

ΤΕΙ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ Ο. Τ. Α. Η
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ.**



Σπουδάστρια: Κυπριώτη Ειρήνη

ΑΕΜ: 2002294

Επιβλέπων καθηγητής: κ. Θωμάς Διονύσιος

ΚΑΛΑΜΑΤΑ

Νοέμβριος 2008

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
1.1 ΤΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	7
1.2 Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	12
1.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	15
1.3.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	20
1.3.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	23
1.4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	24
1.5 Η ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ...30	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	
2.1 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	33
2.2 ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....	36
2.3 ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΜΕ ΤΟΥΣ Ο. Τ. Α.....	44
2.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ	
3.1 ΔΗΜΟΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ.....	52
3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	59
3.3 ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	
4.1 ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ.....	71
4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	72



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....76

ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....77

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....78

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....79

Περίληψη

Σκοπός της εργασίας είναι να μελετηθεί η σημασία του τουρισμού στην ανάπτυξη της Μυτιλήνης. Επίσης, επιχειρείται η διερεύνηση της συμβολής της Τοπικής Αυτοδιοίκησης με έργα υποδομής στην προσπάθεια της για την προώθηση του τουριστικού της προϊόντος. Στην Μυτιλήνη τα τελευταία χρόνια έχει συσταθεί η Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης, η οποία προσπαθεί σε συνεργασία και με άλλους τομείς αλλά και με το Δήμο να συμβάλλει στην επίλυση των προβλημάτων αλλά και στην ανάπτυξη της Μυτιλήνης.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας εξετάζονται γενικές έννοιες του τουρισμού (τι είναι τουρισμός, τα χαρακτηριστικά του, από πού και πότε ξεκίνησε καθώς και η πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα αλλά και η τουριστική ανάπτυξη της Μυτιλήνης).

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε με ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν στους τουρίστες του νησιού και στους δημόσιους φορείς ζητήθηκε να καταγράψουν τις εντυπώσεις τους ώστε να δούμε την άποψη τους για τον τουρισμό της Μυτιλήνης, σε τι μειονεκτεί η Μυτιλήνη και γενικώς τι θα πρέπει να κάνουν οι τοπικοί φορείς, ώστε να βελτιώσουν την τουριστική της ανάπτυξη.

Εισαγωγή

Ο τουρισμός, κατά γενική παραδοχή, θεωρείται ότι είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της οικονομίας πολλών αναπτυσσόμενων χωρών που υπόσχεται οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.

Είναι δε ευρέως αποδεκτό ότι ο τουρισμός αποτελεί την μεγαλύτερη βιομηχανία σε διεθνές επίπεδο και αυτό αποδεικνύεται περίτρανα από τα παγκόσμια τουριστικά στατιστικά στοιχεία που σε παγκόσμιο επίπεδο δείχνουν το μέγεθος και τη σημαντικότητα της.

Γενικά, όλες οι εκτιμήσεις συγκλίνουν στη διαπίστωση ότι οι κινητήριες δυνάμεις της παγκόσμιας οικονομίας στον 21^ο αιώνα, θα είναι οι τρεις υπέρ βιομηχανίες υπηρεσιών: η τεχνολογία πληροφοριών, οι τηλεπικοινωνίες και ο τουρισμός.

Ο τουρισμός, ενώ αρχικά θεωρηθεί ότι είναι μία δραστηριότητα που δεν καταστρέφει τους φυσικούς πόρους, όμως, από την 10ετία του 1970 και μετά η "αθώα" αυτή άποψη άρχισε να αμφισβητείται ολοένα και περισσότερο. Η υπέρβαση της τουριστικής χωρητικότητας σε πολλές περιοχές του πλανήτη μας προκάλεσε αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και έντονες κοινωνικές συγκρούσεις που διαρκώς αυξάνονται.

Όπως, είναι φυσικό, για να συνεχιστεί απρόσκοπτα η τουριστική ανάπτυξη και μάλιστα κατά τρόπο συμβατό με το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον πρέπει οι φυσικοί πόροι που τον στηρίζουν να συνεχίσουν να είναι διαθέσιμοι (π.χ. παρθένα τοπία και ακτές, καθαρές θάλασσες).

Ο ρόλος της Αυτοδιοίκησης στην τουριστική ανάπτυξη δεν είναι απλώς σημαντικός, είναι καθοριστικός.

Η τουριστική δραστηριότητα αναπτύσσεται σε συγκεκριμένους τόπους με ιδιαίτερες απαιτήσεις και ανάγκες, τις οποίες η αυτοδιοίκηση είναι σε θέση να γνωρίζει καλύτερα από την κεντρική εξουσία. Η καθαριότητα και η αισθητική, η έλλειψη της οποίας σε κάποιες περιπτώσεις αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα παράπονα ξένων επισκεπτών στη χώρα μας, είναι ένα θέμα που οφείλει να διαχειριστεί η τοπική αυτοδιοίκηση.

Το ίδιο ισχύει και για τα θέματα της ευταξίας, ηχορύπανσης κλπ. Ακόμη και το καλύτερο ξενοδοχείο δεν μπορεί να εξισορροπήσει την κακή εντύπωση που αφήνουν τα σκουπίδια στους δρόμους ή στις παραλίες. Ο Τουρισμός δεν είναι υπόθεση μόνο της Πολιτείας, αλλά και της Αυτοδιοίκησης, των φορέων του τουρισμού, κάθε πολίτη ξεχωριστά.

Ο τουρισμός είναι η μοναδική μορφή οικονομικής δραστηριότητας που έχει τοπική ταυτότητα. Η τουριστική εμπειρία σε μια περιοχή, δεν μπορεί να μεταφερθεί σε κάποια άλλη.

Υπό αυτό το πρίσμα, η συμβολή των τοπικών κοινωνιών, των ιδιαιτεροτήτων τους, των ηθών και των εθίμων τους είναι εξαιρετικά σημαντική. Εξίσου σημαντικό είναι και το φυσικό περιβάλλον κάθε περιοχής, η ευαισθησία των φυσικών της πόρων, τα τοπικά προϊόντα, τα οποία αναδεικνύουμε μέσα από την διαφημιστική καμπάνια μας. Έχουμε ήδη δρομολογήσει τη δημιουργία τουριστικών χαρτών για τις περιφέρειες της χώρας, με στόχο να εντοπίσουμε και να αναδείξουμε τις ιδιαιτερότητες για κάθε μια ξεχωριστά, μέσα από το διάλογο και τη συνεργασία της Πολιτείας, της Αυτοδιοίκησης και των τοπικών φορέων του τουρισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1. : Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού

Ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή αποτελεί ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, η ανάπτυξη του οποίου μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου έχει προσελκύσει ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον τόσο των αναπτυγμένων χωρών, όσο και των αναπτυσσομένων, δηλαδή αυτών που για ίδιους ή διαφορετικούς λόγους δεν έχουν κατορθώσει ακόμα να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας τους. Οι λόγοι είναι κατανοητοί. Αν και ο τουρισμός σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για την αντιμετώπιση όλων των οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων των χωρών που επιχειρούν να τον αναπτύξουν, έχει αποδειχτεί στην πράξη ότι κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην οικονομική τους ανάπτυξη ή και μεγέθυνση. Αυτός άλλωστε είναι και ο λόγος που η ανάπτυξη του επιδιώκεται ολοένα και περισσότερο κυρίως από τις αναπτυσσόμενες χώρες.

Η αναπτυξιακή πορεία του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο υπήρξε ομολογουμένως εντυπωσιακή, αφού από το 1997 αδιαφιλονίκητα αναγνωρίζεται πλέον ως η μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου. Οι παράγοντες εκείνοι που συνέβαλαν σε αυτό ήταν κατά κύριο λόγο η αύξηση του εισοδήματος των ανθρώπων, ο περισσότερος ελεύθερος χρόνος στη διάθεση τους για διακοπές και ξεκούραση, η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη στα μέσα μαζικής μεταφοράς και ιδιαίτερα στα αεροπλάνα και τέλος η απλούστευση των διατυπώσεων εισόδου-εξόδου στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Ειδικότερα σε ότι αφορά την εντυπωσιακή εξέλιξη των μεταφορικών μέσων, θα πρέπει να ειπωθεί ότι αυτά συνέβαλαν στο να αυξηθεί η εμβέλεια του διεθνούς τουρισμού, με την έννοια ότι με το πέρασμα του χρόνου ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι επισκέπτονται πιο απομακρυσμένους τουριστικούς προορισμούς. Η τάση αυτή είχε σαν αποτέλεσμα να αλλάξουν βαθμιαία οι κατευθύνσεις ροών του διεθνούς τουριστικού ρεύματος.

Ας σημειωθεί ότι τόσο η εξέλιξη του τουρισμού σε μια δυναμικά αναπτυσσόμενη βιομηχανία, όσο και η τρέχουσα οικονομική σημασία του δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται χωριστά, αλλά στο πλαίσιο του αυξανόμενου ενδιαφέροντος για τον τριτογενή τομέα, δηλαδή του τομέα των υπηρεσιών της οικονομικής δραστηριότητας μιας χώρας

Εξαιτίας του γεγονότος ότι ο τουρισμός εμφανίζεται με διάφορες μορφές, ο ορισμός του με ακρίβεια κάθε άλλο παρά εύκολη υπόθεση πρέπει να θεωρείται. Μία από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν για να ορισθεί ο τουρισμός όσο το δυνατό ακριβέστερα γίνεται είναι αυτή των Hunziker και Kraft. Έτσι, λοιπόν, ο τουρισμός, κατά την άποψη τους, θα μπορούσε να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον αυτά δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα.

Από τα κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα ως εξής:

1. Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και της διαμονής τους σε αυτούς τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.
2. Οι διάφορες μορφές τουρισμού, όποιες και αν είναι αυτές, περιέχουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία και συγκεκριμένα το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν με την ευρύτερη έννοια του όρου, δηλαδή συμπεριλαμβανομένης και της διατροφής.
3. Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διανομής των ανθρώπων, που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
4. Η μετακίνηση των ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεση τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης διαμονής

τους μέσα σε λίγες ημέρες, εβδομάδες ή μήνες.

5. Οι άνθρωποι επισκέπτονται διάφορους τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για σκοπούς άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησης τους.

Αν εξεταστεί προσεκτικά ο τουρισμός, θα διαπιστωθεί ότι αποτελεί ένα σύνθετο δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων, που προσφέρει μία τουριστική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων, που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο στον οποίο κατοικούν μόνιμα και ταξιδεύουν για να επισκεφθούν κάποιον τουριστικό προορισμό, για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης κ.τ.λ.

Δεκάδες, ίσως εκατοντάδες έννοιες και λέξεις αφορούν τον τουρισμό και συνεχώς προστίθενται νέες. Ο τουρισμός δεν σημαίνει απλά περιήγηση όπως σήμαινε την εποχή του αρχαίου Πausανία και των άλλων περιηγητών.

Ο τουρισμός είναι πλέον αγαθό. Ανάγκη, όχι μόνο για τον κάτοικο της πόλης που «ζει για τις διακοπές» αλλά και για πλήθος εργαζομένων στα επαγγέλματα του τουρισμού που ζουν από τις διακοπές των προηγούμενων. Πρόκειται για μια εμπορική συναλλαγή, μια διαδικασία που διαμορφώνεται από τις συνθήκες της σύγχρονης ζωής και που διαμορφώνει με τη σειρά της τις ανθρώπινες σχέσεις ανάμεσα σε αυτούς που καταναλώνουν το προϊόν του τουρισμού και σε αυτούς που το προσφέρουν. Είναι στο τέλος κομμάτι της ζωής όλων μας ανεξαιρέτως, αφού όλο αυτό το σύστημα έχει σαν ουσιαστικό αντικείμενο το περιβάλλον συνολικά.

Έχει διαπιστωθεί τα τελευταία χρόνια, ότι ένα από τα σημαντικότερα κεφάλαια στην οικονομία ενός τόπου είναι ο τουρισμός. Για αυτό παρατηρείται μια έντονη δραστηριότητα από την πλευρά πολλών κρατών για την τόνωσή του.

Η λέξη τουρισμός δεν έχει ελληνική αλλά γαλλική προέλευση. Σημαίνει τη μετακίνηση του ανθρώπου ή ομάδων, από τη μια περιοχή

στην άλλη, με σκοπό την ενημέρωση, την ψυχαγωγία ή ακόμη και τη σύναψη εμπορικών συμφωνιών.

Η τάση και η επιθυμία του ανθρώπου να επισκέπτεται ξένους τόπους, υπήρχε και στην αρχαία εποχή. Αρκεί να θυμηθούμε τα ταξίδια του Σόλωνα, του Ηροδότου ή του Πausανία. Με τη σύγχρονη όμως έννοια ο τουρισμός αναπτύχθηκε κατά τους μεταγενέστερους χρόνους και ιδιαίτερα μετά το 18ο αιώνα που εκδηλώθηκε η βιομηχανική επανάσταση.

Πολλοί είναι οι λόγοι που κάνουν τον άνθρωπο να περιέρχεται χώρες ή και σημαντικούς για την ιστορία ή τη φυσική τους ομορφιά τόπους και να χρησιμοποιεί οποιοδήποτε μέσο για τη μετάβασή του από τόπο σε τόπο. Πρώτος και βασικότερος είναι η έμφυτη τάση του για γνώση, η επιθυμία να γνωρίσει πολιτισμούς, ήθη και έθιμα. Επίσης, τον οδηγεί η ανάγκη για ανανέωση του οργανισμού μετά από την πολυάριθμη και εντατική δραστηριότητά του, η ανάγκη να ξεφύγει από τη μονοτονία της καθημερινότητας. Φυσικά δεν πρέπει να ξεχνάμε και τους λόγους υγείας, που οδηγούν πολλούς σε άλλες χώρες ή ακόμα οι οικονομικοί λόγοι, δηλαδή τα ταξίδια που γίνονται για ανταλλαγή προϊόντων, εμπορικές συμφωνίες και αγορές. Για αυτούς τους λόγους, ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα του καταναλωτικού τρόπου ζωής. Αυτός προσφέρει τα μέσα, εξυπηρετεί αλλά και τονώνει το τουριστικό ρεύμα. Τα ποικίλα τεχνολογικά εφευρήματα, τα σύγχρονα μέσα συγκοινωνίας, μπορούν να μεταφέρουν οποιονδήποτε από μας και στο πιο μακρινό σημείο του πλανήτη και να μας βοηθήσουν να ανταποκριθούμε στην απαίτηση για ψυχαγωγία, ανανέωση και τόνωση του οργανισμού, για μάθηση, αγορές, επιμόρφωση. Και το τουριστικό ρεύμα είναι τόσο μεγαλύτερο, όσο αυξάνεται η παραγωγική δύναμη μιας χώρας και ο κόσμος ζει σε ευημερία.

Αναμφισβήτητα ο τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην ταχύρυθμη οικονομική ανάπτυξη και στη δραστική μείωση της ανεργίας στη χώρα μας.

Δεν είναι τυχαίο ότι συνεισφέρει περίπου το 18% του ΑΕΠ, αν ληφθούν υπόψη και οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του στο σύνολο της οικονομίας. Το σύνολο των εσόδων της χώρας μας από τον τουρισμό είναι μεγαλύτερο από το σύνολο της αξίας των εξαγωγών μας, τόσο προϊόντων όσο και υπηρεσιών, και καλύπτει περίπου το 40% του ελλείμματος του ισοζυγίου των εξωτερικών μας πληρωμών. Στον ελληνικό τουρισμό απασχολούνται άμεσα και έμμεσα περίπου 800.000 εργαζόμενοι, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων δραστηριοποιείται στην περιφέρεια και σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις.

1.2. Η διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού

Μπορεί κανείς να ισχυριστεί κάθε άλλο παρά ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα τυχαίο φαινόμενο των εξελιγμένων σήμερα κοινωνιών. Αντίθετα, αυτός χρονολογείται από πολλές χιλιάδες χρόνια, ίχνη του δε έστω και σε λανθάνουσα μορφή μπορούν να διαπιστωθούν σε όλες χωρίς εξαίρεση τις ιστορικές περιόδους της ζωής του ανθρώπου. Κατά την αρχαιότητα η ξενία, που τόσο γνωστή είναι από τα ομηρικά έπη, μαρτυράει χωρίς άλλο την ύπαρξη μιας υποτυπώδους μορφής τουρισμού.

Επίσης, η μελέτη των γραπτών μνημείων του Αρτεμιδώρου, του Πausανία, του Στράβωνα, του Ηρόδοτου και άλλων μας οδηγεί με βεβαιότητα στο συμπέρασμα ότι στην αρχαία Ελλάδα υπήρχε το φαινόμενο της τουριστικής μετακίνησης ατόμων, έστω και σε περιορισμένη κλίμακα, προς το σκοπό της ικανοποίησης συγκεκριμένων ψυχικών αναγκών ή επιθυμιών, καθώς και πνευματικών ανησυχιών.

Βέβαια ο τουρισμός στην αρχαιότητα ήταν διαφορετικός από το σημερινό τόσο ως προς η μορφή του όσο και ως προς το εισόδημα, καθώς και ως προς τα μέσα ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών.

Υποτυπώδεις μορφές τουρισμού μπορούν να διαπιστωθούν ακόμα κατά την περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας και του Μεσαίωνα, αλλά μέχρι το 19^ο αιώνα.

Ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή άρχισε να εμφανίζεται τον 20^ο αιώνα και κυρίως μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, αλλά και πάλι η συχνότητα των μετακινούμενων για τουριστικούς λόγους ατόμων ήταν περιορισμένος. Ο λόγος είναι πολύ απλός: ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας, δηλαδή αυτών που ποτέ δεν είχαν πρόβλημα ελεύθερου χρόνου και χρημάτων. Με το πέρασμα, όμως, του χρόνου ο τουρισμός βαθμιαία μεν αλλά σταθερά άρχισε να γίνεται δικαίωμα και των πολλών, δηλαδή των χαμηλόμισθων εργαζομένων και γενικότερα των μη προνομιούχων. Χρονολογικά η εξέλιξη αυτή τοποθετείται μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου πολέμου.

Σήμερα ο τουρισμός έχει σε μεγάλο βαθμό κοινωνικοποιηθεί και εκδημοκρατιστεί σε πολλές χώρες του πλανήτη μας και κυρίως σε αυτές που έχουν κατορθώσει να σπάσουν το φράγμα της μιζέριας και της φτώχειας, δηλαδή που έχουν διακόψει το φαύλο κύκλο της υπανάπτυξης, με αποτέλεσμα ο αριθμός των ατόμων που ταξιδεύουν για τουριστικούς λόγους να αυξάνεται ολοένα και περισσότερο.

