάσεων.
- Το περιβάλλον επιβαρύνεται από τις δραστηριότητες παραγωγής της ελαιουργείας, πυρυνελαιουργίας, τα ποιμνιοστάσια, τις μονάδες ενέργειας και τις τουριστικές εγκαταστάσεις.
- Στις αδυναμίες περιλαμβάνεται και η ανεπαρκής διαχείριση των στερεών και υγρών αποβλήτων.
- Ελλείψεις στον χωροταξικό και στον πολεοδομικό σχεδιασμό (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

Ευκαιρίες

- Η περιοχή δίνει την ευκαιρία να αξιοποιηθούν διαδρομές μονοπατιών οικολογικού ενδιαφέροντος.

- Αξιοποίηση των Εναλλακτικών και Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας και εφαρμογή μεθόδων που μπορούν να εξοικονομήσουν ενέργεια.
- Να κατασκευαστούν οι κατάλληλες υποδομές, όπως είναι τα φράγματα και αρδευτικά έργα, οι οποίες θα βοηθήσουν να αξιοποιηθούν και να διατεθούν τα υδάτινα αποθέματα.
- Εφαρμογή χωροταξικού σχεδιασμού σε Περιφερειακό επίπεδο και σχεδιασμός Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου, Σχεδίου Χωρικής και Οικιστικής Οργάνωσης της Ανοικτής Πόλης κλπ.
- Μπορούν να δημιουργηθούν εγκαταστάσεις ήπιας και βιώσιμης μορφής ώστε να εκμεταλλευθούν οι προστατευόμενες περιοχές.
- Στην Καλαμάτα μπορεί να γίνει Μηχανική Ανακύκλωση και Κομποστοποίηση.
- Μπορεί να παραχθεί ενέργεια από μονάδες επεξεργασίας λυμάτων και απορριμμάτων.
- Χρηματικοί πόροι μέσα από την αξιοποίηση εθνικών και ευρωπαϊκών χρηματοδοτήσεων (JESSICA, ΣΔΙΤ κ.ά.).

Απειλές

- Η μη έγκαιρη εφαρμογή του θεσμικού περιβαλλοντικού πλαισίου αλλά και η εντατικοποίηση των καλλιεργειών ελλοχεύουν τον κίνδυνο να υποβαθμιστούν οι οικολογικές περιοχές και τα οικοσυστήματα της περιοχής.
- Σε ορισμένες τουριστικές περιοχές σημειώνεται υπέρβαση της φέρουσας ικανότητάς τους.
- Έχει καθυστερήσει η δημιουργία σχετικών υποδομών που να αφορούν την ολοκληρωμένη διαχείριση των απορριμμάτων.
- Υπάρχει αύξηση στον τουρισμό σε περιοχές οι οποίες είναι ευαίσθητες οικολογικά.
- Μη θεσμοθέτηση χαρακτηρισμού Γεωργικής Γης Υψηλής Προτεραιότητας.
- Σημειώνεται σημαντική απώλεια υδάτινων πόρων, καθώς σε αρκετά σημεία της Περιφέρειας λειτουργεί παλιό δίκτυο ύδρευσης και άρδευσης (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2015).

3.12 Η τουριστική προβολή της Πελοποννήσου

Η Πελοπόννησος προωθεί την τουριστική της προβολή μέσα από στοχευμένες δράσεις προώθησης του τουριστικού προϊόντος της στο εξωτερικό έχοντας ως βασικό

άξονα τη στήριξη των νέων πτήσεων στο αεροδρόμιο Καλαμάτας, όπως και τη σύναψη επαγγελματικών συνεργασιών με βασικές αγορές. Μερικές από τις δράσεις αυτές είναι οι ακόλουθες:

- Το Φεβρουάριο του 2014 η Περιφέρεια Πελοποννήσου συμμετείχε στην έκθεση GREEKLAND PANORAMA, με σκοπό την προώθηση του τουριστικού προϊόντος και την σύναψη επαγγελματικών συνεργασιών στην Σκανδιναβική αγορά. Έλαβαν μέρος ξενοδόχοι και τουριστικοί επαγγελματίες από όλες τις Περιφερειακές Ενότητες της Πελοποννήσου, οι οποίοι παρουσίασαν τις προσφορές τους στους τουριστικούς επαγγελματίες και το κοινό της Σκανδιναβίας. Στην Έκθεση στη Σουηδική αγορά συμμετείχαν οι tour operators TUI NORDIC, APOLLO KUONI, AIRTOURS, TEMA RESOR, VING, η αεροπορική εταιρία SAS – Scandinavian Airlines, και ο μεγαλύτερος εισαγωγέας και διανομέας ελληνικών τροφίμων στην Σουηδία FONTANA. Σημαντικό σημείο προσοχής, είναι οι νέες πτήσεις Στοκχόλμης - Καλαμάτας από την Aegean (arcadiaportal.gr, 2014).
- Το Μάρτιο του 2014 η Πελοπόννησος ΟΤΑ ΑΕ, πραγματοποίησε δράση προώθησης του προορισμού της Πελοποννήσου, πραγματοποιώντας επίσκεψη και προβολή του τουριστικού προϊόντος και της γαστρονομίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου στην Αυστρία. Η εκδήλωση έλαβε δράση στο κέντρο της Βιέννης, στο ιστορικότερο κατάστημα υψηλής γαστρονομίας Meisl Am Graben, το οποίο λειτουργεί εδώ και 60 χρόνια. Η Καλαμάτα συνδέεται με απευθείας πτήσεις με την Αυστρία, ενώ άλλοι σταθμοί της εκδήλωσης ήταν το Λονδίνο, το Μόναχο, το Ντίσελντορφ και η Στοκχόλμη (eleftheriaonline.gr, 2014).
- Το Σεπτέμβριο του 2015 στην Αρχαία Ολυμπία πραγματοποιήθηκε μια σημαντική προσπάθεια ανάδειξης της Πελοποννήσου, με την πραγματοποίηση ενός πρωτοποριακού αγώνα ανάμεσα σε ένα αγωνιστικό ιστιοπλοϊκό σκάφος τύπου καταμαράν και μια ομάδα έξι ποδηλατών, οι οποίοι πραγματοποίησαν τον Γύρο της Πελοποννήσου. Η εκδήλωση τελέστηκε υπό την αιγίδα και την χορηγία του Τουριστικού Οργανισμού Πελοποννήσου. Η εκδήλωση στηρίχθηκε στην πρωτοβουλία του κ. Χρήστου Παναγιωτόπουλου, ο οποίος ήταν και ο ένας από τους δύο ιστιοπλόες που έλαβαν μέρος στον αγώνα και ιδιοκτήτη, επίσης, του Arcas Travel που εδρεύει στην Τρίπολη, με εξειδίκευση στον εισερχόμενο εναλλακτικό τουρισμό (monemvasianews.gr, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΚΩΝΙΑΣ

4.1 Ιστορικά

Λέγεται και Λακεδαίμων ή Λακωνική. Αποτελεί το νοτιοανατολικό τμήμα της Πελοποννήσου που έχει σύνορα, στα βόρεια την Αργολίδα και την Αρκαδία, στα νότια τη βρέχει το Μυρτώο πέλαγος και ο Λακωνικός κόλπος και στα δυτικά συνορεύει με τη Μεσσηνία. Οι αρχαίοι κάτοικοι της Λακωνικής ήταν Φοίνικες και Λέλεγες. Αργότερα, έφτασαν εκεί Πελασγοί και Ίωνες, που υπέταξαν τα προελληνικά και ελληνικά φύλα και κυριάρχησαν στη χώρα. Στη ρωμαϊκή εποχή, κατακτήθηκε από τους Ρωμαίους και έγινε το ημιαυτόνομο κοινό των Ελευθερολακώνων. Τον 3^ο αιώνα και 4^ο αιώνα μ.Χ., οι Γότθοι κατέλαβαν την περιοχή, γύρω από τον Ταΰγετο. Το 13^ο αιώνα κυριάρχησε στη χώρα ο Γουλιέλμος Βιλλεαρδουίνος και το 1460 οι Τούρκοι, που την κατέλαβαν ολόκληρη, εκτός από την περιοχή της Μάνης. Η Λακωνική συνεργάστηκε με τους επαναστάτες του 1769 και γι' αυτό δέχτηκε μεγάλα αντίποινα. Ελευθερώθηκε το 1828 (Εγκυκλοπαίδεια Υδρόγειος, 1981).

4.2 Γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά του Νομού Λακωνίας – Πληθυσμός

Στα βουνά του Νομού Λακωνίας περιλαμβάνονται:

- Ο Ταΰγετος, αποτελεί συνέχεια της οροσειράς Παναχαϊκού-Ερύμανθου-Μαίναλου, φτάνοντας μέχρι το ακρωτήριο Ταίναρο και στον οποίο ανήκει η ψηλότερη κορυφή (2.407 μ.) όλης της Πελοποννήσου, ο Προφήτης Ηλίας. Σύμφωνα με την μυθολογία, εδώ υπήρχε ο περίφημος Καιάδας, όπου οι Σπαρτιάτες έριχναν όσα παιδιά δεν ήταν αρτιμελή, ενώ πάλι κατά τα αρχαία χρόνια, από το βουνό αυτό γινόταν εξόρυξη χρυσού, μαρμάρων και άλλων πολύτιμων μετάλλων.

- Παράλληλα προς τον Ταΰγετο εκτείνεται η οροσειρά του Πάρνωννα, με την κοιλάδα του Ευρώτα να χωρίζει τις δύο οροσειρές.

Στα ποτάμια του Νομού, ανήκουν: α) ο Ευρώτας, ένας πλούσιος σε νερό ποταμός, στις όχθες του οποίου, κατά την αρχαιότητα, λούζονταν και επιδίδονταν σε γυμναστικές ασκήσεις, οι Σπαρτιάτες. β) ο Βασιλοπόταμος, με μήκος 82 χιλιόμετρα. Ενώ γνωστοί χείμαρροι είναι οι Γόργιλος, τα Καταράγια κ.ά.

Στο Νομό Λακωνίας δεν υπάρχουν λίμνες, ενώ ο Νομός έχει κλίμα εύκρατο και υγιεινό, ιδίως παραλιακά, ενώ το καλοκαίρι είναι ελαφρώς ζεστό (<http://www.hellenica.de/Griechenland/Geo/GR/NomosLakonias.html>).

Τέλος, όσον αφορά τον πληθυσμό του Νομού Λακωνίας σημειώθηκε αύξηση, σύμφωνα με τα στοιχεία απογραφής της Στατιστικής Υπηρεσίας κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Σύμφωνα, λοιπόν, με την απογραφή του 1981, οι κάτοικοι αριθμούσαν τους 93218, ενώ στην απογραφή του 1991 ο αριθμός άγγιξε τους 95696 κατοίκους και το 2001 έφτασε τους 99637 κατοίκους. Σημειώθηκε, δηλαδή, πληθυσμιακή αύξηση κατά 4% την δεκαετία 1991-2001 (Αναπτυξιακή Λακωνίας, 2009).

4.3 Είδη τουρισμού στο νομό Λακωνίας – Προβολή τουριστικού προϊόντος

Ο Νομός Λακωνίας προσφέρεται για τουριστική κατανάλωση διαφορετών μορφών τουρισμού που αναπτύσσονται στην περιοχή και οι οποίες πραγματοποιούνται καθόλη τη διάρκεια του έτους.

- **Γενικός τουρισμός:**

Ο συγκεκριμένος τουρισμός αφορά την «κατανάλωσή» του κατά τη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου του επισκέπτη-τουρίστα, ο οποίος επιδιώκει να αναπαυθεί και να ψυχαγωγηθεί παράλληλα. Διακρίνεται σε τουρισμό περιήγησης, σε τουρισμό αναψυχής και σε μικτό τουρισμό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα γενικού τουρισμού, είναι το Πάσχα στο Νομό Λακωνίας, όπου ο επισκέπτης-τουρίστας μέσα σε ένα ξεχωριστό εορταστικό περιβάλλον εντάσσεται σε ένα κλίμα μυσταγωγίας και παραδοσιακών γεύσεων και αρωμάτων.

Επιλέγοντας κανείς να περιηγηθεί στην περιοχή κάνοντας τον γύρο της Μάνης, εισέρχεται στη Μάνη περνώντας από την παραδοσιακή Αρεόπολη, για να συνεχίσει πιο βόρειο και να προσεγγίσει το Οίτυλο, στη συνέχεια συναντά τον Γερολιμένα και να καταλήξει στα Βάθεια και να επισκεφτεί τα Σπήλαια Δυρού και το Πόρτο Κάγιο (Τσιγκάκος, 2010).

- **Μορφωτικός– Πολιτιστικός τουρισμός:**

Σ' αυτή τη μορφή τουρισμού, ο επισκέπτης-τουρίστας στο Νομό Λακωνίας μπορεί να συμμετάσχει σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, να επισκεφτεί ιστορικά μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και βιβλιοθήκες, θέατρα και εκπαιδευτικά ιδρύματα. Στη Σπάρτη, μπορεί να επισκεφτεί το Αρχαιολογικό Μουσείο, όπου θα του αποκαλυφθεί η ιστορία της πόλης. Στην ίδια πόλη υπάρχει η Κουμαντάριος Πινακοθήκη, η οποία αποτελεί παράρτημα της Εθνικής Πινακοθήκης και η οποία περιέχει αξιόλογη συλλογή, ενώ φιλοξενεί δε, αξιόλογες περιοδικές εκθέσεις.

Στα όρια της πόλης, ο τουρίστας συναντά το άγαλμα του Λεωνίδα, και μέσα από λιθόστρωτα δρομάκια οδηγείται σε αρχαιολογικούς χώρους για να αντικρίσει ό,τι απέμεινε από την Αρχαία Ακρόπολη της Σπάρτης και το Θέατρο. Ο μύθος θέλει ο αρχαίος βασιλιάς Λεωνίδας να έχει ταφεί σε ένα συγκρότημα από πέτρας, το οποίο βρίσκεται κοντά στην οδό Λεωνίδου (Τσιγκάκος, 2010).

Στη Σπάρτη βρίσκονται το Μουσείο Ελιάς και Ελληνικού Λαδιού (με εντυπωσιακή αρχιτεκτονική και εκθεσιακή δομή), το Μουσείο Εκκλησιαστικής Τέχνης και η Κεντρική Βιβλιοθήκη, η οποία φιλοξενεί ανέκδοτα έργα του ποιητή Νικηφόρου Βρεττάκου. Άλλες περιοχές που συναντά κανείς πολιτιστικά ή αρχαιολογικά μνημεία είναι κατά τη διαδρομή από την Σπάρτη προς την Τρίπολη, το Σαϊνοπούλιο Άλσος και το ομώνυμο θέατρο. Στο Μυστρά υπάρχει μεγάλος αριθμός πολιτιστικών μνημείων, μοναστηριών και εκκλησιών, και το Βοτανολογικό και Γεωλογικό Μουσείο, όπου ο επισκέπτης-τουρίστας γνωρίζει τη χλωρίδα και την πανίδα του τόπου. Προχωρώντας στη Μονεμβάσια μπορεί κάποιος να επισκεφτεί την Αρχαιολογική Συλλογή που στεγάζεται στο ιστορικό διατηρητέο κτήριο που βρίσκεται μέσα στο βράχο. Στο Δυρό συναντάμε το Μουσείο Νεολιθικού Πολιτισμού, όπου αντλούμε πληροφορίες για τον τρόπο ζωής και την καθημερινότητα, αλλά και τις τελετουργικές συνήθειες και καλλιτεχνικές αναζητήσεις των κατοίκων της νεότερης και τελικής νεολιθικής εποχής (4800 π.Χ. - 3200 π.Χ.). Ακόμη, άξια προσοχής είναι το Ιστορικό και Εθνολογικό Μουσείο της Μάνης στο Γύθειο, το Μουσείο Μυστρά στον Μυστρά, το Λαογραφικό Μουσείο στη Ρηγιά και το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας στο Καστρί (Τσιγκάκος, 2010).

- **Τουρισμός Περιπέτειας–Ορεινός Τουρισμός–Αθλητικός Τουρισμός:**

Ο Νομός Λακωνία προσφέρεται για τουρισμό περιπέτειας και έντονες στιγμές στο άγριο φυσικό περιβάλλον που διαθέτει, με τα ανεξερεύνητα μονοπάτια, τις απότομες πλαγιές και τα ανεξιχνίαστα δάση του, ειδικά όσον αφορά την ανάβαση στην κορυφή του όρους Πάρνωνα, το οποίο έχει υψόμετρο 1.935 μέτρα.

Το καλοκαίρι του 1999 δημιουργήθηκε ένα αναρριχητικό πάρκο, το οποίο έχει άνοιγμα 50 διαδρομών αθλητικού χαρακτήρα, ενταγμένο στα πλαίσια του προγράμματος «Προστασία - Διαχείριση και Ήπια Τουριστική Αξιοποίηση Ταΰγету», και το οποίο βρίσκεται στην περιοχή της Λαγκάδας Ταΰγету, μερικά χιλιόμετρα μετά την Τρύπη. Οι διαδρομές του αναπτύσσονται στο Αλώνι, τις Πετσάνες, την Τουρλίτσα και τη Στάνη.

Όσον αφορά τον θαλάσσιο τουρισμό, γι' αυτούς που αγαπάνε τα θαλάσσια σπορ, ο Ναυτικός Όμιλος Λακωνίας, που έχει έδρα το Γύθειο, διεξάγει ιστιοπλοϊκούς αγώνες στους οποίους συμμετέχουν πολλοί Έλληνες και ξένοι λάτρεις των θαλάσσιων σπορ. Η Λακωνία έχει πρόσβαση στο Κυπαρίσσι, τον Γέρακα, τη Μονεμβάσια, τη Νεάπολη, την Ελαφόνησο, την Πλύτρα, το Γύθειο, τον Κότρωνας, το Πόρτο Κάγιο, αλλά και στο Γερολιμένα και το Καραβοστάσι Οιτύλου (Τσιγκάκος, 2010).

Η ορεινή ποδηλασία μπορεί να ικανοποιήσει τους λάτρεις του σπορ, καθώς ο Νομός Λακωνίας διαθέτει κατάλληλες τοποθεσίες και για το σπορ αυτό. Επίσης, έχει ολοκληρωθεί η σήμανση που αφορά την ορεινή ποδηλατική διαδρομή από Ταΰγету προς την Πηγή Μαγγανιάρη. Κάθε χρόνο δε, τον Σεπτέμβρη, πραγματοποιούνται στη Σπάρτη, οι κορυφαίες εκδηλώσεις ποδηλατικών αγώνων, γνωστοί ως «Σπαρτακιάδα».

Τέλος, ο νομός διαθέτει αρκετές δυσπρόσιτες τοποθεσίες για όσους είναι λάτρεις της τετρακίνησης, οι οποίοι μπορούν να διασχίσουν με αυτοκίνητα 4x4 τους ορεινούς δρόμους και τα ποταμάκια, τόσο στον Πάρνωνα όσο και στον Ταΰγету.

- **Θρησκευτικός Τουρισμός:**

Ο συγκεκριμένος τύπος τουρισμού έχει περιορισμένη διάρκεια και οι προσφορές στα τουριστικά πακέτα είναι πιο φθηνά από ότι των άλλων μορφών τουρισμού.

Στο νομό Λακωνίας, στον Μυστρά, υπάρχουν θρησκευτικά μνημεία, μοναστήρια και εκκλησίες. Κοντά στην Σπάρτη, σε απόσταση 20 λεπτών με το αυτοκίνητο, βρίσκεται η Ιερά μονή των Αγίων Τεσσαράκοντα Μεγαλομαρτύρων, σε ένα θαυμάσιο φυσικό τοπίο.

