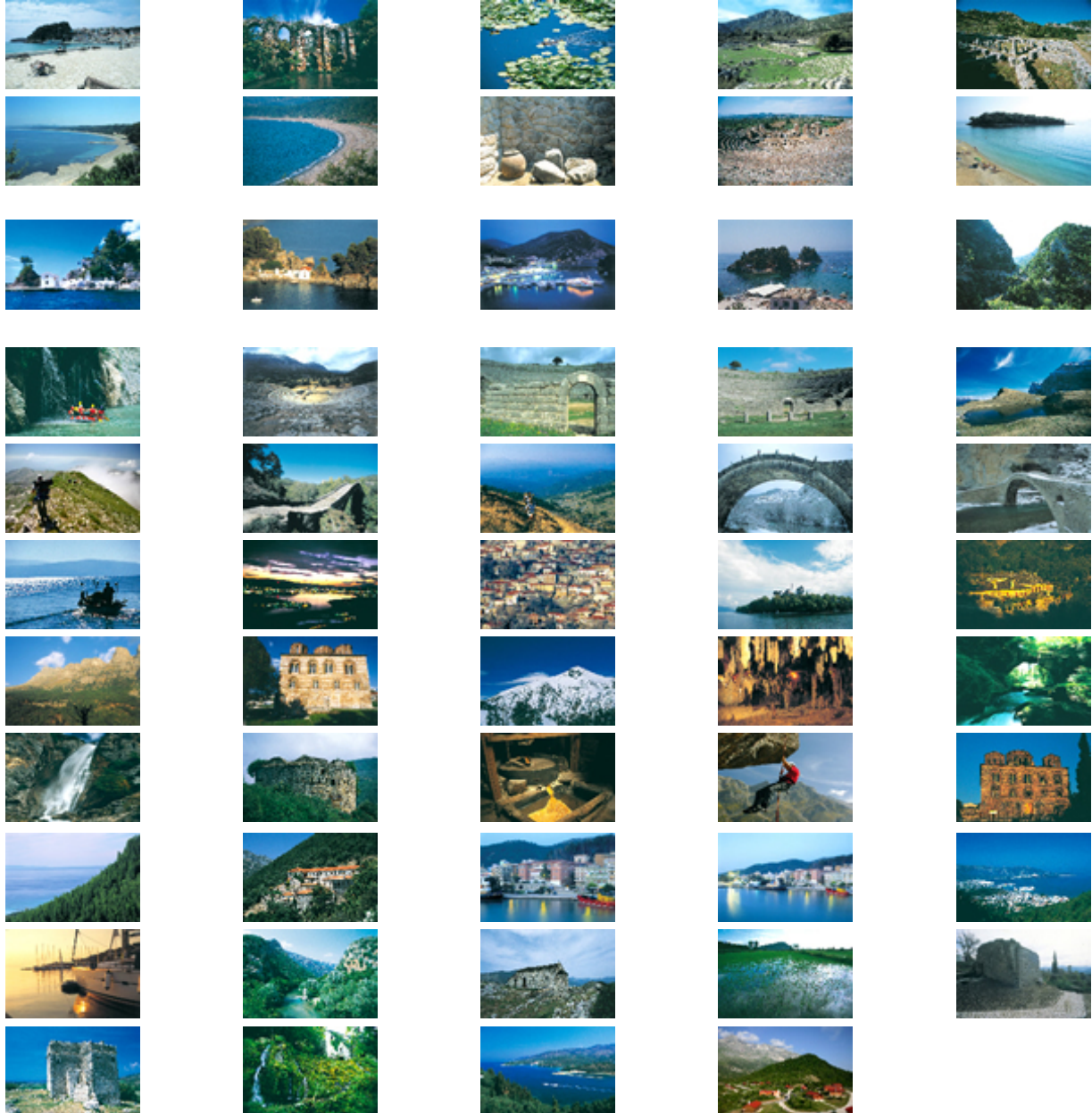


# ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ & ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ



ΘΕΜΑ :ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ



Εισηγητής : Κυπριωτέλης Ευστράτιος

Φοιτήτρια : Γεωργίτσογλου Αθανασία

ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ  
(ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΤΟΣ 2007)

Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
Επιμέλεια : ΓΕΩΡΓΙΤΣΟΓΛΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΑ

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ :**  
**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**

1.1	Εισαγωγή.....	4 – 5
1.2	Τυπολογία των μορφών τουρισμού.....	6 – 13
1.3	Ιστορική εξέλιξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	14 – 26

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

2.1	Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού.....	27
2.2	Ο τουρισμός μοχλός περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης .....	28
2.3	Τουριστική ζήτηση και προσφορά.....	29 – 30
2.4	Υποδοχή – ανωδομή .....	30 – 31
2.5	Η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα .....	31 – 33
2.6	Οι επιπτώσεις του τουρισμού .....	33 – 34
2.7	Ο ορισμός του προβλήματος .....	34 – 35
2.8	Η χρησιμότητα της διερεύνησης του ρόλου και της θέσης των παραγόντων που διαμορφώνουν την τουριστική υποδομή και ανωδομή .....	35 - 37

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**

3.1	Ο τουρισμός στην Ήπειρο.....	38 – 39
3.2	Ο τουρισμός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης της Ηπείρου.....	40 – 42
3.3	Τουριστική βιομηχανία της Περιφέρειας Ηπείρου.....	43 – 44
3.4	Συγκριτική αξιολόγηση τουριστικών μεγεθών Χώρας και περιφέρειας Ηπείρου .....	45 – 49
3.5	Διάρθρωση της προσφοράς στην περιφέρεια Ηπείρου.....	50 – 57
3.6	Δράσεις που έχουν αναπτυχθεί στον τομέα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ήπειρο.....	57 – 61
3.7	Διαφημιστική προβολή της περιφέρειας Ηπείρου.....	62 – 79
3.8	Χρηματοδοτικά Προγράμματα.....	80 – 82
3.9	Ίδρυση – Οργάνωση Λειτουργία της Τομής Διάχυσης της επιχειρηματικής Γνώσης και Στήριξης της Επιχειρηματικότητας σε Δραστηριότητες Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού.....	83 – 85

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>**

4.1	Πλεονεκτήματα Ηπείρου για τον Τουρισμό.....	86 – 87
4.2	Δυνατότητες ανάπτυξης του φαινομένου.....	87 – 88
4.3	Συμπεράσματα .....	89 – 92
4.4	Προτάσεις – Λύσεις .....	93 – 96

<b><u>Βιβλιογραφία</u></b> .....	97
----------------------------------	----

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»

**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

### 1.1 Εισαγωγή

Το “ταξίδι” δεν αποτελεί μια πρόσφατη δραστηριότητα βιομηχανικού πολιτισμού μας. Αυτό ακολούθησε την εξέλιξη και τις μεταβολές της ανθρωπότητας κατά την διάρκεια των τελευταίων χιλιετηρίδων.

Στις μέρες μας φαίνεται να έχει αποκτήσει μια διαλεκτική μορφή σε σχέση με εκείνη των θρησκευτικών εμπορικών και πολεμικών μετακινήσεων της αρχαιότητας ή του Μεσαίωνα.

Το “ταξίδι” ενσωματώνεται σε μια ευρύτερη δραστηριότητα, τον τουρισμό, ο οποίος αρχίζει, να οριοθετεί εννοιολογικά από τις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης.

Σήμερα ο τουρισμός<sup>1</sup> αποτελεί ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου. Παρουσίασε μια ταχύτατη ανάπτυξη, μια χωρική εξάπλωση και μια κοινωνική αποδοχή σε Παγκόσμιο επίπεδο, ώστε να θεωρείται ένα “μπανάλ” και αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας.

Από το 1950, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα από τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας που παρουσιάζει την ταχύτερη ανάπτυξη. Το 1998 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις έφτασαν τα 625,2 εκατομμύρια άτομα, δηλαδή αυξήθηκαν κατά 24,7 φορές στο διάστημα των τελευταίων 48 ετών.

Οι συναλλαγματικές εισπράξεις του διεθνούς τουρισμού αυξήθηκαν με ταχύτερους ρυθμούς. Τα 444,7 δισεκατομμύρια δολάρια των συναλλαγματικών εισπράξεων του 1998 αντιπροσωπεύουν 211,8 φορές της συναλλαγματικής εισπράξης του 1950.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), το 2010 οι διεθνείς αφίξεις θα είναι 40,2 φορές μεγαλύτερες σε σχέση με εκείνες του 1950, ενώ οι συναλλαγματικές τουριστικές εισπράξεις 699,9 φορές υψηλότερες.

Αναμφισβήτητα λοιπόν, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς τομείς σε Παγκόσμια κλίμακα, η συμβολή του οποίου στα πλαίσια μιας εθνικής οικονομίας μετριέται από τον όγκο των συναλλαγματικών εισροών, από το βαθμό εξισορρόπησης του ισοζυγίου πληρωμών, από τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη κ.τ.λ.

Ο τουρισμός, ο οποίος αντιπροσωπεύει 10 – 12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος αποτελεί ίσως το σημαντικότερο οικονομικό τομέα, με πολυεπίπεδες επιπτώσεις στην κοινωνία, στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

Η σύγχρονη διάσταση του τουρισμού και η ενσωμάτωση του στο κοινωνικό – οικονομικό σύστημα μιας πληθώρας χωρών αποτελεί φυσικό επακόλουθο της εξελεγκτικής του πορείας, καθώς και μιας ακολουθίας φάσεων που διάνυσε από την αρχαιότητα έως σήμερα.

1

---

<sup>1</sup> 1. Τουρισμός έννοιες μεγέθη, δομές.

ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ – Έκδοση 2000 σελ. 15 – 16 ΣΤΕΛΙΟΣ ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ

## **1.2 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο τουρισμός είναι μια πολυσύνθετη, πολυδιάστατη και πολυσήμαντη ανθρώπινη δραστηριότητα με ένα πλήθος καθαριστικών παραγόντων και με σχέσεις αλληλεξάρτησης με το οικονομικό φυσικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και ανθρωπογενές περιβάλλον.

Μια απλή προσέγγιση στην τυπολογία των μορφών τουρισμού είναι η ανάλυση των παραγόντων που εμπεριέχονται στον ορισμό του τουρισμού.

Τουρισμός, σύμφωνα με έναν από τους πολλούς ορισμούς που αναφέρονται, είναι η ανθρώπινη δραστηριότητα κατά την οποία οι άνθρωποι μετακινούνται προσωρινά και διαμένουν για μικρό χρονικό διάστημα ( μια διανυκτέρευση) μέχρι ένα χρόνο, για τους τουρίστες εξωτερικού τουρισμού και μέχρι έξι μήνες για τους τουρίστες εσωτερικού τουρισμού ( σε τόπους διαφορετικούς εκείνων στους οποίους ζουν και εργάζονται κανονικά, για λόγους ανάπαυσης, ψυχαγωγίας, περιήγησης, εξερεύνησης, άσκησης, θεραπείας, επίσκεψη φίλων και συγγενών, θρησκείας, επαγγέλματος, μόρφωσης και συμμετοχής σε διάφορες εκδηλώσεις, αν και εφόσον οι λόγοι αυτοί δεν έχουν χρηματικό άλλο υλικό κίνητρο και η δραστηριότητα αυτή συνεπάγεται δαπάνη και εκδηλώνεται κατά τη διάρκεια των διακοπών.

Στον ορισμό αυτό εμπεριέχονται τα παρακάτω στοιχεία ή παράγοντες προσδιορισμού:

- (α) Οι άνθρωποι που κάνουν τουρισμό, που ονομάζονται τουρίστες
- (β) Η μετακίνηση τους ( τουριστικό ταξίδι )
- (γ) Η διανομή και διατροφή τους ( το τουριστικό κατάλυμα )
- (δ) Ο χρόνος εκδήλωσης της τουριστικής τους δραστηριότητας ( εποχή διακοπών )
- (ε) Ο τουριστικός προορισμός τους
- (στ) Ο λόγος για τον οποίο κάνουν τουρισμό ( σκοπός του τουριστικού ταξιδιού )
- (ζ) Η δαπάνη της τουριστικής του δραστηριότητας ( τουριστική δαπάνη ). Βάση των στοιχείων αυτών θα καταβληθεί προσπάθεια προσδιορισμού των μορφών / τύπων του τουρισμού, αλλά πρέπει να τονιστεί ότι στην πραγματικότητα και κατά τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού, καμιά μορφή τουρισμού δεν είναι αμιγής. Μεταξύ της μιας και της άλλης μορφής δεν υπάρχουν σαφείς διαχωριστικές γραμμές και στεγανά και πολλές φορές οι δραστηριότητες της μιας μορφής είναι παράλληλες με τις δραστηριότητες μας, δύο ή και περισσότερων άλλων μορφών. Ο τουρίστας π.χ. που κάνει παράκτιο τουρισμό μπορεί συγχρόνως να έχει και πολιτιστικές, περιπατητικές, περιηγητικές και άλλες τουριστικές δραστηριότητες.