Τα ταξίδια σε άλλους τόπους μάγευαν τα ανήσυχια πνεύματα σε όλες τις εποχές της ιστορίας. Ήδη από τους αρχαίους χρόνους διάφοροι συγγραφείς γύριζαν από τόπο σε τόπο καταγράφοντας τις εμπειρίες του ταξιδιού τους. Καθιστούσαν, με αυτόν τον τρόπο, τους αναγνώστες των βιβλίων τους, μέτοχους της εμπειρίας τους. Οι συγγραφείς αυτοί ονομάστηκαν περιηγητές. Σε αυτούς χρωστάμε πλήθος πληροφοριών για τα ήθη, τα έθιμα την κοινωνική, πολιτική και πολιτιστική κατάσταση των τόπων που επισκέφθηκαν. Για παράδειγμα σημαντικότερες πληροφορίες-γνώσεις για τον αρχαίο κόσμο διέσσωσαν ο Στράβων, ο Πausανίας κ.ά. Ο τουρισμός, όπως περίπου τον γνωρίζουμε σήμερα, άρχισε να διαμορφώνεται στον εικοστό αιώνα. Η κατοχύρωση του ωραρίου εργασίας και ο θεσμός της άδειας στους εργαζόμενους με μισθωτή σχέση εργασίας, η δημιουργία δηλαδή «ελεύθερου χρόνου», αποτέλεσε το ουσιαστικό υπόβαθρο ανάπτυξης του τουρισμού. Όμως η πραγματική επανάσταση στον τουρισμό έγινε στο δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα, μετά τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο. Η διάδοση του αυτοκινήτου ως μέσου μετακίνησης προσώπων για λόγους αναψυχής, έδωσε πλέον τη δυνατότητα στον καθένα με λογικό κόστος να κάνει πραγματικότητα το πάσαι ποτέ όνειρο της επίσκεψης άλλων τόπων.

Οι περιηγητές έγιναν τουρίστες, τα σημειωματάρια αντικαταστάθηκαν από τις φωτογραφικές μηχανές και τα video. «Γεννήθηκε», έτσι, ο τουρισμός που έχει εξελιχτεί στη «βαριά βιομηχανία» ολοκλήρων περιοχών ακόμα και κρατών, από τον οποίο αποκομίζουν δηλαδή το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους, συνυπολογίζοντας βεβαίως και τις συναφείς με αυτόν δραστηριότητες π.χ. τη διάθεση των τοπικών προϊόντων του πρωτογενούς

τομέα και την ενίσχυση της τοπικής βιοτεχνίας. Αν και η ταχύτατη εξέλιξη της τεχνολογίας με την εικονική πραγματικότητα έχει δώσει τη δυνατότητα να «ταξιδεύουμε» σε μακρινούς τόπους από την καρέκλα του υπολογιστή μας, ακόμα να «μυριζόμαστε» την αύρα του ωκεανού, εντούτοις η σωματική μετακίνησή μας εξακολουθεί να μας συναρπάζει και να μας είναι απόλυτα απαραίτητη γιατί ο «μέσα άνθρωπος» δεν αναπαύεται και δεν «γεμίζει τις μπαταρίες» του εικονικά αλλά μόνον πραγματικά.

1.3. Τουριστική και Τοπική Ανάπτυξη

Η τουριστική ανάπτυξη, με την πιο πλατειά έννοια του όρου, σημαίνει σε γενικές γραμμές ανοδική εξέλιξη του τουρισμού, ως κλάδου οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας μιας χώρας, που συντελείται βασικά με την πληρέστερη αξιοποίηση και ορθολογιστικότερη εκμετάλλευση των ανεπαρκών τουριστικών πόρων, με την αύξηση της τουριστικής παραγωγής και την ποιοτική βελτίωση της, μα πάνω απ' όλα με την προσαρμογή της στις ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών, δηλαδή στην τουριστική ζήτηση. Η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει μεταβολές διαρθρωτικής φύσης στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς επίσης σημαντικές αλλαγές και βελτιώσεις των θεσμών που αφορούν την οργάνωση και λειτουργία της τουριστικής παραγωγής.

Τα κύρια επιχειρήματα που συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο είναι ότι ο τουρισμός:

- Προσφέρει ευκαιρίες πλήρους και μερικής απασχόλησης για ειδικευμένο και ανειδίκευτο εργατικό δυναμικό και αυτό γιατί πρόκειται κατά κύριο λόγο για βιομηχανία έντασης εργασίας.
- Εφοδιάζει την οικονομία με συναλλαγματικούς πόρους και συγκεκριμένα με σκληρά ξένα νομίσματα που, όπως είναι γνωστό, έχουν τουλάχιστον μερική εξωτερική μετατρεψιμότητα.
- Αυξάνει τα ατομικά εισοδήματα, ενώ παράλληλα δημιουργεί συμπληρωματικό εισόδημα σε πολλές κατηγορίες ανθρώπων.
- Συμβάλλει στην αύξηση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος.
- Προϋποθέτει την ανάπτυξη μιας απαραίτητης υποδομής που εκτός του ότι ενισχύει την τουριστική ανάπτυξη, τονώνει παράλληλα, τόσο το τοπικό εμπόριο όσο και τη μεταποιητική δραστηριότητα.

Τα κύρια οικονομικά ωφελήματα που προκύπτουν για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση προέρχονται από φορολογικά έσοδα και συγκεκριμένα από φορολόγηση των κερδών των τουριστικών επιχειρήσεων

και του εισοδήματος των απασχολούμενων στην τουριστική βιομηχανία, από κέρδη κρατικών ή και δημοτικών τουριστικών επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών ή διάθεσης προϊόντων, από έμμεση φορολόγηση των τουριστών και εκδρομέων κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στους τουριστικούς προορισμούς των χωρών υποδομής τους κ. λ. π.

Η ανάπτυξη του τουρισμού είναι μεταξύ άλλων στενά συνυφασμένη και με τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης σε διάφορους υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας της τουριστικής οικονομίας, αλλά και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Τρεις τύποι απασχόλησης δημιουργούνται βασικά από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα οι εξής: Άμεση απασχόληση, προκύπτει από τις δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε παραγωγικές μονάδες της τουριστικής βιομηχανίας. Έμμεση απασχόληση, προκύπτει από δραστηριότητες της τουριστικής προσφοράς αλλά δεν προκαλείται άμεσα από δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες. Επαγωγική απασχόληση, είναι η επιπλέον απασχόληση που προκύπτει από τις επιδράσεις του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος, καθώς οι ντόπιοι κάτοικοι ξανά ξοδεύουν τα επιπλέον χρήματα που κέρδισαν.

Με τον όρο τοπική ανάπτυξη εννοούμε τη την συνεχή διαδικασία μετασχηματισμού της τοπικής κοινωνίας, προς μία ανθρωπινότερη ζωή στην κάθε της έκφραση.

Τα τελευταία 20 χρόνια η τοπική ανάπτυξη, ως οντότητα, πέρα από την κατευθυνόμενη από το κέντρο περιφερειακή ανάπτυξη, δείχνει να αποκτά μία δική της λογική και υπόσταση, βασιζόμενη σε αξίες- ανθρωπίνη επικοινωνία-εθελοντική εργασία μάλλον παρά στους αυστηρούς κανόνες της αγοράς και της συναλλακτικής οικονομικής γενικότερα.

Η «τοπική ανάπτυξη» μπορεί να θεωρηθεί ως μία διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης και διαρθρωτικών αλλαγών, η οποία οδηγεί σε βελτίωση του επιπέδου ζωής του τοπικού πληθυσμού και η οποία έχει οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και πολιτική-διοικητική διάσταση. Η στρατηγική της τοπικής

ανάπτυξης αντιμετωπίζει κάθε χωρική ενότητα με διαφορετικό τρόπο, σύμφωνα με το επίπεδο ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας, της δομής και λειτουργίας του παραγωγικού συστήματος, της αγοράς εργασίας και των χαρακτηριστικών που προσδιορίζουν την τοπική κουλτούρα.

Όσον αφορά την ανάπτυξη της απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο, θεωρήθηκε επί μακρόν περιθωριακός στόχος σε σύγκριση με τις μακροοικονομικές και τις διαρθρωτικές στρατηγικές. Σήμερα όμως, είναι όχι μόνο ευρέως αποδεκτή, αλλά διαφαίνεται ότι είναι αυτή η στρατηγική η οποία παρέχει σημαντικές δυνατότητες αποτελεσματικών δράσεων για την προώθηση της απασχόλησης.

Στα πλαίσια της επιχειρηματικότητας εντάσσεται και η ανάπτυξη της δραστηριότητας στον τομέα του τουρισμού, αφού για το σκοπό αυτό απαιτείται η παραγωγή πλήθους προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών, γεγονός που συνεπάγεται τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την οικονομική ανάπτυξη. Ιδιαίτερα με τις ραγδαίες εξελίξεις που σημειώνονται τα τελευταία χρόνια στην παγκόσμια αγορά, ο τουρισμός αποτελεί σημαντική οικονομική δύναμη, για την ανάπτυξη της οποίας απαιτείται η ανάληψη έντονης επιχειρηματικής δράσης. Προκειμένου να συνδεθεί ο τουρισμός με την τοπική αγροτική ανάπτυξη, είναι αναγκαία η κινητοποίηση και δραστηριοποίηση των τοπικών επιχειρηματιών, οι οποίοι με τη δράση τους μπορούν να προσδώσουν οικονομική αξία σε μια περιοχή ή κοινότητα, διατηρώντας παράλληλα τους τοπικούς πόρους εντός των συνόρων της περιοχής.

Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια που η γεωργική δραστηριότητα στις αγροτικές περιοχές παρουσιάζει κάμψη και οι πληθυσμιακές μετακινήσεις από τις αγροτικές προς τις αστικές περιοχές εντείνονται, αναζητήθηκαν εναλλακτικοί τρόποι αγροτικής ανάπτυξης. Μέσα στα πλαίσια αυτά αναδύθηκε ο λεγόμενος «αγροτουρισμός», με σκοπό την αξιοποίηση του τοπικού φυσικού κεφαλαίου και την προώθηση του πολιτισμού. Οι τοπικές αρχές και διάφοροι φορείς σε

όλη την Ευρώπη δίνουν όλο και περισσότερη έμφαση στην ανάπτυξή του, εστιάζοντας κυρίως στην αξιοποίηση της τοπικής κληρονομιάς.

Μέχρι σήμερα δεν υπάρχει ένας συγκεκριμένος ορισμός για τον αγροτουρισμό, καθώς συχνά συγχέεται με τον οικοτουρισμό και το φυσιολατρικό τουρισμό. Πολλές φορές αναφέρεται και ως τουρισμός της υπαίθρου. Ο Lane (1994) ορίζει τον αγροτουρισμό ως 'τουρισμό ο οποίος λαμβάνει χώρα στην εξοχή'. Ο αγροτουρισμός αξιοποιεί ουσιαστικά τα προϊόντα του αγροτικού περιβάλλοντος και χρησιμοποιεί τον αγροτικό χώρο ως μέρος φιλοξενίας (π.χ. αγροκτήματα-ξενοδοχεία).

Η καλή διαχείριση του αγροτουρισμού συμβάλλει θετικά στην αγροτική οικονομία και μπορεί αποτελέσει μοχλό γενικότερης ανάπτυξης της περιοχής. Βασική προϋπόθεση για βιώσιμη αγροτουριστική ανάπτυξη αποτελεί ο σεβασμός στον τοπικό πολιτισμό και η διαχείριση των τοπικών πόρων με τέτοιο τρόπο, ώστε να ικανοποιούνται όλες οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες, διατηρώντας όμως ανέπαφη την πολιτισμική κληρονομιά, τις οικολογικές διαδικασίες, τη βιοποικιλότητα και τα ζωτικά συστήματα της περιοχής. Επιπλέον, σύμφωνα με τους Elson Steenberg & Wilkinson (1995), με την ανάπτυξη του αγροτουρισμού οι αγρότες λαμβάνουν ένα συμπληρωματικό εισόδημα και συμβάλλουν ενεργά στην τοπική ανάπτυξη του τόπου τους.

Η Ελλάδα είναι μία από τις χώρες που διαθέτουν μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης στον τομέα του τουρισμού, χάρη στον πολιτισμό της, την πνευματική και ιστορική της κληρονομιά, το φυσικό της κάλλος και τις δυνατότητες αναψυχής, που μπορεί να αξιοποιήσει (Ρόντος) . Προς την κατεύθυνση αυτή επικουρεί και η Ευρωπαϊκή Ένωση, που στηρίζει τις δράσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού και ιδιαίτερα του αγροτουρισμού, μέσω της εφαρμογής μίας σειράς προγραμμάτων, όπως το ΕΠΑΝ, ΠΕΠ, τις Πρωτοβουλίες Ιντερρεγκ Ι Ι Ι και LEADER + (2002-2008). Παράλληλα, μέσω του Γ' και Δ' ΚΠΣ προωθούνται Μελέτες Τουριστικής Ανάπτυξης, προκειμένου να

εντοπισθούν οι τουριστικοί πόροι που έχουν δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης. Τα εν λόγω προγράμματα έχουν αποβεί σωτήρια για απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές που δεν θα είχαν αλλιώς δυνατότητα αυτοχρηματοδότησης και ανάπτυξης.

1.3.1. Πλεονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης

Οικονομικές ωφέλειες

Οι κύριες θετικές οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού σχετίζονται με κέρδη συναλλάγματος, τις συνεισφορές στα κρατικά έσοδα, παραγωγή ευκαιριών απασχόλησης και εργασίας.

Κέρδη συναλλάγματος

Οι τουριστικές δαπάνες, η εξαγωγή και εισαγωγή σχετιζόμενων αγαθών και υπηρεσιών, επιφέρουν έσοδα στην οικονομία της χώρας που φιλοξενεί τους τουρίστες. Ο τουρισμός αποτελεί μια βασική πηγή κέρδους συναλλάγματος για τουλάχιστον 38% όλων των χωρών (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού).

Συνεισφορά στα κρατικά έσοδα

Τα κρατικά έσοδα από τον τουριστικό τομέα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως άμεσες και έμμεσες εισφορές. Στις άμεσες εισφορές περιλαμβάνονται οι φόροι σε εισοδήματα που προέρχονται από τουριστική απασχόληση, από τουριστικές επιχειρήσεις και από άμεσες χρεώσεις σε τουρίστες όπως ο οικολογικός φόρος ή οι φόροι αναχώρησης. Οι έμμεσες εισφορές προκύπτουν από φόρους και δασμούς σε αγαθά και υπηρεσίες προς τους τουρίστες, όπως για παράδειγμα φόρους για αναμνηστικά αντικείμενα, αλκοολούχα ποτά, εστιατόρια κ.λπ.

Δημιουργία θέσεων απασχόλησης

Η ραγδαία επέκταση του διεθνούς τουρισμού έχει οδηγήσει σε σημαντική δημιουργία θέσεων απασχόλησης. Για παράδειγμα, ο τομέας ξενοδοχειακών καταλυμάτων ανεξάρτητα παρείχε περίπου 11.3 εκατομμύρια θέσεις εργασίας παγκοσμίως κατά το έτος 1995. Ο τουρισμός μπορεί άμεσα να ενεργοποιήσει θέσεις εργασίας μέσω ξενοδοχείων, εστιατορίων, ταξί, πωλήσεων αναμνηστικών αντικειμένων αλλά και έμμεσα με την παροχή αγαθών και υπηρεσιών που χρειάζονται από τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο

τουρισμός απασχολεί περίπου το 7% των εργαζομένων παγκοσμίως.

Ενεργοποίηση επενδύσεων στις υποδομές

Ο τουρισμός μπορεί να προτρέψει την τοπική κυβέρνηση ώστε να βελτιώσει τις υποδομές δημιουργώντας καλύτερα αποχετευτικά συστήματα και συστήματα ύδρευσης, οδικά δίκτυα, δίκτυα παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, παροχής τηλεπικοινωνιών και δημόσιας μεταφοράς. Με όλα αυτά βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων, αλλά και διευκολύνεται και ο τουρισμός.

Συμβολή στις τοπικές οικονομίες

Ο τουρισμός μπορεί να στηρίξει σημαντικά την τοπική οικονομία. Καθώς το περιβάλλον αποτελεί ένα βασικό στοιχείο των πόρων της τουριστικής βιομηχανίας, τα εισοδήματα από τον τουρισμό συχνά χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της οικονομικής αξίας των προστατευόμενων περιοχών. Υπάρχουν και άλλα τοπικά εισοδήματα τα οποία δεν ποσοτικοποιούνται εύκολα, καθώς δεν καταγράφονται όλα τα τουριστικά έξοδα στις μακρό-οικονομικές στατιστικές. Ένα μέρος του τουριστικού εισοδήματος προέρχεται από την ανεπίσημη απασχόληση, όπως είναι οι μικροπωλητές στους δρόμους και οι ανεπίσημοι ξεναγοί. Η θετική πλευρά της ανεπίσημης, ή μη δηλωμένης, απασχόλησης είναι ότι τα χρήματα επιστρέφουν στην τοπική οικονομία και ότι έχουν πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα καθώς γίνεται ανακύκλωση δαπανών. Το Παγκόσμιο Συμβούλιο για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό εκτιμά ότι ο τουρισμός παράγει ένα έμμεσο ισοδύναμο εισφοράς έως 100% των άμεσων εξόδων από τον τουρισμό.

Άμεση οικονομική συμβολή για την προστασία της φύσης

Ο τουρισμός μπορεί να συνεισφέρει άμεσα στη διατήρηση ευαίσθητων περιοχών και οικοτόπων. Τα εισοδήματα που προέρχονται από τα εισιτήρια

εισόδου στα πάρκα και από παρόμοιες πηγές μπορούν να χρησιμοποιηθούν κυρίως για την προστασία και τη διαχείριση των περιβαλλοντικά ευαίσθητων περιοχών. Κάποιες κυβερνήσεις συγκεντρώνουν χρήματα με πιο έμμεσους τρόπους οι οποίοι δεν συνδέονται με συγκεκριμένα πάρκα ή περιοχές διατήρησης. Χρήματα από μισθώσεις χρήσης, φόροι εισοδήματος, φόροι για πωλήσεις ή ενοικίαση εξοπλισμού αναψυχής και οι φόροι αδειοδότησης για δραστηριότητες όπως είναι το κυνήγι και η αλιεία, όλα αυτά είναι δυνατό να παρέχουν στις κυβερνήσεις τα χρήματα που χρειάζονται για τη διαχείριση των φυσικών πόρων.

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Όλο και περισσότεροι τουριστικοί πράκτορες υιοθετούν μια ενεργή στάση με σκοπό την αειφορία. Αυτό συμβαίνει όχι μόνο επειδή το επιθυμούν οι καταναλωτές, αλλά επίσης διότι γνωρίζουν και οι ίδιοι ότι οι ανέπαφοι και παρθένοι προορισμοί είναι ουσιώδεις για τη μακροπρόθεσμη επιβίωση της τουριστικής βιομηχανίας. Όλο και περισσότεροι τουριστικοί πράκτορες προτιμούν να εργάζονται με προμηθευτές οι οποίοι δρουν αειφορικά, για παράδειγμα, με εξοικονόμηση νερού και ενέργειας, εκτίμηση του τοπικού πολιτισμού και στήριξη της καλής κατάστασης των τοπικών κοινωνιών. Το 2000, ιδρύθηκε ο διεθνής Οργανισμός Τουριστικών Πρακτόρων για Αειφορικό Τουρισμό με τη στήριξη του Περιβαλλοντικού Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών (UNEP).