Στον Ταΰγετο, σε υψόμετρο 700 μέτρων, βρίσκεται η Ιερά Μονή Ζερμπίτσας, ναός αφιερωμένος στην Κοίμηση της Θεοτόκου. Με αφετηρία την Σπάρτη, η διαδρομή διαρκεί 20 λεπτά με το αυτοκίνητο. Η εικόνα της Κοιμήσεως της Θεοτόκου εορτάζεται στις 23 Σεπτεμβρίου.

Τέλος, ακολουθώντας ο επισκέπτης την εθνική οδό Τρίπολης – Σπάρτης προσεγγίζει την αρχαιότερη Μονή στο Νομό Λακωνίας, αυτή των Αγίων Αναργύρων Πάρνωνος (Τσιγκάκος, 2010).

- **Οικολογικός Τουρισμός:**

Στη Λακωνία με τον οικοτουρισμό ασχολούνται συγκεκριμένες δημοτικές επιχειρήσεις και οργανισμοί, οι οποίες είναι:

- Δημοτική Επιχείρηση Ανάπτυξης Σπάρτης Ν. Λακωνίας
- Αναπτυξιακή Κοινοτική Επιχείρηση Μονεμβασιάς (ΑΚΕΜ) Ν. Λακωνίας
- Αναπτυξιακή Εταιρεία Λακωνίας ΠΑΡΝΩΝΑ - ΤΑΪΓΕΤΟΥ Α.Ε. Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Καστανέας (ΔΕΤΑΚ) Ν. Λακωνίας
- Δημοτική Επιχείρηση Ανάπτυξης Βοιών (Δ.Ε.Π.Α.Β.) Ν. Λακωνίας

Το οικοτουριστικό έργο στοχεύει βασικά στην προώθηση νέων ήπιων μορφών τουρισμού, όπως είναι για παράδειγμα, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός υπαίθρου, ο αγροτουρισμός κ.λπ. Η προώθηση του οικοτουριστικού προϊόντος στοχεύει τις αγορές εσωτερικού και εξωτερικού, με έμφαση στους tour operators και τελικό χρήστη τον τουρίστα, σε εθνικό και σε διεθνές επίπεδο. Η έδρα του Οικοτουριστικού Κέντρου βρίσκεται στο Γύθειο του Νομού Λακωνίας (Τσιγκάκος, 2010).

- **Αγροτουρισμός:**

Η γεωργία και η κτηνοτροφία αποτελούν έναν από τους κυριότερους παραγωγικούς τομείς στο Νομό Λακωνίας, όπου υπάρχει η Αγροτουριστική Α.Ε., μια τουριστική επιχείρηση που έχει φροντίζει για την αγροτουριστική της υπαίθρου. Η φροντίδα της όμως εξαπλώνεται σε όλους τους Νομούς της Ελλάδος, προωθώντας την εξέλιξη του αγροτουρισμού, είτε μέσω συμβουλών στους επιχειρηματίες του τουρισμού, είτε στην πράξη με έργα. Στο Νομό Λακωνίας, η Αγροτουριστική Α.Ε., ανέλαβε δύο νέα ολοκληρωμένα προγράμματα, που σε συνεργασία με τη Νομαρχία, αποσκοπούν να αξιοποιήσουν τους ορεινούς όγκους του Ταΰγετου – Μάνης (εκμετάλλευση όχι μόνο της φυσικής ομορφιάς της περιοχής, αλλά και της

ιστορικότητάς της) και να εκμεταλλευτούν και να αξιοποιήσουν την περιοχή Ζάρακα Λακωνίας (ανάδειξη των πολλών μνημείων βυζαντινού πολιτισμού).

Η Λακωνία βρίσκεται πανελλαδικά στις πρώτες θέσεις για την καλλιέργεια βιολογικών προϊόντων, όπως ελιές, λεμόνια και πορτοκάλια, σύκα και καρύδια, ενώ τα τυποποιημένα βιολογικά της προϊόντα είναι το λάδι, οι ελιές, τα κρασιά και το μέλι. Η βιολογική κτηνοτροφία επιδίδεται στην εκτροφή αιγοπροβάτων, χοίρων και πουλερικών.

Οι κλιματικές συνθήκες, συνδυασμένες με το έδαφος και τις τεχνικές καλλιέργειας αποτελούν τις κύριες προϋποθέσεις στην παραγωγή άριστων γεωργικών προϊόντων. Στο Νομό Λακωνίας δραστηριοποιείται η βιομηχανική μονάδα με την επωνυμία «ΧΥΜΟΙ ΛΑΚΩΝΙΑΣ», όπου χυμοποιούνται πορτοκάλια υψηλής ποιότητας και ποικιλίας.

Επίσης, στις περιοχές Βάτικα, Μονεμβάσια, Γράμμουσα, Μαυροβούνι, Δαφνί, την και Αμύκλες βρίσκεται ο μεγαλύτερος αριθμός αμπελιών στον Νομό Λακωνίας, και οι ποικιλίες που καλλιεργούνται είναι η Μανδηλαριά, ο Φωκιανός, ο Ροδίτης, το Αγιωργίτικο, η Κυδωνίτσα, το Μαυρούδι, η Μονεμβάσια, ο Πετρουλιανός, η Μαλαγουζιά, το Μαυράκι, η Θράψα κ.ά..

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, στο νομό καλλιεργούνται κάστανα και καρύδια, ιδιαίτερα στα ορεινά χωριά του Πάρνωνα. Στον νομό, όμως, καλλιεργούνται και αυτοφυή είδη, όπως άγρια χόρτα και αρωματικά φυτά (ρίγανη και τσάι του βουνού). Η περιοχή δίνει και άριστης ποιότητας μέλι.

Κυρίαρχη θέση στην κτηνοτροφία, κατέχει η εκτροφή αιγοπροβάτων, το γάλα των οποίων δίνει εξαιρετικής ποιότητας φέτα και γιαούρτι. Επίσης, από τις χοιροτροφικές μονάδες παράγεται και καπνιστό λουκάνικο αλλά και παστά χοιρινά με άρωμα πορτοκαλιού (Τσιγκάκος, 2010).

Ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή της Μάνης αναζητούν στον τόπο αρκετές μορφές τουρισμού, όπως πολιτιστικό τουρισμό, αγροτικό, θρησκευτικό και γενικό τουρισμό. Δεν μένει αδιάφορος κανείς επισκέπτης μπροστά στην εικόνα των παραδοσιακών πύργων, των βυζαντινών εκκλησιών, της γευστικής ντόπιας παραδοσιακής κουζίνας και της καταγάλανης θάλασσας.

Προκειμένου να αυξηθεί ο τουρισμός στην περιοχή, θα μπορούσαν: α) να δημιουργηθούν και να αξιοποιηθούν οι υποδομές εκείνες που θα βοηθήσουν την τουριστική ανάπτυξη, με σκοπό τη διαφύλαξη της ποιότητας του περιβάλλοντος του Νομού Λακωνίας, β) να δημιουργηθούν και να αναπτυχθούν εναλλακτικές μορφές

τουρισμού που θα βοηθήσουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, και για τον χειμερινό-θερινό τουρισμό, αλλά και για τον θαλάσσιο-ορεινό τουρισμό, και γ) να προωθηθούν οι επενδύσεις από Έλληνες και ξένους επιχειρηματίες του τουρισμού (Τσιγκάκος, 2010).

Τέλος, κατά το παρελθόν, ο Νομός Λακωνίας προέβη – ανάμεσα στις άλλες - σε δυο εκδηλώσεις προώθησης των προϊόντων του Νομού:

- **Η γιορτή των λακωνικών προϊόντων:** είναι μια κορυφαία ευκαιρία προβολής, προώθησης και διαφημίσεων των αγαθών της λακωνικής γης και ανάδειξης της λακωνικής ομορφιάς σε ένα ευρύ κοινό καταναλωτών και εμπόρων. Η Λακωνία πήρε το μετρό για... Σύναγμα και διοργάνωσε μια ξεχωριστή γιορτή γνωριμίας με τα λακωνικά προϊόντα στο πιο πολυσύχναστο σημείο του κέντρου της Αθήνας, στην αίθουσα εκδηλώσεων του μετρό στο Σύνταγμα, το τριήμερο 26-27-28 Μαρτίου 2008 (Ανώνυμος, 2008).
- **Το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Λακωνίας:** Η Ένωση Ξενοδοχείων Λακωνίας (ΕΞΛ) παρουσίασε στη διάρκεια ημερίδας στο ΕΚΕΦΕ Δημόκριτος, το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Λακωνίας. Την ημερίδα με θέμα «Ανοικτή, Συνεργατική Διακυβέρνηση» διοργάνωσαν το Εργαστήριο Πληροφοριακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου και το Ινστιτούτο Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών του ΕΚΕΦΕ Δημόκριτος, στο πλαίσιο του ερευνητικού έργου NOMAD. Συνεργαζόμενοι φορείς για την υλοποίηση του έργου ήταν το Ελληνικό και το Αυστριακό Κοινοβούλιο, το ΕΚΕΦΕ Δημόκριτος, το Ινστιτούτο Fraunhofer Γερμανίας και οι εταιρείες Google, ATC, Kantor και Critical Publics. Σκοπός της ημερίδας ήταν να παρουσιαστούν καινοτόμοι και βέλτιστες πρακτικές, καθώς και ερευνητικές προεγγίσεις στον τομέα της ηλεκτρονικής, ανοικτής, συνεργατικής διακυβέρνησης. Η ΕΞΛ προσκλήθηκε από τους διοργανωτές της ημερίδας προκειμένου να παρουσιάσει το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Λακωνίας, ένα project αξιολόγησης, συμβουλευτικής και ελέγχου όλων των παροχών υπηρεσιών με στόχο τη διασφάλιση της ποιότητας υπηρεσιών στον προορισμό Λακωνία. Κατά τη διάρκεια της παρουσίασης ο σύμβουλος Επικοινωνίας της ΕΞΛ, Φώτης Παντόπουλος, προσδιόρισε ως βασικές αρχές του Συμφώνου την προβολή και την ανάδειξη του προορισμού Λακωνία, τη διασφάλιση της ποιότητας ως αδιαπραγμάτευτο όρο, την ελεύθερη και υγιή επιχειρηματική δραστηριότητα, την ικανοποίηση του επισκέπτη και τη συνολική

εμπειρία του και, τέλος, την οικονομική τόνωση του προορισμού ως συνολικό στόχο (Ανώνυμος, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Μέθοδος της συλλογής των δεδομένων

Με σκοπό να πραγματοποιηθεί συλλογή των δεδομένων ώστε να υλοποιηθεί η έρευνα μας δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που εμπεριείχε ερωτήσεις ονοματικές δηλαδή ερωτήσεων με απαντήσεις διττές και κλειστού τύπου. Οι 5ερωτήσεις ήταν ονοματικές αλλά έδιναν τη δυνατότητα στον ερωτηθέντα να δώσει τη δική του απάντηση άρα ήταν εν μέρει ανοιχτές, ενώ 2 ερωτήσεις ήταν εξ ολοκλήρου ανοιχτές αφού οι ερωτηθέντες απαντούσαν ότι ήθελαν αυτοί.

5.2 Επιλογή δείγματος

Το μέγεθος που είχε το δείγμα της παρούσας έρευνας είναι 40 Έλληνες επιχειρηματίες του ξενοδοχειακού κλάδου. Το δείγμα αποτελούταν από 28 ερωτηθέντες σε ποσοστό 70,0% που απάντησαν πως έχουν ξενοδοχείο, 6 άτομα σε ποσοστό 15,0% απάντησαν πως είναι ιδιοκτήτες camping και 6 άτομα σε ποσοστό 15,0% απάντησαν πως είναι ιδιοκτήτες ενοικιαζόμενων δωματίων. Επίσης 11 ερωτηθέντες σε ποσοστό 27,5% απάντησαν πως η ξενοδοχειακή τους επιχείρηση είναι 2 αστέρων, 23 άτομα σε ποσοστό 57,5% απάντησαν πως η ξενοδοχειακή επιχείρηση που έχουν είναι 3 αστέρων και 6 άτομα σε ποσοστό 15,0% απάντησαν πως η ξενοδοχειακή επιχείρηση που διατηρούν είναι 4 αστέρων. Ταυτόχρονα 28 ερωτηθέντες σε ποσοστό 70,0% απάντησαν πως τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών, 10 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών και μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως τους χειμερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών. Ενώ παρατηρήθηκε πως 17 ερωτηθέντες σε ποσοστό 42,5% απάντησαν πως οι περισσότεροι τουρίστες που τους επισκέπτονται κατάγονται από την Ελλάδα,

ενώ 23 άτομα σε ποσοστό 57,5% απάντησαν πως οι περισσότεροι τουρίστες που τους επισκέπτονται κατάγονται από χώρες του εξωτερικού.

| ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΛΑΒΑΝ ΜΕΡΟΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ | |
|--|---|
| ARDAMIS-MONEMBAΣΙΑ | CASTELO DI ANTICO-ΓΥΘΕΙΟ |
| LIMENI VILLAGE-ΛΙΜΕΝΙ | ITILO HOTEL-ΝΕΟ ΟΙΤΥΛΟ |
| ΜΑΝΙΑΤΙΣ-ΣΠΑΡΤΗ | CAMPING MELTEMI |
| ΞΕΝΩΝΑΣ ΚΕΛΛΙΑ-MONEMBAΣΙΑ | CAMPING GYTHEION BAY |
| ANNEMA-MONEMBAΣΙΑ | MANI BEACH CAMPING |
| KLELIA HOTEL-MONEMBAΣΙΑ | VASILIOS APARTMENTS HOTEL-ΛΙΜΕΝΙ |
| SIMOS MARE RESORT-ΕΛΑΦΟΝΗΣΟΣ | TALETON SPARTI COUNTRY HOUSE-ΦΑΡΙΑΔΑ |
| STUDIOS RESBITHAS-ΓΥΘΕΙΟ | BELLE HELLENE-ΒΑΘΥ ΓΥΘΕΙΟ |
| ΔΩΜΑΤΙΑ ΚΟΥΡΜΑΣ-ΛΙΜΕΝΙ | LA BOHEME-ΓΥΘΕΙΟ |
| SIMOS CAMPING-ΕΛΑΦΟΝΗΣΟΣ | ALAS RESORT & SPA-ΕΛΙΑ ΛΑΚΩΝΙΑΣ |
| ONAR MANI SUITES-ΝΕΟ ΟΙΤΥΛΟ | ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΥΝΙΣΚΑ-ΠΛΥΤΡΑ ΛΑΚΩΝΙΑΣ |
| MALVASIA TRADITIONAL HOTEL-MONEMBAΣΙΑ | CAMPING CASTLE VIEW -ΜΥΣΤΡΑΣ |
| ΚΑΡΑΒΙ-ΑΡΕΟΠΟΛΗ | MONI EMVASIS LUXURY SUITES - MONEMBAΣΙΑ |
| ΕΛΑΦΟΝΙΣΟΣ DIAMOND RESORT-ΕΛΑΦΟΝΗΣΟΣ | ΤΟ ΠΑΠΠΟΥΔΙΚΟ-ΑΡΕΟΠΟΛΗ |
| ΜΕΝΕΛΑΙΟΝ-ΣΠΑΡΤΗ | PORTO VITILLO BOUTIQUE HOTEL-ΚΑΡΑΒΟΣΤΑΣΙ |
| ΔΙΟΣΚΟΥΡΟΙ-ΣΠΑΡΤΗ | BYZANTIO-ΜΥΣΤΡΑΣ |
| ΑΠΟΛΛΩΝ-ΣΠΑΡΤΗ | MANI HOTEL-ΑΡΕΟΠΟΛΗ |
| ΑΚΤΑΙΟΝ -ΓΥΘΕΙΟ | ELEZAR-ΝΕΟ ΟΙΤΥΛΟ |
| ΙΛΑΕΙΡΑ MOUNTAIN HOTEL-ΤΟΡΙΖΑ | LIMIRA MARE HOTEL-ΝΕΑΠΟΛΗ |
| APPLAUSE-ΒΙΓΚΛΑΦΙΑ | NEAPOLI ROOMS-ΝΕΑΠΟΛΗ |

5.3 Στατιστικές μέθοδοι

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν τροποποιήθηκαν κατάλληλα και στη συνέχεια εισάχθηκαν στο στατιστικό πρόγραμμα PASW STATISTICS SPSS. Με το συγκεκριμένο πρόγραμμα πραγματοποιήθηκε ανάλυση των δεδομένων και δημιουργία πινάκων και γραφημάτων για την παρουσίαση αυτών.

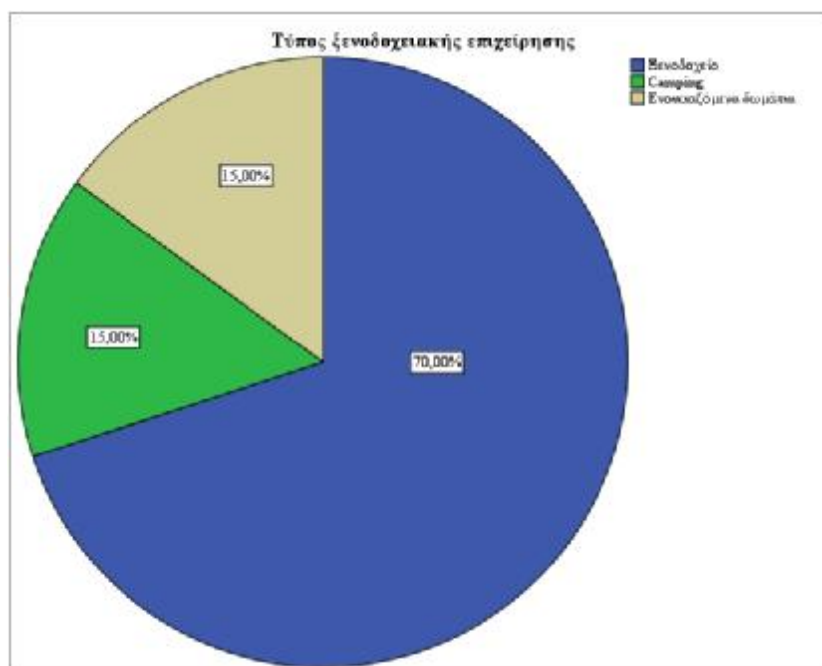
5.4 Αποτελέσματα έρευνας

1. Τύπος ξενοδοχειακής επιχείρησης

Τύπος ξενοδοχειακής επιχείρησης

| | Frequency | Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|--------------------|
| Valid Ξενοδοχείο | 28 | 70,0 | 70,0 |
| Camping | 6 | 15,0 | 85,0 |
| Ενοικιαζόμενα δωμάτια | 6 | 15,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Πρώτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε τον τύπο επιχείρησης που διατηρούν. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 πρώτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του πρώτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με τον τύπο επιχείρησης που διατηρούν.