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

**α. Μορφές Τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα “Τουρίστες”**

Κάθε τουρίστας σαν άνθρωπος έχει τη δική του μοναδική και ανεπανάληπτη προσωπικότητα με τα δικά της ιδιαίτερα σωματικά, νουσιακά, ψυχοδυναμικά και κοινωνικά / φυλετικά χαρακτηριστικά ( κατά μια, από τις πολλές, θεωρία διάκρισης των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας ). Κάθε τουρίστας επίσης έχει τα δικά του Δημογραφικά και ψυχογραφικά στοιχεία και κουβαλάει τις δικές του ψυχοσωματικές επιβαρύνσεις, τα δικά του κίνητρα, τα δικά του συμπλέγματα, τον δικό του τρόπο ζωής και τις δικές του εμπειρίες. Κάτω από την επιρροή αυτών προσωπικών στοιχείων διαμορφώνεται η τουριστική συμπεριφορά του κάθε τουρίστα που αξιολογεί και επιλέγει ή δέχεται και ακολουθεί τις τουριστικές εκδηλώσεις μιας κάποιας μορφής τουρισμού, όταν κάνει διακοπές.

Το σύνολο των τουριστικών αποτελεί τη λεγόμενο τουριστική πελατεία που είναι το βασικό στοιχείο της τουριστικής αγοράς η τμηματοποίηση της οποίας, σύμφωνα με τις ανάγκες του τουριστικού μάρκετινγκ γίνεται βάση των παραπάνω προσωπικών χαρακτηριστικών των τουριστών.

**β) Μορφές Τουρισμού προσδιορισμένες από τον παράγοντα “ τουριστική μετακίνηση ”**

Τουρισμός σημαίνει ταξίδι. Και ταξίδι σημαίνει μετακίνηση. Ένα από τα σπουδαιότερα στοιχεία του τουρισμού η μετακίνηση είναι η πράξη και ο τρόπος με τον οποίο οι τουρίστες μεταβαίνουν από τον ένα τόπο στον άλλον. Και αυτός ο τρόπος καθορίζεται από το είδος των μεταφορικών μέσων που χρησιμοποιούνται από τη φύση της οργάνωσης, της μετακίνησης και από το μέγεθος της μετακινούμενης τουριστικής ομάδας.

### γ) Μορφές Τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον Παράγοντα " Διανομή "

Ο παράγοντας διανομή στον τουρισμό προσδιορίζονται από τα τρία επί μέρους στοιχεία και συγκεκριμένα από τα στοιχεία της διάρκειας, του καταλύματος και της δαπάνης διανομής.

Η χρονική διάρκεια διανομής των τουριστών στον τουριστικό προορισμό είναι τόση όση σχεδόν είναι και η διάρκεια των διακοπών τους, αφού η χρονική διάρκεια της τουριστικής μετακίνησης είναι μερικές φορές μέχρι και μια και σπάνια δύο ημέρες.

Η δαπάνη διαμονής τουριστών παρουσιάζει μεγάλες διακυμάνσεις. Ένας φτωχός τουρίστας δεν ξοδεύει τίποτα όταν κοιμάται μέσα ή έξω από τον υπνόσακο του κάτω από τον έναστρο ουρανό μίας θερμής χώρας. (τουρισμός σακιδίου ή τουρισμός back packers). Ένας άλλος τουρίστας μεγιστάνας του πλούτου, μπορεί να πληρώσει μέχρι και 3.000.000 δρχ. την ημέρα για να ενοικιάσει ένα πολυτελές γιοτ για τον ίδιο και τους φίλους του.

Γενικά όμως οι τιμές των τουριστικών καταλυμάτων καθορίζονται από τους Εθνικούς Τουριστικούς φορείς ανάλογα με την κατηγορία των καταλυμάτων, την εποχή του έτους και ακολουθούμενη τουριστική πολιτική.

Η διατροφή των τουριστών κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στα τουριστικά καταλύματα γίνεται κατά κανόνα στα εστιατόρια των καταλυμάτων και κατά κρατούσα τακτική, που γενικεύεται με το χρόνο η διαμονή και η διατροφή μαζί, αποτελούν ενιαίο τουριστικό προϊόν (διάφορες παραλλαγές) με μια και μόνον τιμή. Αυτό αποτελεί και τον κ για τον οργανωμένο τουρισμό. Ο Παράγοντας – Διανομή(όπως και Παράγοντας – μετακίνηση – που αναφέρθηκε στην Προηγούμενη Παράγραφο) γίνεται σε αρκετές περιπτώσεις Βασικό γνώρισμα διάφορων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στον επιλεκτικό τουρισμό και τον κοσμοπολίτικο οι τουρίστες διαμένουν σε καταλύματα πολυτελείας που είναι πανάκριβα.

Στον λαϊκό τουρισμό διαμένουν σε φθηνά καταλύματα. Στον επαγγελματικό τουρισμό οι τουρίστες διαμένουν σε ακριβά καταλύματα γιατί τα πληρώνουν οι χορηγοί και διοργανωτές του επαγγελματικού τουρισμού.

Στο μαζικό πακεταρισμένο τουρισμό οι τουρίστες διαμένουν σε ακριβά συνήθως καταλύματα (3 – 5 αστέρων) με σχετικά χαμηλή τιμή την οποία εξασφαλίζουν οι tour operations κατά τις διαπραγματεύσεις τους με τους ξενοδόχους έναντι ενός υψηλού αριθμού τουριστών που στέλνουν στα ξενοδοχεία τους (εξασφάλιση μιας επιθυμητής πληρότητας).

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»

**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία



**δ) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα " Εποχή διακοπών "**

Έκφραση της τουριστικής εποχικότητας είναι η διαμόρφωση των λεγόμενων περιόδων που είναι :

- i Η περίοδος ακμής που καλύπτει τους μήνες Ιουλίου και Αυγούστου για το Βόρειο Ημισφαίριο και τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο για το Νότιο.
- ii Η ενδιάμεση περίοδος που καλύπτει τους μήνες Μάιο, Ιούνιο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο, για το Βόρειο Ημισφαίριο και τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Μάρτιο και Απρίλιο για το Νότιο.
- iii Η νεκρή περίοδος που καλύπτει τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Ιανουάριο, Φεβρουάριο, Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο, Οκτώβριο για το Νότιο Ημισφαίριο.

Η εποχή των διακοπών παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην τυπολογία των μορφών τουρισμού. Οι περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν έντονο χαρακτήρα και πολλές από αυτές υπάρχουν γιατί υπάρχουν οι κατάλληλες εποχές.

Ο θερινός τουρισμός, ο παραθεριστικός τουρισμός και ο παράκτιος τουρισμός υπάρχουν γιατί υπάρχει θέρος.

Ο χειμερινός τουρισμός, ο τουρισμός παραχείμασης, ο χιονοδρομικός τουρισμός και ο τουρισμός χειμερινό στοπ υπάρχουν γιατί υπάρχει χειμώνας.

Ο θαλάσσιος τουρισμός, γίνεται κυρίως κατά τη διάρκεια του θέρους γιατί τότε οι θάλασσες είναι πιο ήσυχες.

Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται περισσότερο την Άνοιξη και το θέρος γιατί τότε γίνονται περισσότερες γεωργικές εργασίες.

Ο περιπατητικός, ο οικολογικός και ο Φυσιογνωστικός, αναπτύσσεται το θέρος, την Άνοιξη και το Φθινόπωρο για να αποφεύγεται ο χιονοσκεπασμένος χειμώνας.

Ο μαζικός τουρισμός, εκδηλώνεται το θέρος.

Άλλες μορφές τουρισμού, ενώ μπορούν να αναπτυχθούν σε όλες τις εποχές του έτους όπως ο επαγγελματικός, ο αθλητικός, ο τουρισμός πόλεων, ο τουρισμός υγείας και ο πολιτιστικός τουρισμός, συνήθως εκδηλώνεται το θέρος.

Ο μόνος τουρισμός που δεν ακολουθεί τις εποχές του έτους είναι ο Θρησκευτικός τουρισμός που ακολουθεί το εορτολόγιο της κάθε θρησκείας και ο τουρισμός επιστροφής στις ρίζες που συνδυάζεται με τα Θρησκευτικό ή γίνεται περιπτωσιακά.

Τα τελευταία χρόνια η Ε.Ε. προσπαθεί να περιορίσει το φαινόμενο της τουριστικής εποχικότητας με την ενθάρρυνση του λεγόμενου τουρισμού όλων των εποχών.

Ο τουρισμός όμως όλων των εποχών δεν είναι μορφή τουρισμού αλλά δόγμα τουριστικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με αυτό το δόγμα οι διάφορες μορφές τουρισμού πρέπει να εκδηλώνονται, αυτές τουλάχιστον που από τη φύση τους μπορούν να εκδηλωθούν σε όλες τις εποχές του χρόνου και κυρίως στη νεκρή και στην ενδιάμεση τουριστική περίοδο, για ελάφρυνση της Περιόδου αιχμής από το υπερβολικό τουριστικό Βάρος.

#### **ε) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα " τουριστικός προορισμός "**

Σαν τουριστικός προορισμός χαρακτηρίζεται ένας τόπος που δέχεται φιλοξενεί τουρίστες κατά τη διάρκεια διακοπών τους. Για να δεχθεί και να φιλοξενήσει του τουρίστες αυτός ο τόπος πρέπει να διαθέτει ορισμένα χαρακτηριστικά ή στοιχεία, έλξης και ικανοποίησης τους, τα ονομαζόμενα τουριστικά θέλγητρα, που είναι συνήθως ευνοϊκά φυσικά, σημαντικά πολιτιστικά και κοινωνικά στοιχεία, αλλά προπαντός τα απαραίτητα ανθρωπογενή τουριστικά στοιχεία και κυρίως την κατάλληλη τουριστική υποδομή στην ευρεία της έννοια, δηλαδή υποδομή που να εξυπηρετεί ολόκληρο το τουριστικό κύκλωμα.

Οι τουριστικοί προορισμοί παράγουν τουριστικά προϊόντα (θέλγητρα, τουριστική υποδομή) που δεν μεταφέρονται και δεν αποθηκεύονται αλλά καταναλώνονται επί τόπου και για να τα απολαύσουν οι τουρίστες πρέπει να μεταβούν στους τουριστικούς προορισμούς.

Αυτά τα προϊόντα ταυτοποιούν και τους τουριστικούς προορισμούς οι οποίοι όταν παύσουν, να παράγουν παύουν και να είναι τουριστικοί προορισμοί.

Στην πράξη έχει αποδεχθεί ότι είναι ένας τουριστικός προορισμός συνήθως χάνει την τουριστική του παραγωγικότητα από την άναρχη και απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη, από τη συγκέντρωση, χρονικά και τοπικά, υπερβολικού τουριστικού βάρους, από την περιβαλλοντική του αλλοίωση και από την υπέρ εκμετάλλευση του .

Ενάντια σε αυτόν τον κίνδυνο της απαξίωσης του τουριστικού προορισμού, υιοθετήθηκε τα τελευταία χρόνια το δόγμα του αειφόρου τουρισμού που αντιπροσωπεύει την αειφορική τουριστική ανάπτυξη – ανάπτυξη που εξασφαλίζει την ικανότητα του τουριστικού προορισμού να παράγει εξακολουθητικά (αειφέρει) τα προϊόντα από τα οποία χαρακτηρίστηκε σαν τουριστικός.

**Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»**

**Επιμέλεια : Γεωργίτσογλου Αθανασία**

**στ) Μορφές Τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα " Λόγος (σκοπός) Τουριστικού Ταξιδιού "**

Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους κάνουν οι άνθρωποι τουρισμό είναι αυτοί που ανέφερα παραπάνω, αλλά και άλλοι πρόσθετοι που στην πλειονότητά τους ταξινομούνται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσδιορίζουν, όπως παρακάτω:

Ανάπτυξη – Αναψυχή – Ψυχαγωγία	Τουρισμός διακοπών
Περιήγηση	Περιηγητικός
Μόρφωση - Εκπαίδευση	Εκπαιδευτικός
Άθληση – Αθλοπαίδεια	Αθλητικός, χειμερινό σπορ, ορειβασία
Περπάτημα	Περιπατητικός
Θεραπεία – λόγοι υγείας	Τουρισμός υγείας
Ιαματικά λουτρά	Ιαματικός
Θρησκεία	Θρησκευτικός
Επάγγελμα	Επαγγελματικός
Συμμετοχή σε συνέδριο	Συνεδριακός
Επίσκεψη ή συμμετοχή σε έκθεση	Εκθεσιακός
Παρακίνηση εργαζομένων	Τουρισμός κινήτρων
Περιπέτεια, συμμετοχή σε extreme games	Τουρισμός περιπέτειας
Επίσκεψη πόλεων	Αστικός
Επίσκεψη πολιτιστικών κέντρων	Πολιτιστικός
Επίσκεψη φυσικών τοπίων	Φυσιολατρικός
Απόκτηση γνώσεων για τη φύση	Περιβαλλοντικός ή Οικοτουρισμός
Φιλοξενία	Τουρισμός φιλοξενίας
Επιστροφή στις ρίζες	Τουρισμός επιστροφής στο παρελθόν
Γαμήλιο ταξίδι	Τουρισμός Νεόνυμφων
Γνωριμία με αγρότες για την αγροτική ζωή	Αγροτουρισμός
Απόλαυση του Χειμώνα	Χειμερινός
Απόλαυση του Θέρους	Θερινός
Αποφυγή του Χειμώνα	Τουρισμός παραχειμάσεως
Αποφυγή του Θέρους	Παραθεριστικός
Απόλαυση της θάλασσας	Θαλάσσιος
Παρατήρηση πουλιών, χλωρίδας, πανίδας	Τουρισμός παρατήρησης
Κυνήγι	Κυνηγετικός
Κυνήγι άγριων ζώων	Τουρισμός Σαφάρι
Κολύμπι – Μαύρισμα – Παράκτια	Παράκτιος ή τουρισμός των
Παιχνίδια – φλερτ	(sea, sun, sand, sex)
Γυμνισμός	Γυμναστικός
Συμμετοχή στο τουρισμό μπούγιο	Μαζικός τουρισμός
Έρωτας, εκμυσλισμός	Ερωτικός τουρισμός
Τεμπελιά – ξεγνοιασιά – χαλάρωση – απομόνωση	Τουρισμός switch off relax
Επίσκεψη κοσμοπολίτικων κέντρων	Κοσμοπολίτικός
Αγορές κατά τη διάρκεια εκπτώσεων	Τουρισμός Αγορών
Ικανοποίηση προσωπικών αναγκών	Όλες οι μορφές Τουρισμού
Αποφυγή αστικού Περιβάλλοντος	Τουρισμός υπαίθρου
Ανάγκη για κοινωνικό prestige	Μορφή τουρισμού που κάνουν οι κοινωνικοί σύντροφοι (τουρισμός φιμπτισμού )
Αποφυγή καθημερινότητας	Όλες οι μορφές τουρισμού
Αποφυγή ψυχοσωματικών επιβαρύνσεων	Όλες οι μορφές τουρισμού
Λοιποί ψυχολογικοί λόγοι	Όλες οι μορφές τουρισμού

**Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»**

**Επιμέλεια : Γεωργίτσουγλου Αθανασία**

### ζ) Μορφές Τουρισμού Προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα “ Τουριστική δαπάνη ”

Για κάθε τουριστικό αγαθό και τουριστική υπηρεσία υπάρχει μία διαπραγμάτευση αγοραία, τιμή που πρέπει να πληρώσει ο τουρίστας καταναλωτής.

Το άθροισμα όλων των τιμών όλων των αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνει ένας τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του, ονομάζεται τουριστική δαπάνη ή Δαπάνη Τουριστικού Ταξιδιού. Αυτή η δαπάνη έχει μεγάλο εύρος και εξαρτάται από το είδος του Τουριστικού, τη διάρκεια των διακοπών, την οικονομική δυνατότητα και από την καταναλωτική συμπεριφορά του τουρίστα.

Ανάλογα με την τουριστική δαπάνη χαρακτηρίζονται μερικές μορφές τουρισμού σαν ακριβές ή σαν φθηνές και ομαδοποιούνται οι τουρίστες σε πλούσιους και φτωχούς. Πρέπει όμως να διευκρινιστεί ότι το ύψος της τουριστικής δαπάνης δεν αποτελεί αυτό καθαυτό κριτήριο προσδιορισμού μίας εναλλακτικής μορφής τουρισμού, που συνήθως προσδιορίζεται από άλλα ισχυρότερα κριτήρια. Είναι μάλλον ένα χαρακτηριστικό της τουριστικής αγοράς που προσιδιάζει σε όλες τις μορφές τουρισμού.

Στην πράξη, ακριβές μορφές τουρισμού θεωρούνται ο επιλεκτικός τουρισμός ο κοσμοπολίτικος, διηπειρωτικός, ο διημισφαιρικός, ο θαλάσσιος (κρουαζιέρες, γιοτ κ.τ.λ.), ο χιονοδρομικός στα κοσμοπολίτικα χιονοδρομικά κέντρα, ο τουρισμός σαφάρι και ο ατομικός τουρισμός, γιατί κατά τεκμήριο τα τουριστικά προϊόντα αυτών των τουριστικών μορφών είναι ακριβά. Αντίθετα φθηνές μορφές τουρισμού θεωρούνται ο λαϊκός τουρισμός, ο τουρισμός camping, ο αγροτουρισμός, ο τουρισμός κατά τη διάρκεια της νεκρής τουριστικής περιόδου, ο τουρισμός του σακιδίου και ο μαζικός οργανωμένος (πακεταρισμένος) τουρισμός, λόγω των χαμηλών τιμών που επιτυγχάνουν οι tour operators.

Ο Συνεδριακός και ο τουρισμός ανήτρων συνήθως προσφέρονται και αυτοί που τους δέχονται δεν έχουν τουριστική δαπάνη, αλλά στην πραγματικότητα αυτές οι μορφές τουρισμού υπάγονται στην κατηγορία των ακριβών μορφών.

Ο τουρισμός νεόνυμφων είναι ακριβής τουρισμός α) και πολλές φορές προσφέρεται και αυτός σαν δώρο στους νεόνυμφους (Ιαπωνική και Κορεάτικη τακτική)

Ο τουρισμός φιλοξενίας και ο τουρισμός με ανταλλαγή σπιτιών είναι φθηνές μορφές τουρισμού αλλά στις περιπτώσεις αυτές η τουριστική δαπάνη ανταποδίδεται.

Πρέπει όμως να τονιστεί ότι σε όλες σχεδόν τις μορφές τουρισμού υπάρχουν και φθηνά και ακριβά προϊόντα και το ύψος της τουριστικής δαπάνης εξαρτάται κυρίως από την οικονομική δυνατότητα του τουρίστα καταναλωτή από την αξία που δίνει στο χρήμα και από την καταναλωτική του συμπεριφορά. Ακόμη και στην περίπτωση του οργανωμένου τουρισμού, που η τιμή του τουριστικού πακέτου είναι καθορισμένη, κάθε τουρίστας μπορεί να ξοδέψει όσα χρήματα θέλει στις τοπικές αγορές. Το ύψος επίσης της τουριστικής δαπάνης δεν εξαρτάται πάντοτε από την οικονομική δυνατότητα του τουρίστα. Υπάρχουν φτωχοί τουρίστες που ακολουθούν την αρχή Φτωχός στο σπίτι σου, βασιλιάς στο ταξίδι σου και ξοδεύουν πολλά χρήματα και υπάρχουν πλούσιοι που ξοδεύουν είτε εκ πεποιθήσεως (τσιγκούνηδες, είτε γιατί, δε θέλουν να δείχνουν τον πλούτο τους, είτε γιατί, θέλουν να παίξουν (δοκιμάσουν) το ρόλο του φτωχού.

Πρέπει ακόμη να τονιστεί ότι σήμερα ο τουρισμός είναι δικαίωμα όλων και όχι προνόμιο των ολίγων όπως ήταν μέχρι και τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια. Αποτελεί κοινωνικό αγαθό το οποίο πρέπει να απολαμβάνουν και οι φτωχοί που δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να το αγοράσουν και τα άτομα με ειδικές ανάγκες που ακόμη και αν έχουν την οικονομική δυνατότητα, δεν μπορούν να μεταβούν στους τουριστικούς προορισμούς για να το απολαύσουν. Και αποτελεί υποχρέωση της Πολιτείας, όπως και όσο ικανοποιεί τις πρωτογενείς ανάγκες και τις ανάγκες ασφαλείας των πολιτών τα, με τον ίδιο τρόπο να ικανοποιεί και τις τουριστικές ανάγκες τους. Και σε αυτή την υποχρέωση στηρίζεται ο χρηματοδοτούμενος από τους Δημόσιους Τουριστικούς φορείς Κοινωνικός Τουρισμός και ο Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες (ο τουρισμός για όλους) που ενθαρρύνεται χρηματοδοτείται και υποστηρίζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

2

---

<sup>2</sup> 2. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Μανώλης Κων/νος Σφακανάλης Έκδοση 2000 "ΕΛΛΗΝ " σελ. 16 – 27.

### 1.3 Ιστορική Εξέλιξη των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού

Ο τουρισμός<sup>3</sup> παρ' όλο που στηρίχθηκε από την αρχαιότητα έως σήμερα στον ελεύθερο χρόνο και τη μετακίνηση, εντούτοις παρουσίασε διαχρονικά μια μορφολογική εξέλιξη και μια διευρυνόμενη χωρικά διάρθρωση.

#### α. Η πρώτη τουριστική περίοδος

Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα και εξελίχθηκαν στα προ Χριστού χρόνια, παράλληλα με το ρόλο τουριστικό φαινόμενο, είναι ο τουρισμός αναψυχής, ο επαγγελματικός τουρισμός, ο πολιτιστικό, ο Θρησκευτικός, ο Αθλητικός και ο Ιαματικός τουρισμός. Οι μορφές αυτές πρωτοεμφανίστηκαν στην Αρχαία Ελλάδα, στην Περσία και στην Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία (στην προ Χριστού περίοδο της).

Επαγγελματικά ταξίδια κάνουν οι Αιγύπτιοι και οι Ασσύριοι Δημόσιοι Υπάλληλοι που μετακινούνταν για κρατικές υποθέσεις. Είναι γνωστό επίσης ότι οι Αιγύπτιοι έκαναν ημερήσιες εκδρομές στις όχθες του Νείλου όπου και ελούοντο, ενασκούσαν δηλαδή ένα είδος παραποτάμιο τουρισμού.

Ο Συνεδριακός Τουρισμός, αναπτύχθηκε στην Αρχαία Ελλάδα με το θεσμό των Αμφικτιονικών που, ως γνωστό, ήταν συγκεντρώσεις αντιπρόσωπο των γειτονικών πόλεων – κρατών για επίλυση θρησκευτικών, πολιτικών, πολεμικών φορολογικών, τοπικών και κοινού ενδιαφέροντος προβλημάτων. Η πρώτη Αμφικτιονία ήταν εκείνη των Θερμοπύλων το 1522 π.χ. Ενώ αργότερα γινόταν σε τακτά χρονικά διαστήματα, Αμφικτιονίες Δελφούς, στη Βοιωτία, στον Πόρο και στη Δήλο.

Στην τελευταία προ Χριστού χιλιετία αναπτύσσεται κυρίως στην Αρχαία Ελλάδα ο Αθλητικός και ο Θρησκευτικός Τουρισμός.

---

<sup>3</sup>. Στέλιος Βαρβαρέσος ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ έννοιες μεγέθη δομές Β' έκδοση 2000 Μάιος Εκδόσεις Προπομπός Αθήνα σελ.16  
Μανώλης Κων. Σφακιανάκης Εναλλακτική Μορφή Τουρισμού Εκδόσεις ΈΛΛΗΝ 2000 σελ. 28 – 38

Ο Θρησκευτικός τουρισμός ήταν τα ταξίδια των Αρχαίων Ελλήνων για να μεταβούν στις μεγάλες θρησκευτικές εορτές προς τιμήν Θεών τους.

Τέτοιες γιορτές ήταν Διονυσιακές γιορτές προς τιμήν της Δήμητρας και της Περσεφόνης, τα Παναθήναια προς τιμήν της Αθηνάς και πλήθος, άλλων μικρότερων γιορτών προς τιμή άλλων Θεών ή Ημίθεων ή και θνητών Ηρώων.

Χαρακτηριστική είναι η σύνδεση Αθλητισμού και Θρησκευτικού Τουρισμού της εποχής εκείνης αν οι αθλητικοί αγώνες γινόταν προς τιμή των Θεών.

Οι πρώτοι Ταξιδιώτες – τουρίστες και πρωτοπόροι του περιηγητικού Τουρισμού θεωρούνταν ο Ηρόδοτος (480 – 421π.χ.) και ο Πausanias ο Περιηγητής (2<sup>ος</sup> π.χ. αιώνας) που εκτός από Γεωγράφοι και Ιστορικοί ήταν και οι πρώτοι συγγραφείς τουριστικών οδηγιών. Όσον αφορά τον Ιαματικό τουρισμό και αυτός αναπτύχθηκε στην Αρχαία Ελλάδα, και η ύπαρξη και η χρήση των Ιαματικών Πηγών για θεραπευτικούς σκοπούς αναφέρεται από πολλούς ιστορικούς γεωγράφους και φιλοσόφους της εποχής (Αριστοτέλης, Στράβων, Πλούταρχος, Ηρόδοτος, Ιπποκράτης κ.τ.λ.)

Είναι γνωστά τα Ασκληπεία, τα πρώτα κέντρα Υγείας, που δημιουργήθηκαν γύρω από τις Θερμομεταλλικές πηγές. Η λουτροθεραπεία παίρνει μεγάλες διαστάσεις κατά τους Ρωμαϊκούς χρόνους και ιδρύονται οι πρώτες λουτροπόλεις.