1.3.2. Μειονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης

Εκτός από επιθυμητές θετικές οικονομικές και κοινωνικές επιδράσεις, ο τουρισμός έχει ορισμένες φορές και ανεπιθύμητες αρνητικές επιδράσεις, όπως:

- Η ταχύρυθμη και ανεξέλεγκτη ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί μεταξύ άλλων να αποτελέσει παράγοντα που συμβάλλουν στη δημιουργία πληθωριστικών πιέσεων στην οικονομία μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Εξαιτίας των πληθωριστικών αυτών πιέσεων οδηγούνται σε υψηλά επίπεδα οι τιμές της γης και των ακινήτων, ενθαρρύνεται η κερδοσκοπία τους και ακόμα δημιουργείται υπερβάλλουσα ζήτηση σε κατασκευαστικές και άλλες βιομηχανίες που θεωρούνται προμηθευτές του τουρισμού.
- Συχνά παρατηρείται αισθητή διαφορά μεταξύ των επισκεπτών μιας χώρας υποδοχής τουριστών και των μόνιμων κατοίκων τους σε ότι αφορά την αγοραστική τους δύναμη.
- Η παρουσία μεγάλου αριθμού τουριστών σε μία χώρα υποδοχής τουριστών, έστω και εποχικά, ενθαρρύνει τη δημιουργία προτύπων αγοραστικής συμπεριφοράς και κατανάλωσης, τα οποία είναι λίγο πολύ ακατάλληλα για τον ντόπιο πληθυσμό, επειδή δεν συμβιβάζονται με τις αξίες του, τις οικονομικές του δυνατότητες, τις συνήθειες του, τη νοοτροπία του και ενδεχομένως τα ήθη και τα έθιμα του. Σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς των χώρων υποδοχής τουριστών, ο δυσανάλογα υψηλός αριθμός των επισκεπτών τους σε σχέση με τις δυνατότητες που έχουν να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες δημιουργεί υπαρξιακά προβλήματα στους μόνιμους κατοίκους. Η όλη αυτή κατάσταση επιτείνεται από την αυξανόμενη ρύπανση του περιβάλλοντος, καθώς επίσης από την ηχορύπανση και την αρχιτεκτονική ρύπανση, ειδικότερα δε όταν η τελευταία αλλοιώνει τα χαρακτηριστικά ενός τουριστικού προορισμού.

1.4. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Σε μια εποχή που οι επιστήμονες κρούουν το καμπανάκι του κινδύνου για τις αρνητικές επιπτώσεις της μόλυνσης του πλανήτη, ο μαζικός τουρισμός θεωρείται ένας από τους κύριους ενόχους. Το είδος αυτό του τουρισμού κατέληξε δυστυχώς τις τελευταίες δεκαετίες να μην αποτελεί μια φιλική προς το περιβάλλον βιομηχανία. Σ' αυτό συμβάλλουν κυρίως η τοπική υπερανάπτυξη και η εξάντληση των φυσικών πόρων. Παράλληλα για την λύση του προβλήματος αυτού, προβάλλεται και αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια ένα άλλο είδος τουρισμού ο εναλλακτικός τουρισμός. Σε αντιπαράθεση με τον μαζικό τουρισμό, δεν είναι μεγάλης κλίμακας αλλά απευθύνεται σε μεμονωμένες ομάδες ατόμων με διάφορα ενδιαφέροντα (φύση, πολιτισμό, παράδοση, αθλητισμό, επιστήμη, θρησκεία κλπ).

Ο εναλλακτικός τουρισμός εκτός από τη συμβολική έννοια που έχει αποκτήσει ως μορφή τουρισμού, της οποίας τα κύρια χαρακτηριστικά είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλίων ή ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας, αναφέρεται σε κάθε ειδική μορφή τουρισμού, η οποία προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας.

Ο αριθμός των ευρωπαίων πολιτών που στρέφεται και προς τον εναλλακτικό τουρισμό ξεπερνά τα 35.000.000 και αυξάνεται με ρυθμούς άνω του 20% κατά χρόνο. Τα στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό τον τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης και εισοδήματος. Στη χώρα μας ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να γίνει σημαντικός μοχλός μιας νέας φάσης τουριστικής επέκτασης.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι πάρα πολλές σε αριθμό και φυσικά θα ήταν αδύνατον να αναπτυχθούν όλες στα πλαίσια αυτού του

αφιερώματος.

Ωστόσο, ενημερωτικά αναφέρουμε ορισμένες από τις κυρίες μορφές εναλλακτικού τουρισμού:

1. Γενικός τουρισμός

Ο γενικός τουρισμός ή τουρισμός διακοπών αναψυχής, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αποτελεί μία δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου που σχετίζεται στενά με την ανάγκη ή την επιθυμία που έχει αυτό για ανάπαυση και αναψυχή. Ως προς τη μορφή του διακρίνεται : - σε τουρισμό περιήγησης, όπου ο τουρίστας παρουσιάζει γεωγραφική κινητικότητα και μετακινείται τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του από χώρα σε χώρα, -σε τουρισμό διαμονής, όπου ο τουρίστας παραμένει στην συγκεκριμένη περιοχή ή τόπο της χώρας του τουριστικού προορισμού σε όλη τη διάρκεια των διακοπών του, και – σε τουρισμό μικτού χαρακτήρα, που περιλαμβάνει τουρισμό περιήγησης και τουρισμό διαμονή.

2. Μορφωτικός τουρισμός

Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μία μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν ως κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές, γενικά, εκδηλώσεις. Περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις ιστορικών μνημείων αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών θεατρικών παραστάσεων κ.λ.π.

3. Τουρισμός άθλησης

Ο τουρισμός άθλησης έχει ως κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης εκ μέρους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών, εκπαιδευτών κ.λ.π.

4. Τουρισμός υγείας

Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός, όπως ονομαζόταν παλαιότερα, εξελίσσεται σε μία από τις βασικότερες μορφές τουρισμού, τα δε

άτομα που μετέχουν σε αυτόν έχουν ως κύριο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, τη θεραπεία και ανάρρωση τους από διάφορες ασθένειες κ.λ.π.

Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της μορφής είναι από την μία η σύνθεση της πελατείας του, που αποτελείται από άτομα δεύτερης και τρίτης ηλικίας, και από την άλλη πλευρά στον τουριστικό προορισμό που προσφέρονται οι υπηρεσίες υγείας και που προσδιορίζεται αποκλειστικά από τους φυσικούς του πόρους.

5. Τουρισμός εκθέσεων

Σε αυτήν την μορφή υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις, ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κ.λ.π.

6. Τουρισμός πόλης

Ο τουρισμός πόλης αποτελεί μία μορφή τουρισμού που έχει ως κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που συμμετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μία πόλη και την περιηγούνται για μερικές ημέρες. Οι περιηγήσεις είναι άμεσα δεμένες με το μορφωτικό τουρισμό και ιδιαίτερα με διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα.

7. Τουρισμός χειμερινών σπορ

Ο τουρισμός χειμερινών καλύπτει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στη διάρκεια του χειμώνα. Συγκεκριμένα, καλύπτει τις δραστηριότητες εκείνες που εκδηλώνονται σε ορεινές περιοχές σε συνδυασμό πάντα με ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες.

8. Λαϊκός τουρισμός

Ο λαϊκός τουρισμός είναι μία μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα για το ότι αυτή αποτελείται από άτομα που κατά τον πλείστον είναι χαμηλής εισοδηματικής στάθμης και ακόμα ότι τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιόκτητα

μεταφορικά μέσα, όπως για παράδειγμα τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, μοτοσικλέτες κ.λπ.

9. Οικολογικός τουρισμός

Για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού δεν χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές, ενώ τόσο ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησης του σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης παντού όπου είναι εφικτό.

10. Κοσμοπολίτικος τουρισμός

Η πελατεία του κοσμοπολίτικου τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο ο κόσμος της αριστοκρατίας και οι μεγιστάνες του πλούτου που συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν μεγάλα χρηματικά ποσά τόσο κατά τη μετακίνησή τους όσο κατά τη διαμονή τους.

11. Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μία μορφή τουρισμού που αγοράζει μία κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους οι οποίοι βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές είτε για να πάνε κάποιο τόμα είχαν κάνει κ.τ.λ.

12. Θαλάσσιος τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής τουριστών και όχι μόνο. Αναμφίβολα, αποτελεί μία από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού, αφού η σημασία του στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που έχουν τις φυσικές προϋποθέσεις να τον αναπτύξουν είναι κυριολεκτικά μεγάλη.

13. Αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού

που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής.

14. Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός, αν και παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Συγκεκριμένα δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χώρων υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τουρισμού.

15. Συνεδριακός τουρισμός

Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδος οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές.

16. Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας αποτελεί μία μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κ.τ.λ.

17. Τουρισμός παραχείμασης

Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τον χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα για να αποφύγουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στους τόπους της μόνιμης διαμονής τους.

18. Κοινωνικός τουρισμός

Ως κοινωνικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν την συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων.

19. Επιλεκτικός τουρισμός

Ο επιλεκτικός τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης που, όπως μπορεί να συμπεράνει κανείς, όχι μόνο θέλουν αλλά και μπορούν να ξοδέψουν μεγάλα χρηματικά ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών.

20. Τουρισμός κινήτρων

Ο τουρισμός κινήτρων έχει κατά κανόνα περιορισμένη χρονική διάρκεια, τρεις έως τέσσερις ημέρες. Στόχος είναι να δώσει στο χρήστη του, στο ολιγοήμερο αυτό διάστημα, την ευκαιρία να μάθει να απολαύσει κάτι το ξεχωριστό.

21. Τουρισμός παραχείμασης

Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα για να αποφύγουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στους τόπους της μόνιμης διαμονής τους.

22. Οικογενειακός τουρισμός

23. Τουρισμός τρίτης ηλικίας

20. Τουρισμός αναπήρων

Η ανάπτυξη διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί προτεραιότητα, λόγω του ρόλου της στην άμβλυνση της χωρικής συγκέντρωσης τουριστικής δραστηριότητας, αλλά και για την αναβάθμιση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος.

Όλα αυτά στοχεύουν στην δημιουργία της συνέργιας ανάμεσα στο βουνό και στη θάλασσα, στον παραδοσιακό και νέο τουρισμό καθώς και στην στροφή της πολιτικής στο γεωργικό τομέα και γενικότερα την ανάπτυξη του αγροτικού χώρου και στην αναβίωση των ορεινών και ημιορεινών ζωνών.

1.5. Η τυποποίηση και η διάκριση του τουρισμού σε βασικές κατηγορίες

Η τυποποίηση και διάκριση του τουρισμού σε έξι βασικές κατηγορίες εξαρτάται, κατά κύριο λόγο, από τους παράγοντες που προσδιορίζουν το φαινόμενο. Συγκεκριμένα αυτές είναι οι εξής:

1. Μαζικός τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται ως η κατηγορία εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, πλην όμως σε καμία περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τύπο τουρισμού διακοπών-αναψυχής μακράς διαμονής. Ο συλλογικός ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αναφέρεται και στον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης της τουριστικής μετακίνησης, δηλαδή του ταξιδιού, καθώς επίσης στη συγκέντρωση των τουριστών στους τόπους της πρόσκαιρης βραχυχρόνιας διαμονής τους στους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται. Το άτομο, δηλαδή ο τουρίστας, εντάσσεται ταυτιζόμενο ή μη ταυτιζόμενο σε ομάδες περισσότερο ή λιγότερο ομοειδών τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών και συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας έτσι ταυτόχρονα ένα μίνιμουμ ικανοποίησης που προσφέρει η καλή οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουρ οπερέιτορς.

2. Ατομικός τουρισμός

Ο ατομικός τουρισμός είναι η αντίθετη του μαζικού τουρισμού κατηγορία, που χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Η ανάπτυξη αυτής της κατηγορίας τουρισμού συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό, πλην όμως όχι αποκλειστικά, με ατομικά-ιδιωτικά μέσα μετακίνησης, όπως είναι τα αυτοκίνητα, τα αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, τα θαλαμηγά σκάφη κ.λ.π., τόσο κατά τη μετάβαση όσο κατά τη διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα ή τις χώρες του τουριστικού προορισμού. Ο κύριος χαρακτήρας της κατηγορίας αυτής τουρισμού είναι περιηγητικός, οι δε παράγοντες που προσδιορίζουν το μέγεθος της σε συνάρτηση με αυτό των άλλων κατηγοριών τουρισμού που

προσφέρονται στην τουριστική αγορά είναι : (1) η απόσταση που χωρίζει τη χώρα της μόνιμης διαμονής των τουριστών από τη χώρα του τουριστικού προορισμού, (2) ο βαθμός οικονομικής προσπελασιμότητας των τουριστικών τόπων στις χώρες τουριστικού προορισμού, (3) το επίπεδο ανάπτυξης των συγκοινωνιακών δικτύων και μέσων στις χώρες τουριστικού προορισμού και (4)η προσφορά κατάλληλων από ποσοτικής και ποιοτικής άποψης υπηρεσιών στις χώρες τουριστικού προορισμού, που διευκολύνουν τις περιηγήσεις τους και τις κάνουν πιο άνετες και πιο ευχάριστες.

3. Εσωτερικός τουρισμός

Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μίας χώρας μέσα, πάντα, στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτεια της. Αν και η συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού κάθε άλλο παρά σαν συναλλαγματοφόρα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί παρ' όλα αυτά παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για την χώρα στην οποία αναπτύσσεται. Μία από αυτές είναι, οπωσδήποτε, και η συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους του ντόπιου πληθυσμού.

4. Εξωτερικός τουρισμός

Ο εξωτερικός τουρισμός ή διεθνής, όπως χαρακτηρίζεται και διαφορετικά, πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μία χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή κάποιες άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Κατά συνέπεια, εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα, όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους.

5. Συνεχής τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή

σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

6. Εποχικός Τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του εποχικού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό οι δραστηριότητες του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, γι' αυτό και αναστέλλονται προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1. Η πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα

Ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις αποτελεί για ορισμένες χώρες του πλανήτη μας σημαντική οικονομική δραστηριότητα, ο δε ρόλος που διαδραματίζεται αυτός στις οικονομίες τους συχνά είναι κυριολεκτικά πρωταγωνιστικός, με αποτέλεσμα να συμβάλλει καθοριστικά στην οικονομική τους ανάπτυξη και πρόοδο. Μεταξύ των χωρών αυτών συγκαταλέγεται χωρίς άλλο και η Ελλάδα. Μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και του εμφυλίου που ακολούθησε σχεδόν αμέσως μετά, καταβλήθηκαν προσπάθειες εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας για την ανάπτυξη του τουρισμού. Η Ελλάδα, ως τουριστικός προορισμός, άρχισε να προσελκύει από τις αρχές της δεκαετίας του '50 το ενδιαφέρον των ξένων τουριστών ολοένα και περισσότερο. Μέχρι τότε η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα ήταν περιορισμένη, αποτελείτο δε κατά κύριο λόγο από ένα μικρό αριθμό τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης που ενδιαφέρονταν βασικά να επισκεφτούν τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού.

Αυτό που συνέλαβε αποφασιστικά στην προσέλκυση ενός μεγαλύτερου αριθμού τουριστών στην Ελλάδα στη διάρκεια του δεύτερου μισού της δεκαετίας του '50 ήταν η υποτίμηση της δραχμής. Η Ελλάδα έγινε τότε αν όχι ο φθηνότερος τουριστικός προορισμός για τους διεθνείς τουρίστες, τουλάχιστον ένας από τους φθηνότερους. Έτσι, λοιπόν, άρχισαν να επισκέπτονται την Ελλάδα και άτομα χαμηλότερης εισοδηματικής στάθμης, αφού ο τουρισμός της ήταν πια προσιτός σε αυτά. Οι προσπάθειες για να αναπτυχθεί ο τουρισμός στην Ελλάδα στη δεκαετία του '60 αντιμετώπισαν μεγάλες δυσκολίες και αυτό βασικά γιατί τα αναγκαία για αυτόν το σκοπό τα κεφάλαια που μπορούσαν να διαθέτουν ήταν πολύ περιορισμένα.

Στο χρονικό διάστημα από τα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70 μέχρι τη δεκαετία του '90 ο τουρισμός γενικά, στην Ελλάδα και ιδιαίτερα ο διεθνής τουρισμός πέτυχε τους ταχύτερους ποτέ αναπτυξιακούς ρυθμούς του. Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα βασίστηκε αποκλειστικά στους δύο

σημαντικότερους τουριστικούς πόρους, και συγκεκριμένα στη γεωγραφική της θέση και τις κλιματολογικές της συνθήκες, από τη μία πλευρά και από την άλλη στους αρχαιολογικούς της χώρους και τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού

Το 1990 η Ελλάδα σύμφωνα με στατιστικές του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού (Π. Ο. Τ.) συγκαταλεγόταν μεταξύ των είκοσι δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο. Συγκεκριμένα κατείχε τη 13^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, ο δε αριθμός των διεθνών τουριστών που την είχαν επισκεφτεί ανέρχονταν, όπως είναι γνωστό, σε 8,9 περίπου εκατομμύρια. Παρ' όλο που η Ελλάδα συγκαταλεγόταν ταυτόχρονα και μεταξύ των σαράντα τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις στον κόσμο, η αύξηση των εισπράξεων της από το διεθνή τουρισμό δεν ήταν με αυτήν των αφίξεων διεθνών τουριστών σε αυτήν. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα κατείχε την 24^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη.

Δέκα χρόνια αργότερα, δηλαδή το 2000, η Ελλάδα, σύμφωνα με στατιστικές και πάλι του Π. Ο. Τ., συγκαταλεγόταν μεταξύ των είκοσι δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, πλην όμως δεν καταλάμβανε πια την 13^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, αλλά βρισκόταν στην 14^η θέση, ο δε αριθμός των τουριστών που την είχαν επισκεφτεί ανέρχονταν σε 13 περίπου εκατομμύρια. Αλλά και σε ότι αφορά τις εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό, η Ελλάδα δεν καταλάμβανε πια την 24^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη αλλά τη 10^η θέση.

Ο τουρισμός συνέβαλε σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας. Η συμβολή του πήρε τις εξής μορφές:

- Εισροή συναλλάγματος, με το οποίο καλύπτεται ένα μεγάλο μέρος του εμπορικού ελλείμματος της χώρας.
- Περιφερειακή ανάπτυξη:

Τις τελευταίες δεκαετίες δημιουργήθηκαν στα ελληνικά νησιά δεκάδες χιλιάδες θέσεις εργασίας στον τουρισμό. Έτσι ανακόπηκε το

ρεύμα μετανάστευσης, το οποίο είχε απειλήσει πολλά νησιά με ερήμωση. Ορισμένα μάλιστα νησιά προσέλκυσαν κατοίκους άλλων περιοχών, με αποτέλεσμα να αυξηθεί ο πληθυσμός τους. Η αυξημένη απασχόληση του εισοδήματος που οφείλεται στον τουρισμό οδήγησε στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου.