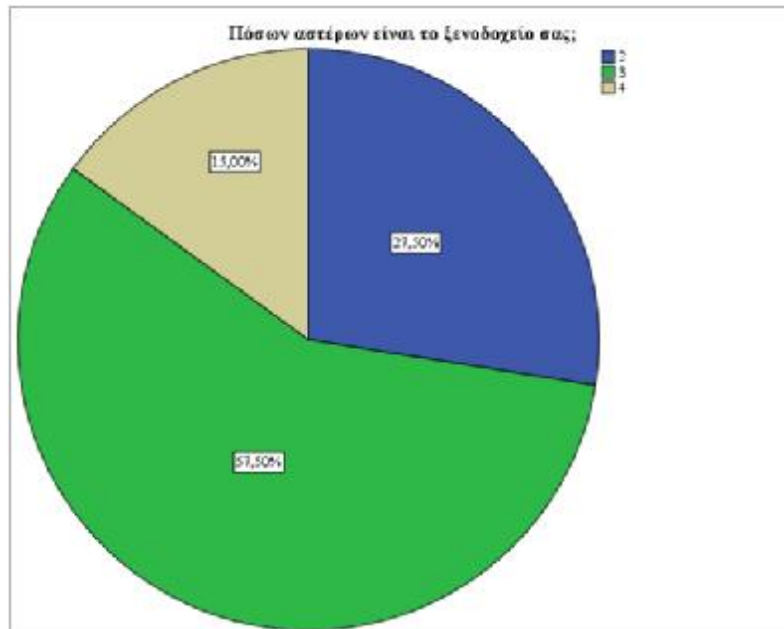
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της πρώτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του πρώτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 28 ερωτηθέντες σε ποσοστό 70,0% απάντησαν πως έχουν ξενοδοχείο. Στην συνέχεια 6 άτομα σε ποσοστό 15,0% απάντησαν πως είναι ιδιοκτήτες camping, τέλος 6 άτομα σε ποσοστό 15,0% απάντησαν πως είναι ιδιοκτήτες ενοικιαζόμενων δωματίων.

2. Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας;

Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας;

| | Frequenc y | Percent | Cumulative Percent |
|---------|---------------|---------|-----------------------|
| Valid 2 | 11 | 27,5 | 27,5 |
| 3 | 23 | 57,5 | 85,0 |
| 4 | 6 | 15,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Δεύτερος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο τους. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1δεύτερης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του δεύτερου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο

συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με τα πόσα αστέρια έχει το ξενοδοχείο που διατηρούν.

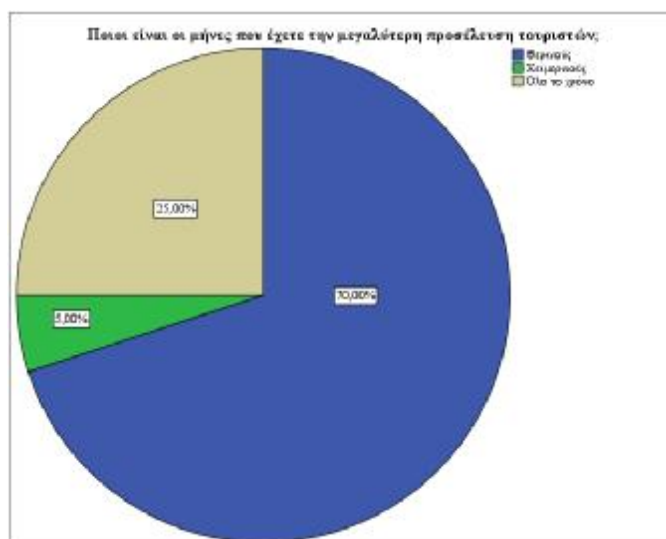
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της δεύτερης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του δεύτερου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 11 ερωτηθέντες σε ποσοστό 27,5% απάντησαν πως η ξενοδοχειακή τους επιχείρηση είναι 2 αστέρων, 23 άτομα σε ποσοστό 57,5% απάντησαν πως η ξενοδοχειακή επιχείρηση που έχουν είναι 3 αστέρων, τέλος 6 άτομα σε ποσοστό 15,0% απάντησαν πως η ξενοδοχειακή επιχείρηση που διατηρούν είναι 4 αστέρων.

3. Ποιοι είναι οι μήνες που έχετε την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών;

Ποιοι είναι οι μήνες που έχετε την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών;

| | Frequency | Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|--------------------|
| Valid Θερινούς | 28 | 70,0 | 70,0 |
| Χειμερινούς | 2 | 5,0 | 75,0 |
| Όλο το χρόνο | 10 | 25,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Τρίτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε ποιους μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 τρίτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του τρίτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με τους μήνες που έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών.

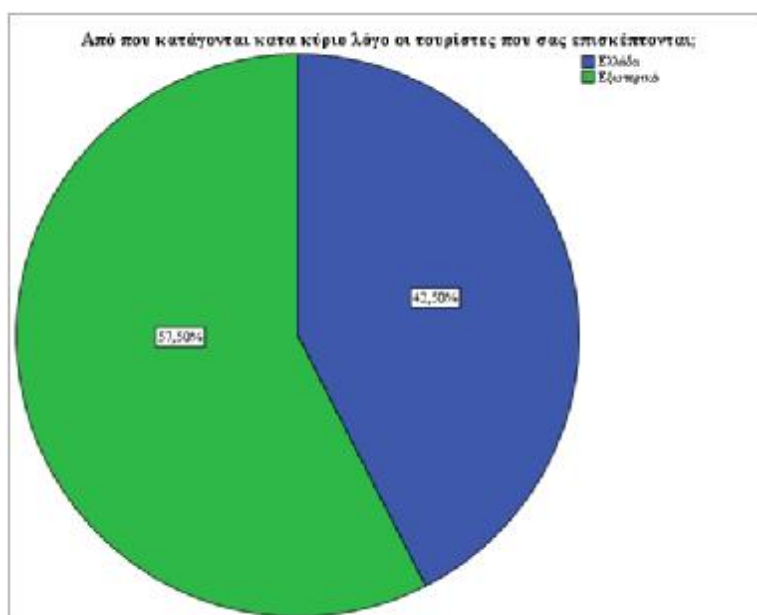
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της τρίτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του τρίτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 28 ερωτηθέντες σε ποσοστό 70,0% απάντησαν πως τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών, μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως τους χειμερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών, τέλος 10 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών.

4. Από πού κατάγονται κατά κύριο λόγο οι τουρίστες που σας επισκέπτονται;

Από πού κατάγονται κατά κύριο λόγο οι τουρίστες που σας επισκέπτονται;

| | Frequency | Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Valid Ελλάδα | 17 | 42,5 | 42,5 |
| Εξωτερικό | 23 | 57,5 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Τέταρτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε από πού κατάγονται κατά κύριο λόγο οι τουρίστες που τους επισκέπτονται. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 τέταρτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του τέταρτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το από πού κατάγονται κατά κύριο λόγο οι τουρίστες που τους επισκέπτονται.

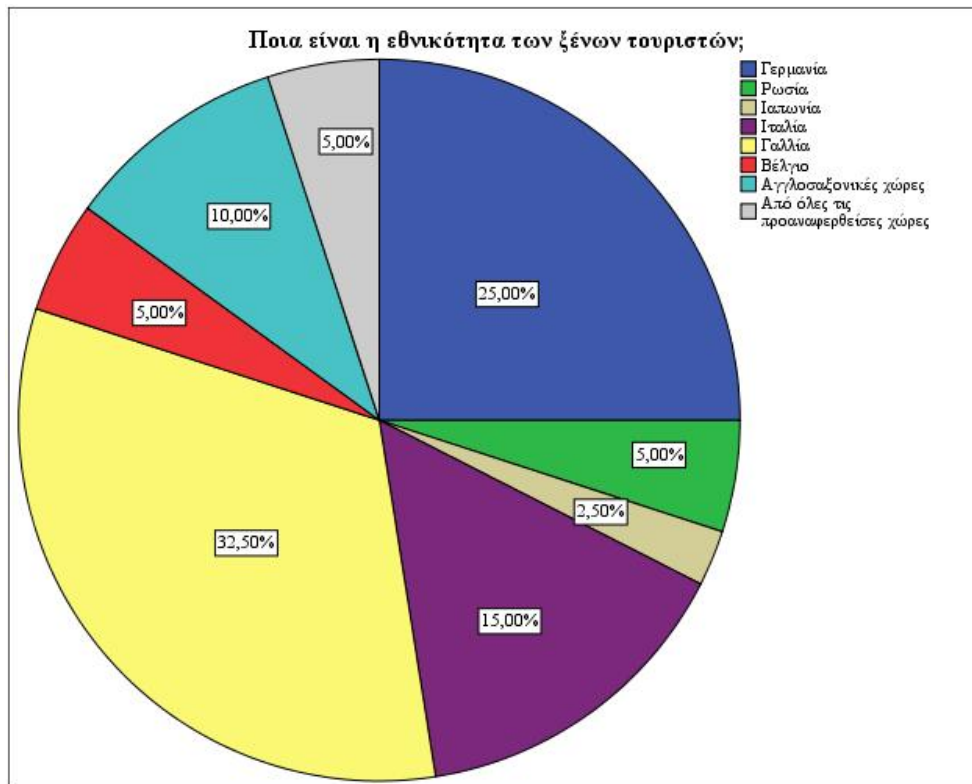
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της τέταρτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του τέταρτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 17 ερωτηθέντες σε ποσοστό 42,5% απάντησαν πως οι περισσότεροι τουρίστες που τους επισκέπτονται κατάγονται από την Ελλάδα, ενώ 23 άτομα σε ποσοστό 57,5% απάντησαν πως οι περισσότεροι τουρίστες που τους επισκέπτονται κατάγονται από χώρες του εξωτερικού.

5. Ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών;

Ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών;

| | Frequency | Percent | Cumulative Percent |
|---|-----------|--------------|--------------------|
| Valid Γερμανία | 10 | 25,0 | 25,0 |
| Ρωσία | 2 | 5,0 | 30,0 |
| Ιαπωνία | 1 | 2,5 | 32,5 |
| Ιταλία | 6 | 15,0 | 47,5 |
| Γαλλία | 13 | 32,5 | 80,0 |
| Βέλγιο | 2 | 5,0 | 85,0 |
| Αγγλοσαξονικές χώρες | 4 | 10,0 | 95,0 |
| Από όλες τις προαναφερθείσες χώρες | 2 | 5,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Πέμπτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 πέμπτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του πέμπτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών.

Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της πέμπτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του πέμπτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 10 ερωτηθέντες σε ποσοστό 25,0% απάντησαν πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι η Γερμανία, 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι η Ρωσία, 1 άτομο σε ποσοστό 2,5% απάντησε πως η εθνικότητα των τουριστών που τον επισκέπτονται είναι η Ιαπωνία, 6 άτομα σε ποσοστό 15,0% απάντησαν πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι η Ιταλία, 13 άτομα σε ποσοστό 32,5% απάντησαν πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι η Γαλλία, 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι το Βέλγιο, 4 άτομα σε ποσοστό 10,0% απάντησαν πως η εθνικότητα των

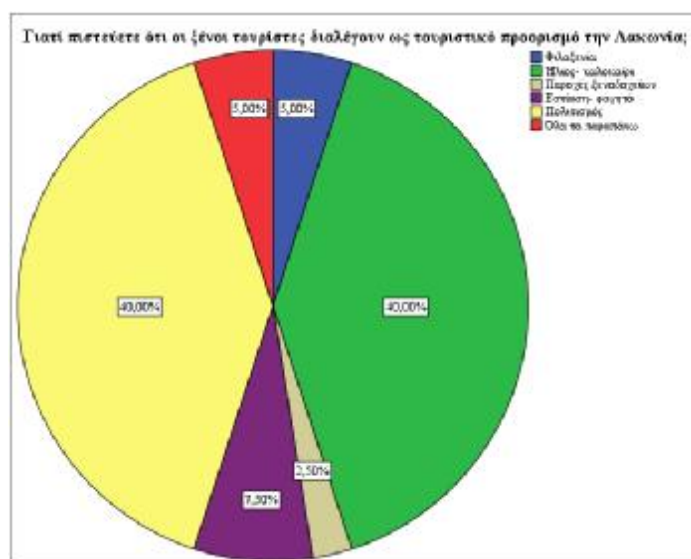
τουριστών που τους επισκέπτονται είναι από Αγγλοσαξονικές χώρες, τέλος 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται δεν είναι κάποια συγκεκριμένη αλλά είναι από όλες τις προαναφερθείσες χώρες.

6. Γιατί πιστεύετε ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία;

Γιατί πιστεύετε ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία;

| | Frequency | Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|--------------------|
| Valid Φιλοξενία | 2 | 5,0 | 5,0 |
| Ήλιος- καλοκαίρι | 16 | 40,0 | 45,0 |
| Παροχές ξενοδοχείων | 1 | 2,5 | 47,5 |
| Εστίαση- φαγητό | 3 | 7,5 | 55,0 |
| Πολιτισμός | 16 | 40,0 | 95,0 |
| Όλα τα παραπάνω | 2 | 5,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Έκτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε γιατί πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 έκτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του έκτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το γιατί πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία.

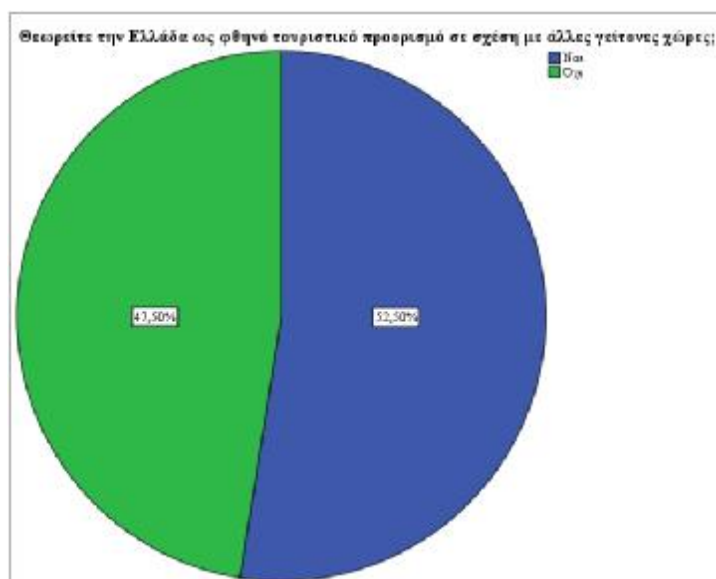
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της έκτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του έκτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της φιλοξενίας, 16 άτομα σε ποσοστό 40,0% απάντησαν πως πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της καλοκαιρίας και του ήλιου, 1 άτομο σε ποσοστό 2,5% απάντησε πως πιστεύει ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω των παροχών των ξενοδοχείων. Στην συνέχεια 3 άτομα σε ποσοστό 7,5% απάντησαν πως πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της εστίασης, 16 άτομα σε ποσοστό 40,0% απάντησαν πως πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω του πολιτισμού της, τέλος 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία για όλους τους προαναφερθέντες λόγους.

7. Θεωρείτε την Ελλάδα ως φθηνό τουριστικό προορισμό σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες;

Θεωρείτε την Ελλάδα ως φθηνό τουριστικό προορισμό σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες;

| | Frequenc y | Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------------------|----------------|-------------------------------|
| Valid Ναι | 21 | 52,5 | 52,5 |
| Όχι | 19 | 47,5 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Έβδομος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε αν πιστεύουν ότι η Ελλάδα είναι ένας φθηνός τουριστικός προορισμός σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 έβδομης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του έβδομου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο

συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το εάν θεωρούν την Ελλάδα ως φθηνό τουριστικό προορισμό σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες.

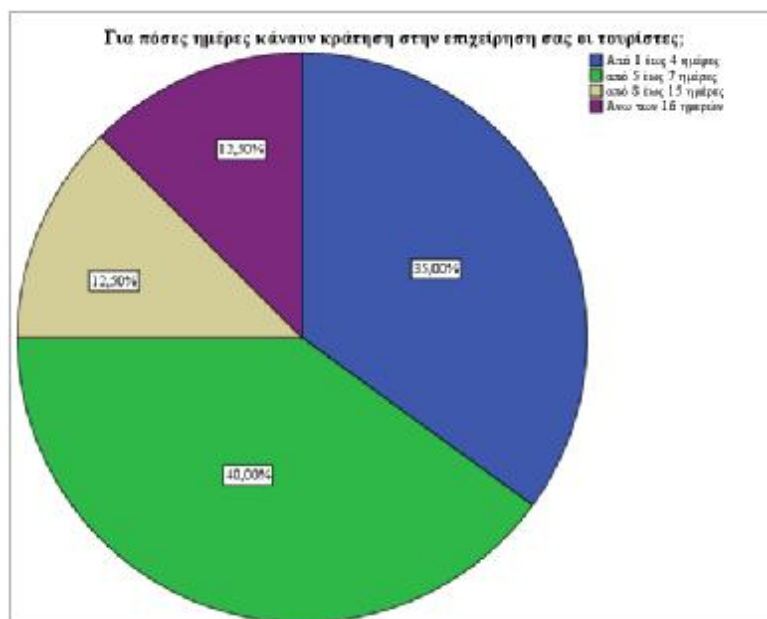
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της έβδομης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του έβδομου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 21 ερωτηθέντες σε ποσοστό 52,5% απάντησαν πως θεωρούν την Ελλάδα ως φθηνό τουριστικό προορισμό σε σχέση με τον ανταγωνισμό των άλλων γειτόνων χώρων, ενώ 19 άτομα σε ποσοστό 47,5% απάντησαν πως δεν θεωρούν την Ελλάδα ως φθηνό τουριστικό προορισμό σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες.

8. Για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή σας οι τουρίστες;

Για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή σας οι τουρίστες;

| | Frequenc y | Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------------------|-----------------------|----------------|-------------------------------|
| Valid Από 1 έως 4 ημέρες | 14 | 35,0 | 35,0 |
| από 5 έως 7 ημέρες | 16 | 40,0 | 75,0 |
| από 8 έως 15 ημέρες | 5 | 12,5 | 87,5 |
| Άνω των 16 ημερών | 5 | 12,5 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Όγδοος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή τους οι τουρίστες. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 **όγδοης ερώτησης:** Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του όγδου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή τους οι τουρίστες.

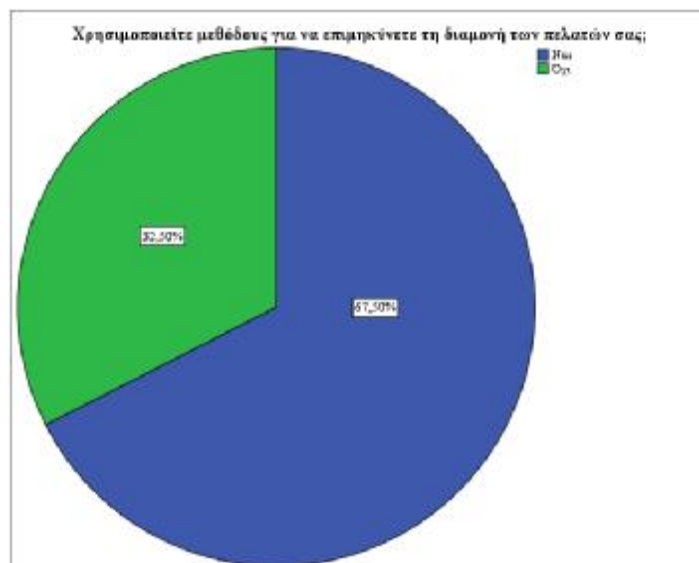
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της όγδοης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του όγδου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 14 ερωτηθέντες σε ποσοστό 35,0% απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή τους από 1 έως 4 ημέρες, 16 άτομα σε ποσοστό 40,0% απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή τους από 5 έως 7 ημέρες, 5 άτομα σε ποσοστό 12,5% απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή τους από 8 έως 15 ημέρες, τέλος 5 άτομα σε ποσοστό 12,5% απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή τους πάνω από 16 ημέρες.