Η θαλασσοκρατία των Ελληνικών Φύλων (Φοίνικες, Κρήτες, Αθηναίοι κ.τ.λ.) και των Ρωμαίων αργότερα και τα πολλά θαλάσσια ταξίδια, δεν στοιχειοθετούν φυσικά καμιά μορφή θαλάσσιου τουρισμού αφού όλα τα ταξίδια γινόταν για αυστηρούς κερδοσκοπικούς εμπορικούς και στρατιωτικούς σκοπούς.

Αντίθετα σαν μορφή Πολιτιστικού τουρισμού σε συνδυασμό με τουρισμό αναψυχής μπορούν να θεωρηθούν τα ταξίδια επίσκεψης των, επτά θαυμάτων του τότε γνωστού κόσμου μεταξύ των οποίων και η Αρχαία Έφεσος, την οποία επισκεπτόταν ετησίως 700.000, τουρίστες για διασκέδαση και πολιτιστικές δραστηριότητες.

B. Η δεύτερη τουριστική περίοδος.

Η περίοδος από τη γέννηση του Χριστού, μέχρι και το πρώτο μισό του 19 αιώνα (1850) περιλαμβάνει, ως γνωστών μικρότερες ιστορικές περιόδους, οι κυριότερες των οποίων είναι:

- Η μετά Χριστού περίοδος της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, μέχρι την πτώση της (300 μ.Χ.)
- Η περίοδος της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας στην Ανατολική Ευρώπη (300 – 1459 μ.Χ.)
- Η περίοδος του Μεσαίωνα στη Δυτική Ευρώπη (300 – 1308 μ.Χ.)
- Η περίοδος της Αναγέννησης (1305 – 1618)
- Η ευρύτερη περίοδος της Γαλλικής Επανάστασης και των Ναπολεόντειων Πολέμων.

Κατά τη διάρκεια των περιόδων αυτών, που από πολλούς συγγραφείς θεωρούνται τουριστικά ανενεργές, δεν παρουσιάστηκαν νέες μορφές τουρισμού, αλλά δεν έπαυσε να υπάρχει τουριστική δραστηριότητα κυρίως με τη μορφή του προϋπάρχοντα Θρησκευτικού, Αθλητικού, Ιαματικού Τουρισμού και των επαγγελματικών ταξιδιών. Οι επικρατούσες τότε συνθήκες των συνεχών Εθνικών ανακατατάξεων, της έντονης ληστρικής και πειρατικής δράσης, του καθεστώτος της Φεουδαρχίας, του θεοκρατισμού με τους σχολαστικούς κανόνες και τους δογματικούς τόπους που επέβαλε η Δυτική Εκκλησία, της έλλειψης δρόμων, συγκοινωνιακών μέσων, τουριστικής υποδομής και διαθέσιμου εισοδήματος και της γενικής κατάστασης όπου οι μεμονωμένοι άνθρωποι, αλλά και ολόκληροι οι λαοί επεδίωκαν απλώς να επιβιώσουν, όλες αυτές οι συνθήκες δε επέτρεπαν να εκδηλωθεί μία σοβαρή τουριστική δραστηριότητα.

Οι ίδιες όμως συνθήκες επέβαλαν να δημιουργηθούν έργα, να εκδηλωθούν ενέργειες και να καθιερωθούν διαδικασίες και πρακτικές, που αν εξυπηρετούσαν σκοπούς μη τουριστικής μελλοντικής Τουριστικής Υποδομής ( οδικά δίκτυα, θαλάσσια ταξίδια, καταλύματα, καινούριοι τόποι).

Κατά την μετά Χριστό περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας ολοκληρώθηκε και λειτούργησε το πρώτο οργανωμένο και εποπτευόμενο οδικό δίκτυο, με θέσεις ανάπαυσης κάθε 40 – 50 χιλιόμετρα που χρησιμοποιούσαν οι Κρατικοί Υπάλληλοι και οι Στρατιωτικοί αλλά αργότερα και οι απλοί πολίτες που για διάφορους λόγους ταξίδευαν. Την ίδια περίοδο κατασκευάζονταν πανδοχεία κατά μήκος του οδικού δικτύου με δυνατότητα διανομής και διατροφής ανθρώπων και ζώων, ενώ για πρώτη φορά θεσπίζονταν οι ημέρες αργίας και ανάπαυσης.



Ο Ιαματικός τουρισμός κατά κύριο λόγο, αλλά και ο Αθλητικός και Θρησκευτικός τουρισμός ήταν σε ανάπτυξη ενώ και άποικοι πολλών Ρωμαϊκών Πόλεων άρχιζαν να εκδηλώνουν πολιτιστικές δραστηριότητες επισκεπτόμενοι τις τότε πολιτιστικές πόλεις της Ελλάδας και της Ανατολής. Κατά τη Βυζαντινή περίοδο στην Ανατολική Ευρώπη δεν υπήρξε αυτοτελής τουριστική δραστηριότητα. Στην αρχή της περιόδου επικρατούσαν οι μετακινήσεις κληρικών για διάδοσης της νέας Χριστιανικής Θρησκείας και τα Μοναστήρια και οι Ξενώνες των Εκκλησιών προσέφεραν υπηρεσίες διαμονής και διατροφής που αργότερα απολάμβαναν και άλλοι Κρατικοί Υπάλληλοι και απλοί ταξιδιώτες.

Χαρακτηριστική άνοδο στις μετακινήσεις πιστών στους Άγιους Τόπους προκάλεσε η εύρεση του Τίμιου Σταυρού και ο ευπρεπισμός του Λόφου της Σταύρωσης.

Στη Δυτική Ευρώπη κατά τη περίοδο του μεσαίωνα (300 – 1308 μ.Χ.) αλλά και κατά την περίοδο της Αναγέννησης (1308 – 1618) λόγω των συνθηκών που επικρατούσαν δεν μπορεί να γίνει σοβαρός λόγος για τουριστική ανάπτυξη.

Τα ταξίδια που γινόταν τότε ήταν κυρίως ταξίδια των εμπόρων και αργότερα τα ταξίδια των εξερευνητών. Πρέπει όμως να τονιστεί ότι τα ταξίδια αυτά ήταν δύσκολα, ακριβά και επικίνδυνα. Κάθε ταξίδι ήταν σωστό κατόρθωμα και το επιχειρούσαν μόνον οι τολμηροί, οι πλούσιοι και οι τυχοδιώκτες, διπλωμάτες και κατάσκοποι, ιεραπόστολοι, αρχαιολόγοι και γεωγράφοι και θησαυροθήρες.

Στην περίοδο 1618 έως 1850, το Ευρωπαϊκό σκηνικό δεν άλλαξε πολύ από τουριστική άποψη.

Η Γαλλική Επανάσταση και οι Ναπολεόντειοι και Οικονομικές ανακατατάξεις αλλά η τουριστική άνοιξη δεν ήθελε παρ' όλα αυτά πρέπει να σημειωθεί ότι στην περίοδο αυτή εμφανίζονται η χρήση του ατμοκίνητου σιδηροδρόμου γίνονται τα οδικά δίκτυα που συνδέουν τις πόλεις μεταξύ τους, εμφανίζονται τα πρώτα εστιατόρια, γράφονται πολλοί τουριστικοί οδηγοί και εκδηλώνεται η επιθυμία όλων και περισσότερων ανθρώπων και όχι μόνο των προνομιούχων, να ταξιδέψουν.

Οι προσπάθειες οργάνωσης των ταξιδιών, γινόταν πραγματικότητα και δειλά – δειλά εμφανίζονται οι πρώτες μορφές του οργανωμένου τουρισμού και των τουριστικών πακέτων.

γ. Η Τρίτη τουριστική περίοδος

Από τα χαρακτηριστικά της περιόδου από το 1850 έως το 1950, τα οποία περιγράφονται αναλυτικά στην Ιστορική της εξέλιξη του Τουριστικού Φαινομένου, θα μπορούσε κάποιος να σταχυολογήσει τα παρακάτω, για να τα συσχετίσει με τις νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που εμφανίστηκαν ή που ενισχύθηκαν.

- 1) Η καθιέρωση του λεγόμενου Grand Tour που από νωρίτερα είχε αρχίσει, του ταξιδιού δηλαδή που έκαναν οι γόνοι των αριστοκρατικών και πλούσιων Οικογενειών της Γαλλίας, της Μεγάλης Βρετανίας και αργότερα των Η.Π.Α. για να συμπληρώσουν την ακαδημαϊκή τους μόρφωση και την κοινωνική τους συγκρότηση, επισκεπτόμενοι τις ιστορικές πόλεις της Ευρώπης που θεωρούνταν τότε Κέντρα Γραμμάτων και Εμπορίου, όπως το Παρίσι, η Ρώμη η Φλωρεντία κ.τ.λ. Τα ταξίδια αυτά ήταν μια μορφή περιηγητικού τουρισμού, με έντονα τα χαρακτηριστικά, του Πολιτιστικού και του Μορφωτικού Τουρισμού. Παρόμοιο σχεδόν ήταν τα ταξίδια που οργάνωναν αργότερα πολλά Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια, στα πλαίσια μορφωτικών και εξερευνητικών προγραμμάτων, με αποστολές στους αρχαιολογικούς χώρους για ανασκαφές σε άλλα μέρη για μελέτη διαφόρων ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.
- 2) Η αλματώδης ανάπτυξη των οδικών δικτύων 14 χρήση του σιδηροδρόμου αποτελεί συνήθη τακτική, το αυτοκίνητο μπαίνει σιγά – σιγά στην αγορά των μετακινήσεων, ενώ στο τέλος της περιόδου εμφανίζεται δυναμικά το αεροπλάνο. Τα ταξίδια, εμπορικά ή τουριστικά, γίνονται ασφαλέστερα, γρηγορότερα και οικονομικότερα και προπαντός προσιτά στο ευρύ κοινό.
- 3) Η θεαματική ανάπτυξη των Ξενοδοχείων από απόψεως ως κατασκευής, μεγέθους και χωρητικότητας πλήθους, βοηθητικών εγκαταστάσεων, εξοπλισμού του πελάτη.
- 4) Η καθιέρωση του θεσμού των πληρωμένων διακοπών, πρώτα στη Γαλλία (1936) και μετά στις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες. Αυτό επιτρέπει στο μέσο εργαζόμενο πολίτη να ταξιδεύει ευκολότερα.
- 5) Η εμφάνιση των πρώτων οργανωτών ταξιδιών (Tour operators και ταξιδιωτικών γραφείων) με πρωτοπόρο τον Thomas Cook που εμπορευματοποιεί σε μεγάλη κλίμακα τα τουριστικά πακέτα. Οργανωμένος τουρισμός εδραιώνεται και λόγω της χαμηλής σχετικά τιμής των πακέτων, προαναγγέλλεται ο Μαζικός Τουρισμός .

- 6) Η ίδρυση και οργάνωση παράκτιων και ορεινών, θέρετρων, η ανάπτυξη λουτροπόλεων και η καθιέρωση ορισμένων περιοχών σαν τουριστικών προορισμών της νέας μόδας (Κυανή ακτή, Ιταλία, Ισπανία κ.τ.λ.). Ο παράκτιος, ορεινός και ο φυσιολατρικός Τουρισμός, διαφοροποιούνται από τον Γενικό Περιηγητικό Τουρισμό και εμφανίζονται σαν νέες μορφές τουρισμού.
- 7) Η γενίκευση του Θεσμού των Εκθέσεων σε πολλές Ευρωπαϊκές πόλεις και η εμφάνιση των Διεθνών Εκθέσεων που προσελκύουν μεγάλο πλήθος επισκεπτών των οποίων οι τουριστικές δραστηριότητες συγκροτούν τον Εκθεσιακό Τουρισμό μια νέα εναλλακτική μορφή τουρισμού.
- 8) Η δυναμική είσοδος των Η.Π.Α στην τουριστική арένα που δίδει μεγαλύτερη διάσταση στο τουριστικό φαινόμενο. Τα θαλάσσια ταξίδια με τα καινούργια μεγάλα και ταχυκίνητα πλοία μεταξύ Ευρώπης και Η.Π.Α επιτρέπουν την εμφάνιση του διηπειρωτικού τουρισμού που σήμερα στηρίζουν αποκλειστικά τα αεροπλάνα.
- 9) Η συνειδητοποίηση της Οικονομικής και Κοινωνικής διάστασης του τουρισμού, που αφυπνίζει και κράτη που σπεύδουν να ιδρύσουν να παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα, αλλά και τους πολίτες που διεκδικούν πλέον δυναμικά το κοινωνικό αγαθό του τουρισμού.

δ). Η τέταρτη τουριστική περίοδος

Η περίοδος αυτή που αρχίζει από το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και ειδικά για τη χώρα μας από το 1950 και για άλλους τελειώνει το 1980 (οπότε και αναθεωρείται η τουριστική ιδέα, άποψη που δέχεται και το βιβλίο αυτό) και για άλλους η περίοδος αυτή συνεχίζεται μέχρι σήμερα.