Το κράτος έπαιξε σημαντικό ρόλο σε αυτή την εξέλιξη. Δίνοντας κίνητρα (νόμος 1262/82) στους επενδυτές, έστρεψε τις επενδύσεις στον τουρισμό.

Τα μεγαλύτερα κίνητρα αφορούσαν τις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές της Ελλάδας, όπως τα νησιά του Ανατολικού Αιγαίου. Έτσι, κατά την δεκαετία του 1980 δημιουργήθηκαν εκατοντάδες νέες ξενοδοχειακές μονάδες στα ελληνικά νησιά.

2.2. Φορείς τουριστικής πολιτικής

Ο Ε. Ο. Τ. αποτελεί, όπως είναι γνωστό, Νομικό πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου, υπάγεται στο Υπουργείο Τουρισμού . Αποστολή του είναι η οργάνωση, η ανάπτυξη και η προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα με την αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων της χώρας. Προς το σκοπό αυτό ο Ε. Ο. Τ. μεταξύ άλλων:

- Υποβάλλει προτάσεις στην κυβέρνηση για τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής.
- Υλοποιεί την τουριστική πολιτική που χαράζει η κυβέρνηση κατά το μέρος των αρμοδιοτήτων του.
- Μελετά και καταρτίζει προγράμματα ειδικής και γενικής τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης.
- Καταρτίζει και εκτελεί το πρόγραμμα τουριστικής προβολής της χώρας στο εσωτερικό και στο εξωτερικό και μεριμνά για την ανάπτυξη της τουριστικής συνείδησης.
- Εποπτεύει και ελέγχει τις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής.
- Υποστηρίζει δημόσιες υπηρεσίες, οργανισμούς, φυσικά ή νομικά πρόσωπα σε ενέργειες οι οποίες αποβλέπουν στην τουριστική προβολή.
- Καταρτίζει και εγκρίνει προγράμματα προβολής περιοχών της χώρας.
- Ασκεί εποπτεία και ποιοτικό έλεγχο της τουριστικής αγοράς με σκοπό την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.
- Αναλαμβάνει κάθε άλλη δραστηριότητα ή ενέργεια που αποβλέπει στην οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού.

Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ)

Ο Οργανισμός Τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης ιδρύθηκε το 1937 και αποτελεί τον εξειδικευμένο κρατικό φορέα παροχής τουριστικής

εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα. Εποπτεύεται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και έχει τη μορφή του Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου. Ο Ο. Τ. Ε. Κ. περιλαμβάνει σήμερα τις πρώην Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών και τις Σχολές Ξεναγών. Η νέα μορφή των σχολών σηματοδοτεί και το σύγχρονο ρόλο τους για την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στην χώρα μας και την δημιουργία ενός σύγχρονου συστήματος πιστοποίησης των επαγγελματιών προσόντων στον τουριστικό τομέα. Σήμερα υπό την ευθύνη του Ο. Τ. Ε. Κ. λειτουργούν α) 21 σύγχρονες εκπαιδευτικές μονάδες σε 18 πόλεις της Ελλάδας, β) 3 ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν κατά την θερινή περίοδο, γ) Σύγχρονα εργαστήρια για πρακτική άσκηση, εργαστήρια πληροφορικής - Δανειστική βιβλιοθήκη, δ) Γραφείο διασύνδεσης – Σταδιοδρομίας σε άμεση επαφή με την αγορά εργασίας για την προώθηση της απασχόλησης των αποφοίτων.

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (Ξ. Ε. Ε.)

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας λειτουργεί από το 1935 ως Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου, είναι νομοθετημένος σύμβουλος της Πολιτείας σε θέματα τουρισμού και έχει εκ του νόμου ως μέλη όλα τα ξενοδοχειακά καταλύματα και τις οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις της χώρας. Διοικείται από Διοικητικό Συμβούλιο αιρετών αντιπροσώπων των ξενοδοχείων και των οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων όλης της χώρας και εκπροσώπων του κράτους. Είναι μέλος της Συνομοσπονδίας των Εθνικών Ενώσεων Ξενοδοχίας Εστίασης και Αναψυχής των κρατών- μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι κυριότερες δραστηριότητες της είναι :

- η μελέτη, υπόδειξη και εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας

- συμβουλευτική στήριξη όλων των μελών του σε θέματα οικονομικά, νομικά και εργασιακά
- η εκπόνηση μελετών
- η παροχή πληροφοριών και στατιστικών δελτίων
- η χορήγηση συντάξεων
- η έκδοση και δωρεάν διανομή σε όλα τα μέλη του μηνιαίου ενημερωτικού δελτίου «ΞΕΝΙΑ»
- η έκδοση του ετήσιου Οδηγού των Ελληνικών Ξενοδοχείων
- η συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις και
- πληροφορίες για ξενοδοχεία ανά την Ελλάδα

Νομαρχία

Στη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση πέφτει το βάρος (δια μέσου της Νομαρχιακής Επιτροπής Τουρισμού αλλά και της συνδρομής των κοινωνικών εταιρών όπως Δήμων, ΤΕΔΚ, ΝΕΛ, ΕΟΤ, Επιμελητήριο, Αναπτυξιακών εταιρειών, Πανεπιστήμιο, Ένωση Ξενοδόχων Λέσβου, Συλλόγου Ξεναγών, Συλλόγου Ενοικιαζομένων Δωματίων, Πολιτιστικών Σωματείων, Συλλόγου Τουριστικών Πρακτόρων κλπ) του συντονισμού της όλης προσπάθειας καρπός της οποίας είναι το παρόν κείμενο.

Επιπλέον η δημιουργία υποδομών, η καθαριότητα και καλή κατάσταση των Εθνικών δρόμων, η συνδρομή σε κάθε επιμέρους φορέα για κάθε προσπάθεια που απορρέει από το «Κείμενο Αρχών». Ακόμα η ευθύνη για το σχεδιασμό και έκδοση τουριστικών οδηγών και φυλλαδίων, η φιλοξενία δημοσιογράφων και τουριστικών πρακτόρων (κάτι που ήδη γίνεται με τη συνδρομή της Ένωσης Ξενοδόχων).

Αναπτυξιακή Εταιρεία Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λέσβου - ΑΕΝΑΛ

Η ΑΕΝΑΛ θα πρέπει να συνεχίσει την υλοποίηση προγραμμάτων τουριστικής προβολής, υποστήριξης των επαγγελματιών και συντονισμού της όλης προσπάθειας από την οποία άλλωστε απορρέει τούτο το κείμενο.

Δήμοι

Οι Δημοτικές αρχές θα πρέπει να φροντίσουν για την καθαριότητα στην περιοχής ευθύνης τους, την ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής τους κληρονομιάς, των δικών τους ιδιαιτεροτήτων, τον φωτισμό κτηρίων αρχιτεκτονικής αξίας, τον γενικότερο καλλωπισμό, την ανάπτυξη περιβαλλοντικής συνείδησης στους Δημότες τους και η εν γένει προώθηση του παρόντος.

Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου

Η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου φροντίζει για την οικονομική υποστήριξη της τουριστικής προβολής του Νομού, την προώθηση στην Νομαρχιακή Επιτροπή Τουρισμού προγραμμάτων της Ε.Ε.

Υπουργείο Αιγαίου

Το Υπουργείο Αιγαίου φροντίζει για την οικονομική υποστήριξη της τουριστικής προβολής του Νομού, αλλά και κάθε άλλης δράσης σε τομείς όπως ο Πολιτισμός που έχουν παράλληλη θετική επίδραση στην όλη προσπάθεια.

Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης

Το Υπουργείο Τουρισμού, το οποίο έχει ανασυσταθεί με το Π.Δ. 122/2004, μετονομάζεται σε Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Στο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης ανήκουν, μεταξύ άλλων, οι εξής αρμοδιότητες:

1. Ο προγραμματισμός και η χάραξη της τουριστικής πολιτικής, ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης στο πλαίσιο της γενικότερης κυβερνητικής πολιτικής και η διαμόρφωση και προώθηση των αναγκαίων θεσμικών και λοιπών ρυθμίσεων καθώς και ο σχεδιασμός των απαιτούμενων

μέτρων εφαρμογής.

2. Η εισήγηση προς τα αρμόδια κυβερνητικά όργανα των αναγκαίων μέτρων για την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία του τουριστικού τομέα και η παρακολούθηση της απόδοσης του, σύμφωνα με τις μεθόδους και τις απαιτήσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

3. Η έρευνα και μελέτη των επιπτώσεων του τουρισμού στην εθνική οικονομία, στην κοινωνική ζωή της Χώρας καθώς και των όρων του ανταγωνισμού στη διεθνή τουριστική αγορά, με σκοπό τη δημιουργία τουριστικών δεικτών και δεικτών αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και της απαραίτητης τεκμηρίωσης και αξιολόγησης των αποτελεσμάτων των ερευνών αυτών.

4. Οι κατευθύνσεις για τη μελέτη και κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης.

5. Η από κοινού με το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών προώθηση και λήψη μέτρων για την προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων στον τομέα τουρισμού.

6. Η συνεργασία με τα συναρμόδια Υπουργεία για την εναρμόνιση των πολιτικών που επηρεάζουν τον τουρισμό και το συντονισμό δράσεων, με σκοπό την υποβοήθηση της τουριστικής ανάπτυξης και τη βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της Χώρας.

7. Η εκπροσώπηση της Χώρας στους διεθνείς οργανισμούς και στις διαρκείς σχέσεις που αφορούν τον τουρισμό. Η σύναψη διεθνών συμβάσεων που αναφέρονται στον τουριστικό τομέα και διμερών συμφωνιών τουριστικής συνεργασίας. Για την αποτελεσματικότερη εφαρμογή της πολιτικής διεθνών συμβάσεων που αναφέρονται στον τουριστικό τομέα και διμερών συμφωνιών και της προώθησης του τουριστικού προϊόντος, τα γραφεία του Ε.Ο.Τ, εντάσσονται στο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Με κοινές αποφάσεις των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Οικονομίας

και Οικονομικών και Τουριστικής Ανάπτυξης, ιδρύονται και νέα Γραφεία Εξωτερικού σε πόλεις, όπου δεν λειτουργούν ήδη Γραφεία του Ε. Ο. Τ., αλλά και σε διεθνείς οργανισμούς. Τα Γραφεία Εξωτερικού προωθούν την τουριστική πολιτική στο εξωτερικό και υποστηρίζουν ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο εξωτερικό.

Επικεφαλής των γραφείων αυτών τοποθετούνται υπάλληλοι του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και των εποπτευομένων φορέων με τριετή θητεία. Κάθε θέμα για τη λειτουργία και στελέχωση των Γραφείων Εξωτερικού ρυθμίζεται με τον Οργανισμό του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης.

8. Η προώθηση των ελληνικών θέσεων στον τομέα τουρισμού προς τα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τους άλλους διεθνείς οργανισμούς, η μέριμνα σε συνεργασία με το Υπουργείο Εξωτερικών, το Υπουργείο και άλλα Υπουργεία με συναφές αντικείμενο, ως αρμόδιας Εθνικής Αρχής, για την εξασφάλιση κοινοτικών πόρων καθώς και η εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας με το ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο σε θέματα τουρισμού.

9. Ο σχεδιασμός του προγράμματος τουριστικής προβολής της Χώρας ή περιοχών αυτής στο εσωτερικό και στο εξωτερικό. Ο σχεδιασμός αυτός καθίσταται υποχρεωτικός για τις νησιωτικές περιοχές.

10. Ο σχεδιασμός της πολιτικής για την υποβοήθηση της ποιοτικής αναβάθμισης των τουριστικών περιοχών της χώρας και ιδίως, η αξιολόγηση των προγραμμάτων τουριστικής εκπαίδευσης από τον Οργανισμό Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο. Τ. Ε. Κ.), η εξασφάλιση πόρων για τη χρηματοδότηση των προγραμμάτων αυτών, ιδίως από τον Κρατικό Προϋπολογισμό και το Κοινωνικό Ταμείο της Ε.Ε..

11. Η πρόταση έκδοσης προεδρικών διαταγμάτων για την κήρυξη τόπων ως τουριστικών και για το χαρακτηρισμό πηγών υδάτων ως ιαματικών καθώς και για την άρση των χαρακτήρων αυτών, σύμφωνα με το άρθρο 4 του Π.Δ. 313/2001.

12. Ο καθορισμός του περιεχομένου της διαδικασίας ελέγχου των τουριστικών επιχειρήσεων για την έκδοση αντιστοιχών κανονιστικών αποφάσεων του Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης.

13. Η συνεργασία με τα κατά περίπτωση αρμόδια υπηρεσία τοπικής αυτοδιοίκησης, τους κρατικούς και άλλους φορείς με σκοπό:

α) Την τήρηση της καθαριότητας ευταξίας και ευπρεπούς εμφάνισης όλων των σημείων της χώρας που έχουν σχέση με τον τουρισμό και την εισήγηση στα αρμόδια κυβερνητικά όργανα για την λήψη μέτρων πραγματοποίησης των σκοπών αυτών.

β) Την υποβολή προτάσεων στους συναρμόδιους Υπουργούς με σκοπό το συντονισμό και δράσεων και την εναρμόνιση των πολιτικών που επηρεάζουν τον τουρισμό. Με κοινές αποφάσεις του Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης και των κατά περίπτωση αρμόδιων Υπουργών, συνιστώνται

γ) Με κοινή απόφαση του Υπουργού Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και του Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης συνίσταται Επιτροπή, στην οποία μετέχουν ο Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης ως Πρόεδρος και ως μέλη δύο εκπρόσωποι του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, ένας εκπρόσωπος της Ένωσης Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων Ελλάδας (ΕΝΑΕ) με τους αναπληρωτές τους, που υποδεικνύεται από τις Ενώσεις αυτές. Έργο της Επιτροπής αυτής είναι η ανάδειξη και εξέταση των προβλημάτων που επηρεάζουν αρνητικά τον τουρισμό, σε τοπικό και νομαρχιακό επίπεδο, η επισήμανση των αιτίων που τα προκαλούν και ο προτεινόμενος τρόπος αντιμετώπισής τους. Την επιτροπή συγκαλεί ο Πρόεδρος της, όταν κρίνει τούτο αναγκαίο. Στην επιτροπή αυτή ο Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης μπορεί, μέσω της ΚΕΔΚΕΠ και της ΕΝΑΕ αντίστοιχα, να καλεί και Δήμαρχους και Νομάρχες συγκεκριμένων περιοχών, για τη συνεργασία σε θέματα της αρμοδιότητάς τους, που αφορούν την αναβάθμιση της εικόνας των συγκεκριμένων περιοχών και τη σχετική ενημέρωση της Επιτροπής.

δ) Με κοινές αποφάσεις του Υπουργού Τουριστικής ανάπτυξης και των κατά περίπτωση αρμοδίων Υπουργών συνιστώνται Επιτροπές, στις οποίες μετέχουν τρεις εκπρόσωποι του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης από τους οποίους ο ένας ορίζεται ως πρόεδρος και δύο εκπρόσωποι καθενός από τα άλλα Υπουργεία, με αντικείμενο την εξέταση θεμάτων τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης και την υποβολή προτάσεων στους συναρμόδιους Υπουργούς με σκοπό το συντονισμό των δράσεων και την εναρμόνιση των πολιτικών, που επηρεάζουν τον τουρισμό.

2.3. Σχέση του Ιδιωτικού Τομέα με τους Ο. Τ. Α.

Η εποχή της απόλυτης κυριαρχίας του κεντρικού κράτους στο σχεδιασμό και στη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης έχει περάσει δίνοντας τη θέση της σε όλο και περισσότερο αποκεντρωμένα σχήματα στις τουριστικές χώρες όπου διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο οι Ο.Τ.Α. (Νομαρχίες, Δήμοι). Στα σχήματα αυτά καθοριστικός είναι ο ρόλος του ιδιωτικού τομέα μέσω των θεσμικών και επαγγελματικών φορέων εκπροσώπησης του σε τοπικό επίπεδο (π.χ. Επιχειρηματίες, Ξενοδόχοι, Εργαζόμενοι στον Τομέα κ.ά.). Η πολυπλοκότητα αλλά και το υψηλό κόστος της ανάπτυξης του τουρισμού άλλωστε σε συνδυασμό με την ανάγκη να λαμβάνονται υπόψη στο σχεδιασμό του η «τοπική διάσταση» επέβαλε αυτά τα αποκεντρωμένα σχήματα όπου οι συνέργιες διαφορετικών ομάδων συμφερόντων είναι αναγκαίες. Σε αυτά τα νέα δεδομένα συμβάλλει όλο και περισσότερο και ο ιδιωτικός τομέας ο οποίος επί πολλά χρόνια δεν έδινε ιδιαίτερη σημασία σε ζητήματα σχεδιασμού και συμμετοχής στην τοπική τουριστική ανάπτυξη. Η αλλαγή αυτή άλλωστε ήταν επιβεβλημένη από εξελίξεις όπως: η ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος, η αλλαγή των κινήτρων των τουριστών, η στροφή της πολιτικής των τουριστών προς περισσότερο εξειδικευμένες πελατείες, η επέκταση του τουρισμού σε χώρες όπου το πλαίσιο της λειτουργίας των ιδιωτικών επιχειρήσεων επιβάλλει συνέργιες. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων αναγκαίων συμπράξεων είναι τα Θεματικά Πάρκα, τα Συνεδριακά Κέντρα, τα Καζίνο, τα Μεγάλα Ξενοδοχειακά Συγκροτήματα, τα Χιονοδρομικά Κέντρα, τα Περιβαλλοντικά Πάρκα, οι Μαρίνες, ο Αστικός Τουρισμός κ.ά.

2.4 Ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Οι Δήμοι και γενικότερα η Τοπική Αυτοδιοίκηση σύμφωνα με το άρθρο 102 του Συντάγματος είναι αρμόδια για τις τοπικές υποθέσεις. Η εξειδίκευση του άρθρου αυτού μέσω του νομοθετικού πλαισίου που διέπει την λειτουργία των Δήμων, χαρακτηρίζει τον βαθμό αποκέντρωσης ενός κράτους ή με άλλα λόγια την ουσιαστική συμμετοχή των πολιτών στη λήψη αποφάσεων που τους αφορούν σε επίπεδο που είναι πολύ κοντά τους.

Συνεπώς η Τοπική Αυτοδιοίκηση, ανεξάρτητα από την ρητή έκφραση των νόμων, έχει την υποχρέωση να ασκεί πολιτικές για οτιδήποτε αφορά την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών και την ανάπτυξη της κάθε περιοχής.

Ιδιαίτερα στον τομέα του Τουρισμού, που ιδίως στην περιφέρεια οι προορισμοί είναι νησιά, παραλιακές ή ορεινές πόλεις ή χωριά με λιγοστό πληθυσμό, μικρές επιχειρήσεις, επιχειρηματίες ή εργαζομένους που ασκούν παράλληλα και κάποιο άλλο επάγγελμα εκτός της τουριστικής δραστηριότητας, ο Δήμος αποτελεί τον βασικό φορέα άσκησης της τουριστικής πολιτικής.