9. Χρησιμοποιείτε μεθόδους για να επιμηκύνετε τη διαμονή των πελατών σας;

Χρησιμοποιείτε μεθόδους για να επιμηκύνετε τη διαμονή των πελατών σας;

| | Frequenc y | Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------------------|----------------|-------------------------------|
| Valid Ναι | 27 | 67,5 | 67,5 |
| Όχι | 13 | 32,5 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Ένατος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε εάν χρησιμοποιούν μεθόδους για να επιμηκύνουν τη διαμονή των πελατών τους. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 ένατης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του ένατου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο

συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το εάν χρησιμοποιούν μεθόδους για να επιμηκύνουν τη διαμονή των πελατών τους.

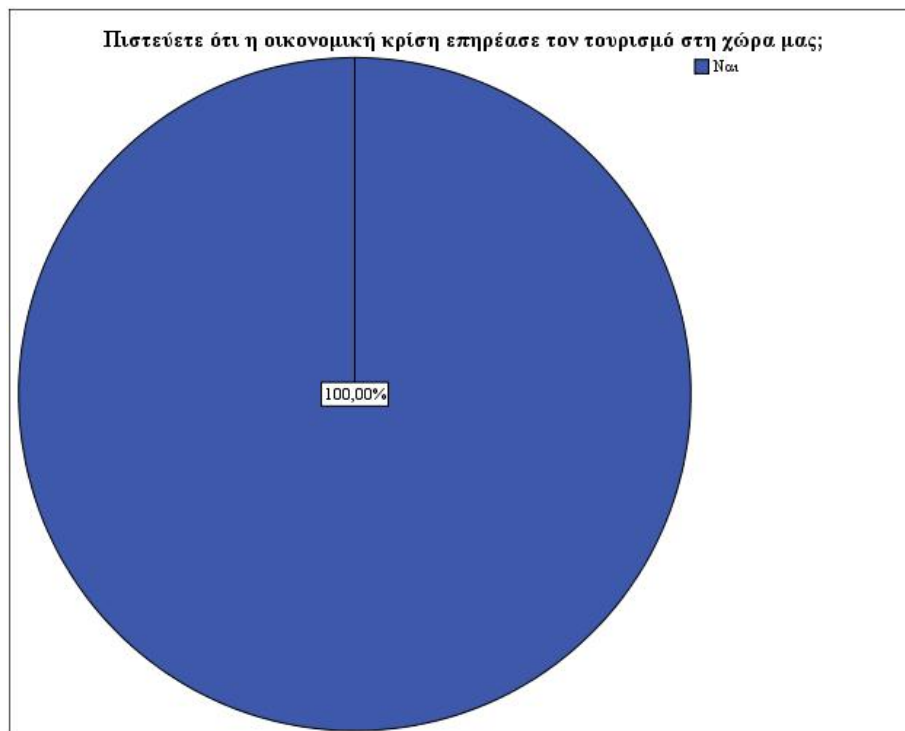
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της ένατης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του ένατου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 27 ερωτηθέντες σε ποσοστό 67,5% απάντησαν πως χρησιμοποιούν μεθόδους για να επιμηκύνουν τη διαμονή των πελατών τους, ενώ 13 άτομα σε ποσοστό 32,5% απάντησαν πως δεν χρησιμοποιούν μεθόδους για να επιμηκύνουν τη διαμονή των πελατών τους.

10. Πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στη χώρα μας;

Πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον
τουρισμό στη χώρα μας;

| | Freque ncy | Percent | Cumulative Percent |
|-----------|---------------|---------|-----------------------|
| Valid Ναι | 40 | 100,0 | 100,0 |

Δέκατος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε εάν πιστεύουν ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στη χώρα μας. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 δέκατης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του δέκατου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό

ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το εάν πιστεύουν ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στη χώρα μας.

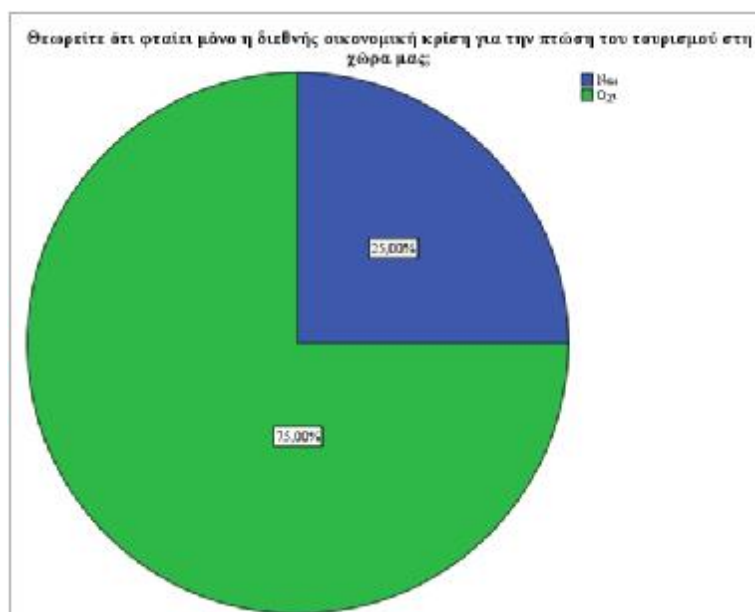
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της δέκατης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του δέκατου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι και οι 40 ερωτηθέντες σε ποσοστό 100,0% απάντησαν πως πιστεύουν ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στη χώρα μας.

11. Θεωρείτε ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας;

Θεωρείτε ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας;

| | Frequenc y | Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------------------|----------------|-------------------------------|
| Valid Ναι | 10 | 25,0 | 25,0 |
| Όχι | 30 | 75,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Ενδέκατος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε εάν θεωρούν ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 ενδέκατης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του ενδέκατου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το εάν θεωρούν ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας.

Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της ενδέκατης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του ενδέκατου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 10 ερωτηθέντες σε ποσοστό 25,0% απάντησαν πως θεωρούν ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, ενώ 30 άτομα σε ποσοστό απάντησαν πως δεν θεωρούν ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας.

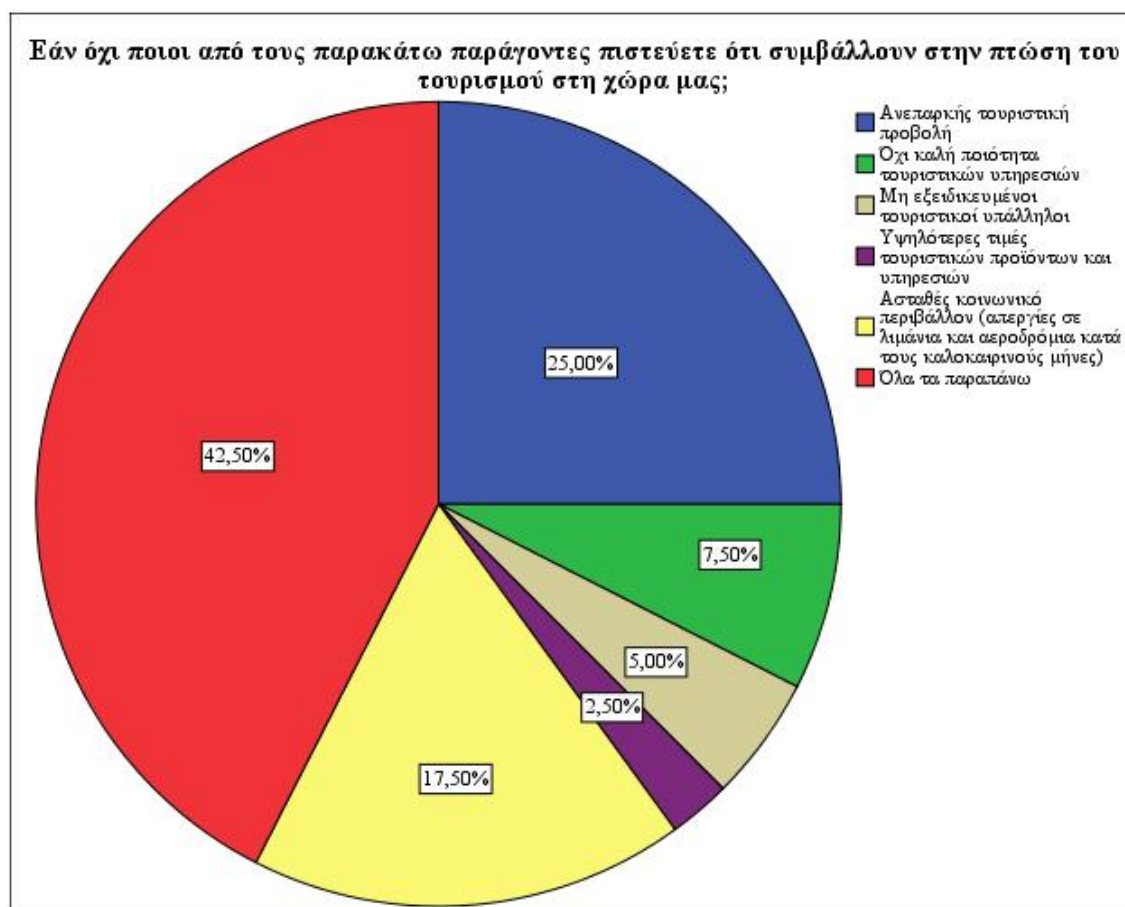
12. Εάν όχι ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες πιστεύετε ότι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας;

Εάν όχι ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες πιστεύετε ότι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας;

| | Frequenc y | Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------------------|----------------|-------------------------------|
| Valid Ανεπαρκής τουριστική προβολή | 10 | 25,0 | 25,0 |
| Όχι καλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών | 3 | 7,5 | 32,5 |
| Μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι | 2 | 5,0 | 37,5 |
| Υψηλότερες τιμές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών | 1 | 2,5 | 40,0 |
| Ασταθές κοινωνικό περιβάλλον (απεργίες σε λιμάνια και αεροδρόμια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες) | 7 | 17,5 | 57,5 |
| Όλα τα παραπάνω | 17 | 42,5 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Δωδέκατος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε τους παράγοντες που πιστεύουν ότι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το

ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 δωδέκατης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του δωδέκατου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με τους παράγοντες που πιστεύουν ότι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας.

Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της δωδέκατης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του δωδέκατου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 10 ερωτηθέντες σε ποσοστό 25,0% απάντησαν πως η ανεπαρκής τουριστική προβολή συμβάλλει στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, 3 άτομα σε ποσοστό 7,5% απάντησαν πως η μη καλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών συμβάλλει στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας. Στην συνέχεια 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν

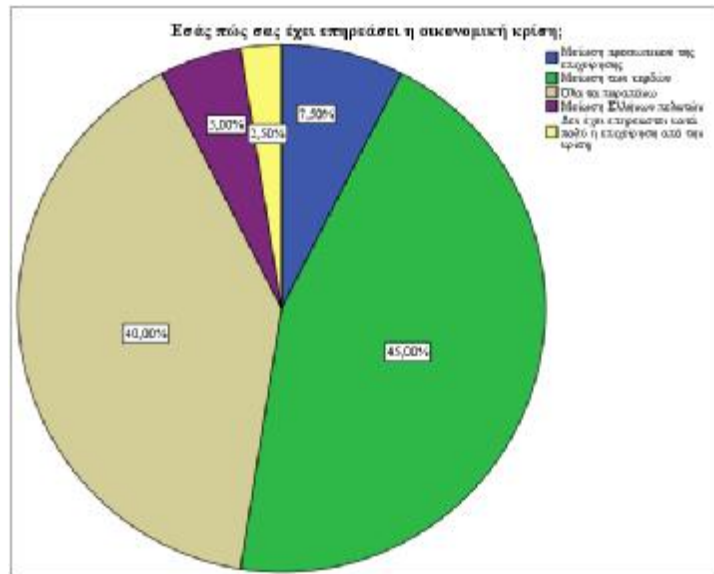
πως οι μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, 1 άτομο σε ποσοστό 2,5% απάντησε πως οι υψηλότερες τιμές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, 7 άτομα σε ποσοστό 17,5% απάντησαν πως το ασταθές κοινωνικό περιβάλλον συμβάλλει στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, τέλος 17 άτομα σε ποσοστό 42,5% απάντησαν όλοι οι παραπάνω λόγοι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας.

13. Εσάς πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση;

Εσάς πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση;

| | Frequency | Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------|---------|--------------------|
| Valid Μείωση προσωπικού της επιχείρησης | 3 | 7,5 | 7,5 |
| Μείωση των κερδών | 18 | 45,0 | 52,5 |
| Όλα τα παραπάνω | 16 | 40,0 | 92,5 |
| Μείωση Ελλήνων πελατών | 2 | 5,0 | 97,5 |
| Δεν έχει επηρεαστεί κατά πολύ η επιχείρηση από την κρίση | 1 | 2,5 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Δέκατος τρίτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε πως τους έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 δέκατης τρίτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του δέκατου τρίτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το πως τους έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση.

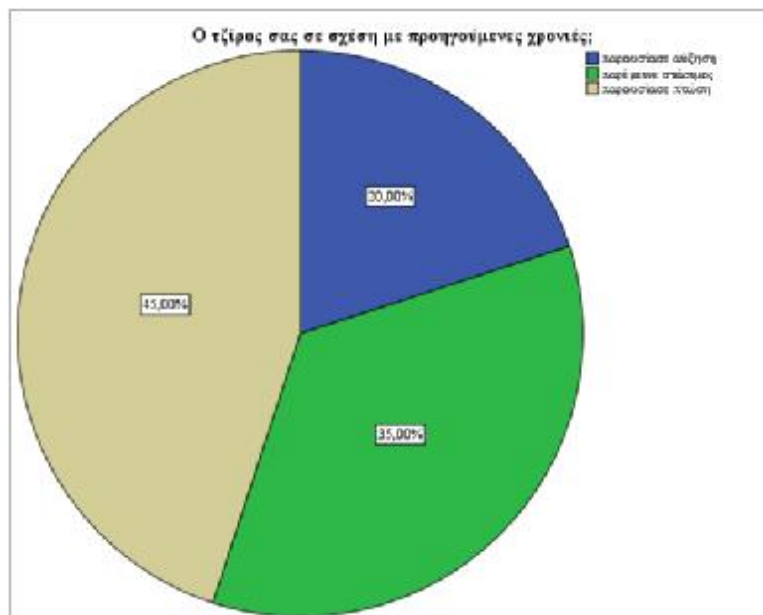
Όστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της δέκατης τρίτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του δέκατου τρίτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 3 ερωτηθέντες σε ποσοστό 7,5% απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση του προσωπικού της επιχείρησης, 18 άτομα σε ποσοστό 45,0% απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση των κερδών, 16 άτομα σε ποσοστό 40,0% απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε και με τους 2 προαναφερθέντες λόγους. Στην συνέχεια 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με την μείωση των Ελλήνων πελατών, τέλος μόλις 1 άτομο σε ποσοστό 2,5% απάντησε πως η επιχείρηση του δεν έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση.

14. Ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές;

Ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές;

| | Frequenc y | Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------|---------------|---------|-----------------------|
| Valid παρουσίασε αύξηση | 8 | 20,0 | 20,0 |
| παρέμεινε στάσιμος | 14 | 35,0 | 55,0 |
| παρουσίασε πτώση | 18 | 45,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Δέκατος τέταρτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε την μεταβολή του τζίρου σε σχέση με προηγούμενες χρονιές. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 δέκατης τέταρτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του δέκατου τέταρτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με την μεταβολή του τζίρου σε σχέση με προηγούμενες χρονιές.

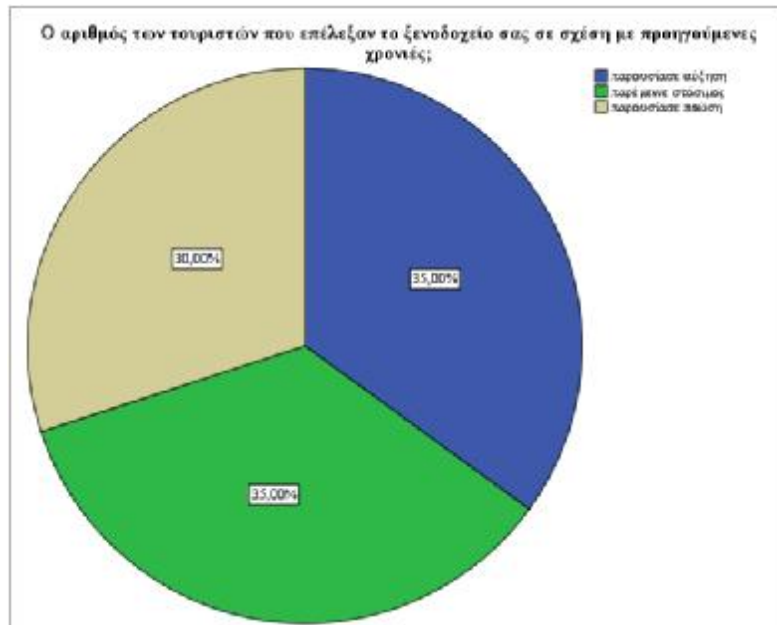
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της δέκατης τέταρτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του δέκατου τέταρτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 8 ερωτηθέντες σε ποσοστό 20,0% απάντησαν πως ο τζίρος τους παρουσίασε αύξηση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, 14 άτομα σε ποσοστό 35,0% απάντησαν πως ο τζίρος τους δεν είχε καμία μεταβολή και παρέμεινε στάσιμος σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, τέλος 18 άτομα σε ποσοστό 45,0% απάντησαν πως ο τζίρος τους παρουσίασε πτώση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές.

15. Ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές;

Ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές;

| | Frequenc y | Percent | Cumulative Percent |
|------------------------------------|-----------------------|----------------|-------------------------------|
| Valid παρουσίασε αύξηση | 14 | 35,0 | 35,0 |
| παρέμεινε στάσιμος | 14 | 35,0 | 70,0 |
| παρουσίασε πτώση | 12 | 30,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Δέκατος πέμπτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε τον αριθμό των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο τους σε σχέση με προηγούμενες χρονιές. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 δέκατης πέμπτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του δέκατου πέμπτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με τον αριθμό των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο τους σε σχέση με προηγούμενες χρονιές.

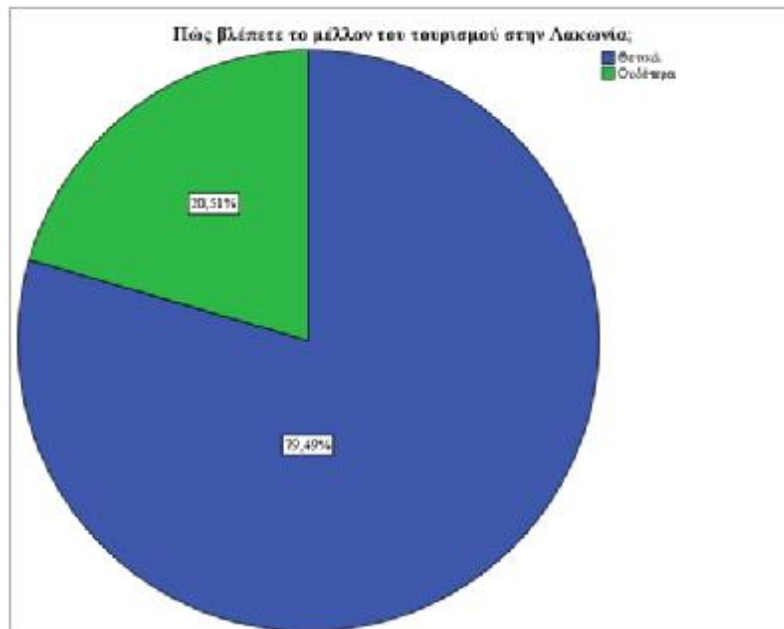
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της δέκατης πέμπτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του δέκατου πέμπτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 14 ερωτηθέντες σε ποσοστό 35,0% απάντησαν πως ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε αύξηση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, 14 άτομα σε ποσοστό 35,0% απάντησαν πως ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο δεν είχε καμία μεταβολή και παρέμεινε στάσιμος, τέλος 12 άτομα σε ποσοστό 30,0% απάντησαν πως ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε πτώση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές.