Είναι η περίοδος του τουριστικού boom. Της γρήγορης δηλαδή αύξησης ή άνθησης ή έκρηξης ή γιγάντωσης (με την ευρεία έννοια του όρου) του τουριστικού φαινομένου. Η γιγάντωση αυτή έχει αποδειχθεί και εκφράζεται με αριθμούς και αιτιολογείται από τη μελέτη των πολιτικών, κοινωνικών, οικονομικών, τεχνολογικών, πολιτιστικών και ψυχολογικών παραγόντων ή αιτιών που την προκάλεσαν. Οι αριθμοί και οι παράγοντες αυτοί τεκμηριώνονται επαρκώς στην τουριστική βιβλιογραφία.

Υπενθυμίζοντας αυτούς τους αριθμούς και τους παράγοντες, σημειώνεται περιληπτικά ότι η γενική εκτίμηση της ποσοτικής αύξησης του τουρισμού, από το 1950 έως 1980 είναι ότι τα τουριστικά μεγέθη δεκαπλασιάστηκαν ή και εικοσπλασιάστηκαν ενώ σαν κυριότερες αιτίες αυτής της αύξησης μπορούν να αναφερθούν οι εξής :

1. Η ανάπτυξη των συγκοινωνιών και όλων των μεταφορικών μέσων (αυτοκινήτων, σιδηροδρόμων) κυρίως όμως η χρήση των αεριοθούμενων αεροσκαφών που με τη μεγάλη ταχύτητά τους (ίση ή και μεγαλύτερη αυτής του Ήχου) ελαχιστοποίησαν τη χρόνο – απόσταση μεταξύ των τύπων προέλευσης και προορισμού των τουριστών.
2. Η αύξηση των ημερών των πληρωμένων διακοπών και το υποχρεωτικό της χορήγησης τους. Στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες σήμερα, χορηγούνται στους εργαζόμενους και κατά μέσο όρο εβδομάδες διακοπών παραπάνω από τις 8- 14 επίσημες αργίες και τα 52 Σαββατοκύριακα του χρόνου. Στις Η.Π.Α , μάλιστα χορηγούνται και 13 ημέρες ασθένειας οι οποίες και μεταφέρονται στο επόμενο χρόνο αν δεν χρησιμοποιηθούν τον προηγούμενο.
3. Η αύξηση των εισοδημάτων των εργαζόμενων και η σχετική, μείωση των τιμών πολλών τουριστικών προϊόντων και κυρίως εκείνων του οργανωμένου τουρισμού.
4. Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης των πολιτών και η αύξηση του αριθμού εκείνων με πανεπιστημιακή εκπαίδευση, δεδομένου ότι συγκριτικές μελέτες έδειξαν ότι η τουριστική δραστηριότητα των ανθρώπων αυξάνεται ανάλογα με την εκπαίδευσή τους.
5. Η διεύρυνση του εύρους ηλικιών των ανθρώπων που κάνουν τουρισμό και ή είσοδος στην τουριστική αγορά των ανέργων συνταξιούχων, των ανθρώπων της 3<sup>ης</sup> ηλικίας και ομάδων πληθυσμού που είχαν αποκλεισθεί από την αγορά αυτή τα προηγούμενα χρόνια.
6. Η αναγνώριση του τουρισμού σαν κοινωνικού αγαθού και ανάληψη της υποχρέωσης της Πολιτείας να προωθήσει την τουριστική ανάπτυξη και να κάνει τα τουριστικά προϊόντα προσιτά σε όλους.
7. Η ευρεία εμπορευματοποίηση του τουρισμού από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, για κερδοσκοπικούς φυσικά λόγους, οι οποίοι εφαρμόζουν όλους τους νόμους και τα μέσα της αγοράς, των πωλήσεων και του Marketing για να αυξήσουν τον αριθμό τουριστών / πελατών τους.

8. Η αύξησης των Κοινωνικών, Οικογενειακών, Ατομικών αναγκών και των ψυχοσωματικών επιτηρήσεων και συμπλεγμάτων που ωθούν τους ανθρώπους να κάνουν τουρισμό, οι οποίοι ζούνε κυρίως σε αστικά κέντρα με το πρότυπο της κυψελοειδούς ζωής, καταπιέζονται και ασφυκτιούν και η μόνη διέξοδο τους είναι να αναζητήσουν μέσω του τουρισμού, την ελευθερία τους στην εξοχή, στη θάλασσα, στα βουνά, στις ρίζες τους, στο παρελθόν τους για να βρουν την πνευματική και σωματική τους ισορροπία.

Όμως ο τουρισμός παρα αναπτύχθηκε. Και πολλές φορές άναρχα, ανεξέλεγκτα, ληστρικά και ανησυχητικά, παραστράτησε και παραμορφώθηκε. Έχασε την ανθρωπρέπεια, την ομορφιά και το στοιχείο της ελευθερίας του. Έγινε μια σκληρή, απρόσωπη και υλιστική βιομηχανία. Ο τουρισμός χάριν του έδεναι έγινε Τουρισμός χάριν του κερδίζειν.

Το νέο πρόσωπο του τουρισμού το ονόμασαν Μαζικό Τουρισμό που στην πράξη σημαίνει υπερβολική συγκέντρωση τουριστών (τουριστικού φορτίου) σε ένα τόπο (τουριστικό προορισμό) και κατά τη διάρκεια της τουριστικής εποχής (χρονική και τοπική υπερφόρτιση), με αποτέλεσμα να καταστρέφονται το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον να μειώνεται η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και να επιβαρύνεται ο ντόπιος πληθυσμός.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού κατά την περίοδο αυτή, ακολούθησαν τη γενική πορεία όπως για παράδειγμα ο παράκτιος τουρισμός στις θερμές και νησιωτικές χώρες, ο χιονοδρομικός τουρισμός κατά τη διάρκεια μεγάλων θρησκευτικών εκδηλώσεων, συχνά ταυτίζονται με το μαζικό τουρισμό. Άλλες μορφές μεγενθύθηκαν χωρίς να γιγαντωθούν και ελάχιστες διατήρησαν το προηγούμενο μέγεθος τους. Πολλές επίσης μορφές άλλαξαν τα χαρακτηριστικά τους, ολοκληρωμένες ή διαφοροποιούμενες και φυσικά υπήρξαν και νέες μορφές τουρισμού.

Ο Αγροτουρισμός αναπτύσσεται στις Η.Π.Α. το 1960 και καθιερώνεται σαν εναλλακτική μορφή τουρισμού με δύο παραλλαγές.

Ο Ιαματικός τουρισμός γίνεται μέρος του ευρύτερου τουρισμού Υγείας που παίρνει τη σημερινή μορφή του κατά την περίοδο αυτή.

Από τον Επαγγελματικό τουρισμό, ο τουρισμός κινήτρων καθιερώνεται στις Η.Π.Α. μετά το 1960 στην προσπάθεια αύξησης των πωλήσεων.

Ο τουρισμός του διεθνούς, jet set καθιερώνεται με την καθιέρωση των αεροθούμενων αεροσκαφών από τα οποία πήρε και το όνομά του.

Ο τουρισμός των ορεινών σπορ (καταβάσεις ποταμών – αιωροπτερισμός) αναπτύχθηκε παράλληλα με την εμφάνιση και την βελτίωση των μηχανικών μέσων με τα οποία εξασκείται.

Ο θαλάσσιος τουρισμός γίνεται προσιτός και στο μέσο τουρίστα λόγω μείωσης των τιμών των προϊόντων του.

Ο περιπατητικός τουρισμός αναπτύσσεται θεαματικά μετά το 1970 και επισημοποιείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση μετά την χάραξη και σήμανση των 8 Ευρωπαϊκών μονοπατιών (E1 έως E8) εκ των οποίων τα E4 και E6 καταλήγουν στη χώρα μας.

Την ίδια περίοδο παρατηρείται η τάση μετακίνηση ταξιδιών προς τις θερμές περιοχές κυρίως εκ μέρους των ηλικιωμένων και των συνταξιούχων οι οποίοι εξασκούν τον τουρισμό παραχείμασης.

Τέλος πρέπει να επισημανθεί ότι το 1970 όλοι μιλούσαν για τον οικονομικό τουρισμό, ο οποίος πράγματι αναπτύχθηκε. Δε μιλούσαν για τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες που καθιερώθηκε στην επόμενη τουριστική περίοδο.

Ούτως εχόντων των πραγμάτων η εξέλιξη του τουρισμού με τις διάφορες μορφές του, έφθασε στο έτος 1980 το οποίο συνδέθηκε με την αναθεώρηση της τουριστικής ιδέας και της μέχρι τότε τουριστικής πρακτικής. Και τότε άρχισε η τελευταία τουριστική περίοδος, η λεγόμενη Σύγχρονη τουριστική περίοδος.

### **Ε. Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ**

Μαζικοποίηση τουρισμού υπάρχει, όχι όταν ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται, αλλά όταν οι τουρίστες ανισοκατανέμονται στο χρόνο και στον τόπο. Και πρέπει να διευκρινιστεί ότι κανένας δεν υποστήριξε ποτέ ότι αυτό καθεαυτό το τουριστικό φορτίο πρέπει να περιοριστεί. Η αύξηση του αριθμού των τουριστών πάντα είναι επιθυμητή. Η συνεχής τουριστική ανάπτυξη πάντα είναι επιθυμητή. Δεν είναι όμως επιθυμητή ούτε η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια της θερινής μόνο περιόδου και μόνο στους τουριστικούς προορισμούς και ούτε η άναρχη, ανεξέλεγκτη και απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη. Γιατί, η εκδήλωση τουριστικής δραστηριότητας μόνο κατά τη θερινή περίοδο δημιουργεί προβλήματα τουριστικής εποχικότητας και η συγκέντρωση των τουριστών σε ορισμένους μόνο τόπους, έχει σαν αποτέλεσμα οι τόποι αυτοί να υπέρ αναπτύσσονται τουριστικά, συχνά άναρχα και ανεξέλεγκτα, να υπέρ εκμεταλλεύονται από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, συχνά ληστρικά και εξαντλητικά και τελικά να αποστερούνται τους πόρους τους συχνά οριστικά και μη αναστρέψιμα, για να εγκαταλειφθούν τότε και να αναζητηθούν νέοι προορισμοί που παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα. Οι επιχειρηματίες φεύγουν με τα κέρδη τους και ο ντόπιος πληθυσμός και ο τόπος τους μένουν με τα σημάδια της καταστροφής.

Σήμερα ο μαζικός τουρισμός κατηγορείται και χαρακτηρίζεται σαν τερατούργημα και σαν μια τουριστική τακτική που δεν έχει στην ουσία κανένα αντισταθμιστικό όφελος για τον τουριστικό προορισμό, τον ντόπιο πληθυσμό και το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον.

Ο τουριστικός προορισμός υπερφορτώνεται από τουριστικές εγκαταστάσεις, που δεν ανήκουν στον ντόπιο πληθυσμό αλλά ανήκουν και διευθύνονται από μητροπολιτικά κέντρα που επιδιώκουν μόνο το κέρδος, για τη μεγιστοποίηση του οποίου εφαρμόζουν νόμους και κανόνες της αγοράς και του marketing που επιτείνουν το πρόβλημα της μαζικοποίησης και από αυτό το κέρδος ελάχιστο μόνο ποσοστό χρησιμοποιείται τοπικά προς όφελος της τοπικής ανάπτυξης και του ντόπιου πληθυσμού. Και ακόμη χειρότερα, δεν χρησιμοποιούνται τα τοπικά προϊόντα, αλλά συχνά εισάγονται ξένα, προερχόμενα από τους τόπους των επιχειρηματιών για να ενισχύσουν τις αγορές τους. Χρησιμοποιούνται όμως και μάλιστα καταχρηστικά, οι πόροι που δεν εισάγονται.

Ο κάτοικος ενός ελληνικού νησιού π.χ. υδροδοτείται ορισμένες μόνο ώρες την ημέρα, όταν ο τουρίστας του κοντινού ξενοδοχείου ξοδεύει όσο νερό θέλει και όπως θέλει, ακόμη και για να παίξει. Ο ντόπιος πληθυσμός χρησιμοποιείται τόσο όσο απαιτούν οι ανάγκες των επιχειρηματιών. Συνήθως μερικά και εποχιακά. Και βεβαίως αυξάνεται η απασχόληση και οι εργαζόμενοι έχουν ένα πρόσθετο εισόδημα αλλά μακροχρόνια το μόνο που κερδίζουν είναι να υπηρετούν ξένα συμφέροντα. Ο τόπος αναπτύσσεται τόσο και μόνο όσο το απαιτούν οι ανάγκες εξυπηρέτησης των τουριστών. Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι εμπορευματοποιούνται και υπέρ εκμεταλλεύονται χωρίς να λαμβάνονται μέτρα προστασίας και αειφορίας τους.