Η στοχεύσει όμως της βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος δεν εξαρτάται μόνο από τις υποδομές δημόσιες ή ιδιωτικές. Ένας σημαντικός παράγοντας, ίσως ο κυριότερος, έχει σχέση με το επίπεδο της τουριστικής παιδείας και την νοοτροπία που χαρακτηρίζει το σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού που ασχολείται με τον τουρισμό άμεσα ή έμμεσα, από την πλευρά των εργαζομένων ή του εργοδότη. Οι οργανωμένες τουριστικές μονάδες είναι εκείνες που συνήθως αξιοποιούν προσωπικό που έχει διέλθει τις βαθμίδες της τουριστικής εκπαίδευσης, η οποία βεβαίως, χρήζει αναβάθμισης. Η πλειονότητα όμως των τουριστικών επαγγελματιών που αυτοαπασχολούνται, αποκλειστικώς ή μερικώς με τον τουρισμό, καθώς και το προσωπικό που συνήθως επιλέγουν, δεν έχουν παρακολουθήσει κανενός είδους τουριστική εκπαίδευση και το χειρότερο, αρνούνται, θεωρώντας ότι γνωρίζουν αρκετά, την συμμετοχή τους σε επιμορφωτικά για τον τομέα εργασίας τους σεμινάρια,

ταχύρυθμα εκπαιδευτικά τμήματα, ακόμη και διαλέξεις. Αυτή η κατηγορία όμως διαμορφώνει σημαντικό μέρος της τουριστικής εικόνας της χώρας μας και δημιουργεί, με την νοοτροπία που τη διακρίνει ένα υψηλό και μη ανταποκρινόμενο στο επίπεδο παροχής υπηρεσιών παράπλευρο κόστος, που σύμφωνα με σφυγμομετρήσεις, λαμβάνει πολύ σοβαρά υπόψη του ο επισκέπτης μας. Εδώ πρέπει να πάρει πρωτοβουλίες η Τοπική Αυτοδιοίκηση, που είναι ο κύριος πόλος της επιχειρηματικότητας σε τοπικό επίπεδο και να δημιουργήσει τουριστική συνείδηση, τοπική τουριστική πολιτική, κανόνες δεοντολογίας και τοπικό υγιή ανταγωνισμό.

Η δημιουργία μιας δραστήριας Τουριστικής Επιτροπής που θα συνδέσει την δημιουργική ικανότητα του τοπικού ιδιωτικού τομέα και τις δυνατότητες παρέμβασης του ζωντανού οργανισμού που πρέπει να είναι ο Δήμος, είναι το πρώτο βήμα. Μέσα από την συνέργια που θα προκύψει, μπορούν με πολλούς τρόπους να ενημερωθούν, ευαισθητοποιηθούν, διαπαιδαγωγηθούν τουριστικά εργαζόμενοι, επιχειρηματίες και πολίτες. Τα οργανωμένα επιμορφωτικά προγράμματα (σεμινάρια, διαλέξεις), θα πρέπει να παρακολουθήσουν όλοι όσοι εμπλέκονται στην αλυσίδα της τουριστικής παραγωγής. Για να μπορέσει όμως μια τοπική πολιτική όπως η παραπάνω να φέρει αποτελέσματα και να μην καταλήξει να χαρακτηριστεί ως ουτοπία ή ως επικοινωνιακό τέχνασμα της δημοτικής αρχής θα πρέπει η Πολιτεία να συνδυάσει τις όποιες επιδοματικές πολιτικές αφορούν ιδιοκτήτες μικρών μονάδων ή επαγγελματίες και εργαζομένους, με την υποχρεωτική παρακολούθηση των προαναφερόμενων εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Καθώς επίσης να υπάρξει μέριμνα για έγκυρη πληροφόρηση σε ό,τι ενδιαφέρει τον επιχειρηματία ή επαγγελματία (Εθνικά αναπτυξιακά προγράμματα, προγράμματα της Ε.Ε.), για να βελτιώσει την επιχείρησή του ή τον εργαζόμενο για να διασφαλίσει την εργασία του και τα δικαιώματά του. Στο ερώτημα αν η Αυτοδιοίκηση μπορεί να αναπτύξει τουριστική συνείδηση σε μια τοπική κοινωνία, η απάντηση είναι κατηγορηματικά θετική. Ιδιαίτερα στην χώρα μας, όπου η ιδιοσυγκρασία του Έλληνα δεν επιτρέπει αλλαγές σε συμπεριφορές,

συνήθειες, τρόπους έκφρασης όταν αυτές προσπαθούν να επιβληθούν.

Η συμμετοχή των ιδίων των ενδιαφερομένων που θα προέλθει από την πρωτοβουλία των άμεσων αιρετών εκπροσώπων του, δηλαδή των Δημοτικών Αρχών, μπορεί να προκαλέσει θεαματικά αποτελέσματα, να δημιουργήσει κουλτούρα, να αλλάξει νοοτροπίες και να διαμορφώσει τελικά πραγματική τουριστική συνείδηση σε μια τοπική κοινωνία.

Έχει πολλές φορές επισημανθεί πόσο καίριος είναι ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, σε ότι αφορά στη διαδικασία μορφοποίησης και διαχείρισης του τουριστικού προορισμού. Το περιβάλλον μέσα στο οποίο καλούνται να ζήσουν, να κινηθούν και να ψυχαγωγηθούν οι επισκέπτες μας διαμορφώνεται και συντηρείται με ευθύνη κατά κύριο λόγο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση εμπλέκεται σε επίπεδο υποδομών, είτε λέγεται πρόσβαση, είτε καθαριότητα, ή ακόμα σε επίπεδο ασφάλειας, διασκέδασης και πληροφόρησης. Εμπλέκεται επίσης, στην προβολή του προορισμού, στην προσπάθειά της να δημιουργήσει πρόσθετα έσοδα. Παράλληλα καλείται να εξυπηρετήσει τις επιχειρήσεις διεκπεραιώνοντας γραφειοκρατικές διαδικασίες και παρέχοντας μια σειρά υπηρεσιών (αδειοδοτήσεις, έλεγχοι κλπ) χωρίς κωλυσιεργίες και εμπόδια.

Στους τομείς αυτούς, και παρά τις φωτεινές εξαιρέσεις, εξακολουθεί να καταγράφεται μια από τις πιο σοβαρές παθογένειες της τουριστικής μας προσφοράς. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση οφείλει επιτέλους να αναλάβει τις ευθύνες της και να στηρίξει την τουριστική αναβάθμιση των προορισμών, που βρίσκονται υπό την ευθύνη της. Με τον τρόπο αυτό θα στηρίξει αποφασιστικά το εισόδημα ενός πολύ μεγάλου αριθμού μικρών και μεσαίων επιχειρηματιών, αυτοαπασχολούμενων και εργαζόμενων που δραστηριοποιούνται στους χώρους αυτούς.

Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας θα προέλθει μόνο μέσα από συντονισμένη και ισόρροπη προσπάθεια όλων των εμπλεκόμενων. Σε αντίθετη περίπτωση οι όποιες μεμονωμένες φιλότιμες προσπάθειες θα ακυρωθούν από

ένα γενικότερο κλίμα ευτέλειας και αδιαφορίας

Είναι γενικά αποδεκτό, ότι ο τουρισμός για τη χώρα μας αποτελεί ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα. Για να μπορέσουμε να μετατρέψουμε το συγκριτικό αυτό πλεονέκτημα και σε ανταγωνιστικό, αναγκαία συνθήκη είναι η συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Ο δημόσιος τομέας εκφράζεται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Το τελευταίο είναι ιδιαίτερα σημαντικό, , σε τοπικό επίπεδο εξειδικεύονται, γίνονται πράξη, οι όποιες πολιτικές έχουν σχεδιασθεί σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

Πολλά έχουν λεχθεί κατά καιρούς για τον ρόλο της ΤΑ στην τουριστική οικονομία. Ο σκοπός της ΤΑ πρέπει να είναι η μεγιστοποίηση των ωφελειών από την τουριστική δραστηριότητα, τόσο των επιχειρηματικών μονάδων, όσο και των δημόσιων τουριστικών ειδικών υποδομών. Παράλληλα, η διαφύλαξη του κοινωνικού ιστού, η προστασία του περιβάλλοντος και η ανάδειξη του πολιτισμού.

Είναι λοιπόν αναγκαίο για την ΤΑ να συγκεράσει τουριστικές με μη άμεσα τουριστικές δραστηριότητες και να επιτύχει την αρμονική συνύπαρξή τους σε έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Το περιβάλλον αυτό, οριοθετείται από αναπτυξιακές και μη δραστηριότητες, που συνδέονται με χρηματοδοτήσεις και προτεραιότητες μαζί με τα διάφορα μικρά και μεγάλα συμφέροντα, που αναπόφευκτα αναπτύσσονται.

Στην προσπάθεια λοιπόν να προσδιορίσουμε το ρόλο της ΤΑ στη λειτουργία του τουριστικού φαινομένου πρέπει να απαντήσουμε, τουλάχιστον, στα δύο ακόλουθα ερωτήματα: σε ποια από τα στοιχεία διαμόρφωσης και διάθεσης της τουριστικής εμπειρίας συμμετέχει ή πρέπει να συμμετέχει η ΤΑ; και ποια είναι η δράση και η αντίδραση μεταξύ της ΤΑ, των τουριστικών επιχειρήσεων και των τουριστών;

Σκοπεύοντας στην αειφορία του τουριστικού προορισμού πρέπει να

υιοθετήσουμε για την ΤΑ μια πελατοκεντρική προσέγγιση. Πελάτης είναι αρχικά ο τουρίστας και στη συνέχεια οι επιχειρήσεις. Ο πελάτης-τουρίστας αδυνατεί – και δεν ενδιαφέρεται να διαχωρίσει τα επίπεδα διοίκησης και παρέμβασης του δημοσίου τομέα και ο πελάτης-επιχείρηση έχει συγκεκριμένες προσδοκίες-απαιτήσεις από τη στιγμή μάλιστα που πληρώνει ειδικά για αυτές.

Η ΤΑ πρέπει να σκοπεύει στην ικανοποίηση και του πελάτη-τουρίστα και του πελάτη-επιχείρηση. Για την πληρότητα του ρόλου της ΤΑ, οι τοπικοί άρχοντες πρέπει να έχουν υπόψη τους ότι τα έργα τους αφορούν και απευθύνονται κατά πρώτο και κύριο λόγο στον τοπικό πληθυσμό, δηλαδή στους ψηφοφόρους τους και χρηματοδότες τους. Άρα, ότι καλό γίνεται για την περιοχή αυτοί οι οποίοι ωφελούνται περισσότερο, με την έννοια ότι το χρησιμοποιούν / απολαμβάνουν για όλο τον χρόνο, είναι οι κάτοικοι της περιοχής, δηλαδή οι ψηφοφόροι. Το γεγονός ότι οι τουρίστες δεν ψηφίζουν δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να σημαίνει ότι οι ανάγκες τους δεν πρέπει να καλυφθούν ή να τοποθετούνται τελευταίες από πλευράς προτεραιότητας. Το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις –τουλάχιστον οι τουριστικές- δεν έχουν δυνατότητες μετεγκατάστασης, δεν σημαίνει ότι θα πρέπει να αντιμετωπίζονται απλά ως πηγές εσόδων και μάλιστα συνεχούς ροής και ανεξάρτητα από την εποχικότητα της δραστηριότητάς τους.

Που εμπλέκεται λοιπόν η ΤΑ στην διαδικασία μορφοποίησης και διαχείρισης της τουριστικής εμπειρίας; Εμπλέκεται τουλάχιστον στα ακόλουθα: Σε επίπεδο υποδομών, είτε λέγεται πρόσβαση, είτε καθαριότητα, ή ακόμα σε επίπεδο ασφάλειας, διασκέδασης και πληροφόρησης. Εμπλέκεται επίσης, στην προβολή του προορισμού, στην προσπάθειά της να δημιουργήσει πρόσθετα έσοδα. Παράλληλα, η ΤΑ καλείται να εξυπηρετήσει τις επιχειρήσεις διεκπεραιώνοντας κάποιες γραφειοκρατικές διαδικασίες και παρέχοντας μια σειρά υπηρεσιών (αδειοδοτήσεις, έλεγχοι κλπ) χωρίς κωλυσιεργίες και εμπόδια.

Για την εξασφάλιση λοιπόν της αειφορίας του προορισμού και τη μεγιστοποίηση των ωφελειών τόσο των μόνιμων κατοίκων, όσο και των

επισκεπτών του προορισμού, είναι απόλυτα αναγκαία η ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ ΤΑ και επιχειρήσεων για την από κοινού χάραξη και υλοποίηση μιας πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης. Πώς θα μπορούσε να επιτευχθεί κάτι τέτοιο; Αν η ΤΑ υιοθετήσει στο σχεδιασμό και στη δράση της μια σειρά από τουριστικά κριτήρια, δηλαδή αν φιλτράρει κάθε της σχέδιο και ενέργεια με το συμφέρον των επισκεπτών της, που ουσιαστικά είναι συμφέρον των μόνιμων κατοίκων της και παράλληλα ενημερώσει τις επιχειρήσεις για το πλαίσιο και τους περιορισμούς στη δράση της, είναι σίγουρο ότι η αποτελεσματικότητα των μέτρων και παρεμβάσεων της θα πολλαπλασιασθεί.

Ας αφήσουμε όμως όλα αυτά τα θεωρητικά και ας έρθουμε για λίγο στην ζοφερή πραγματικότητα. Εκτός λίγων εξαιρέσεων, η ΤΑ έχει αποτύχει στον ρόλο της για την τουριστική ανάπτυξη. Η ΤΑ δεν έχει προφανώς κατανοήσει την σπουδαιότητα, τις διαστάσεις και το ακριβές περιεχόμενο του ρόλου της, με αποτέλεσμα είτε να απέχει, είτε να προσπαθεί με αποσπασματικές ενέργειες να είναι παρούσα. Τόσο οι τουρίστες, όσο και οι επιχειρήσεις, αλλά κυρίως οι κάτοικοι, ενδιαφέρονται για το έργο των ΤΑ και όχι για την γραφειοκρατία πίσω από αυτό. Έτσι, ενώ η ενός ελάχιστου αποδεκτού επιπέδου καθαριότητα έχει χαθεί (και μαζί της το μισό της αρχοντιάς και του πολιτισμού μας), οι ΤΑ ερίζουν και μεταθέτουν τις ευθύνες μεταξύ υπηρεσιών της περιφέρειας, της νομαρχίας και των δήμων. Η σήμανση σε όλη την επικράτεια αποτελεί πρόβλημα για δυνατούς λύτες και η αισθητική της πρωτεύον έκθεμα σε ένα μουσείο κακογουστιάς. Τα έργα βασικών υποδομών, άγνωστο πότε προγραμματίζονται, ξεκινούν όμως και συνήθως παραμένουν ημιτελή μεσούσης της τουριστικής περιόδου. Ακόμα, ενώ οι ΤΑ έχουν αρμοδιότητες για την τήρηση του νόμου, δεν έχουν καταφέρει να ελέγξουν το φαινόμενο της ηχορύπανσης, ως προς την αφισορύπανση δε, πρωτοστατούν οι ίδιες, αντί να προστατεύουν και να ελέγχουν. Οι επικαλούμενες ελλείψεις πόρων και ανθρώπινου δυναμικού δεν μπορεί να είναι εσαεί δικαιολογία για αυτή την νοσηρή κατάσταση.

Τα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι αυτοδιοικήσεις των

τουριστικών προορισμών σε όλο τον κόσμο, είναι τα ίδια. Πως λοιπόν μπορεί να εξηγηθεί η δική μας καταφανής υστέρηση;

Το έλλειμμα των ΤΑ στον τομέα των υποχρεώσεών τους γίνεται πλεόνασμα στον τομέα των διεκδικήσεών τους. Τεράστιες αυξήσεις δημοτικών τελών (έως και 158% από το 2002 έως το 2007, σύμφωνα με πρόσφατα δημοσιεύματα), απαίτηση είσπραξης τελών από τις τουριστικές επιχειρήσεις για όλο τον χρόνο ανεξάρτητα τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης. Είσπραξη τεράστιων ποσών από τα τέλη παρεπιδημούντων και διάθεσή τους σε βάση κάθε άλλο παρά ανταποδοτική.

Θα μπορούσε κάποιος να επιχειρηματολογήσει επί μακρόν, για τις αστοχίες της δράσης της ΤΑ στον τουρισμό. Το ζητούμενο όμως δεν είναι αυτό, αλλά το πώς μέσα από την συνεργασία επιχειρήσεων και ΤΑ θα προκύψουν οφέλη για την τοπική οικονομία, δηλαδή για τις επιχειρήσεις και τους κατοίκους της περιοχής (τους ψηφοφόρους για να μην ξεχνιόμαστε).

Συμπέρασμα-πρόταση λοιπόν: Η ΤΑ πρέπει να αναγνωρίζει την κατά περίπτωση έλλειψη τεχνογνωσίας γύρω από τουριστικά θέματα και να ζητήσει την συνεργασία του ιδιωτικού τομέα. Οι επιχειρηματίες πρέπει να αναγνωρίζουν τις δυσκολίες της δράσης των ΤΑ που προκύπτουν μέσα από ένα πολύπλοκο δημόσιο σύστημα και να κατανοούν την όποια υστέρηση στην επίτευξη των κοινών στόχων και συμβάλλουν ανάλογα. Στο πλαίσιο αυτό, πρέπει να επιδιώξουμε την συνεργασία ΤΑ και τουριστικών επιχειρήσεων για το καλό της τουριστικής οικονομίας και τελικά της κοινωνίας. Ένα σημαντικό τμήμα του ιδιωτικού τομέα συμφωνεί ήδη προς την κατεύθυνση αυτή και είναι έτοιμο να προχωρήσει σε συνεργασίες. Έχουμε την αίσθηση ότι αντίστοιχα ένα τμήμα της ΤΑ είναι έτοιμο και ώριμο να αναλάβει εποικοδομητικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη. Αυτό που μένει, λοιπόν, είναι να δούμε την πράξη προσβλέποντας στην ορθολογική ανάπτυξη του τουρισμού μας και μεγιστοποιώντας τα οφέλη από αυτή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1. Δήμος Μυτιλήνης

Μυτιλήνη, η πρωτεύουσα. Είναι μια απ' τις αρχαιότερες πόλεις της Ελλάδας, ίσως και του κόσμου ολόκληρου, που κατοικείται στα ίδια χώματα χιλιάδες χρόνια.



Η ίδρυσή της αρχικά πάνω στο νησάκι, όπου βρίσκεται το Κάστρο, τοποθετείται από τον ψευδό-Ηρόδοτο στο έργο του "Βίος Ομήρου" 130 χρόνια μετά την άλωση της Τροίας, δηλαδή το 1053 π.Χ., αν η άλωση έγινε το 1183, όπως υποστηρίζεται. Η μεγάλη ακμή της σημειώθηκε τον 7ο-6ο αιώνα με τον Πιπτακό, τον Αλκαίο και τη Σαπφώ.

Το όνομα της πήρε από την Μυτιλήνη, τη μία από τις κόρες του Μάκαρος του πρώτου εποίκου της Λέσβου.