16. Πως βλέπετε το μέλλον του τουρισμού στην Λακωνία;

Πώς βλέπετε το μέλλον του τουρισμού στην Λακωνία;

| | Frequency | Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Valid Θετικά | 32 | 80,0 | 80,0 |
| Ουδέτερα | 8 | 20,0 | 100,0 |
| Σύνολο | 40 | 100,0 | |

Δέκατος έκτος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε πώς βλέπουν το μέλλον του τουρισμού στην Λακωνία. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 δέκατης έκτης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του δέκατου έκτου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό

ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με το πώς βλέπουν το μέλλον του τουρισμού στην Λακωνία.

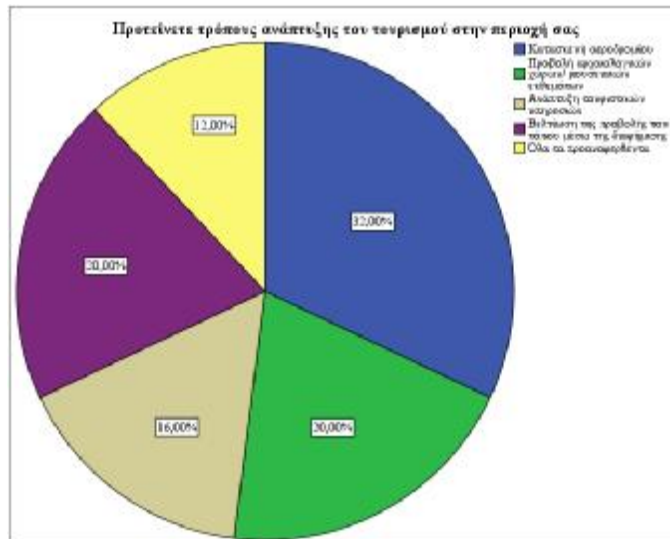
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της δέκατης έκτης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του δέκατου έκτου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 32 ερωτηθέντες σε ποσοστό 80,0% απάντησαν πως βλέπουν θετικά το μέλλον του τουρισμού στην Λακωνία, ενώ 8 άτομα σε ποσοστό 20,0% απάντησαν πως βλέπουν ουδέτερα το μέλλον του τουρισμού στην Λακωνία.

17. Προτείνετε τρόπους ανάπτυξης του τουρισμού στην περιοχή σας

Προτείνετε τρόπους ανάπτυξης του τουρισμού στην περιοχή σας

| | | Frequenc | | Valid | Cumulative |
|-----------------------|--|-----------------|----------------|----------------|-------------------|
| | | y | Percent | Percent | Percent |
| Valid | Κατασκευή αεροδρομίου | 8 | 20,0 | 32,0 | 32,0 |
| | Προβολή αρχαιολογικών χώρων/ μουσειακών εκθεμάτων | 5 | 12,5 | 20,0 | 52,0 |
| | Ανάπτυξη τουριστικών υπηρεσιών | 4 | 10,0 | 16,0 | 68,0 |
| | Βελτίωση της προβολής του τόπου μέσω της διαφήμισης | 5 | 12,5 | 20,0 | 88,0 |
| | Όλα τα προαναφερθέντα | 3 | 7,5 | 12,0 | 100,0 |
| | Σύνολο | 25 | 62,5 | 100,0 | |
| Missing System | | 15 | 37,5 | | |
| Σύνολο | | 40 | 100,0 | | |

Δέκατος έβδομος Πίνακας: Στον πίνακα που προηγείται είναι εμφανείς οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνούσε τρόπους ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους. Στην πρώτη στήλη παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης, στη δεύτερη παρουσιάζεται το ποσοστό επί της εκατό που είχε η κάθε απάντηση, στην τρίτη παρουσιάζεται το έγκυρο ποσοστό επί τοις εκατό κάθε απάντησης και στην τελευταία παρουσιάζεται το αθροιστικό ποσοστό της κάθε απάντησης.



Εικόνα 1 δέκατης έβδομης ερώτησης: Στην εικόνα που προηγείται παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα του δέκατου έβδομου πίνακα. Πιο αναλυτικά στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου πίτας (piechart) παρουσιάζονται τα επί τοις εκατό ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με τους τρόπους ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους.

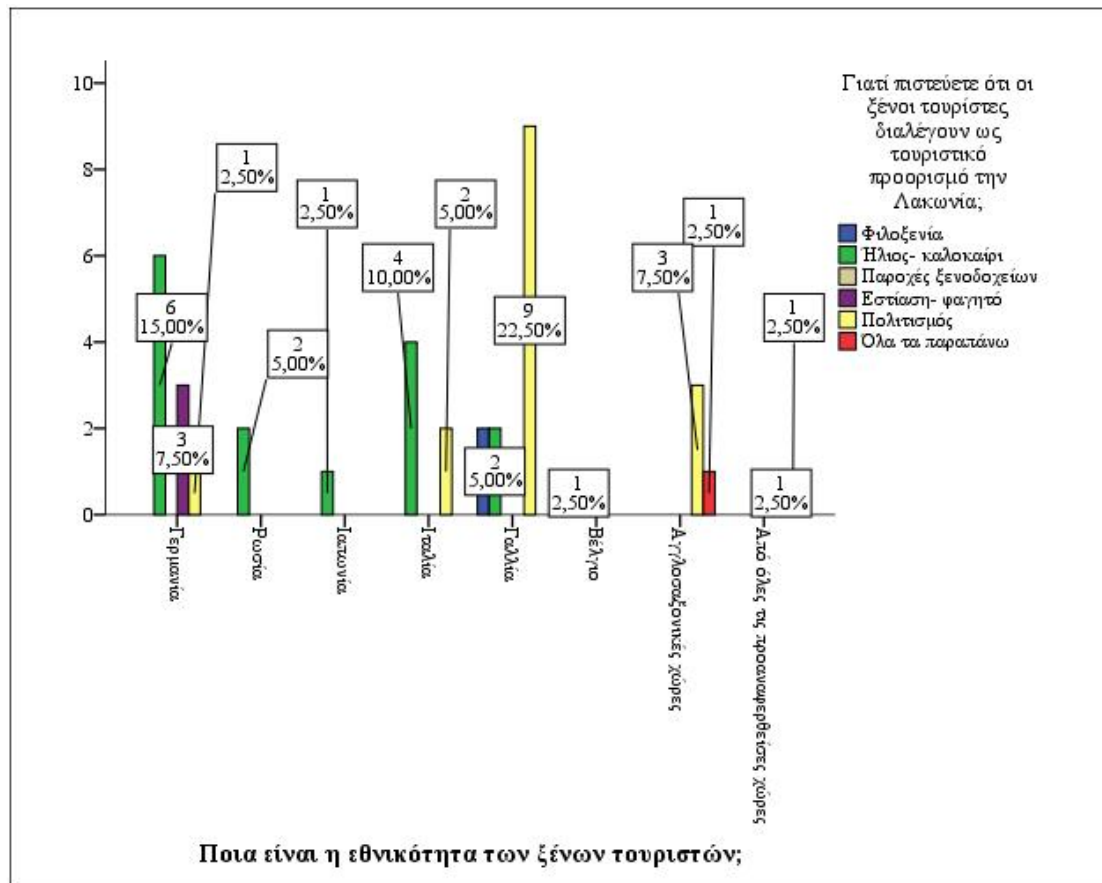
Ωστε να παρατηρηθούν τα αποτελέσματα της δέκατης έβδομης ερώτησης στο συγκεκριμένο σημείο θα πραγματοποιηθεί ανάλυση του δέκατου έβδομου πίνακα και των δύο εικόνων που τον συνοδεύουν. Αρχικά είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 8 ερωτηθέντες σε ποσοστό 32,0% απάντησαν πως η κατασκευή αεροδρομίου είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους, 5 άτομα σε ποσοστό 20,0% απάντησαν πως η προβολή των αρχαιολογικών χώρων και των μουσειακών εκθεμάτων είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους. Στην συνέχεια 4 άτομα σε ποσοστό 16,0% απάντησαν πως η ανάπτυξη τουριστικών υπηρεσιών είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους, 5 άτομα σε ποσοστό 20,0% απάντησαν πως η βελτίωση της προβολής του τόπου μέσω της διαφήμισης είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους, τέλος 3 άτομα σε ποσοστό 12,0% απάντησαν όλα τα προαναφερθέντα είναι τρόποι ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους.

CROSSTABS

- **Crosstabulation** της ερώτησης ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών και της ερώτησης γιατί πιστεύετε ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία

| | | Γιατί πιστεύετε ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία; | | | | | | Σύνολο |
|--|------------------------------------|---|-----------------|---------------------|----------------|------------|-----------------|--------|
| | | Φιλοξενία | Ήλιος-καλοκαίρι | Παροχές ξενοδοχείων | Εστίαση-φαγητό | Πολιτισμός | Όλα τα παραπάνω | |
| Ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών; | Γερμανία | 0 | 6 | 0 | 3 | 1 | 0 | 10 |
| | Ρωσία | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | Ιαπωνία | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | Ιταλία | 0 | 4 | 0 | 0 | 2 | 0 | 6 |
| | Γαλλία | 2 | 2 | 0 | 0 | 9 | 0 | 13 |
| | Βέλγιο | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | Αγγλοσαξονικές χώρες | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 4 |
| | Από όλες τις προαναφερθείσες χώρες | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 |
| Σύνολο | 2 | 16 | 1 | 3 | 16 | 2 | 40 | |

Πίνακας πρώτου Crosstabulation: Στον πίνακα που προηγείται παρατηρείται η διάσπαση των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνά την εθνικότητα των ξένων τουριστών και οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνά το γιατί πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία. Στο προαναφερθέν πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της μιας ερώτησης συνδυασμένη με την κάθε απάντηση της δεύτερης ερώτησης.



Εικόνα 1/ πρώτου Crosstabulation: Στην εικόνα που προηγείται παρατηρούνται σε διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα του 1 πίνακα του **πρώτου Crosstabulation**. Στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου ράβδων (bar chart) εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά που έχει η κάθε απάντηση της πρώτης ερώτησης συνδυαζόμενη με την κάθε απάντηση της δεύτερης.

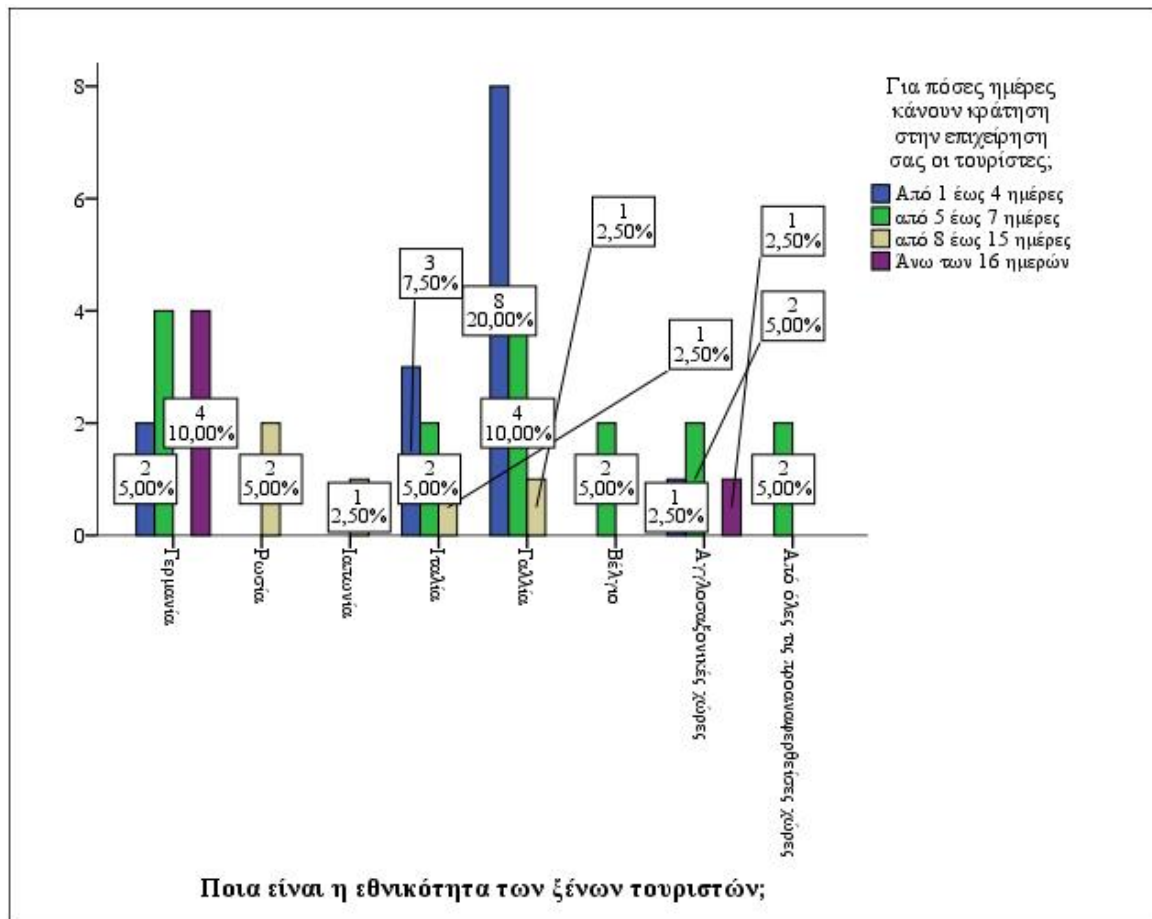
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας και η εικόνα του πρώτου Crosstabulation της είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 15% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Γερμανία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της καλοκαιρίας και του ήλιου, 3 άτομα σε ποσοστό 7,50% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Γερμανία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της εστίασης, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Γερμανία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω του πολιτισμού, 2 άτομα σε ποσοστό 5% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Ρωσία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της καλοκαιρίας και του ήλιου, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Ιαπωνία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της καλοκαιρίας και του ήλιου, 4 άτομα σε

ποσοστό 10% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Ιταλία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της καλοκαιρίας και του ήλιου, 2 άτομα σε ποσοστό 5,00% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Ιταλία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω του πολιτισμού, 2 άτομα σε ποσοστό 5,00% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Γαλλία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της φιλοξενίας, 2 άτομα σε ποσοστό 5% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Γαλλία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της καλοκαιρίας και του ήλιου, 9 άτομα σε ποσοστό 22,50% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα την Γαλλία διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω του πολιτισμού. Στην συνέχεια 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα το Βέλγιο διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της καλοκαιρίας και του ήλιου, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα το Βέλγιο διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω της των παροχών των ξενοδοχείων, 3 άτομα σε ποσοστό 7,50% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα Αγγλοσαξονικές χώρες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω του πολιτισμού, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από Αγγλοσαξονικές χώρες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία για όλους τους προαναφερθέντες λόγους, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από όλες τις προαναφερθείσες χώρες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία λόγω του πολιτισμού, τέλος 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από όλες τις προαναφερθείσες χώρες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία για όλους τους προαναφερθέντες λόγους.

- **Crosstabulation** της ερώτησης ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών και της ερώτησης για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή σας οι τουρίστες.

| | | Για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή σας οι τουρίστες; | | | | Σύνολο |
|--|------------------------------------|---|--------------------|---------------------|-------------------|--------|
| | | Από 1 έως 4 ημέρες | από 5 έως 7 ημέρες | από 8 έως 15 ημέρες | Ανω των 16 ημερών | |
| Ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών; | Γερμανία | 2 | 4 | 0 | 4 | 10 |
| | Ρωσία | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | Ιαπωνία | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | Ιταλία | 3 | 2 | 1 | 0 | 6 |
| | Γαλλία | 8 | 4 | 1 | 0 | 13 |
| | Βέλγιο | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | Αγγλοσαξονικές χώρες | 1 | 2 | 0 | 1 | 4 |
| | Από όλες τις προαναφερθείσες χώρες | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| Σύνολο | 14 | 16 | 5 | 5 | 40 | |

Πίνακας δεύτερου Crosstabulation: Στον πίνακα που προηγείται παρατηρείται η διάσπαση των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνά την εθνικότητα των ξένων τουριστών και οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνά το για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή σας οι τουρίστες. Στο προαναφερθέν πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της μιας ερώτησης συνδυασμένη με την κάθε απάντηση της δεύτερης ερώτησης.



Εικόνα 1/ δεύτερου Crosstabulation: Στην εικόνα που προηγείται παρατηρούνται σε διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα του 2 πίνακα του δεύτερου Crosstabulation. Στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου ράβδων (barchart) εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά που έχει η κάθε απάντηση της πρώτης ερώτησης συνδυαζόμενη με την κάθε απάντηση της δεύτερης.