Και όλα αυτά γίνονται δεκτά από την πολιτεία χάριν του άμεσου, καθαρού και χειροπιαστού συναλλαγματικού οφέλους το οποίο δυστυχώς σήμερα δεν αποτελεί, υποχρεωτικά εθνικό εισόδημα αφού μπορεί να μεταφέρεται όπου επιθυμούν οι επιχειρηματίες, μέσα στο χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι δυσμενείς επιδράσεις αυτού του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον και στο ντόπιο πληθυσμό και τα αδιέξοδα που δημιούργησε η τουριστική ανάπτυξη που εξυπηρετεί το είδος αυτού του τουρισμού άρχισαν να γίνονται ορατές και μετρήσιμες στη δεκαετία του 1970 και αργότερα έγιναν πειστικές και απαράδεκτες.

Τότε πολλές ομάδες ανθρώπων έκρουσαν τον κώδωνα του κινδύνου και μελετητές και ερευνητές τουρισμού, καθηγητές και συγγραφείς, οικολόγοι, οι οπαδοί του Πράσινου Κινήματος, διάφορες περιβαλλοντικές οργανώσεις, γιατροί και άνθρωποι που ανησυχούσαν για τους κινδύνους της υγείας που ενυπάρχουν στο μαζικό τουρισμό (ηλιοθεραπεία, αφροδίσια νοσήματα, AIDS κ.τ.λ.). Κοινωνιολόγοι που ανησυχούσαν για την αλλοίωση των τοπικών κοινωνιών, άνθρωποι που απέρριπταν τον τουριστικό μπούγιο, τον τουρισμό των 45 και τον “κονσερβοποιημένο”, οργανωμένο τουρισμό και πολλοί θεωρητικοί που έβλεπαν να αλλοιώνεται η τουριστική ιδέα, η ανθρωπρέπεια του και το στοιχείο της ελευθερίας του τουριστικού κινήματος.

Όλοι αυτοί οι άνθρωποι χωρίς να αμφισβητούν τις πολλές πράγματι ευμενείς επιδράσεις του τουρισμού και χωρίς να επιδιώκουν να μειωθεί ο ρυθμός και η ενθάρρυνση της τουριστικής ανάπτυξης, πρότειναν να επανεξεταστεί και να επαναξιολογηθεί ο τρόπος εκδήλωσης και άσκησης της



τουριστικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα πρότειναν να ληφθούν άμεσα μέτρα αντιμετώπισης του τερατουργήματος του μαγικού τουρισμού. Έτσι δημιουργήθηκε μια τάση που αργότερα έγινε συμπεριφορά πολλών τουριστικών φορέων και μελετητών, που άρχισαν να αναζητούν πιο φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον και πιο ανθρωποκεντρικές μορφές τουρισμού, μορφές που στο σύνολο τους συγκροτούν το λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό (Alternative Tourism ή Α.Τ.).

Η φιλοσοφία του Εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους πολιτικές τουριστικές και να μην ποδηγετούνται από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες (τους operators – ξενοδόχους) που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή ίδια οφέλη. Δυστυχώς “οι μεγάλοι” του τουρισμού συχνά επικυριαρχούν και διαμορφώνουν το τουριστικό γίνεσθαι χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους τις τοπικές ανάγκες.

Έτσι στη σύγχρονη τουριστική περίοδο, υπάρχει η τάση περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνση του Εναλλακτικού ήπιου τουρισμού. Ειδικότερα καταβάλλεται προσπάθεια να ενθαρρυνθούν αντιεποχιακές μορφές τουρισμού και μορφές που μπορούν να αναπτυχθούν εκτός κεκορεσμένων τουριστικών προορισμών και εκτός τουριστικών θέρετρων. Η προσπάθεια αυτή γενικεύεται τα τελευταία χρόνια και καταβάλλεται όχι μόνον από τις ομάδες πληθυσμού που προαναφέρθηκαν, αλλά και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την Ε.Ε., τους Εθνικούς Τουριστικούς φορείς αλλά και από πολλούς ιδιωτικούς φορείς.

## **Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ**

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, καταγράφεται ως ένα από τα σπουδαιότερα κοινωνικά φαινόμενα της μεταπολεμικής περιόδου. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρέασαν θετικά την εξέλιξη αυτή ήταν:

- Η σταθερή οικονομική ανάπτυξη των περισσότερων χωρών
  - Η αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων τους
  - Η δημιουργία κοινωνικού κράτους (άδειες, συντάξεις κ.τ.λ.), που έδινε την οικονομική και χρονική δυνατότητα σε περισσότερες ομάδες να ταξιδεύουν για τουρισμό.
  - Οι τεχνολογικές εξελίξεις, ιδιαίτερα στους τομείς των μεταφορών και επικοινωνιών που επέτρεπαν την πραγματοποίηση άνετων, ασφαλών και φθηνών ταξιδιών καθώς και εύκολη επικοινωνία και πληροφόρηση.
  - Η ανάπτυξη και η εξειδίκευση του τουριστικού κλάδου και η συνεχής οργανωτική βελτίωση του..
  - Η δημιουργία, συμπληρωματικών του τουρισμού, γενικών και ειδικών υποδομών και διευκολύνσεων.
- Στη χώρα μας ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες και κατέχει κυρίαρχη θέση στον τριτογενή τομέα. Η Ελλάδα από την πρώτη στιγμή που εμφανίστηκε στην οργανωμένη τουριστική αγορά, καθιερώθηκε ως μια από τις περισσότερο αξιόλογες περιοχές υποδοχής του τουριστικού ρεύματος γεγονός ότι ο τουριστικός προορισμός του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, παρά το γεγονός ότι ο τουριστικός τομέας είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος και επηρεάζεται άμεσα από τις διεθνείς πολιτικές και οικονομικές συνθήκες, τις διακρατικές σχέσεις, τον ανταγωνισμό κ.τ.λ. διεκδικεί μια από τις πρώτες θέσεις στις συναλλαγματικές πηγές της χώρας αλλά και σύνολο των οικονομικών μεγεθών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### 2.1 ΟΙ ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα και όχι μόνο, εκτός ότι ασκεί άμεσες και εμφανείς επιδράσεις στην οικονομία της, που εκδηλώνονται με τη θετική συμβολή του στην προσπάθεια εξισορρόπησης του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, με τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης, με την οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας της και κατ' επέκταση της οικονομίας της κ.τ.λ., ασκεί και έμμεσες ή αφανείς επιδράσεις ή πολλαπλασιαστικές, όπως χαρακτηρίζονται και αλλιώς. Αυτές εκδηλώνονται, όπως είναι γνωστό, με μια σειρά συναλλακτικών πράξεων, προκαλούν δε ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα. Τα ποσοτικά αποτελέσματα αναφέρονται στη διαμόρφωση του τουριστικού εισοδήματος, το τελικό ύψος του οποίου εξαρτάται από τον αριθμό των συναλλακτικών πράξεων που πραγματοποιούνται στο τουριστικό κύκλωμα.

Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού έχουν και άλλες προεκτάσεις στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο, πλην όμως κατά έμμεσο τρόπο, αφού οι συναλλακτικές πράξεις που πραγματοποιούνται στον τουρισμό, αποφέρουν φορολογικά έσοδα τόσο στην τοπική αυτοδιοίκηση, όσο και στο κράτος. Ένα μέρος από αυτά, όμως επιστρέφεται από την τοπική αυτοδιοίκηση και το κράτος στους τουριστικούς προορισμούς από τους οποίους εισπράχθηκαν με τη μορφή κοινωνικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται σε αυτούς.

## 2.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΟΧΛΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα, μέχρι και το τέλος της δεκαετίας του '60, εκτός ότι ήταν κατά κύριο λόγο απρογραμματίστη και ευκαιριακή, επικεντρώνονταν αποκλειστικά στην Αθήνα. Από τη δεκαετία του '70 και μετά παρατηρήθηκε μια βαθμιαία μεν πλην όμως αυξανόμενη τάση αποκέντρωσης της τουριστικής ανάπτυξης τόσο σε επίπεδο χώρου όσο και περιφέρειας. Αν και πάλι απρογραμματίστη τις περισσότερες φορές τα αποτελέσματα αλλού ήταν περισσότερο ικανοποιητικά και αλλού λιγότερο. Στην ανάπτυξη όμως του τουρισμού σε ορισμένες περιφέρειες της Ελλάδας, καθοριστικό ρόλο έπαιξε η ύπαρξη μιας στοιχειώδους τουριστικής υποδομής και ανωδομής που δημιουργήθηκε κατά κύριο λόγο χάρη στην επενδυτική δραστηριότητα του δημοσίου και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας.

Η περιφερειακή πολιτική που εφαρμόζεται στην Ελλάδα σήμερα, διαφέρει αισθητά από εκείνη του παρελθόντος και αυτό γιατί δεν περιορίζεται πια στην αντιμετώπιση μεμονωμένων περιφερειακών προβλημάτων, αλλά τα αντιμετωπίζει στο σύνολο τους σε ολόκληρη την επικράτεια της. Εξάλλου οι στόχοι της σύγχρονης περιφερειακής πολιτικής διευρύνονται ολοένα και περισσότερο με αποτέλεσμα να περιλαμβάνουν αυτοί συνεχώς νέους και δυναμικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όπως είναι για παράδειγμα ο τουρισμός, αρκεί να μπορούν αυτοί να αναπτυχθούν και να συμβάλλουν όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται στην ισόρροπη και αρμονική ανάπτυξη της περιφέρειας, στην πλήρη απασχόληση του οικονομικού ενεργού πληθυσμού της, στην αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος και γενικότερα στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του.

Αναμφίβολα η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια αναπτυσσόμενη περιφέρεια στον ελλαδικό χώρο και όχι μόνο, όπως για παράδειγμα στην Ήπειρο, μπορεί υπό προϋποθέσεις να αποτελέσει παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου εφόσον βέβαια αυτή είναι εφικτή και να συμβάλλει αποφασιστικά στη διακοπή του φαύλου κύκλου της φτώχειας και της μιζέριας που τη μαστιάζει όσο το δυνατό πιο γρήγορα γίνεται. Θα πρέπει, όμως, στο σημείο αυτό να διευκρινιστεί ότι η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ήπειρο δεν θα πρέπει σε καμία περίπτωση να επιχειρείται μονόπλευρα, αλλά παράλληλα και αρμονικά με αυτήν άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως των βασικών, δηλαδή της γεωργίας με την ευρύτερη έννοια του όρου και της βιομηχανίας. Πάνω από όλα, όμως, θα πρέπει η τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου να χρησιμεύει σαν μέσο προώθησης της οικονομικής ανάπτυξης της, πλην όμως όχι κύριο αλλά συμπληρωματικό.

### 2.3 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η οικονομική ερμηνεία της ΖΗΤΗΣΗΣ κάνει χρήση των αναγκών του τουρίστα και του βαθμού ικανοποίησης τους, τις οποίες ενσωματώνει στην έννοια της τουριστικής κατανάλωσης (σύνολο αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνει ο τουρίστας). Επομένως το ενδιαφέρον της ΖΗΤΗΣΗΣ είναι οι ανάγκες, τα κίνητρα και τα ενδιαφέροντα του τουρίστα. Οι βασικές κατηγορίες κινήτρων τουριστικής μετακίνησης είναι :

**1,Φυσικά – Κλιματολογικά,** όπως η μορφολογία του εδάφους, η βλάστηση, η ηλιοφάνεια, θερμοκρασία κ.τ.λ..

**2.Πολιτιστικά κίνητρα,** όπως οι ιστορικοί χώροι, τα αρχαιολογικά μνημεία, τα μουσεία, οι πινακοθήκες, η λαϊκή τέχνη κ.τ.λ..

**3.Οικονομικά κίνητρα,** όπως το κόστος ζωής στους τουριστικούς προορισμούς, το κόστος ταξιδιού, το κόστος του τουριστικού πακέτου, κ.τ.λ..

**4.Ψυχολογικά κίνητρα,** όπως η ψυχολογική ανάγκη για αλλαγή, για αναψυχή σε νέο διαφορετικό περιβάλλον.

Στην οικονομική θεωρία δεν υπάρχει «Τουριστικός κλάδος». Η τουριστική δραστηριότητα συμμετέχει σε όλους σχεδόν τους οικονομικούς κλάδους μιας οικονομίας.

Η τουριστική προσφορά μπορεί να οριστεί ως το σύνολο των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που προτείνονται από τον τουριστικό τομέα στους καταναλωτές σε μια συγκεκριμένη τιμή. Μετριέται με την ικανότητα εξυπηρέτησης της Τουριστικής Ζήτησης, από την υπάρχουσα Τουριστική Υποδομή και Ανωδομή της χώρας ή του τόπου υποδοχής. Δεν υπάρχει ένα τουριστικό προϊόν αλλά μείγμα τουριστικών υποπροϊόντων και στοιχείων. Η τουριστική παραγωγή ενσωματώνει το σύνολο των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται από τον τουριστικό τομέα και καταναλώνονται κατά τη διάρκεια μιας τουριστικής περιόδου.