Η σημερινή δε μορφή του Δήμου, προήλθε από τη συνένωση της Μυτιλήνης με τις γραφικές κοινότητες Λουτρών, Ταξιαρχών, Παναγιούδας, Μόριας, Αλυφαντών, Αφάλωνα, Παμφίλων και Αγίας Μαρίας κατάφυτες από ελαιώνες και με υπέροχη θέα προς τη θάλασσα. Απέχει από τον Πειραιά 188 μίλια και έχει 25.000 κατοίκους.

Η Μυτιλήνη είναι έδρα του Υπουργείου Αιγαίου, της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου και της Πρυτανείας του Πανεπιστημίου Αιγαίου.

Από τα εντυπωσιακά διατηρητέα νεοκλασικά κτίρια της Μυτιλήνης και τα θερμά της λουτρά, μέχρι τα ιστορικά μνημεία και τα μοναδικά παγκοσμίως

ψηφιδωτά της οικίας του Μενάνδρου που εκτίθενται σήμερα στο Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Μυτιλήνης, ο σημερινός Δήμος, συνέχεια της αρχαίας Μυτιλήνης «ανασκάπτει» την ιστορική του ταυτότητα και δημιουργεί τις υποδομές μιας σύγχρονης πόλης για την 3^η χιλιετία. Ο Δήμος Μυτιλήνης φιλοδοξεί και σχεδιάζει να παντρέψει την ιστορική πόλη με τις μελλοντικές της ανάγκες.

Η πόλη είναι κτισμένη σε 7 λόφους, με κύριους τομείς το Κιόσκι, το κεντρικό συγκρότημα των παλιών συνοικιών και τις δυτικές συνοικίες που ολοένα εκτείνονται. Το Κιόσκι, η παλιά αριστοκρατική συνοικία των Μυτιληναίων η οποία τώρα φιλοξενεί το νέο αρχαιολογικό Μουσείο Μυτιλήνης, βρίσκεται σε μικρή απόσταση από το Ενετικό κάστρο, στο χώρο που ήταν στα αρχαία χρόνια απομονωμένος με τον δίαυλο του Ευρίπου, ο οποίος είχε κατά μήκος του αρκετά γεφύρια.

Ο δίαυλος αυτός ένωνε το νότιο με το βόρειο λιμάνι αλλά με τον καιρό σκεπάστηκε και τα δύο κομμάτια της πόλης ενώθηκαν. Στο Κιόσκι υπάρχουν ακόμη αυθεντικά αρχοντικά της χαρακτηριστικής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής της Λέσβου. Η κεντρική αρτηρία που διασχίζει το Κιόσκι φέρνει στο βόρειο λιμάνι όπου διακρίνονται ο θρυμματισμένος μόλος και άλλα ερείπια μιας περασμένης εποχής.

Σε μικρή απόσταση από το λιμάνι βρέθηκαν αρχαία ερείπια και επισημάνθηκε το στόμιο του διαύλου που αναφέρθηκε ανωτέρω που στα χρόνια της αρχαιότητας χώριζε τη Μυτιλήνη σε δύο μέρη και έκανε ολόκληρο το συγκρότημα που βρίσκεται το κάστρο, ένα μικρό νησί.

Σε διάφορα σημεία του βορείου αυτού τομέα της Μυτιλήνης έχουν έρθει στο φως σημαντικά ερείπια αρχαίων και ρωμαϊκών κτισμάτων. Ξεκινώντας από το Τελωνείο φτάνει κανείς στο αρχοντικό που στεγάζεται το παλαιό Αρχαιολογικό Μουσείο και στη συνέχεια στην προέκταση του παραλιακού δρόμου είναι η πλαζ του ΕΟΤ, η μικρή καθαρή ακρογιαλιά «τ' Απειλή» και κοντά της σε μικρό ύψωμα του πευκώνα η περίεργης τεχνοτροπίας προτομή της

Σαπφώς, που φιλοτέχνησε και δώρισε στο Δήμο Μυτιλήνης η Αμερικανίδα καλλιτέχνιδα Εριέττα Φορς.

ΤΑΞΙΑΡΧΕΣ-ΚΑΓΙΑΝΙ



Σκαρφαλωμένο ψηλά στις Ανατολικές πλαγιές της Αμαλής. Η θέα είναι υπέροχη από τις γραφικές ταβερνούλες που διαθέτει. Το στεφανώνει ο επιβλητικός βράχος και το στολίζει ο μεγάλος ναός του Ταξιάρχη, Βυζαντινού Σταυροειδούς Ρυθμού. Τούτος φτιάχτηκε ανάμεσα στα 1903 και 1958. Στην θέση του υπήρχε μικρότερος ναός στον οποίο ανήκε σαν τοιχογραφία (του 17ου αιώνα) ο Ταξιάρχης του νότιου τοίχου που στον ναό τούτο, είναι κλεισμένος σε εικονοστάσι.

Στην αγορά υπάρχει η παλιά βρύση του 1753 (με ανακαίνιση του 1875). Αξιόλογες είναι χαμηλότερα οι υπόγειες πηγές (στην Αγία Θέκλα), με καμαροσκέπαστες στοές από τούβλο. Σ' αυτή τη ρεματιά, βρίσκεται ο μεταβυζαντινός ναός της Παναγίας της Ποταμούσας, ενώ στο βράχο του Αγίου Βαρθολομαίου (ρεματιά προς τα Λουτρά), το σπήλαιο με την νεολιθική θέση.

ΑΓΙΑ ΜΑΡΙΝΑ

Μετά τους Ταξιάρχες, βλέπει προς την Ανατολή με υπέροχη θέα. Χαμηλά στο χωριό βρίσκεται η Τρίκλιτη Βασιλική της Αγίας Μαρίνας που κτίσθηκε στα 1797. Έχει ωραιότατο ξυλόγλυπτο τέμπλο και δεσποτικό του 1839. Στην εκκλησία έχουν εντοιχιστεί αρχιτεκτονικά μέλη (θωράκια, αμφικιονίσκοι κ.α.) από τον Βυζαντινό ναό που βρίσκεται ψηλά στην Αμαλή (Παναγία της Αμαλής) σε μια υπέροχη θέα μέσα στα Πεύκα. Εδώ βρίσκεται και το αρχοντικό της οικογένειας των Βερναρδάκηδων, ενώ μια μνημειακή βρύση είναι φτιαγμένη στα 1818.

Χαμηλά στην παραλία (Νεάπολη) δίπλα στο ξενοδοχείο «Lesvos beach» έχει ανασκαφεί μια Παλαιοχριστιανική Βασιλική (των Αργάλων), με βαπτιστήριο, ενώ το κεντρικό κλίτος έφερε ψηφιδωτά. Είναι κτίσμα του 5ου αιώνα. Επάνω από το αεροδρόμιο οι πηγές του ποταμού Λαγκάδα με κτιστό φρεάτιο και υδατόπυργο, έδωσαν τα νερά τους για υδροδότηση της Μυτιλήνης. Τώρα σώζονται οι δέκα υδρόμυλοι που λειτουργούσαν τον προηγούμενο αιώνα (μέχρι το 1941) με τα ίδια νερά.

ΛΟΥΤΡΑ

Στραμμένο προς τα δυτικά, αντικρίζει από ψηλά τον κόλπο της Γέρας. Όμορφο χωριό που ζει μέσα σε μια περιοχή με απέραντους ελαιώνες. Στην είσοδό του, εντοπίστηκαν λείψανα Ρωμαϊκής εποχής. Ο Άγιος Γιώργης (1815, επέκταση 1840) φέρει στέρνα υπόγειας πηγής (αγίασμα). Λιθόστρωτα, πλατάνια και παραδοσιακά καφενεία στολίζουν το χωριό με την υπέροχη θέα. Στην Σκάλα Λουτρών ακόμα δουλεύει ο παλιός ταρσανάς, ενώ μπορεί κανείς να βρει καταπληκτικούς ψαρομεζέδες, στις πολλές ταβέρνες. Εδώ λειτουργεί και το ξενοδοχείο Ζαΐρα σε ανακαινισμένο ελαιοτριβείο.



Στον γραφικό λόφο της Παναγίας υπάρχει αρχαίο οχυρό, ενώ τάφοι βρέθηκαν στις δεξαμενές υγρών καυσίμων (παραθαλάσσιος αρχαίος οικισμός). Δίπλα στην Σκάλα, από την Κουντουρουδιά, (όπου επίσης υπάρχουν ταβέρνες και ξενοδοχεία) περνούν απέναντι στο Πέραμα Γέρας οι βάρκες, (πέρασμα εδώ και πολλά χρόνια). Στον όρμο του Παλαιοπόταμου (νότια της Σκάλας) εντοπίστηκε αρχαίος οικισμός, ενώ στον Άγιο Ερμογένη με το ομώνυμο εκκλησάκι πάνω στο βράχο, το φαγητό και το κολύμπι είναι απόλαυση. Νοτιότερα, στην Χαραμίδα, υπάρχουν και άλλες ταβέρνες και ενοικιαζόμενα δωμάτια. Στον εσωτερικό δρόμο Χαραμίδας - Λουτρών έχει ανασκαφεί μια παλαιοχριστιανική Βασιλική (των Τσεσμέδων) του 5ου μ.Χ. αιώνα, με ωραίο ψηφιδωτό (πηνά και κληματίδες) στο μεσαίο κλίτος. Βορειότερα, δίπλα στην ακτή, υπάρχει το

πέτρινο νησάκι Άγιος Ισίδωρος.

ΜΟΡΙΑ



Μεγάλο και πανέμορφο χωριό. Αναφέρεται σαν Morca σε έγγραφο των Γενοβέζων Γατελούζων (1456). Ο Άη Βασίλης είναι κτίσμα του 1769 με επέκταση (νάρθηκας) του 1932. Το ξυλόγλυπτο τέμπλο του είναι του 1781.

Στην κορυφή του λόφου που φιλοξενεί το χωριό, ο Άγιος Δημήτρης (1889) και το παλιό σχολείο (του 1848) μαζί με τα πεύκα στεφανώνουν το χωριό. Ωραία σπίτια και γραφικά καφενεία (της Εκκλησίας κ.α.) το στολίζουν.

Η διπλή βρύση στην πλατεία φέρει οθωμανική επιγραφή του 1774. Στον κάμπο του, πανέμορφα αρχοντικά μιλούν με την δόξα των 50 πυργόσπιτων στα 1890. Εδώ υπήρχε μεγάλος οικισμός. Λείψανά του είναι διάσπαρτα παντού. Μια καμαροσκέπαστη κατασκευή γνωστή ως Θερμέλια δίπλα στο δρόμο από Μυτιλήνη, θεωρείται Ρωμαϊκής εποχής.

Επάνω από αυτήν στο ύψωμα φιλοξενείται το αρχαίο λατομείο μαρμάρου (320 π.Χ. – 4ος μ.Χ. αιώνας, που οικοδόμησε την ρωμαϊκή Μυτιλήνη).

ΠΑΜΦΙΛΙΑ

Το χωριό είναι χτισμένο στον λόφο Βουνάρι και αναφέρεται στο κώδικα του 1565, ενώ το όνομά του το αποδίδουν στην ποιήτρια Παμφίλη, σύγχρονη της Σαπφούς. Ωραιότατα καφενεία βρίσκονται κατά μήκος του δρόμου και στην εσωτερική του πλατεία. Στην είσοδο υπάρχουν το Γυμνάσιο-Λύκειο και το παλιό Δημοτικό (Βοστάνιο).

Στους λόφους Ατήγανος και Ανεμόμυλος εντοπίστηκαν θέσεις της πρώιμης χαλκοκρατείας. Όμορφες βρύσες (μια με οθωμανική επιγραφή του 1789) κοσμούν το χωριό. Το καμάρι του όμως είναι η Αγία Βαρβάρα, που στεφανώνει με τον επιβλητικό της όγκο τον οικισμό. Τρίκλιτη βασιλική με εγγεγραμένο τρούλο έχει ύψος 12 μέτρα και μήκος 3 μέτρα.

Το μαρμάρινό της τέμπλο, έργο του 1878 είναι έργο του Τηνιακού γλύπτη Ιωάννη Χαλεπά (πατέρα του φημισμένου γλύπτη Γιαννούλη). Πριν από τον σημερινό ναό υπήρχε μικρότερος, το τέμπλο του οποίου διασώζεται στο παραθαλάσσιο εκκλησάκι του Αγίου Νικολάου.

Χαρακτηριστικό δείγμα Λεσβιακής αρχιτεκτονικής είναι και το ανακαινισμένο κτίριο του Κατσακούλειου Διδακτηρίου (1911). Στο χωριό υπάρχουν και ωραιότατοι πύργοι (του Βοστάνη του 1856, του Σάλτα του 1842 κ.ά.).

Στην Σκάλα Παμφίλων, τα ερειπωμένα εργοστάσια (Άτκινσον, Βοστάνη κ.ά.) δείχνουν την σημασία που είχε η περιοχή παλαιότερα. Εδώ στο λιμανάκι υπάρχει γραφική ταβέρνα για φαγητό.

ΠΑΝΑΓΙΟΥΔΑ

Παραθαλάσσιο μικρό χωριό με λιμάνι και αρκετές καφετέριες και ταβέρνες. Εδώ κατοίκησαν μετά τον σεισμό του 1867 κάτοικοι από τον Αφάλωνα, αλλά κύρια στα 1928 ήρθαν οι πρόσφυγες από την Μικρά Ασία και έδωσαν το χρώμα τους. Η Βυζαντινού ρυθμού Παναγία χτίστηκε στα 1896.

Αρκετά παλιά βιομηχανικά κτίρια δείχνουν την χρήση του τόπου παλιότερα (ελαιοτριβείο, σαπωνοποιείο, βυρσοδεψείο και ταρσανόδες). Το παλιό χωριό είναι κτισμένο στο λόφο Βουνάρι. Η μεγάλη οθωμανική βρύση στο δρόμο κτίστηκε στα 1807. Βορειότερα υπάρχει ο οικισμός Καλαμάρι (παλιό μικρό χωριό) με φοίνικες στην παραλία.

Αρχαία λείψανα υπάρχουν στα ξωκλήσια του Αϊ Γιώργη και του Αγίου Κωνσταντίνου, ενώ απέναντί τους, επάνω στο δρόμο η θέση Καθώ, φιλοξενεί λείψανα εκτεταμένου αρχαίου οικισμού.

ΑΛΥΦΑΝΤΑ

Μικρό χωριό, δυτικά της Μυτιλήνης. Η εκκλησία του ο Αϊ Γιώργης κτίστηκε στα 1912. Στην πλατεία του υπάρχει το μοναδικό καφενείο. Δυτικά του, σε ύψωμα υπάρχει ο Αϊ Νικόλας ο Αλυφαντάς, όπου δίπλα του τα βράχια είναι σκαμμένα από αρχαίο λατομείο. Στον ίδιο λόφο φιλοξενείται το σπήλαιο του Μαγαρά, ευρήματα από το οποίο το χαρακτηρίζουν, σαν ιερό τόπο (αγγεία, νομίσματα του 6ου / 5ου π.Χ. αιώνα).

ΑΦΑΛΩΝΑΣ



Ο δρόμος ανηφορίζει δυτικά της Παναγιούδας και βρίσκει ψηλά το χωριό. Η θέα από εδώ είναι υπέροχη. Το χωριό αναφέρεται στον κώδικα του 1565 και δοκιμάστηκε άσχημα από τον σεισμό του 1867. Ο αρχιτέκτονας Αδαλής έφτιαξε στα 1914 την επιβλητική εκκλησία της Κοιμήσεως της Θεοτόκου. Το χωριό διακοσμούν ωραιότατες βρύσες (μια του 1837). Δυστυχώς από τους 14 πύργους που είχε, μετά τον σεισμό του 1867 έμειναν δυο μόνο ανέπαφοι και λίγα σπίτια με σαχνισίνα.

Στην κορυφή, στο μεγάλο οροπέδιο (Επάνω Αλώνια, Αφάλωνας) ήταν το γυμνάσιο επί τουρκοκρατίας. Εδώ παλεύανε οι έφεδρες της οργάνωσης "Άτλας". Πιο πέρα, γύρω από την Παναγία την Αρμενοπούλα υπάρχουν λείψανα μεγάλου οικισμού. Δυτικά του χωριού, γύρω από τα ξωκλήσια του Αϊ Γιώργη (θέση Πατιά) και του Αγίου Θεράποντα, υπάρχουν οικιστικά λείψανα, ενώ στην Αγία Τριάδα, σε μια επιβλητική ρεματιά, πλάι στον κόλπο της Γέρας, μαρτυρείται η ύπαρξη μοναστηριού.

3.2. Τουριστικοί πόροι και δραστηριότητες

Καθοριστικό ρόλο στην επιλογή ενός προορισμού για την τουριστική του ανάπτυξη παίζουν τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία που διαθέτει. Για παράδειγμα, η ανάπτυξη του τουρισμού της πόλης, χειμερινών σπορ, υγείας, παραχείμασης, συνεδριών κ.λ.π. προϋποθέτει ορισμένα φυσικά, κλιματολογικά και τεχνικά δεδομένα, που βρίσκονται σε συγκεκριμένους προορισμούς και επιλέγονται για την ανάπτυξη κάποιας ειδικής ή εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

Δεν υπάρχει τουριστική δραστηριότητα που να μην εξαρτάται με κάποιον τρόπο από περιβαλλοντικούς πόρους. Οι φυσικοί πόροι, για παράδειγμα, χρησιμοποιούνται για να παρέχουν στους τουρίστες θέρμανση, ενέργεια, τροφή, υγιεινή και πόσιμο νερό. Το περιβάλλον καλείται να απορροφήσει τα απόβλητα που παράγονται (π.χ. οικιακά απόβλητα). Ο τουρισμός συχνά παραμελεί αυτή την εξάρτηση από τους πόρους. Οι πιέσεις, που ασκούνται ως αποτέλεσμα του τουρισμού, μπορεί να είναι τόσο μεγάλες ώστε η δραστηριότητα να αποβεί μη βιώσιμη και να οδηγήσει σε μια μακροπρόθεσμη υποβάθμιση και ελαχιστοποίηση των πόρων.

Παράλληλα, όμως, με τα ευνοϊκά φυσικά και κλιματολογικά δεδομένα ενός τουριστικού προορισμού, σημαντικό ρόλο στη διαδικασία επιλογής του παίζουν και τα πολιτιστικά στοιχεία. Η ύπαρξη ευνοϊκών φυσικών και κλιματολογικών συνθηκών σε ορισμένο προορισμό ή και πλουσίων πολιτιστικών στοιχείων δεν εξασφαλίζει αυτόματα την επιλογή του ως τουριστικού προορισμού.

1. Μυτιλήνη, Η τριλογία του νερού

Αναφέρεται στις τρεις μορφές νερού που συναντάμε στη Μυτιλήνη: το ζεστό, το γλυκό και το αλμυρό.

Οι διαδρομές των θερμών πηγών και των ιαματικών λουτρών, που βρίσκονται διάσπαρτα είτε απομονωμένα στο λεσβιακό χώρο, δίνουν τη

δυνατότητα προσέγγισης μιας διαφορετικής γεωργίας, μιας διαφοροποιημένης αρχιτεκτονικής των χωριών και των πόλεων της Λέσβου (νεοκλασικά κτίρια, αγροικίες, εργαστήρια κλπ).