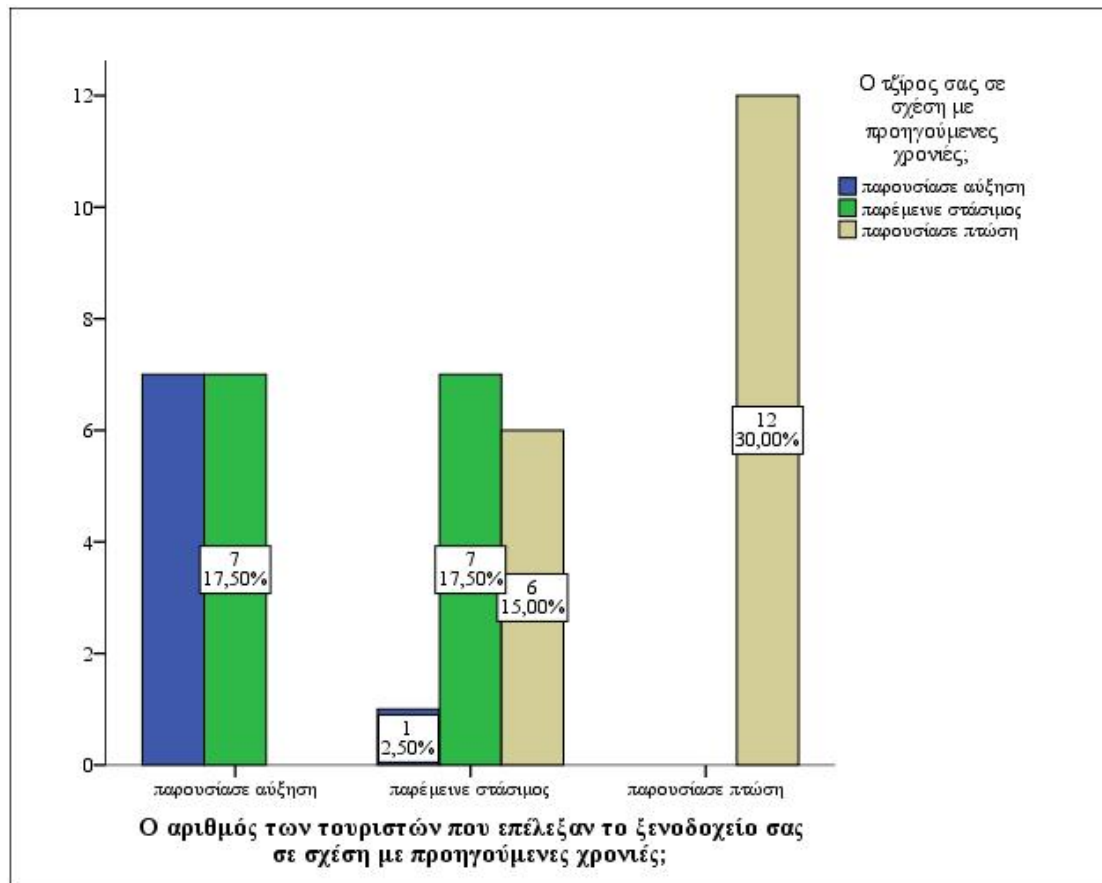
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας και η εικόνα του δεύτερου Crosstabulation της είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 5,00% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Γερμανία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 1 έως 4 ημέρες, 4 άτομα σε ποσοστό 10,00% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Γερμανία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 5 έως 7 ημέρες, 4 άτομα σε ποσοστό 10% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Γερμανία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση πάνω από 16 ημέρες, 2 άτομα σε ποσοστό 5% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Ρωσία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 8 έως 15 ημέρες, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Ιαπωνία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 8 έως 15 ημέρες, 3 άτομα σε ποσοστό 7,50% απάντησαν πως οι ξένοι

τουρίστες με εθνικότητα από την Ιταλία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 1 έως 4 ημέρες, 2 άτομα σε ποσοστό 5,00% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Ιταλία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 5 έως 7 ημέρες, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Ιταλία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 8 έως 15 ημέρες. Στην συνέχεια 8 άτομα σε ποσοστό 20,00% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Γαλλία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 1 έως 4 ημέρες, 4 άτομα σε ποσοστό 10% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Γαλλία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 5 έως 7 ημέρες, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από την Γαλλία κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 8 έως 15 ημέρες, 2 άτομα σε ποσοστό 5% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από το Βέλγιο κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 5 έως 7 ημέρες, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από Αγγλοσαξονικές χώρες κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 1 έως 4 ημέρες, 2 άτομα σε ποσοστό 5,00% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από Αγγλοσαξονικές χώρες κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 5 έως 7 ημέρες, 1 άτομο σε ποσοστό 2,50% απάντησε πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από Αγγλοσαξονικές χώρες κάνουν κράτηση στην επιχείρηση πάνω από 16 ημέρες, τέλος 2 άτομα σε ποσοστό 5,00% απάντησαν πως οι ξένοι τουρίστες με εθνικότητα από όλες τις προαναφερθείσες χώρες κάνουν κράτηση στην επιχείρηση από 5 έως 7 ημέρες.

- **Crosstabulation της ερώτησης ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο σας σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές και της ερώτησης ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές.**

| | Ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές; | | | Σύνολο |
|---|---|---------------------------|-------------------------|---------------|
| | παρουσίασε αύξηση | παρέμεινε στάσιμος | παρουσίασε πτώση | |
| Ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές; | παρουσίασε αύξηση | παρέμεινε στάσιμος | παρουσίασε πτώση | Σύνολο |
| | 7 | 7 | 0 | 14 |
| | 1 | 7 | 6 | 14 |
| | 0 | 0 | 12 | 12 |
| Σύνολο | 8 | 14 | 18 | 40 |

Πίνακας τρίτου Crosstabulation: Στον πίνακα που προηγείται παρατηρείται η διάσπαση των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνά τον αριθμό των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο τους σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές και οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνά τον τζίρο τους σε σχέση με προηγούμενες χρονιές. Στο προαναφερθέν πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της μιας ερώτησης συνδυασμένη με την κάθε απάντηση της δεύτερης ερώτησης.



Εικόνα 1/ τρίτου Crosstabulation: Στην εικόνα που προηγείται παρατηρούνται σε διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα του 3 πίνακα του τρίτου Crosstabulation. Στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου ράβδων (barchart) εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά που έχει η κάθε απάντηση της πρώτης ερώτησης συνδυαζόμενη με την κάθε απάντηση της δεύτερης.

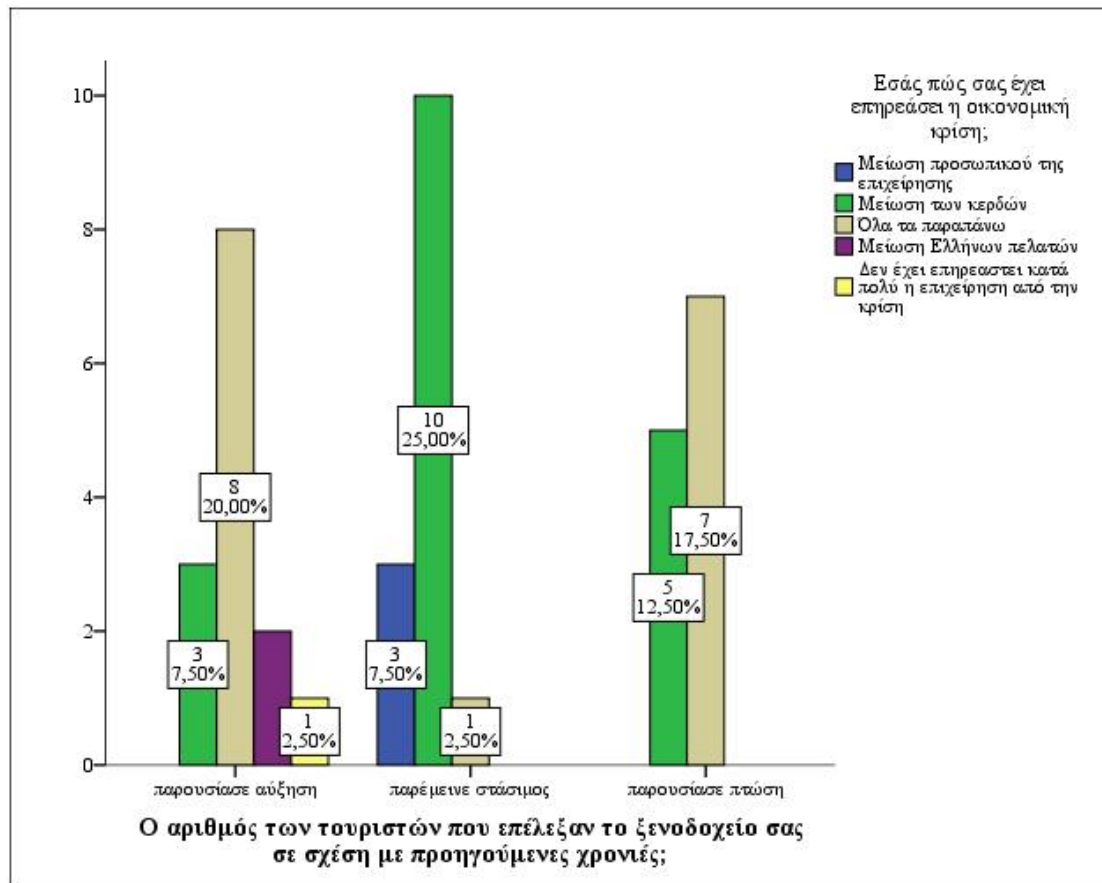
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας και η εικόνα του τρίτου Crosstabulation της είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 7 ερωτηθέντες σε ποσοστό 17,50% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο αυξήθηκε απάντησαν πως ο τζίρος αυξήθηκε σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, 7 άτομα σε ποσοστό 17,50% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο αυξήθηκε απάντησαν πως ο τζίρος παρέμεινε στάσιμος σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό 2,50% του οποίου ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρέμεινε στάσιμος απάντησε πως ο τζίρος του παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, 7 επιχειρηματίες σε ποσοστό 17,50% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρέμεινε στάσιμος απάντησαν

πως ο τζίρος παρέμεινε στάσιμος σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, 6 επιχειρηματίες σε ποσοστό 15,00% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρέμεινε στάσιμος απάντησαν πως ο τζίρος παρουσίασε πτώση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, τέλος 12 επιχειρηματίες σε ποσοστό 30,00% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε πτώση απάντησαν πως και ο τζίρος παρουσίασε πτώση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές.

- **Crosstabulation της ερώτησης ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο σας σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές και της ερώτησης εσάς πως σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση;**

| | | Εσάς πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση; | | | | | Σύνολο |
|--|--------------------|---|-------------------|-----------------|------------------------|--|--------|
| | | Μείωση προσωπικού της επιχείρησής | Μείωση των κερδών | Όλα τα παραπάνω | Μείωση Ελλήνων πελατών | Δεν έχει επηρεαστεί κατά πολύ η επιχείρησή από την κρίση | |
| Ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές; | παρουσίασε αύξηση | 0 | 3 | 8 | 2 | 1 | 14 |
| | παρέμεινε στάσιμος | 3 | 10 | 1 | 0 | 0 | 14 |
| Σύνολο | παρουσίασε πτώση | 0 | 5 | 7 | 0 | 0 | 12 |
| | | 3 | 18 | 16 | 2 | 1 | 40 |

Πίνακας τέταρτου Crosstabulation: Στον πίνακα που προηγείται παρατηρείται η διάσπαση των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνά τον αριθμό των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο τους σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές και οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνά πως αυτούς τους έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση. Στο προαναφερθέν πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της μιας ερώτησης συνδυασμένη με την κάθε απάντηση της δεύτερης ερώτησης.



Εικόνα 1/ τέταρτου Crosstabulation: Στην εικόνα που προηγείται παρατηρούνται σε διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα του 4 πίνακα του τέταρτου Crosstabulation. Στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου ράβδων (barchart) εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά που έχει η κάθε απάντηση της πρώτης ερώτησης συνδυαζόμενη με την κάθε απάντηση της δεύτερης.

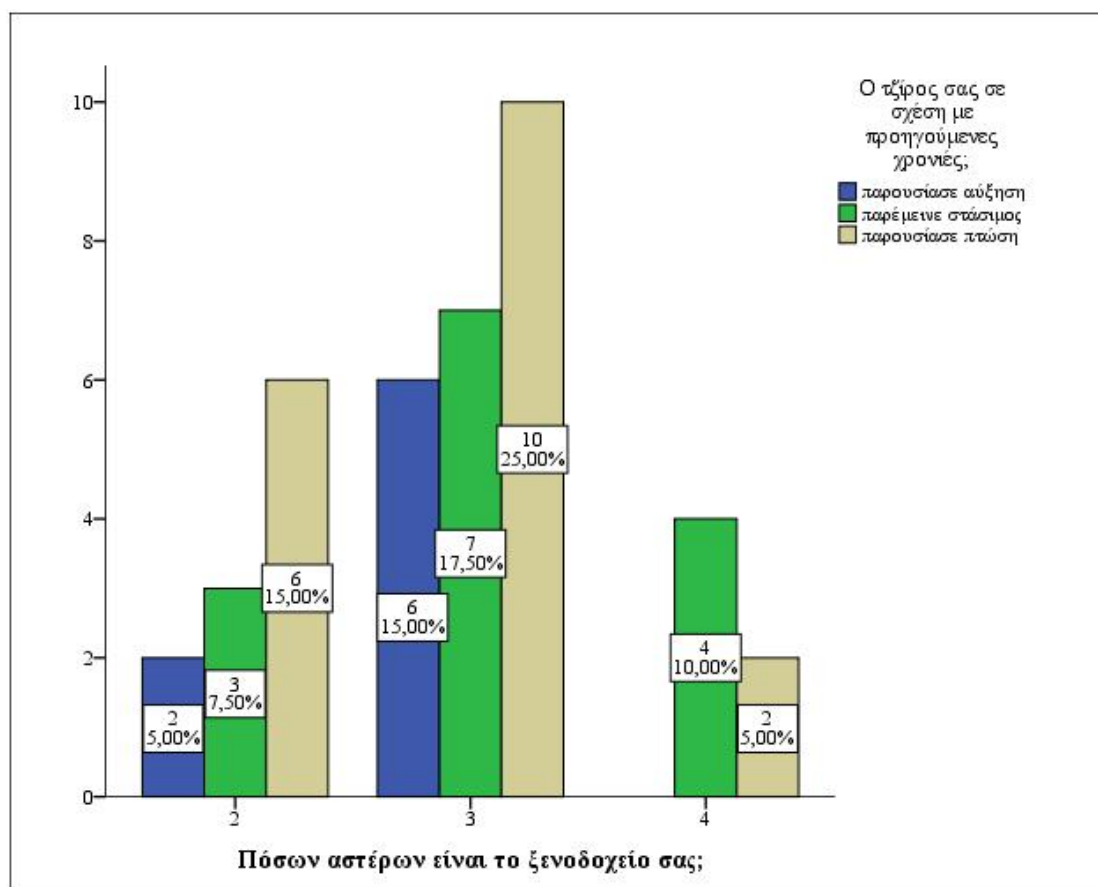
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας και η εικόνα του τέταρτου Crosstabulation της είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 3 ερωτηθέντες σε ποσοστό 7,50% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση των κερδών, 8 επιχειρηματίες σε ποσοστό 20,00% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση του προσωπικού της επιχείρησης και μείωση των κερδών, 2 επιχειρηματίες σε ποσοστό 5,00% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση των Ελλήνων πελατών, 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό

2,50% του οποίου ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές απάντησε πως η οικονομική κρίση δεν τον επηρέασε και πολύ, 3 επιχειρηματίες σε ποσοστό 7,50% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρέμεινε στάσιμος απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση του προσωπικού της επιχείρησης, 10 επιχειρηματίες σε ποσοστό 25,00% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρέμεινε στάσιμος απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση των κερδών, 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό 2,50% του οποίου ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρέμεινε στάσιμος απάντησαν πως η οικονομική κρίση τον επηρέασε με μείωση των κερδών και μείωση του προσωπικού της επιχείρησης, 5 επιχειρηματίες σε ποσοστό 12,50% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε πτώση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση των κερδών, τέλος 7 επιχειρηματίες σε ποσοστό 17,50% των οποίων ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε πτώση απάντησαν πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση των κερδών και μείωση του προσωπικού της επιχείρησης.

- Crosstabulation της ερώτησης πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας και της ερώτησης ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές;

| | | Ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές; | | | Σύνολο |
|--|---|--|--------------------|------------------|--------|
| | | παρουσίασε αύξηση | παρέμεινε στάσιμος | παρουσίασε πτώση | |
| Πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας; | 2 | 2 | 3 | 6 | 11 |
| | 3 | 6 | 7 | 10 | 23 |
| | 4 | 0 | 4 | 2 | 6 |
| Σύνολο | | 8 | 14 | 18 | 40 |

Πίνακας πέμπτου Crosstabulation: Στον πίνακα που προηγείται παρατηρείται η διάσπαση των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνά πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας και οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνά τον τζίρο σε σχέση με προηγούμενες χρονιές. Στο προαναφερθέν πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της μιας ερώτησης συνδυασμένη με την κάθε απάντηση της δεύτερης ερώτησης.



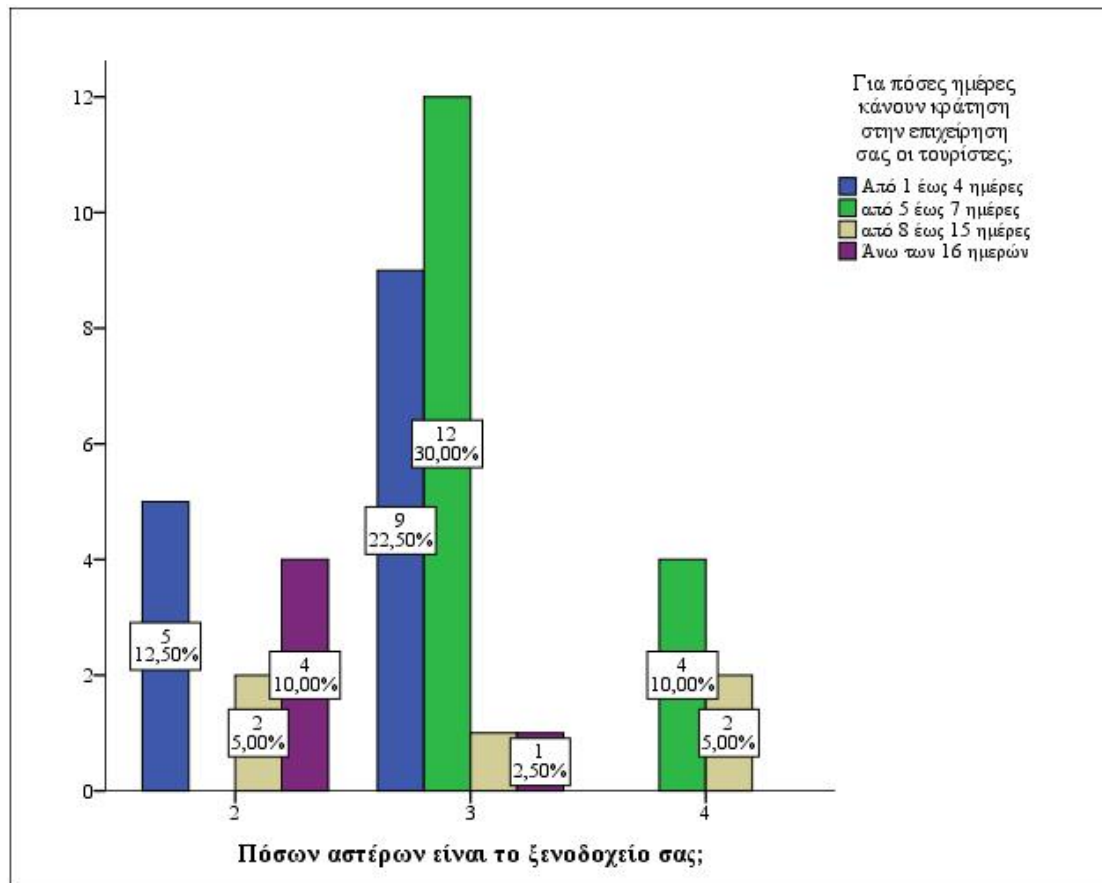
Εικόνα 1/ πέμπτου Crosstabulation: Στην εικόνα που προηγείται παρατηρούνται σε διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα του 5 πίνακα του πέμπτου Crosstabulation. Στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου ράβδων (barchart) εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά που έχει η κάθε απάντηση της πρώτης ερώτησης συνδυαζόμενη με την κάθε απάντηση της δεύτερης.

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας και η εικόνα του πέμπτου Crosstabulation της είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 5,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, 3 επιχειρηματίες σε ποσοστό 7,50% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρέμεινε στάσιμος, 6 επιχειρηματίες σε ποσοστό 15,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρουσίασε πτώση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές. Στην συνέχεια 6 επιχειρηματίες σε ποσοστό 15,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, 7 επιχειρηματίες σε ποσοστό 17,50% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρέμεινε στάσιμος, 10 επιχειρηματίες σε ποσοστό 25,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρουσίασε πτώση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, 4 επιχειρηματίες σε ποσοστό 10,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 4 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρέμεινε στάσιμος, τέλος 2 επιχειρηματίες σε ποσοστό 5,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 4 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρουσίασε πτώση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές.