Ο Τουριστικός Τομέας μπορεί να θεωρηθεί ως ένα σύστημα το οποίο αποτελείται από φυσικές μεταβολές (έδαφος, λίμνες, παραλίες, δάση, ποτάμια), από κοινωνικές μεταβλητές (καταναλωτές του τουριστικού προϊόντος), από οικονομικές μεταβλητές (ισοζύγιο πληρωμών, οικονομικές επιπτώσεις), από θεσμικές μεταβλητές (δημόσιες υπηρεσίες και άλλους οργανισμούς) και από κοινωνικό-φιλοσοφικές μεταβλητές (επιπτώσεις του τουρισμού στο βιοτικό επίπεδο των κατοίκων ενός τόπου), από μεταβλητές που οφείλονται στον άνθρωπο (ΥΠΟΔΟΜΗ και ΑΝΩΔΟΜΗ).

## 2.4 ΥΠΟΔΟΜΗ – ΑΝΩΔΟΜΗ

Η Υποδομή και η Ανωδομή ενός τουριστικού προορισμού συνθέτουν τις βασικές μεταβλητές που οφείλονται στον ανθρώπινο παράγοντα.

Με τον όρο Υποδομή εννοούμε το σύνολο των κατασκευών και εγκαταστάσεων που απαιτούνται για να μπορέσει ο άνθρωπος, είτε είναι μόνιμος κάτοικος είτε επισκέπτης (τουρίστας), να ικανοποιήσει καθημερινές ανάγκες του που σχετίζονται με την εργασία τη διαβίωση ή τον ελεύθερο χρόνο του. Αναφερόμαστε κυρίως σε έργα αρμοδιότητας και δικαιοδοσίας του Δημοσίου τομέα (Κράτος, Νομαρχίες, ΔΕΚΟ, κ.τ.λ.). μπορούμε να αναφέρουμε μεταξύ των Υποδομών:

- Λιμάνια και Λιμενικές εγκαταστάσεις, Μαρίνες, Σταθμούς ανεφοδιασμού σκαφών.
- Χιονοδρομικά κέντρα.
- Αεροδρόμια και εγκαταστάσεις.
- Οδικό δίκτυο.
- Εγκαταστάσεις Ύδρευσης και Αποχέτευσης.
- Χώρους στάθμευσης.
- Τηλεπικοινωνιακό δίκτυο και εγκαταστάσεις.
- Δίκτυο Ηλεκτρικής Ενέργειας.
- Καταστήματα υπηρεσιών, όπως Τράπεζες, Ταχυδρομείο, Λιμεναρχείο, Γραφείο ΕΟΤ, Αστυνομία, Πυροσβεστική, Προξενεία κ.α.

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

Με τον όρο ΑΝΩΔΟΜΗ εννοούμε το σύνολο των κατασκευών που προσφέρουν συγκεκριμένες υπηρεσίες και αγαθά για τη δημιουργία των οποίων απαιτείται η ύπαρξη σημαντικής Υποδομής (στηρίζονται στην υποδομή του τόπου). Κυρίως αναφερόμαστε σε εγκαταστάσεις και επενδύσεις του ιδιωτικού τομέα, όπως οι παρακάτω:

- Ξενοδοχεία, Ενοικιαζόμενα δωμάτια, Διαμερίσματα, Ορεινά καταφύγια.
- Εστιατόρια, Καφετερίες, Μπαρ, Αναψυκτήρια.
- Τουριστικά γραφεία, Πρακτορεία
- Γραφεία ενοικιάσεως Αυτοκινήτων, Μοτοποδηλάτων.
- Θαλάσσια σπορ (Σκι, Windsurfing, Αλεξίπτωτο, Jet ski, Κανό κ.τ.λ..
- Χειμερινά σπορ.
- Αθλητικά κέντρα, Χώρους άθλησης σε ξενοδοχεία ή αλλού (τένις, βόλεϊ, μπάσκετ, squash, golf, mini golf κ.τ.λ.).
- Πισίνες, ανοικτές – θερμαινόμενες, Βατήρες καταδύσεως.
- Χώρους πολιτιστικών εκδηλώσεων (για θεατρικές παραστάσεις, χορούς, συναυλίες, εκθέσεις ζωγραφικής, ήχος και φως κ.τ.λ.).

## 2.5 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουριστικός κλάδος κατέχει πρωτεύουσα θέση στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, με σημαντική συμβολή σε μεγέθη και δείκτες όπως στη διαμόρφωση του ΑΕΠ, στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, στην απασχόληση, στην περιφερειακή ανάπτυξη κ.τ.λ.. Το παραγόμενο Τουριστικό προϊόν, με βάση την κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας φέρνει στην πρώτη θέση την περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (Δωδεκάνησα και Κυκλάδες) με ποσοστό που ξεπερνά το 24%, στη δεύτερη την Κρήτη με ποσοστό γύρω στο 18% και στην Τρίτη θέση την Αττική με ποσοστό 17%. Η περιφέρεια της Ηπείρου βρίσκεται στην προτελευταία θέση (ποσοστό 1%), με τελευταία την περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας (ποσοστό 0,5%). Αν στις δύο περιφέρειες του Αιγαίου (Νότιο Αιγαίο και Κρήτη) προσθέσουμε αυτή του Βορείου Αιγαίου που κατέχει περίπου το 3% του

ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας, διαπιστώνουμε ότι το Αιγαίο (με τις Σποράδες, Θάσο, Σαμοθράκη, νησιά Σαρωνικού που υπολογίζονται στους νομούς που ανήκουν) φτάνει το 50% του παραγόμενου Τουριστικού Προϊόντος. Η οικονομική δραστηριότητα πολλών νησιωτικών νομών στηρίζεται σε μεγάλο ποσοστό ως και 85% στον Τριτογενή τομέα λόγω της τουριστικής ανάπτυξης τους.

Τα δεδομένα για την Ήπειρο είναι διαφορετικά αφού στην οικονομική διάρθρωση της περιφέρειας, με βάση τη συμβολή στο ΑΕΠ ο Πρωτογενής τομέας κατέχει το 52%, ο Δευτερογενής με 24,1% και ο Τριτογενής με 23%. Το ποσοστό 1% που κατέχει η Ήπειρος στο σύνολο του παραγόμενου τουριστικού προϊόντος της χώρας αφήνει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης του Τουρισμού. Η καθυστέρηση στην Τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου σε σχέση με την υπόλοιπη χώρα μπορεί να αποδειχθεί περισσότερο θετικό παρά αρνητικό στοιχείο για την περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής. Οι δυνατότητες για ανάπτυξη είναι αδιαμφισβήτητες. Το ζητούμενο είναι Πόση ανάπτυξη, πως θα πραγματοποιηθεί, με ποιο κόστος και ποιο όφελος;

Αν το Αιγαίο χαρακτηρίζεται από Φως, Ήλιο και απέραντο γαλάζιο, η Ήπειρος είναι μοναδική για το χρώμα, την ποικιλομορφία και τις απίστευτες εναλλαγές σε φυσικές ομορφιές και θέλγητρα κάθε κατηγορίας: Φυσικά, Πολιτιστικά, Κοινωνικά, Κατασκευασμένα. Η υπεροχή της από πολλές ήδη ανεπτυγμένες τουριστικές περιφέρειες και στις τέσσερις κατηγορίες των κινήτρων που προαναφέρθηκαν είναι προφανής.

Η Ήπειρος είναι:

- Ήπειρος είναι η Πίνδος, ο Σμόλικας, η Τύμφη, τα Τζουμέρκα, το Μαυροβούνι και τα άλλα βουνά.
- Ήπειρος είναι ο Αώος, ο Άραχθος, ο Λούρος, ο Αχέροντας, η Παμβώτιδα με το νησί της Κυρά-Φροσύνης, η λίμνη της Ζαραβίνα στο Πωγώνι, οι τεχνητές λίμνες στις πηγές του Αώου και του Λούρου, οι Δρακόλιμνες στην Γκαμήλα και στον Σμόλικα.
- Ήπειρος είναι τα γεφύρια του Αώου, της Πλάκας στον Άραχθο, το ξακουστό γεφύρι της Άρτας, το Καλογερίκο στο Ζαγόρι, το γεφύρι του Κοράκου στον Αχελώο κ.α. Μνημεία όλα τους που μιλούν για την τέχνη και το μεράκι των μαστόρων τους.
- Ήπειρος είναι η μαστοριά που αποτυπώνεται στα λιθόστρωτα δρομάκια στο Πάπιγκο, στα σπίτια στο Ζαγόρι, στη μαγευτική Πάργα, στις εκκλησιές της Άρτας.



- Ήπειρος είναι η αρχαία Νικόπολη, το Νεκρομαντείο, το αρχαίο θέατρο της Δωδώνης.
- Ήπειρος είναι οι παραλίες Λυγία , Μονολίθι, Βράχος, Κανάλι, Καστροσυκιά, Καραβοστάσι στην Περδίκια, η Μπέλλα Βράκα και η Μεγάλη Άμμος στα Σύβοτα
- Ήπειρος είναι ο εθνικός Δρυμός στη Βάλια Κάλντα, η χαράδρα του Βίκου, ο υγροβιότοπος του Αμβρακικού, το δέλτα του Καλαμά, η αρκούδα της Πίνδου, τα ελάφια , τα ζαρκάδια, τα αγριογούρουνα, οι στρουθοκάμηλοι των εκτροφείων δυτικά από τα Ζαγοροχώρια, το σπήλαιο του Περάματος, τα τζαμιά του Ασλάν πασά στα Γιάννενα και του Σουλτάν Σουλεϊμάν στην Κόνιτσα.
- Ήπειρος είναι τα τραγούδια της, οι χοροί της, η Στάση των Σαρακατσαναίων στο Γυφτόκαμπο.

Όλα αυτά τα θέλητρα και άλλα πολλά που διαθέτει η Ήπειρος αποτελούν το συγκριτικό πλεονέκτημα ή και το απόλυτο κατά περίπτωση, που πρέπει να αξιοποιήσει για την ανάπτυξη της με ιδιαίτερη προσοχή και σεβασμό για να τα διατηρήσει και να μη χαθεί το πλεονέκτημα.

## 2.6 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι επιπτώσεις του τουρισμού είναι ποικίλες και πολύπλευρες. Μπορούμε να διαπιστώσουμε τις συνέπειες του τουριστικού φαινομένου σε ένα τόπο σε όλους τους τομείς, οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό, περιβαλλοντικό και σε κλίμακα μέτρησης τους που μπορεί να κυμαίνεται από «πολυθετικές» έως «πολυαρνητικές». Για την εκτίμηση των άμεσων και έμμεσων επιπτώσεων απαιτείται ακριβής καταγραφή και αξιολόγηση όλων των ποσοτικών και ποιοτικών μεταβλητών που συμβάλουν στην τουριστική ανάπτυξη. Δεν υπάρχει κανένα ειδικό εργαλείο ανάλυσης που να επιτρέπει την εξαγωγή απόλυτα ολοκληρωμένων συμπερασμάτων. Οι δυσκολίες ανάλυσης και η πολυσυνθετότητα της οικονομικής προσέγγισης οφείλονται στις ακόλουθες αιτίες:

- Ανυπαρξία μιας επακριβώς καθορισμένης μεθοδολογίας
- Ανεπάρκεια των στατιστικών του τουρισμού
- Η θέση του τουριστικού τομέα στο κοινωνικό οικονομικό πλαίσιο

Η Τουριστική Υποδομή και Ανωδομή σε ένα μεγάλο ποσοστό μπορούν να καταταγούν στα κατασκευασμένα θέλγητρα ενός προορισμού. Η Ήπειρος μπορεί και πρέπει να διατηρήσει το πλεονέκτημα της έναντι των «ανεπτυγμένων» τουριστικά περιοχών μαθαίνοντας από τα λάθη και τις εμπειρίες που καταγράφηκαν σε αυτές. Μπορεί να αποφύγει τις καταστροφικές ανθρώπινες παρεμβάσεις, με τις θλιβερές συνέπειες . Ας εκμεταλλευθεί μόνο τα θετικά στοιχεία και τις θλιβερές εμπειρίες του Αιγαίου και ας προστατέψει τι μοναδικό φυσικό της πλούτο αντιστεκόμενη στο ξεπούλημα του έναντι οποιουδήποτε τιμήματος.

Άλλωστε οφείλει η σημερινή γενιά που τον παρέλαβε από τις προηγούμενες, να τον παραδώσει στα επόμενες από τις οποίες του δανείστηκε;

Στον πλανήτη μας που μαστίζετε από κάθε λογής ικανοποιήσεις και βιασμούς και που ολοένα μειώνονται οι ανέπαφες – παρθένες, γωνίες του, η αξία αυτών που παραμένουν φυσικοί παράδεισοι και αντιστέκονται στη φθηνή και αλόγιστη «ανάπτυξη» ολοένα θα αυξάνεται!

## 2.7 ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Σε μεγάλο βαθμό οι αποφάσεις για το είδος την ποσότητα της Τουριστικής Υποδομής και Ανώδυνης δεν στηρίχθηκαν σε διερεύνηση των προθέσεων και προτιμήσεων κατοίκων (επισκεπτών) ούτε σε συγκεκριμένες μελέτες που να προβλέπουν το αποτέλεσμα σε βάθος χρόνου, από την πλευρά της πολιτείας και των υπηρεσιών που ελέγχουν τα στοιχεία Υποδομής και Ανωδομής (ΕΟΤ, Πολεοδομία, Νομαρχίες, ΟΤΑ, κ.τ.λ.).