Τα ποτάμια και πιο συγκεκριμένα οι κοίτες τους και οι γύρω χώροι που συγκεντρώνουν πολλά ενδιαφέροντα στοιχεία φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος) έλκουν τους τουρίστες, οι οποίοι μπορούν να εγκαταλείψουν για λίγο τη θάλασσα για να ανακαλύψουν την ενδοχώρα, μια Μυτιλήνη πιο παραδοσιακή, της αγγειοπλαστικής, της γαστρονομίας σε συνδυασμό συχνά με τοπικά πανηγύρια (π.χ. Αγ. Μαρίνας-ρεβίθια, κισκέτς), και των ορεινών οικισμών (π.χ. Θερμή-περίπατος με άλογο).

Οι ακτές που εκτείνονται σε 370 χιλιόμετρα προσφέρονται για περίπατους, ενώ οι ασφαλείς και ήρεμοι κόλποι με πλούσιο βυθό για καταδύσεις και σχολές θαλάσσιων σπορ, ιδίως για παιδιά.

2. Μυτιλήνη, Μια Σύνοψη της Ιστορίας

Η Μυτιλήνη παρουσιάζει το μοναδικό πλεονέκτημα να συγκεντρώνει στη μικρή της επικράτεια αξιοθέατα και μνημεία όλων των ιστορικών περιόδων. Μέσα από τις διαδρομές που προτείνονται μπορεί κανείς να ξετυλίξει το νήμα της ιστορίας από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Η ιστορική προσέγγιση γίνεται, λοιπόν, η αφορμή για ανακάλυψη του τόπου και για διακοπές.

Οι κύριες δραστηριότητες που προτείνονται είναι επισκέψεις:

α) Μνημείων (βυζαντινές-παλαιοχριστιανικές εκκλησίες, μιναρέδες, κάστρα, θέρμες, ρωμαϊκά υδραγωγεία -Μόρια, απολιθωμένο δάσος, αρχαίο θέατρο,..),

β) Μουσείων (μοντέρνας τέχνης-Τεριάντ, Θεόφιλου – Βαριά, λαϊκής τέχνης Μυτιλήνης, γεωλογικό, Βυζαντινό και Αρχαιολογικό Μυτιλήνης, παλιά βιομηχανικά κτίρια κ.ά.),

γ) Τόπων υψηλής αρχιτεκτονικής αξίας (παραδοσιακοί οικισμοί κ.ά., κτίρια- πύργοι, όπως αυτοί στους Πύργους Θερμής, τα νεοκλασικά κτίρια, όπως της Μυτιλήνης, οι τούρκικες συνοικίες, όπως στη Μυτιλήνη, Θέρμες κλπ),

δ) Τόπων παραδοσιακών δραστηριοτήτων (τα τυροκομεία, τα εργαστήρια αγγειοπλαστικής , τα εργαστήρια ξύλου στα Πάμφιλα, τα ποτοποιεία στην Μυτιλήνη, σαπυνοποιία στα αλυφαντά, τα ελαιοτριβεία στα Λουτρά κ.λ.π.),

ε) Αγορά παραδοσιακών προϊόντων (λάδι, τυριά, μέλι, πήλινα, ξυλόγλυπτα, κ. λ. π. στην παλιά αγορά)

Το τουριστικό αυτό προϊόν επιτρέπει, όχι μόνο την αξιοποίηση των ποικίλων πόρων του νησιού, αλλά και την προστασία τους, όπως και την αναγνώριση της αξίας της ιστορίας και των μνημείων του τόπου από τους ίδιους τους κατοίκους.

3. Μυτιλήνη, τα μονοπάτια της ελιάς

Η κυρίαρχη παρουσία της ελιάς σ' ένα μεγάλο μέρος του νησιού δημιουργεί στον επισκέπτη τη διάθεση να ανακαλύψει το τοπίο, την αρχιτεκτονική, την κοινωνική-οικονομική κληρονομιά, τον πολιτισμό. Τα μονοπάτια της ελιάς φέρνουν τον επισκέπτη σε επαφή με τους τόπους, τις ιδιαιτερότητες τους, τις ιστορίες τους, τους ανθρώπους και τα μυστικά τους.

Το τουριστικό αυτό προϊόν στοχεύει στην αξιοποίηση των τοπικών πόρων, ειδικότερα:

- το φυσικό τοπίο (ελαιώνας, ξερολιθιές, αγροτικοί δρόμοι και μονοπάτια, αυτοφυής βλάστηση, αισθητικό τοπίο των χρωμάτων...)

- την αρχιτεκτονική κληρονομιά (παλιά και σύγχρονα βιομηχανικά κτίρια, νεοκλασικά σπίτια, παραδοσιακά χωριά)

- τοπική κουζίνα στη βάση του ελαιόλαδου και τοπικών προϊόντων (π.χ.

παστές σαρδέλες Καλλονής, κολοκυθολούλουδα ,γκιουζλεμέδες, χταπόδι με σάλτσα, ...)

- τα προϊόντα της ελιάς (σαπούνι, ξύλο, ελαιοπυρήνας, καλλυντικά ,...)

Η χειμερινή περίοδος (Νοέμβριος -Μάρτιος) ενδείκνυται για όσους ενδιαφέρονται να παρακολουθήσουν το λιομάζεμα και τη παραγωγή του λαδιού, και να συμμετάσχουν στη ζωή των Μυτιληνίων, στο πολιτισμό της ελιάς. Καθ' όλη τη διάρκεια του έτους μπορούν να παρακολουθήσουν πανηγύρια και τοπικές γιορτές να γευθούν τα τοπικά εδέσματα και να επισκεφθούν εργαστήρια και βιοτεχνίες της "τέχνης της ελιάς".

4. Μυτιλήνη, Η φυσική επιλογή

Η ποικιλότητα των φυσικών τοπίων, της χλωρίδας και της πανίδας και οι εντυπώσεις που αφήνουν στις πέντε αισθήσεις, είναι ο οδηγός αυτού του τουριστικού προϊόντος. Οι διαδρομές για την ανακάλυψη του τοπίου και του πολιτισμού μέσω των αισθήσεων επικεντρώνονται:

α) στην παράκτια ζώνη (θαλάσσια ζωή, άγνωστες παραλίες, θερμές πηγές, ήχοι / αφή)

β) στο βουνό (πανοραμικές θέες, άγρια χλωρίδα, φρούτα και ξηροί καρποί – γεύσεις / αρώματα, ...)

γ) στους ελαιώνες (αυθεντικό αγροτικό τοπίο, γεύσεις και αρώματα - ήχος της ηρεμίας...)

δ) στο πευκοδάσος (άρωμα του πεύκου, επιβλητικές θέες...)

ε) στους βιότοπους, κοίτες ποταμιών και παράκτιες ζώνες, στους ξηρικούς κάμπους, για να ακούσεις και να παρατηρήσεις τα πουλιά, να μυρίσεις το γλυκάνισο, να απολαύσεις τη θέα των κόλπων, τη ποικιλία των δένδρων και θάμνων...

5. Μυτιλήνη. Περίπατος στον Πολιτισμό

Το νησί αποτελεί από μόνο του ένα τόπο ζωντανού πολιτισμού. Σπάνια μνημεία, μοναδικά μουσεία, όπως αυτό του Τεριάντ στην Βαριά, τοπικές γιορτές και πανηγύρια, θεατρικές ομάδες, καλλιτεχνικές καταβολές από τη Σαπφώ έως τον Ελύτη. Η παράδοση και ο πολιτισμός, δεμένα με τη καθημερινή ζωή των Μυτιληνίων, μπορούν να αναδειχθούν αξιοποιώντας τα μέσα από έναν διαφορετικό τουρισμό. Τουρισμό που θα απευθύνεται σε επισκέπτες που ενδιαφέρονται να έρθουν σε επαφή με το ντόπιο πληθυσμό, να ανακαλύψουν τη φυσική και πολιτισμική κληρονομιά, να τη προστατέψουν και να συμβάλλουν στη διαίωνισή της. Οι διαδρομές και δραστηριότητες αυτού του τουριστικού προϊόντος επικεντρώνονται στη Τέχνη και το Περιβάλλον σαν δύναμη δημιουργίας και πηγή πολιτισμού.

Προτείνονται, κατά κύριο λόγο, τμήματα πρακτικής εξάσκησης και σεμιναριακά μαθήματα στην αγγειοπλαστική (εργαστήρια Μυτιλήνης), στη ζωγραφική (μουσείο Τεριάντ), στην υφαντουργία, αλλά και μαθήματα ελληνικής γλώσσας, παραδοσιακών χορών και μαγειρικής (Σκάλα Λουτρών-Ζαίρα).

Επίσης οργανώνεται κάθε χρόνο ένα πλέγμα καλοκαιρινών εκδηλώσεων, ένα "καλοκαιρινό φεστιβάλ" με επίκεντρο δήμους και κοινότητες του νησιού (Μυτιλήνη) με θέμα "Μυτιλήνη, το περιβάλλον - η δημιουργική του δύναμη". Στις εκδηλώσεις περιλαμβάνονται παράλληλες εκθέσεις, διαγωνισμοί (π. χ. φωτογραφίας, βίντεο, ποίησης, ζωγραφικής), παραστάσεις, μουσικές εκδηλώσεις, προβολές, συζητήσεις συνδέοντας παρελθόν και παρόν.

3.3 Δημοτικές επιχειρήσεις σε σχέση με τον τουρισμό

Αναπτυξιακή Εταιρεία Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λέσβου (ΑΕΝΑΛ):

Η ΑΕΝΑΛ ιδρύθηκε το 1997 από την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Λέσβου. Στη μέχρι τώρα πορεία της δρα με οργανωμένες προσπάθειες για την ανάπτυξη του νομού. Στις δράσεις τις συμπεριλαμβάνεται η υλοποίηση προγραμμάτων, η τουριστική προβολή του τόπου.

Οι δραστηριότητες τις μέχρι σήμερα είναι:

- Συμμετείχε σε τουριστικές εκθέσεις όπου και πρόβαλλε το τουριστικό προϊόν του Νομού.
- Ξεκίνησε την λειτουργία καταστήματος προώθησης τοπικών προϊόντων (LESVOS SHOP) με σκοπό την προώθηση των τοπικά παραγόμενων προϊόντων κυρίως ειδών διατροφής. Έχει ξεκινήσει η διαδικασία επέκτασης με την μέθοδο Franchising.
- Μέσω του προγράμματος INTERREG III Η ΑΕΝΑΛ μαζί με τον Δήμο της Τουρκίας διοργάνωσαν ένα μεγάλο Project που είχε θέμα, ίδρυση δικτύου επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού. Στόχος ήταν να διευκολύνει τη συνεργασία μεταξύ ελληνικών και τουρκικών επιχειρήσεων ώστε να τεθούν οι βάσεις για την ανάπτυξη κοινών τουριστικών πακέτων, και να διευκολυνθεί η προώθηση των επιχειρήσεων και των προϊόντων τους.
- Έχει εκδώσει έντυπα τα οποία παρουσιάζουν τα τοπικά προϊόντα και τοπικές συνταγές, τουριστικός οδηγός.
- Δημιουργήθηκε και ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Μυτιλήνης

Η Μυτιλήνη ήτα η μοναδική πόλη νησιού του Αιγαίου, και μάλιστα η πρωτεύουσα του, που δεν είχε οργανωθεί κατάλληλα ώστε να ευνοηθεί η τουριστική της οικονομία. Αυτό το έλλειμμα, ήρθε να καλύψει η Επιτροπή Τουρισμού και η νεοσύστατη Δ.Ε.Τ.Α.Μ. με κεντρικό σύνθημα << η Μυτιλήνη οργανώνει για πρώτη φορά τον τουρισμό της>>, η φιλοσοφία και οι στόχοι της επικεντρώθηκαν σε δύο άξονες: α) στη δημιουργία τουριστικού προϊόντος, με την οργάνωση των συνθηκών εκείνων που θα δημιουργήσουν τουριστική ζήτηση, και β) στο σχεδιασμό και την εφαρμογή ολοκληρωμένου τουριστικού marketing για τον ευρύτερο Δήμο Μυτιλήνης. Σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα και με μηδαμινούς πόρους, αλλά με καλή οργάνωση και μεθοδικότητα, καταφέρανε να πραγματοποιήσουνε τόσο σημαντικό έργο και στους δύο άξονες, όσο δεν έχει γίνει εδώ και δύο δεκαετίες:

Α' ΑΞΟΝΑΣ (τουριστικό προϊόν)

- Πλήρης καταγραφή του τουριστικού πλούτου της πόλης και των δημοτικών διαμερισμάτων, ως αναγκαία υποδομή. Ταξινόμηση των προβλημάτων που άπτονται της τουριστικής τους ανάπτυξης.
- Διενέργεια δύο επιστημονικών ερευνών κοινής γνώμης και ξενοδόχων – ιδιοκτητών ενοικιαζομένων δωματίων, μέσω ερωτηματολογίων, για τις τουριστικές περιόδους 2006 και 2007.
- Λεπτομερείς εισηγήσεις προς όλους τους αρμοδίους φορείς του τόπου, για την δημιουργία των απαραίτητων τουριστικών υποδομών.
- Κατάθεση προτάσεων τουριστικού ενδιαφέροντος προς το ΕΛΚΕ (Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων) , για προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων.
- Οργάνωση του Γραφείου Τουρισμού του Δήμου Μυτιλήνης, λειτούργησε το 2004 για πρώτη φορά. Προσφέρει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, εξυπηρετώντας τους επισκέπτες της πόλης. Επίσης, δημιουργήθηκε στο γραφείο ειδικό εκθετήριο με τα τοπικά παραδοσιακά

προϊόντα της Μυτιλήνης.

- Συμβολή με την κατάθεση των ερευνών κοινής γνώμης προς τα Υπουργεία, στην κατάργηση του ακτοπλοϊκού μονοπωλίου, στη βελτίωση των ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών και στην βελτίωση των αεροπορικών συνδέσεων.
- Ανάδειξη, σε συνεργασία με άλλους φορείς της πόλης, της τουριστικά αξιοποιήσιμης πολιτισμικής της ταυτότητας, με την πολιτιστικών και εορταστικών εκδηλώσεων για το Πάσχα, Χριστούγεννα, Απόκριες και Ναυτική εβδομάδα. Υπάρχουν πολλά έθιμα που γιορτάζονται παραδοσιακά εδώ και πολλές δεκαετίες, εν τούτοις δεν έχουν τύχει την τουριστική αξιοποίηση για προσέλκυση επισκεπτών όπως συμβαίνει σε άλλες περιοχές.
- Διοργάνωση ετήσιου διεθνές φεστιβάλ << Ούζο και μεζέ >>, ετήσιες εκδηλώσεις μνήμης για τον Οδυσσέα Ελύτη κ.α.

Β' Άξονας (τουριστικού marketing)

- Συμμετοχή στις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις της Ελλάδας (Philoxenia, Τουριστικό Πανόραμα, Ολυμπιακή Οδύσσεια, κ.α.), προβάλλοντας με τον καλύτερο τρόπο τη Μυτιλήνη και τα τουριστικά της προϊόντα, είτε με ανεξάρτητα περίπτερα, είτε μέσω της Νορμαχιακής Αυτοδιοίκησης Λέσβου. Οργάνωση με μεθοδολογία marketing, των συνεργασιών με tour operators, συνδέσμους τουριστικών και υποψήφιους επισκέπτες. Η τουριστική φυσιογνωμία της πόλης, για πρώτη φορά έγινε ευρύτερα γνωστή σε όλη την Ελλάδα και κυρίως στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη. Ο Δήμος Μυτιλήνης θα είναι έτοιμος να συμμετάσχει και σε εκθέσεις του εξωτερικού μετά το 2008.
- Έκδοση της ετήσιας έγχρωμης εφημερίδας << Τουριστική Μυτιλήνη >> για την εξυπηρέτηση των Ελλήνων και των επισκεπτών της πόλης.

- Δημιουργία της πρώτης τουριστικής ιστοσελίδας στην ιστορία του Δήμου Μυτιλήνης, η οποία αποτελεί χρηστικό εργαλείο για τους δυνητικούς επισκέπτες της πόλης από όλον τον κόσμο και για την σωστή προβολή του Δήμου μέσω του Internet.
- Προβολή της Μυτιλήνης μέσω της φιλοξενίας των τηλεοπτικών εκπομπών.
- Συνεργασία με τα σπουδαιότερα περιοδικά τουριστικού περιεχομένου, στα οποία διαφημίζεται η Μυτιλήνη, ενώ γίνεται και ιδιαίτερη αναφορά στα τοπικά προϊόντα , π.χ. ΔΙΑΚΟΠΕΣ, Ταξιδεύοντας στο Αιγαίο, κ.α.
- Δημιουργία του πολυσέλιδου εντύπου << Αρχιτεκτονικές διαδρομές της Μυτιλήνης >> με τα 102 κτίσματα, στο πλαίσιο προγράμματος << Open City-Open House >>. Οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να θαυμάσουν την αρχιτεκτονική κληρονομιά της πόλης και να επισκεφθούν τα καλύτερα νεοκλασικά διατηρητέα οικήματα στο εσωτερικό τους.

Με όλες αυτές τις προσπάθειες επιθυμούν η Μυτιλήνη, να αποτελέσει έναν αξιοπρεπή τουριστικό προορισμό, για Έλληνες και ξένους, συμβάλλοντας στην αύξηση του πλούτου και την ευημερία των κατοίκων της.

Σκοποί της επιχείρησης είναι:

- Να στηρίζει την υλοποίηση της Πολιτικής του Δήμου Μυτιλήνης σε θέματα τουριστικής προβολής και ανάπτυξης με στόχο την προώθηση της συνεργασίας σε περιφερειακό επίπεδο μεταξύ των φορέων δημοσίου και ιδιωτικού τομέα για την ανάπτυξη σχετικών δράσεων και πρωτοβουλιών.
- Να παρέχει πληροφόρηση και στήριξη στους φορείς ιδιωτικού και δημοσίου τομέα που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.
- Να διεξάγει έρευνες, να καταγράφει και να αξιοποιεί με

συμβατικά ή σύγχρονα ηλεκτρονικά συστήματα τα πλήρη στοιχεία που αφορούν την τουριστική αγορά και να εκπονεί σχετικές μελέτες.

- Να εφαρμόζει, να διαχειρίζεται και να αξιοποιεί Κοινοτικά-Εθνικά και Περιφερειακά προγράμματα και χρηματοδοτήσεις που έχουν ως αντικείμενο τον τουρισμό και να λειτουργεί ως προς αυτά και ως ενδιάμεσος χρηματοδοτικός φορέας.

- Η καταγραφή και ανάλυση της εκάστοτε υπάρχουσας κατάστασης στην τουριστική αγορά και ο προσδιορισμός των επιμέρους προβλημάτων και δυσχερειών που αντιμετωπίζει ο τοπικός τουρισμός καθώς και η συντονισμένη ανάληψη δράσεων για την αντιμετώπιση τους.

- Η επιμόρφωση του επιστημονικού και τεχνικού προσωπικού των φορέων και επιχειρήσεων καθώς και των ίδιων των επιχειρηματιών.

- Η παροχή τεχνικής βοήθειας σε επιχειρήσεις και φορείς μέσω της προώθησης της εφαρμοσμένης έρευνας και της μεταφοράς τεχνολογίας και τεχνογνωσίας.