- **Crosstabulation** της ερώτησης πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας και της ερώτησης για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή σας οι τουρίστες;

| | | Για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή σας οι τουρίστες; | | | | Σύνολο |
|--|---|---|-----------------------|------------------------|----------------------|-----------|
| | | Από 1 έως 4 ημέρες | από 5 έως 7 ημέρες | από 8 έως 15 ημέρες | Άνω των 16 ημερών | |
| Πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας; | 2 | 5 | 0 | 2 | 4 | 11 |
| | 3 | 9 | 12 | 1 | 1 | 23 |
| | 4 | 0 | 4 | 2 | 0 | 6 |
| Σύνολο | | 14 | 16 | 5 | 5 | 40 |

Πίνακας έκτου Crosstabulation: Στον πίνακα που προηγείται παρατηρείται η διάσπαση των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνά πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας και οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνά για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή σας οι τουρίστες. Στο προαναφερθέν πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της μιας ερώτησης συνδυασμένη με την κάθε απάντηση της δεύτερης ερώτησης.



Εικόνα 1/ έκτου Crosstabulation: Στην εικόνα που προηγείται παρατηρούνται σε διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα του 6 πίνακα του έκτου Crosstabulation. Στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου ράβδων (barchart) εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά που έχει η κάθε απάντηση της πρώτης ερώτησης συνδυαζόμενη με την κάθε απάντηση της δεύτερης.

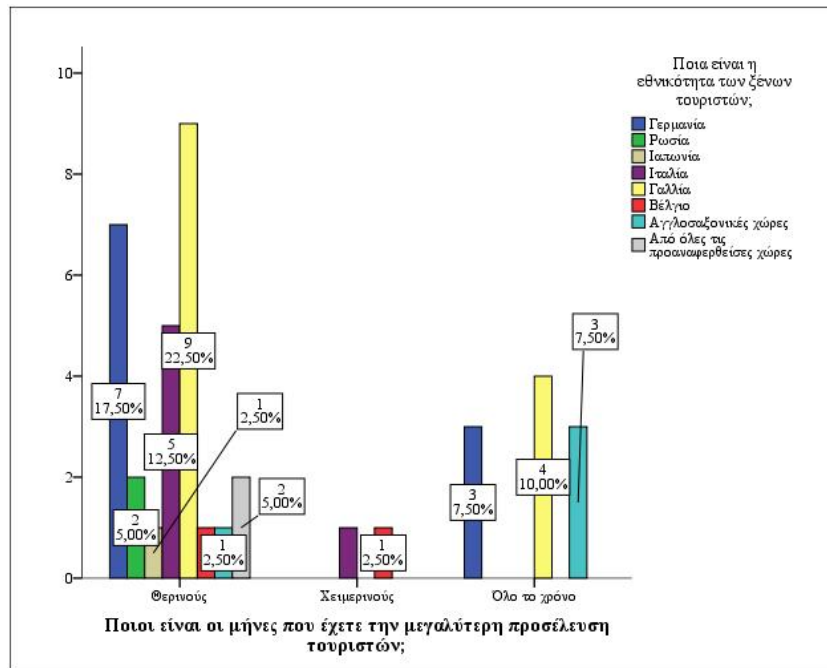
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας και η εικόνα του έκτου Crosstabulation της είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 5 ερωτηθέντες σε ποσοστό 12,50% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστερών απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 1 έως 4 ημέρες στην επιχείρησή τους, 2 επιχειρηματίες σε ποσοστό 5,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστερών απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 8 έως 15 ημέρες στην επιχείρησή τους, 4 επιχειρηματίες σε ποσοστό 10,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστερών απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση πάνω από 16 ημέρες στην επιχείρησή τους, 9 επιχειρηματίες σε ποσοστό 22,50% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστερών απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 1 έως 4 ημέρες στην επιχείρησή τους, 12 επιχειρηματίες σε ποσοστό 30,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστερών απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 5 έως

7 ημέρες στην επιχείρησή τους, 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό 2,50% του οποίου το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησε πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 8 έως 15 ημέρες στην επιχείρησή του, 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό 2,50% του οποίου το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησε πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση άνω των 16 ημερών στην επιχείρησή του, 4 επιχειρηματίες σε ποσοστό 10,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 4 αστέρων απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 5 έως 7 ημέρες στην επιχείρησή τους, τέλος 2 επιχειρηματίες σε ποσοστό 5,00% των οποίων το ξενοδοχείο είναι 4 αστέρων απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 8 έως 15 ημέρες στην επιχείρησή τους.

- Crosstabulation της ερώτησης ποιοι είναι οι μήνες που έχετε την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών και της ερώτησης ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών;

| | | Ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών; | | | | | | | Από όλες τις προαναφερθείσες χώρες | Σύνολο |
|---|--------------|--|----------|----------|----------|-----------|----------|----------------------|------------------------------------|-----------|
| | | Γερμανία | Ρωσία | Ιαπωνία | Ιταλία | Γαλλία | Βέλγιο | Αγγλοσαξονικές χώρες | | |
| Ποιοι είναι οι μήνες που έχετε την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών; | Θερινός | 7 | 2 | 1 | 5 | 9 | 1 | 1 | 2 | 28 |
| | Χειμερινός | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| | Όλο το χρόνο | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 3 | 0 | 10 |
| Σύνολο | | 10 | 2 | 1 | 6 | 13 | 2 | 4 | 2 | 40 |

Πίνακας έβδομου Crosstabulation: Στον πίνακα που προηγείται παρατηρείται η διάσπαση των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνά ποίους μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών και οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνά ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών. Στο προαναφερθέν πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της μιας ερώτησης συνδυασμένη με την κάθε απάντηση της δεύτερης ερώτησης.



Εικόνα 1/ έβδομου Crosstabulation: Στην εικόνα που προηγείται παρατηρούνται σε διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα του 7 πίνακα του έβδομου Crosstabulation. Στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου ράβδων (barchart) εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά που έχει η κάθε απάντηση της πρώτης ερώτησης συνδυαζόμενη με την κάθε απάντηση της δεύτερης.

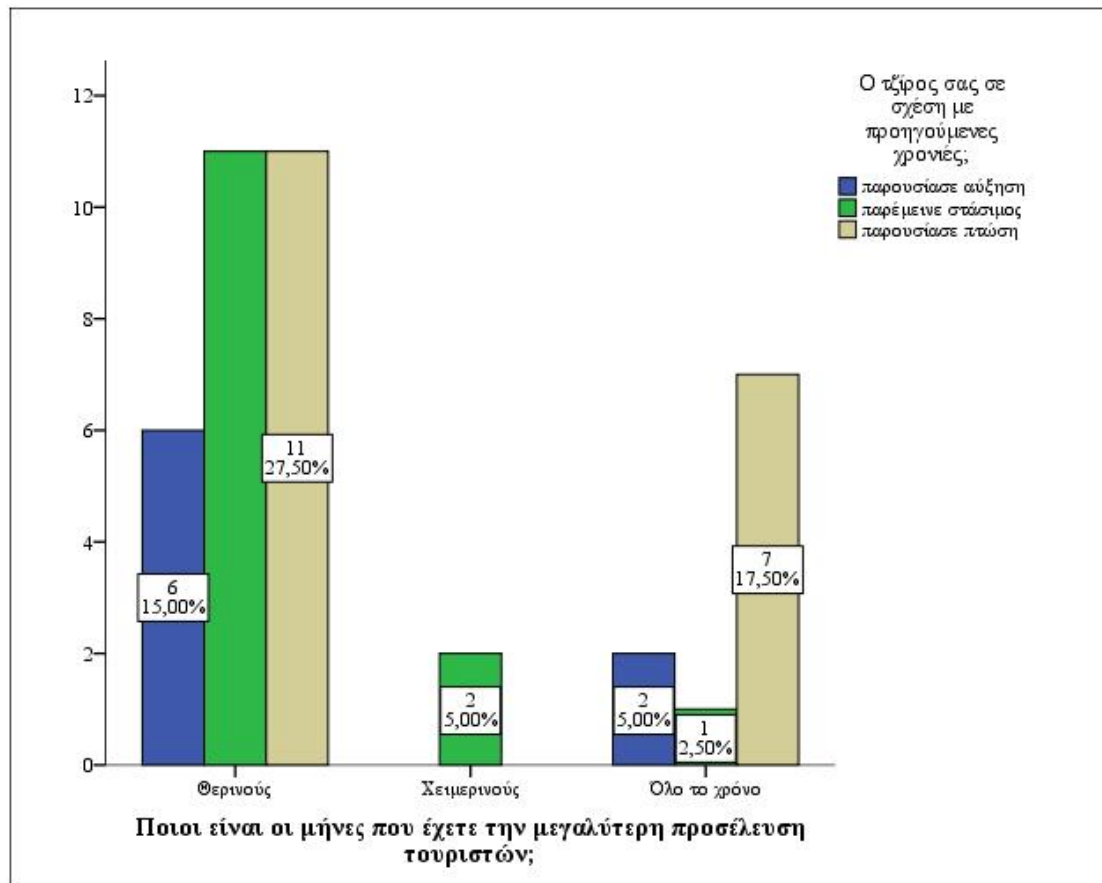
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας και η εικόνα του έβδομου Crosstabulation της είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 7 ερωτηθέντες σε ποσοστό 17,50% οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Γερμανία, 2 επιχειρηματίες σε ποσοστό 5,00% οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Ρωσία, 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό 2,50% ο οποίος τους θερινούς μήνες έχει την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησε ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Ιαπωνία, 5 επιχειρηματίες σε ποσοστό 12,50% οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Ιταλία, 9 επιχειρηματίες σε ποσοστό 22,50% οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Γαλλία, 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό 2,50% ο οποίος τους θερινούς μήνες έχει την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησε ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι το Βέλγιο, 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό 2,50% ο οποίος τους θερινούς μήνες έχει την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών

απάντησε ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι από Αγγλοσαξονικές χώρες, 2 επιχειρηματίες σε ποσοστό 5,00% οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών δεν είναι κάποια συγκεκριμένη αλλά από όλες τις προαναφερθείσες χώρες. Στην συνέχεια 1 επιχειρηματίας σε ποσοστό 2,50% ο οποίος τους χειμερινούς μήνες έχει την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησε ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι από το Βέλγιο, 4 επιχειρηματίες σε ποσοστό 10,00% οι οποίοι όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Γαλλία, τέλος 3 επιχειρηματίες σε ποσοστό 7,50% οι οποίοι όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι από Αγγλοσαξονικές χώρες.

- **Crosstabulation** της ερώτησης ποιοι είναι οι μήνες που έχετε την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών και της ερώτησης ο τζίρος σε σχέση με άλλες χρονιές;

| | | Ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές; | | | Σύνολο |
|---|--------------|--|--------------------|------------------|-----------|
| | | παρουσίασε αύξηση | παρέμεινε στάσιμος | παρουσίασε πτώση | |
| Ποιοι είναι οι μήνες που έχετε την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών; | Θερινούς | 6 | 11 | 11 | 28 |
| | Χειμερινούς | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | Όλο το χρόνο | 2 | 1 | 7 | 10 |
| Σύνολο | | 8 | 14 | 18 | 40 |

Πίνακας όγδοου Crosstabulation: Στον πίνακα που προηγείται παρατηρείται η διάσπαση των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση που διερευνά ποιους μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών και οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνά τον τζίρο σε σχέση με άλλες χρονιές. Στο προαναφερθέν πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της μιας ερώτησης συνδυασμένη με την κάθε απάντηση της δεύτερης ερώτησης.



Εικόνα 1/ όγδοου Crosstabulation: Στην εικόνα που προηγείται παρατηρούνται σε διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα του 8 πίνακα του όγδοου Crosstabulation. Στο συγκεκριμένο γράφημα τύπου ράβδων (barchart) εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά που έχει η κάθε απάντηση της πρώτης ερώτησης συνδυαζόμενη με την κάθε απάντηση της δεύτερης.

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας και η εικόνα του όγδοου Crosstabulation της είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ότι 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 15,00% οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι ο τζίρος παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, 11 ερωτηθέντες σε ποσοστό 27,50% οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι ο τζίρος παρέμεινε στάσιμος, 11 ερωτηθέντες σε ποσοστό 27,50% οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι ο τζίρος παρουσίασε πτώση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 5,00% οι οποίοι τους χειμερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι ο τζίρος παρέμεινε στάσιμος, 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 5,00% οι οποίοι όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι

ό τζίρος παρουσίασε αύξηση, 1 ερωτηθέντας σε ποσοστό 2,50% οι οποίος όλο τον χρόνο έχει μεγάλη προσέλευση τουριστών απάντησε ότι ό τζίρος παρέμεινε στάσιμος, τέλος 7 ερωτηθέντες σε ποσοστό 17,50% οι οποίοι όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι ό τζίρος παρουσίασε πτώση.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Αφότου αναλύθηκαν οι πίνακες και τα γραφήματα του ερωτηματολογίου αρχικά παρατηρήθηκε πως το 70% του δείγματος απάντησε πως τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών, το 25% του δείγματος απάντησε πως όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών ενώ μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν πως τους χειμερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών. Εδώ παρατηρείται πως το 15% των επιχειρηματιών που κατά τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι ο τζίρος παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, το 27,5% των επιχειρηματιών που κατά τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι ο τζίρος παρέμεινε στάσιμος, και σε ίδιο ποσοστό ήταν αυτοί που κατά τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών και απάντησαν ότι ο τζίρος παρουσίασε πτώση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, Τέλος το 17,5% οι οποίοι όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι ο τζίρος παρουσίασε πτώση. Την ίδια στιγμή το 42,5% του δείγματος απάντησε πως οι περισσότεροι τουρίστες που τους επισκέπτονται κατάγονται από την Ελλάδα, ενώ το 57,5% των ερωτηθέντων απάντησαν πως οι περισσότεροι τουρίστες που τους επισκέπτονται κατάγονται από χώρες του εξωτερικού.

Όσο έχει να κάνει με τις χώρες που επισκέπτονται τη Λακωνία φαίνεται πως το 32,5% του δείγματος απάντησε πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι η Γαλλία, το 25% απάντησε πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι η Γερμανία, το 15% απάντησε πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι η Ιταλία, το 10% απάντησε πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι από Αγγλοσαξονικές χώρες, το 5% απάντησε πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται είναι η Ρωσία και από το Βέλγιο και μόνο το 2,5% απάντησε πως η εθνικότητα των τουριστών που τον επισκέπτονται είναι η Ιαπωνία. Τέλος το 5% απάντησε πως η εθνικότητα των τουριστών που τους επισκέπτονται δεν είναι κάποια συγκεκριμένη αλλά είναι από όλες τις προαναφερθείσες χώρες. Εδώ παρατηρείται πως το 17,50% των ερωτηθέντων οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Γερμανία, το 12,50% των ερωτηθέντων οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη

προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Ιταλία, το 22,50% των ερωτηθέντων οι οποίοι τους θερινούς μήνες έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Γαλλία, το 10,00% των ερωτηθέντων οι οποίοι όλο τον χρόνο έχουν μεγάλη προσέλευση τουριστών απάντησαν ότι η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι η Γαλλία.

Ταυτόχρονα όσο έχει να κάνει με το λόγο που επιλέγουν να επισκεφτούν οι τουρίστες τη Λακωνία πρώτη σε αριθμό επιλογή ήταν με 40% η καλοκαιρία και ο ήλιος της μαζί με τον πολιτισμό της, ακολούθησε με 7,5% η εστίαση που παρέχεται στην συγκεκριμένη περιοχή, ενώ σε ποσοστό 5% ακολούθησε η φιλοξενία που υπάρχει στην περιοχή, με 5% απάντησε ακολούθησαν οι παροχές των ξενοδοχείων ενώ σε ίδιο ποσοστό ακολούθησαν και όλοι οι προαναφερθέντες λόγοι ως λόγο επιλογής της Λακωνίας.

Ένα γεγονός που οφείλουμε να τονίσουμε είναι πως πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες απάντησαν πως θεωρούν την Ελλάδα ως φθηνότερο τουριστικό προορισμό συγκριτικά με τον ανταγωνισμό των άλλων γειτόνων χώρων, ενώ οι υπόλοιποι ερωτηθέντες απάντησαν το αντίθετο. Επιπροσθέτως σημαντικό γεγονός είναι και πως το 40,0% του δείγματος απάντησε πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή τους από 5 έως 7 ημέρες, το 35% απάντησε πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση στην επιχείρησή τους από 1 έως 4 ημέρες ενώ ισόποσα με 12,5% ήταν τα άτομα που απάντησαν πως οι κρατήσεις στις μονάδες τους κυμαίνονται 8 έως 15 ημέρες, και αυτοί που υπερβαίνουν τις 16 ημέρες. Άξιο αναφοράς είναι πως το 12,5% των ερωτηθέντων των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστέρων απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 1 έως 4 ημέρες στην επιχείρησή τους, το 10% των ερωτηθέντων των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστέρων απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση πάνω από 16 ημέρες στην επιχείρησή τους. Ενώ το 22,5% των ερωτηθέντων των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 1 έως 4 ημέρες στην επιχείρησή τους, την ίδια στιγμή το 30,00% των ερωτηθέντων των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 5 έως 7 ημέρες στην επιχείρησή τους, τέλος το 10,00% των ερωτηθέντων των οποίων το ξενοδοχείο είναι 4 αστέρων απάντησαν πως οι τουρίστες κάνουν κράτηση από 5 έως 7 ημέρες στην επιχείρησή τους,

Επίσης παρατηρήσαμε πως το 67,5% των επιχειρηματιών απάντησε πως χρησιμοποιούν μεθόδους για να επιμηκύνουν τη διαμονή των πελατών τους, ενώ οι υπόλοιποι το αντίθετο. Ακόμη επιβεβαιώθηκε το γεγονός ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στη χώρα μας αφού όλοι οι ερωτηθέντες το πιστεύουν. Ταυτόχρονα το ¼ των ερωτηθέντων απάντησαν πως θεωρούν ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας ενώ τα ¾ του δείγματος απάντησαν πως το αντίθετο.

Στη συνέχεια παρατηρήσαμε πως ξανά το ¼ του δείγματος απάντησε πως η ανεπαρκής τουριστική προβολή συμβάλλει στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, μισά από τα προηγούμενα άτομα (1/8 του δείγματος) απάντησαν πως το ασταθές κοινωνικό περιβάλλον συμβάλλει στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, το 7,5% του δείγματος απάντησε πως η κακή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών συμβάλλει στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας. Ενώ μόνο το 5,0% του δείγματος απάντησε πως οι μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, μόνο ένα άτομο σε ποσοστό 2,5% απάντησε πως οι υψηλότερες τιμές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας, τέλος άξιο αναφοράς είναι πως το 42,5% των ερωτηθέντων απάντησαν πως όλοι οι προαναφερθέντες λόγοι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας.

Την ίδια στιγμή το 45% των επιχειρηματιών απάντησε πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση των κερδών, το 7,5% απάντησε πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με μείωση του προσωπικού της επιχείρησης και το 40,0% απάντησε πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε και με τους 2 προαναφερθέντες λόγους, το 5,0% του δείγματος απάντησε πως η οικονομική κρίση τους επηρέασε με την μείωση των Ελλήνων πελατών, τέλος μόλις το 2,5% απάντησε πως η επιχείρηση του δεν έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση.