- Η παροχή συμβουλών και η σύνταξη μελετών σε επιχειρήσεις φορείς του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα, Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και σε άλλα νομικά ή φυσικά πρόσωπα.

- Η προώθηση της ανάπτυξης και του εκσυγχρονισμού των τουριστικών επιχειρήσεων και η στήριξη της συνεργασίας μεταξύ τους.

- Η ανάπτυξη κάθε άλλης παρεμφερούς πρωτοβουλίας και δραστηριότητας για την επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης.

Πρόγραμμα για την προσέλκυση Τούρκων επισκεπτών στη Μυτιλήνη

Μέχρι πριν λίγα χρόνια λόγω του ψυχροπολεμικού κλίματος που επικρατούσε μεταξύ Ελλάδος και Τουρκίας ήταν αδιανόητο να σκεφτεί κανείς τη δημιουργία οποιωνδήποτε σχέσεων μεταξύ των δύο χωρών. Κατά τα τελευταία χρόνια όμως, κυρίως λόγω της έναρξης των προενταξιακών διαδικασιών της Τουρκίας για την είσοδο της στην Ευρωπαϊκή Ένωση, και στα πλαίσια του Ελληνοτουρκικού διαλόγου που έχει ξεκινήσει με δεδομένη τη βελτίωση του πολιτικού κλίματος μεταξύ των δύο χωρών, έχουν επιτευχθεί ορισμένες επί μέρους συμφωνίες, όπως οικονομική συμφωνία, τουριστική συμφωνία κτλ. Βέβαια υπάρχει ακόμη δρόμος μέχρι να ξεπεραστούν όλα τα εμπόδια και να εδραιωθεί κλίμα απόλυτης εμπιστοσύνης και αλληλοκατανόησης μεταξύ των δύο λαών των δύο χωρών.

Αυτή η αιφνίδια αλλαγή κλίματος έχει οδηγήσει σε ραγδαία αύξηση του τουριστικού ρεύματος μεταξύ των δύο χωρών. Έτσι και σε τοπικό επίπεδο τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία έντονη κινητικότητα μεταξύ των δύο μερών, κυρίως με την δραστηριοποίηση πολλών κοινωνικοοικονομικών φορέων της Μυτιλήνης. Πέραν όμως των της κινητικότητας των φορέων και παρά το γεγονός ότι πολλοί κάτοικοι του νησιού επισκέπτονται συνεχώς τα τουρκικά παράλια αλλά και το εσωτερικό της, το αντίστροφο δεν έχει ακόμη οργανωθεί κατάλληλα και μεθοδικά ώστε να δρομολογηθεί η δημιουργία ενός σταθερού τουριστικού ρεύματος προς τη Μυτιλήνη.

Η Δημοτική επιχείρηση τουριστικής ανάπτυξης Μυτιλήνης ακολούθησε τη παρακάτω μεθοδολογία: εκτύπωση και αποστολή εντύπων, φιλοξενία των βασικότερων Τούρκων τουριστικών πρακτόρων και επιλεγμένων δημοσιογράφων της περιοχής για ένα τριήμερο στην Μυτιλήνη, διαφημιστική εκστρατεία στα περιοδικά και τις εφημερίδες της περιοχής. Η προσπάθεια αυτή είχε σαν αποτέλεσμα: στην αποκατάσταση της ισορροπίας στη ροή τουριστών και συναλλάγματος των δύο μερών, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, στην καθιέρωση της Μυτιλήνης ως προορισμό για το

σαββατοκύριακο και στο ότι η περαιτέρω ανάπτυξη των νησιών εξαρτάται κατά μεγάλο βαθμό από το αν θα μπορέσουν να γίνουν ισχυρό κέντρο στρατηγικής σημασίας για την περιοχή και να αποτελέσουν γέφυρα των παραλίων της Τουρκίας με την ηπειρωτική Ελλάδα και την Ευρώπη (πύλη Ευρώπης – Ανατολής). Θεωρείται κρίσιμης σημασίας ζήτημα για τα νησιά του Βορείου Αιγαίου να μπορέσουν να αποκαταστήσουν το σπουδαίο ρόλο που έπαιζαν παλαιότερα στην οικονομία των Μικρασιατικών Παραλίων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. Μεθοδολογία έρευνας για την τουριστική ανάπτυξη της Μυτιλήνης

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας έγινε μία έρευνα για την τουριστική ανάπτυξη της Μυτιλήνης. Στόχος της έρευνας ήταν να δούμε κατά πόσο είναι οι ευχαριστημένοι οι πολίτες με την τουριστική ανάπτυξη του νησιού. Συνολικά συμπληρώθηκαν 100 ερωτηματολόγια από τα οποία συμπληρώθηκαν από πολίτες, από υπαλλήλους της Δημοτικής Επιχείρησης Τουριστικής Ανάπτυξης Μυτιλήνης, στην Ένωση Ξενοδόχων, υπαλλήλους τουριστικών γραφείων, καταστήματα, café – Bar και restaurant.

Από την συμπλήρωση των 100 ερωτηματολογίων από διάφορους φορείς και πολίτες της Μυτιλήνης προκύπτει αν τελικά οι κάτοικοι είναι ικανοποιημένοι ή όχι με την τουριστική ανάπτυξη του Νησιού.

Με την βοήθεια των διαγραμμάτων, όπως θα δούμε παρακάτω, θα βγάλουμε συμπεράσματα για κάθε μία ερώτηση ξεχωριστά.

4.2. Αποτελέσματα της έρευνας

ΕΡΩΤΗΣΗ 1



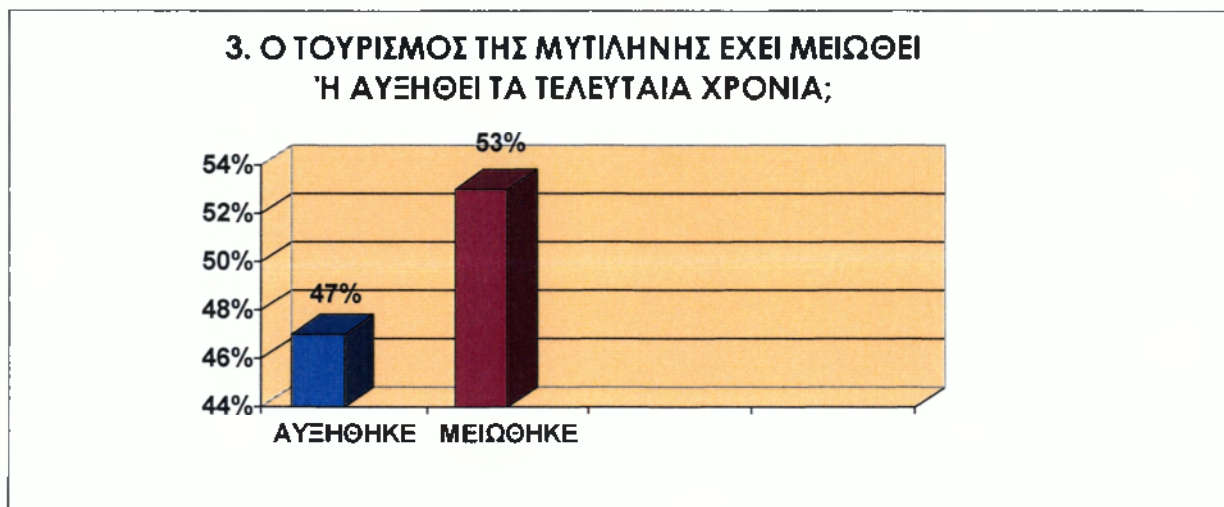
Σύμφωνα με την πρώτη ερώτηση παρατηρούμε πως το 28% των ερωτηθέντων είναι πολύ ικανοποιημένοι με την τουριστική ανάπτυξη της Μυτιλήνης, το 35% των ερωτηθέντων είναι λίγο ικανοποιημένοι. Παρατηρούμε όμως ότι υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων, που αγγίζει το 37%, οι οποίοι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι με την τουριστική ανάπτυξη της Μυτιλήνης.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2



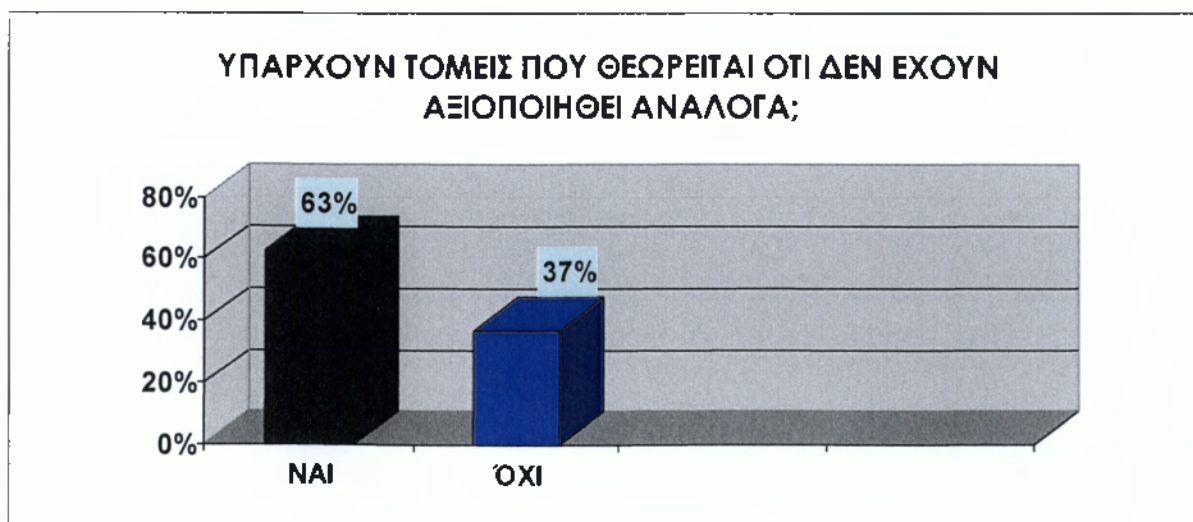
Όπως παρατηρούμε, στο παραπάνω διάγραμμα, η συμβολή των τοπικών φορέων δεν είναι καθοριστική στην ανάπτυξη του τουρισμού.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3



Ο τουρισμός της Μυτιλήνης σύμφωνα με το 52% των ερωτηθέντων μειώθηκε, ενώ το 47% πιστεύει ότι αυξήθηκε.

Ερώτηση 4



Το 63% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι υπάρχουν τομείς που δεν έχουν

αξιοποιηθεί, ενώ το 37% το αντίθετο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5



Στο παραπάνω διάγραμμα βλέπουμε ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σύμφωνα με το 78% συμβάλλει καθοριστικά στην τόνωση της τοπικής οικονομίας, ενώ το 22% πιστεύει πως όχι.

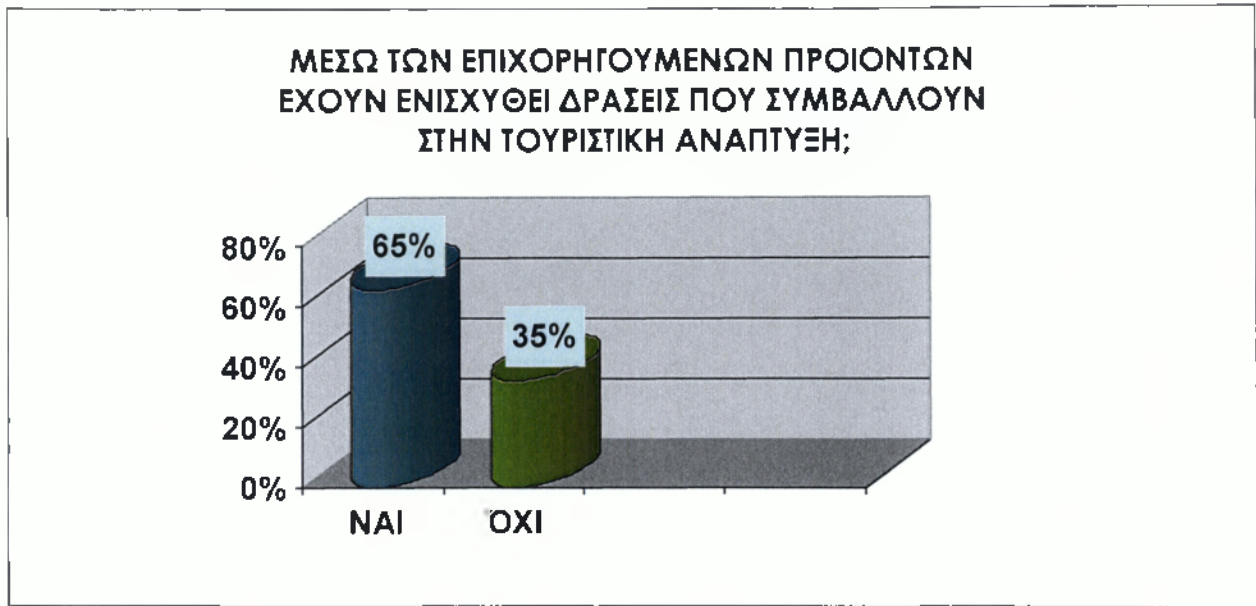
ΕΡΩΤΗΣΗ 6

Στο ερώτημα με ποιους τρόπους η Τοπική Αυτοδιοίκηση βοηθάει στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού, 63 άτομα απάντησαν ότι την ενισχύει με φυλλάδια, 45 με εκδηλώσεις και 34 με εκθέσεις τουρισμού.

ΕΡΩΤΗΣΗ 7

Στο ερώτημα τι θα βοηθούσε ώστε να επιτευχθεί η ανάπτυξη του τουρισμού του νησιού, 60 άτομα απάντησαν με την μείωση τιμών στα ακτοπλοϊκά εισιτήρια, 37 ότι χρειάζεται περισσότερη διαφήμιση, 30 η συνεργασία των φορέων, και 50 βελτίωση του οδικού δικτύου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 8



Το 65% των ερωτηθέντων πιστεύει πως μέσω των επιχορηγούμενων προγραμμάτων έχουν ενισχυθεί δράσεις που συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη, ενώ το 35 % πιστεύει το αντίθετο.

Κεφάλαιο 5

5.1 Συμπεράσματα της έρευνας

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Μυτιλήνη μέσω των ερωτηματολογίων, παρατηρούμε ότι οι πολίτες δεν είναι ευχαριστημένοι από την τουριστική ανάπτυξη του νησιού. Όλοι οι τοπικοί φορείς θα πρέπει να συνεργαστούν περισσότερο με την εικόνα της Μυτιλήνης καθώς από την έρευνα προκύπτει ότι τα μειονεκτήματα του νησιού είναι ότι χρειάζεται βελτίωση το οδικό δίκτυο και περισσότερη διαφήμιση του νησιού, καθώς η εικόνα ενός τουριστικού προορισμού αποτελεί το σημαντικότερο τεκμήριο για την επιλογή ή απόρριψη του. Κατόπιν συστηματικής έρευνας και σοβαρής δουλείας των τοπικών φορέων είναι δυνατόν να βελτιωθεί η εικόνα του νησιού και συνεπώς η τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

Ο τουρισμός της Μυτιλήνης σύμφωνα με ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων μειώθηκε και αυτό λόγω το ότι οι τοπικοί φορείς δεν έχουν βοηθήσει στην ανάπτυξη του καθώς υπάρχουν και πολλοί τομείς που δεν έχουν αξιοποιηθεί ανάλογα.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Από την ανάλυση του τουριστικού φαινομένου που προηγήθηκε έχει γίνει ολοφάνερο ότι ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να καταστεί σημαντικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας. Για να γίνει όμως αυτό, η ανάπτυξη του τουρισμού:

- ❖ δεν θα πρέπει να επιχειρείται μονόπλευρα, αλλά ταυτόχρονα, αρμονικά και ισόρροπα με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως με τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία,
- ❖ δεν θα πρέπει να επιχειρείται αν δεν πληρούνται ορισμένες βασικές προϋποθέσεις, όπως η ύπαρξη τουλάχιστον μιας στοιχειώδους τουριστικής υποδομής και ανωδομής, καθώς επίσης κάποιων τουριστικών πόρων τόσο φυσικών όσο και δομημένων,
- ❖ δεν πρέπει η ανάπτυξη του να επιχειρείται χωρίς να βασίζεται αυτή σε μία ρεαλιστική τουριστική πολιτική και κυρίως χωρίς να είναι προγραμματισμένη,
- ❖ δεν θα πρέπει να επιχειρείται χωρίς ταυτόχρονα να λαμβάνονται μέριμνα για την εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, που θα απασχοληθεί στην αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία.

Συνεπώς, η ανάπτυξη του τουρισμού μόνο κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να επιτευχθεί και να αποτελέσει χρήσιμο εργαλείο στην προσπάθεια των χωρών να αναπτύξουν την οικονομία τους.

Σε ό,τι αφορά την Ελλάδα θα πρέπει να ειπωθεί ότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, η σημασία του οποίου για την οικονομία κάθε τόπου δεν πρέπει να υποτιμηθεί και πολύ περισσότερο να αμφισβητηθεί.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Δήμος Μυτιλήνης
- Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Μυτιλήνης
- Τουρισμός- Βασικές Έννοιες. Νίκος Γ. Ηγουμενάκης \ Κώστας Ν. Κραβαρίτης
- Τουρισμός – Αγροτουρισμός και Τοπική Ανάπτυξη
Λεωνίδα Α. Παπακωνσταντινίδης
- [www. Mytilini.gr](http://www.Mytilini.gr)
- www.gnto .gr
- www.northaegaen.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Είστε ικανοποιημένοι από την έως τώρα τουριστική ανάπτυξη της Μυτιλήνης;

A) Πολύ

B) Λίγο

Γ) καθόλου

2. Θεωρείται ότι οι τοπικοί φορείς έχουν βοηθήσει στην ανάπτυξη του τουρισμού;

A) Ναι

B) Όχι

3. Ο τουρισμός της Μυτιλήνης έχει μειωθεί ή αυξηθεί τα τελευταία χρόνια;

A) Αυξήθηκε

B) Μειώθηκε

4) Υπάρχουν τομείς που θεωρείται ότι δεν έχουν αξιοποιηθεί ανάλογα;

A) Ναι

B) Όχι

5) Η ανάπτυξη του τουρισμού συμβάλλει στην τόνωση της τοπικής οικονομίας;

A) Ναι

B) Όχι

6) Με ποιους τρόπους η Τοπική Αυτοδιοίκηση βοηθάει στην τουριστική ανάπτυξη της Μυτιλήνης;

A) Φυλλάδια

B) Εκδηλώσεις

Γ) Εκθέσεις τουρισμού

7) Τι πιστεύετε ότι από τα παρακάτω θα βοηθούσε ώστε να επιτευχθεί η ανάπτυξη του τουρισμού του νησιού;

α) Μείωση τιμών στα ακτοπλοϊκά εισιτήρια

β) Περισσότερη διαφήμιση

γ) Συνεργασία φορέων

δ) Βελτίωση του οδικού δικτύου

8) Μέσω των επιχορηγούμενων προγραμμάτων έχουν ενισχυθεί δράσεις που συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη;

A) Ναι

B) Όχι

Σας Ευχαριστώ