Όσο έχει να κάνει με το τζίρο των ερωτηθέντων παρατηρήσαμε πως το 45,0% του δείγματος απάντησε πως ο τζίρος τους παρουσίασε πτώση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές ακολούθησαν με 35,0% τα άτομα που ο τζίρος τους δεν είχε καμία μεταβολή και παρέμεινε στάσιμος σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές ενώ μόνο το 20,0% των ερωτηθέντων απάντησαν πως ο τζίρος τους παρουσίασε αύξηση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές. Εδώ παρατηρήθηκε πως το 15,00% των

επιχειρηματιών των οποίων το ξενοδοχείο είναι 2 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρουσίασε πτώση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές και σε ίδιο ποσοστό ήταν και τα άτομα των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, ταυτόχρονα το 17,50% των επιχειρηματιών των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρέμεινε στάσιμος. Επίσης το 25,00% των επιχειρηματιών των οποίων το ξενοδοχείο είναι 3 αστέρων απάντησαν ότι ο τζίρος τους παρουσίασε πτώση σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, Ενώ ανάλογα με τον αριθμό των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο των ερωτηθέντων για τις διακοπές τους φαίνεται ότι σε ποσοστό 35% ήταν οι ερωτηθέντες που στα ξενοδοχεία τους υπήρξε αύξηση των τουριστών που τους επέλεξαν ενώ ισάριθμα ήταν και τα άτομα που δεν είχαν καμία μεταβολή στους τουρίστες που επέλεξαν την μονάδα τους και ο αριθμός τους παρέμεινε στάσιμος ενώ το ποσοστό 30,0% των ερωτηθέντων απάντησαν πως ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο παρουσίασε πτώση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές.

Ταυτόχρονα το 80,0% του δείγματος απάντησε πως βλέπει θετικά το μέλλον του τουρισμού στην Λακωνία, ενώ το υπόλοιπο 20% το αντίθετο. Ενώ άξιο αναφοράς είναι πως το 32% των ερωτηθέντων απάντησαν πως η κατασκευή αεροδρομίου είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους, το 20% του δείγματος απάντησε πως η προβολή των αρχαιολογικών χώρων και των μουσειακών εκθεμάτων είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους και άλλα τόσο άτομα απάντησαν πως η βελτίωση της προβολής του τόπου μέσω της διαφήμισης είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους. Ενώ το 16% των ερωτηθέντων απάντησαν πως η ανάπτυξη τουριστικών υπηρεσιών είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους, τέλος το 12% των ερωτηθέντων απάντησαν πως όλα τα προαναφερθέντα είναι τρόποι ανάπτυξης του τουρισμού της περιοχής τους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου κατέχει καθοριστικό ρόλο στη διασφάλιση της εφαρμογής της Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής σε Περιφερειακό επίπεδο. Με την εφαρμογή αυτή, οικοδομούνται οι προϋποθέσεις που θα βοηθήσουν στην αποκέντρωση, ενώ δημιουργούνται οι κατάλληλες υποδομές που θα ενισχύσουν τον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό της ανάπτυξης, προσαρμοσμένες πάντα στις τοπικές συνθήκες και ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής.

Προκειμένου να βοηθηθεί έξοδος της οικονομίας του τουρισμού από την κρίση, σημαντική θεωρείται η προσέλκυση επισκεπτών-τουριστών, οι οποίοι έχουν πολύ υψηλές προδιαγραφές και εισοδήματα και δεν έχουν πληγεί ιδιαίτερα από το παγκόσμιο οικονομικό φαινόμενο της κρίσης. Συνάμα θα πρέπει να αναβαθμιστούν τα καταλύματα χαμηλότερων κατηγοριών, με παράλληλη βελτίωση της παροχής ποιοτικών υπηρεσιών. Όπως αναφέρθηκε αναλυτικά στην παρούσα εργασία, ο τουρισμός αποτελεί κινητήρια δύναμη για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας, συμβάλλοντας περίπου στο ένα πέμπτο του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος και Απασχόλησης. Επίσης, ο τουρισμός λειτουργεί σε συνδυασμό με όλους τους άλλους τομείς της οικονομίας, την αγροτική παραγωγή, τη μεταποίηση και τις λοιπές υπηρεσίες, ενώ αλληλοεπηρεάζεται άμεσα και από τον πολιτισμό και το περιβάλλον.

Έτσι, λοιπόν, ο τουρισμός δεν θα πρέπει να ειπωθεί ως μια αυτόνομη οικονομική δραστηριότητα, αλλά ως ένας τομέας που επιδρά καταλυτικά στην ελληνική κοινωνία συνολικά. Όμως, διαπιστώνεται ότι πλέον δεν μπορεί η χώρα μας να είναι ανταγωνιστική όσον αφορά τη σχέση αξίας και τιμής, με τους νέους ανταγωνιστές της Ανατολικής Μεσογείου, οι οποίοι προσφέρουν πολύ χαμηλότερο κόστος τιμής για το παραδοσιακό εποχικό προϊόν που προσφέραμε.

Προβλήματα όπως η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, η μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας, η αυξανόμενη τάση για συμβόλαια «all inclusive», αλλά και η σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα, αποτελούν ένα δείγμα από τα στοιχεία εκείνα που επιβιβάζουν την πραγματικότητα και επιβάλλουν την επανεκτίμηση της κατάστασης.

Λόγω αυτών, λοιπόν, επιβάλλεται να ενταχθούμε ξανά στην εγχώρια και διεθνή τουριστική αγορά με μια αναβαθμισμένη και πιο σύνθετη τουριστική προσφορά, η οποία θα απευθύνεται σε πιο εκλεκτικούς και εύπορους επισκέπτες-

τουρίστες για τουρισμό που θα προσφέρεται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Συνεχίζοντας να εκμεταλλευόμαστε τα πλεονεκτήματα της χώρας μας, όπως είναι ο ήλιος και η θάλασσα, τα αρχαιολογικά μνημεία κ.ά., θα πρέπει να αναβαθμίσουμε το τουριστικό μας προϊόν και να το εμπλουτίσουμε με εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Ακόμη, η ανάπτυξη του τουρισμού στην Πελοπόννησο, παρόλο που αντιμετώπισε μεγάλα λάθη κατά το παρελθόν, σήμερα παίρνει νέα μορφή, με τη διαμόρφωση ενός νέου επενδυτικού περιβάλλοντος και ενός πιο λειτουργικού πλαισίου επενδυτικής δραστηριότητας στον τομέα του τουρισμού. Ο αναπτυξιακός νόμος στηρίζει τις νέες επενδυτικές δραστηριότητες ώστε να πραγματοποιηθεί ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Στον νόμο αυτό, υπάρχει πρόβλεψη για επιχορηγήσεις ώστε να ιδρυθούν νέα ξενοδοχεία, να αναβαθμιστούν οι ήδη υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες, να μετατραπούν παραδοσιακά ή διατηρητέα κτίρια σε σύγχρονης μορφής τουριστικά καταλύματα, ενώ παράλληλα υπάρχει πρόβλεψη και για την ενίσχυση επενδύσεων οι οποίες είναι απαραίτητες προκειμένου να αναπτυχθούν νέες μορφές τουρισμού.

Με την αгаστή συνεργασία και τη σωστή οργάνωση και συντονισμό, θα αντιμετωπιστούν τα βασικά θέματα του τουρισμού και θα προβληθεί καλύτερα το τουριστικό προϊόν της Πελοποννήσου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Arcadiaportal.gr (2014). [online]. *Συνεχίζεται η δυναμική προβολή της Πελοποννήσου στις αγορές του εξωτερικού*. Δελτίο Τύπου. Διαθέσιμο στο: <http://www.arcadiaportal.gr/news/sunexizetai-i-dunamiki-proboli-tis-peloponnisou-stis-agores-tou-eksoterikou> [πρόσβαση στις 23/4/2016].
- Crescenzi, A. (2008). *Investing from the top down: A macro approach to capital markets*. New York: Mc Graw Hill Professional.
- eleftheriaonline.gr (2014). Τουριστική προβολή της Πελοποννήσου στην Αυστρία. [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.eleftheriaonline.gr/local/oikonomia/tourismos/item/34129-peloponnisos-austria> [πρόσβαση στις 18/4/2016].
- Monemvasiatours.gr (2015). *Τουριστική προβολή της Πελοποννήσου μέσω ενός πρωτοποριακού αγώνα*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://www.monemvasianews.gr/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B2%CE%BF%CE%BB%CE%AE-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%80%CE%B5%CE%BB%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%BD%CE%BD%CE%AE%CF%83%CE%BF%CF%85/> [πρόσβαση στις 23/4/2016].
- Travel Daily News (2015). Εξελίξεις στον τουρισμό και την ελληνική ξενοδοχία 2014. *Ηλεκτρονική Εφημερίδα*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://traveldailynews.gr/columns/article/2938> [πρόσβαση στις 29/3/2016].
- Αγγελής, Γ. – Καψή, Ν. (2008). Διεθνής Κρίση – Ελληνικός Τουρισμός, Τουρισμός και Οικονομία 338:48-54.
- Αγγελής, Γ. – Καψή, Ν. (2008). Διεθνής Κρίση – Ελληνικός Τουρισμός, Τουρισμός και Οικονομία 338:18-19.
- Αναπτυξιακή Λακωνίας (2009). *Ολοκληρωμένη Διαχείριση Υδατικών Πόρων Λεκάνης Απορροής Ποταμού Ευρώτα – Σχέδιο Διαχείρισης*. [online]. Διαθέσιμο στο: www.envfriendly.tuc.gr [πρόσβαση στις 1/4/2016].
- Ανώνυμος (2004). Αγγελής, Γ. – Καψή, Ν. (2008). Διεθνής Κρίση – Ελληνικός Τουρισμός, Τουρισμός και Οικονομία 338:48-54.
- Ανώνυμος (2008). Λακωνικά Προϊόντα. Τριήμερο γνωριμίας στην Αθήνα. Τουρισμός και Οικονομία 338:54.

- Ανώνυμος (2008). Λακωνικά Προϊόντα. Τριήμερο γνωριμίας στην Αθήνα. Τουρισμός και Οικονομία 338:54.
- Ανώνυμος (2009). Παγκόσμια οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://www.infopeloponnisos.gr> [πρόσβαση στις 28/2/2016].
- Ανώνυμος (2013). Τουριστικό Marketing. *Τουριστική Αγορά* 253:89.
- Αποστολόπουλος, Ε. (1996). *Ελληνικός Τουρισμός – Μύθοι και Πραγματικότητα*. Αθήνα: Nubis.
- Βαγιονής, Ν. (2014). Οικονομικές εξελίξεις – Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις , Δημόσια οικονομικά, Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές, Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι, Ειδικά θέματα. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα.
- Βαγιονής, Ν. (2014). Οικονομικές εξελίξεις – Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις , Δημόσια οικονομικά, Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές, Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι, Ειδικά θέματα. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα.
- Βαγιονής, Ν. (2014). Οικονομικές εξελίξεις – Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις , Δημόσια οικονομικά, Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές, Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι, Ειδικά θέματα. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα.
- Βαρβαρέσος, Σ. (1997). *Τουρισμός – Οικονομικές Προσεγγίσεις*. Α΄ έκδοση. Αθήνα: Προπομπός.
- Γκαργκάνας, Ν. (2007). *Οι αναταράξεις στις διεθνείς πιστωτικές αγορές, οι προοπτικές της παγκόσμιας οικονομίας και η περίπτωση της Ελλάδας*. Ομιλία στο Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο. [online]. Διαθέσιμο στο: http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Bank/News/Speeches/DispItem.aspx?Item_ID=18&List_ID=b2e9402e-db05-4166-9f09-e1b26a1c6f1b [πρόσβαση 18/3/2016].
- Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, την ΥΠΑ και μεμονωμένα αεροδρόμια , επεξεργασία στοιχείων: ΣΕΤΕ. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://messinia24.gr/%CE%B1%CF%8D%CE%BE%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CE%B5-%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%BC%CE%AC%CF%84%CE%B1-%CF%80%CE%>

B5%CE%BB%CE%BF%CF%80%CF%8C%CE%BD/ [πρόσβαση στις 21/4/2016]

- Εγκυκλοπαίδεια Υδρόγειος (1981). Λήμμα «Λακωνία», Αθήνα: Δομική, σ. 222-223.
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) (2015). *Αφίξεις και διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ: έτους 2014*. Δελτίο Τύπου. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://www.statistics.gr/documents/20181/4c083a9d-d881-419b-94ba-9f7beced1d7af> [πρόσβαση στις 21/3/2016].
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) (2003). *Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Πελοποννήσου. Β' Φάση. Προτάσεις για τη Στρατηγική Τουριστικής Ανάπτυξης*. Συμπράττοντες Μελετητές: Κοτζαμπόπουλος, Αλ. και Παυλάκης, Γ. Αθήνα.
- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Πελοποννήσου (2012). *Στρατηγικός Σχεδιασμός. Παράρτημα: Ανάλυση & αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://ppel.gov.gr/wp-content/uploads/2012/09/%CE%> [πρόσβαση 16/1/2016].
- Καρουλιά, Στ., Γάκη, Ε., Λαγός, Δ. (χωρίς χρονολογία). *Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη*. [online]. Διαθέσιμο στο: http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/52_karoulia_et_al_ersagr13.pdf [πρόσβαση στις 16/3/2016].
- Κεφαλογιάννη, Ό. (2014). Άποψη: Ο Τουρισμός παράγοντας ανάπτυξης της οικονομίας μας. *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*, 24/05/2014. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://www.kathimerini.gr/768553/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomi-a/apoyh-o-toyrismos-paragontas-anarty3hs-ths-oikonomias-mas> [πρόσβαση στις 4/4/2016].
- Κρούγκμαν, Π. (2009). *Η κρίση του 2008*. Αθήνα: Καστανιώτη.
- Λίτσης, Μ. (2009). 8% η παγκόσμια τουριστική κάμψη. *Ελευθεροτυπία*.
- Μορέας Α.Ε. (χ.χ.). *Ο αυτοκινητόδρομος Κόρινθος - Τρίπολη - Καλαμάτα, που συμπληρώνεται από τον κλάδο Λεύκτρο – Σπάρτη*. [online]. διαθέσιμο στο: <http://www.moreas.com.gr/summary.asp?catid=16028> [πρόσβαση στις 12/4/2016].
- *Νομός Λακωνίας*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://www.hellenica.de/Griechenland/Geo/GR/NomosLakonias.html> [πρόσβαση στις 2/4/2016].

- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία Αγγελής, Γ. – Καπή, Ν. (2008). Διεθνής Κρίση – Ελληνικός Τουρισμός, Τουρισμός και Οικονομία 338:48-54.
- Ρεπανέλη, Μ. (2005). Πελοπόννησος. Τουριστική Αγορά 180:72-77. Αλιευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα. *Αλιευτικά Νέα*, 2:46, 72-77.
- Ρεπανέλη, Μ. (2005). Πελοπόννησος. Τουριστική Αγορά 180:72-77. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) (2015). *Διάρθρωση του Ξενοδοχειακού Δυναμικού της Ελλάδας* (Μελέτη ΙΤΕΠ). [online]. Διαθέσιμο στο: <http://hotelmag.gr/news> [πρόσβαση στις 18/3/2016].
- ΣΕΤΕ (2014). *Τουριστικές εισπράξεις κατά μήνα 2013 - 2014*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/> [πρόσβαση στις 4/4/2016].
- ΣΕΤΕ Intelligence (2015). *Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις: Απολογισμός 2015 & Προγραμματισμός (Slots) 2016*. Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://sete.gr/media/4629/ypa-2015-and-slots-2016.pdf> [πρόσβαση στις 1/4/2016].
- ΣΕΤΕ Intelligence (2015). *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 – συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών*. Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ. [online]. Διαθέσιμο στο: http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf [πρόσβαση στις 3/4/2016].
- ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2014). Στο: ΣΕΤΕ (2014). *Κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων για το 2007-2013*. [online]. Διαθέσιμο στο: http://sete.gr/fileuploads/entries/Statistics/Greece/International%20Tourism%20Receipts/catID71/GR/140725_SeiraKatataksis2007-13%20new%20layout.pdf [πρόσβαση στις 29/3/2016].
- ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος. Στο: Ανώνυμος (2012). ΣΕΤΕ Ο Ελληνικός Τουρισμός σε Αριθμούς. *Τουριστική Αγορά* 247:42-44.
- ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος. Στο: ΣΕΤΕ (2014). *Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά κατηγορία και περιφέρεια 2013*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/?pg=2> [πρόσβαση στις 19/3/2016].
- ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Οκτώβριος 2011). Στο: Ανώνυμος (2012). ΣΕΤΕ Ο Ελληνικός Τουρισμός σε Αριθμούς. *Τουριστική Αγορά* 247:42-44.

- ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011. Στο: Ανώνυμος (2012). ΣΕΤΕ Ο Ελληνικός Τουρισμός σε Αριθμούς. *Τουριστική Αγορά* 247:42-44.
- Σκουλάς, Ν. (2008). Τουρισμός - Οι επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης. *Τουρισμός και Οικονομία* 345:48-52. Αγγελής, Γ. – Καψή, Ν. (2008). Διεθνής Κρίση – Ελληνικός Τουρισμός, *Τουρισμός και Οικονομία* 338:48-54.
- Τσιγκάκος, Εμ. (2010). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού στο νομό Λακωνίας*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://traveldailynews.gr/columns/article /1888> [πρόσβαση στις 16/2/2016].
- Χατζηδάκης, Α. (2015). *Τάσεις της τουριστικής κίνησης 2008-2015*. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο έρευνας

οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Λακωνίας

* Απαιτείται

1) Η επιχείρησή σας είναι: *

- Ξενοδοχείο
- camping
- ενοικιαζόμενα δωμάτια
- Άλλο:

2) Πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας; *

3) Ποιοι είναι οι μήνες που έχετε την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών; *

- Θερινούς
- Χειμερινούς
- Όλο το χρόνο

4) Οι τουρίστες είναι στην πλειοψηφία τους: *

- Έλληνες
- Ξένοι

5) Ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών; *

- Γερμανία
- Ρωσία
- Ιαπωνία
- Ιταλία
- Γαλλία
- Άλλο:

6) Γιατί πιστεύετε ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Λακωνία; *

- Φιλοξενία
- Ήλιος- καλοκαίρι
- Παροχές ξενοδοχείων
- Εστίαση- φαγητό
- Πολιτισμός
- Άλλο:

7) Θεωρείτε την Ελλάδα ως φθηνό τουριστικό προορισμό σε σχέση με άλλες γειτόνες χώρες; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

8) Για πόσες ημέρες σας κάνουν κράτηση; *

- 1- 4
- 5- 7
- 8- 15
- 16 και άνω

9) Χρησιμοποιείτε μεθόδους για να επιμηκύνετε τη διαμονή των πελατών σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

10) Πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στη χώρα μας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

11) Θεωρείτε ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

12) Εάν όχι ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες πιστεύετε ότι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας; *

- Ανεπαρκής τουριστική προβολή
- Όχι καλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών
- Μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι
- Υψηλότερες τιμές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών
- Ασταθές κοινωνικό περιβάλλον (απεργίες σε λιμάνια και αεροδρόμια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες)
- Όλα τα παραπάνω
- Άλλο:

13) Εσάς πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση; *

- Μείωση πελατών
- Μείωση προσωπικού της επιχείρησης
- Μείωση των κερδών

- Όλα τα παραπάνω
- Άλλο:

14) Ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές; *

- παρουσίασε αύξηση
- παρέμεινε στάσιμος
- παρουσίασε πτώση

15) Ο αριθμός των τουριστών που επέλεξαν το ξενοδοχείο σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές; *

- παρουσίασε αύξηση
- παρέμεινε στάσιμος
- παρουσίασε πτώση

16) Πώς βλέπετε το μέλλον του τουρισμού στην Λακωνία; *

- Θετικά
- ουδέτερα
- αρνητικά

17) Προτείνετε τρόπους ανάπτυξης του τουρισμού στην περιοχή σας

Υποβολή

Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.