Παραδείγματα των θλιβερών συνεπειών της αλόγιστης ανθρώπινης «επέμβασης» σε συγκεκριμένες περιοχές δυστυχώς υπάρχουν πολλά.

Η άναρχη δόμηση, η υπέρμετρη εκμετάλλευση του χώρου και η υπέρ-προσφορά της Ανωδομής, σε συνδυασμό με την ελλιπή και καθυστερημένη προς τις ανάγκες του τύπου Υποδομή, διατάραξαν την ισορροπία και επιβάρυναν τις περιοχές, με αρνητικές και ανεπανόρθωτες συνέπειες για την τοπική κοινωνία και για το τουριστικό προϊόν του τόπου.

Αξιοσημείωτο στοιχείο είναι η υπέρ – προσφορά κλινών που συντελέστηκε με προτροπή να συγχρηματοδοτήσει των Tour Operators, με αποτέλεσμα τον πλήρη έλεγχο των τιμών (οι οποίες είναι απαράδεκτα χαμηλές) και της πληρότητας των καταλυμάτων στις περιοχές αυτές.

## **2.8 Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗΣ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΑΝΩΔΟΜΗ.**

Η Τουριστική Υποδομή και Ανωδομή αποτελεί σημαντικό τμήμα του τουριστικού προϊόντος. Η τουριστική προσφορά αποτελεί ένα ενιαίο Σύστημα μια συλλογική Προσφορά για την αύξηση και τη βελτίωση της οποίας, απαιτείται συνεχής συλλογική προσπάθεια και στενή συνεργασία μεταξύ όλων των φορέων της Τουριστικής Πολιτικής, σε Τοπικό, Περιφερειακό και Εθνικό επίπεδο. Είναι μόνος τρόπος για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της και κυρίως για την αποφυγή επανάληψης λαθών που έγιναν στο Παρελθόν, πολλά από τα οποία είχαν τεράστιο οικονομικό ή και κοινωνικό κόστος. Το πρώτο Ερευνητικό Πρόγραμμα που ανέλαβε το τμήμα Λογιστικής του Τ.Ε.Ι. Ηπείρου και έχει αυτό ακριβώς το θέμα, διερευνάει τους παράγοντες που επηρεάζουν και διαμορφώνουν την Τουριστική Υποδομή και Ανωδομή στην Ήπειρο.

Για την οριοθέτηση του Μεγέθους, της Ποιότητας και της Ποσότητας της Υποδομής και Ανωδομής, η διερεύνηση των προθέσεων των προτιμήσεων και των κριτηρίων, των παραγόντων που τη διαμορφώνουν πρέπει να θεωρείται εκ των ουκ άνευ.

Ποιος θα αποφασίσει όμως για το Είδος, το Μέγεθος, την Δυνατότητα Εξυπηρέτησης, τα κόστη, την Ποιότητα, τις Επιδράσεις που θα έχουν η Υποδομή και Ανωδομή που απαιτούνται για την Τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου; Η ανάπτυξη μπορεί να φαίνεται απλή : θα εξαρτηθεί όμως από την ανάπτυξη που επιδιώκεται. Ποιοι διαμορφώνουν τελικά την κάθε είδους τουριστική ανάπτυξη ;

Οι παράγοντες αυτοί που θα κληθούν να καταγράψουν τις απόψεις τους σε Ερωτηματολόγια, ομαδοποιούνται στις παρακάτω τέσσερις κατηγορίες :

1. Στους καταναλωτές – επισκέπτες του τόπου

Σε αυτούς απευθύνονται κυρίως και σε μεγάλο βαθμό δημιουργήθηκαν γι αυτούς Είναι επομένως χρήσιμο και σκόπιμο να λαμβάνονται υπόψη οι επιθυμίες τους, η κουλτούρα, το επίπεδο μόρφωσης, το εισόδημα, το επάγγελμα κ.τ.λ.

2. Στους κατοίκους του τύπου

Μέρος της Υποδομής και Ανωδομής δημιουργήθηκε γι αυτούς, μπορούν όμως να απολαμβάνουν σχεδόν το σύνολο των υπηρεσιών και τη χρησιμότητα που προσφέρουν το σύνολο σχεδόν της Ανωδομής απευθύνεται στους καταναλωτές – τουρίστες, αυτό όμως δεν μειώνει τη σημασία και την επίδρασή του για τους κατοίκους οι οποίοι άλλωστε ζουν στο διαμορφωμένο «Τουριστικός» περιβάλλον πολύ περισσότερο από τον κάθε επισκέπτη – τουρίστα, είτε απλά ως κάτοικοι είτε ως εργαζόμενοι σε τουριστικές δραστηριότητες. Η άποψη του απλού κατοίκου, όσο και αν στερείται επιστημονικής τεκμηρίωσης, έχει βαρύτητα διότι στηρίζεται άλλα αισθητήρια και στην ιδιαίτερη σχέση με το κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον της πατρίδας γης.

3. Στους Κρατικούς οργανισμούς

Η πολιτεία κατά κύριο λόγο έχει το βάρος και την ευθύνη της κατασκευής των Υποδομών. Παράλληλα όμως νομοθετεί και ελέγχει μέσα από τους μηχανισμούς και τις υπηρεσίες της για τις προδιαγραφές και τους κανονισμούς που πρέπει να τηρούνται από τους επιχειρηματίες που χτίζουν την τουριστική Ανωδομή. Πόσο αναίσθητη, προνοητική, συνειδητή και ακριβοδίκαιη είναι η πολιτεία όταν κατασκευάζει την Υποδομή της χώρας κυρίως όταν ελέγχει την ιδιωτική πρωτοβουλία το βάρος δεν περιορίζεται στην εκτελεστική εξουσία, αλλά και στην νομοθετική που καθορίζει τα νόμιμα πλαίσια και όρια, αλλά και τα παραθυράκια των νόμων που η ίδια ψηφίζει.

4. Στους τουριστικούς επιχειρηματίες του τόπου

Είναι αυτά που επενδύουν και διαμορφώνουν την τουριστική Ανωδομή. Η συμβολή τους στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής είναι ιδιαίτερα σημαντική. Η επίδραση της υπάρχουσας η της αναμενόμενης Υποδομής είναι στοιχείο που θα επηρεάσει στην τελική επενδυτική απόφαση τους επιχειρηματίες. Τα χαρακτηριστικά της ομάδας αυτής, όπως το επίπεδο μόρφωσης, η γνώση ξένων γλωσσών, το επάγγελμα, η ιδιότητα, η εμπειρία, η κουλτούρα, η προσωπικότητα, η ευαισθητοποίηση προς τα σύγχρονα περιβαλλοντικά, πολιτισμικά, τεκταινόμενα, προσδίδουν το προσωπικό στίγμα των επενδυτών που επηρεάζουν σημαντικά, την ποιότητα και αρμονική ένταξη της Ανωδομής στην ευρύτερη περιοχή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

### **3.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ**

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, καταγράφεται ως ένα από τα σπουδαιότερα κοινωνικά φαινόμενα της μεταπολεμικής περιόδου. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρέασαν θετικά την εξέλιξη αυτή ήταν:

- Η σταθερή οικονομική ανάπτυξη των περισσότερων χωρών
- Η αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων τους
- Η δημιουργία κοινωνικού κράτους (άδειες, συντάξεις κ.τ.λ.), που έδινε την οικονομική και χρονική δυνατότητα σε περισσότερες ομάδες να ταξιδεύουν για τουρισμό.
- Οι τεχνολογικές εξελίξεις, ιδιαίτερα στους τομείς των μεταφορών και επικοινωνιών που επέτρεπαν την πραγματοποίηση άνετων, ασφαλών και φθηνών ταξιδιών καθώς και εύκολη επικοινωνία και πληροφόρηση.
- Η ανάπτυξη και η εξειδίκευση του τουριστικού κλάδου και η συνεχής οργανωτική βελτίωση του..
- Η δημιουργία, συμπληρωματικών του τουρισμού, γενικών και ειδικών υποδομών και διευκολύνσεων. Στη χώρα μας ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες και κατέχει κυρίαρχη θέση στον τριτογενή τομέα. Η Ελλάδα από την πρώτη στιγμή που εμφανίστηκε στην οργανωμένη τουριστική αγορά, καθιερώθηκε ως μια από τις περισσότερο αξιόλογες περιοχές υποδοχής του τουριστικού ρεύματος γεγονός ότι ο τουριστικός προορισμός του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, παρά το γεγονός ότι ο τουριστικός τομέας είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος και επηρεάζεται άμεσα από τις διεθνείς πολιτικές και οικονομικές συνθήκες, τις διακρατικές σχέσεις, τον ανταγωνισμό κ.τ.λ. διεκδικεί μια από τις πρώτες θέσεις στις συναλλαγματικές πηγές της χώρας αλλά και σύνολο των οικονομικών μεγεθών.
- Το μερίδιο του στο Α.Ε.Π. είναι 9,6% με συνεχείς ανοδικές τάσεις. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής του προϊόντος του τομέα του τουρισμού ήταν 1,3% κατά την περίοδο 1989 – 1991 φθάνοντας το 5% για την περίοδο 1992 -1994.. Οι αντίστοιχοι ρυθμοί για τον τομέα των υπηρεσιών στο σύνολο του, ήταν 3,1% και 1,5% αντίστοιχα.

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
**Επιμέλεια :** Γεωργίτσου Αθανασία

- Οι τουριστικές εισπράξεις σε συνάλλαγμα καλύπτουν το 25% περίπου του συνόλου των αδήλων πόρων και το 23,5% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.
- Προσφέρει εργασία άμεσα ή έμμεσα στο 11% περίπου του ενεργού πληθυσμού της χώρας, ποσοστό υψηλότερο από τον αντίστοιχο διεθνή μέσο όρο.
- Η Ευρωπαϊκή τουριστική βιομηχανία αντιμετωπίζει τα τελευταία χρόνια οξύ ανταγωνισμό και προσπαθεί να ανακόψει τη μείωση του μεριδίου της στην αγορά, ανακηρύσσοντας, τον τουρισμό σε στρατηγική προτεραιότητα οικονομικής ανάπτυξης και απασχόλησης.

Το έτος 1990, είχε ανακηρυχθεί έτος τουρισμού και το γεγονός αυτό έγινε αφορμή να προβληθούν όσο τα οφέλη όσο και τα προβλήματα του τουριστικού τομέα.

Επιπλέον τα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης θεσμοθετήθηκαν σειρά μέτρων και δράσεων με σκοπό την άμεση και αποτελεσματική ενίσχυση του τουρισμού γενικότερα αλλά και ειδικότερα του αγροτουρισμού και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού με σκοπό τη συγκράτηση και την οικονομική ενίσχυση του πληθυσμού των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών των χωρών – μελών.

Ο τουρισμός στην Περιφέρεια της Ηπείρου στηρίχθηκε αφενός στην αξιοποίηση παραθαλάσσιων περιοχών, κυρίως του Νομού Ιωαννίνων, σε μικρότερη βέβαια έκταση ή βαθμό. Στα παραπάνω πρέπει να προστεθεί και η μεγάλη τουριστική κίνηση που παρουσιάζουν οι πρωτεύουσες όλων σχεδόν των Νομών της Ηπείρου.

Χρονικά, η ανάπτυξη των παραθαλάσσιων περιοχών προηγείται αυτής των υπόλοιπων περιοχών της Ηπείρου. Παράλληλα η τουριστική ανάπτυξη συνδυαστικό με μια τάση αύξησης της τουριστικής υποδομής κυρίως στις παραλίες. Περιοχές των Νομών Πρέβεζας και Θεσπρωτίας αλλά και στις περιοχές Ζαγορίου, της Κόνιτσας, του Μετσόβου κ.τ.λ. του Νομού Ιωαννίνων.

Όμως, παρά τους μεγάλους ρυθμούς ανάπτυξης που εμφάνισε η Ήπειρος, κυρίως τις δύο τελευταίες δεκαετίες, σε σχέση με τις υπόλοιπες της χώρας, παρουσιάζει σημαντική υστέρηση. Έτσι, η Ήπειρος κατατάσσεται συγκριτικά στις τελευταίες περιοχές της χώρας.

### 3.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ.

Η Ήπειρος αναμφίβολα αποτελεί μία από τις αναπτυσσόμενες περιφέρειες της Ελλάδας και ταυτόχρονα τη φτωχότερη περιφέρεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι λόγοι για τους οποίους η Ήπειρος δεν μπόρεσε μέχρι σήμερα να αναπτυχθεί οικονομικά είναι πολλοί και διάφοροι, κυρίως όμως θα πρέπει να αποδοθούν σε τέσσερις λόγους και συγκεκριμένα τους εξής :

- α) Στο γεγονός ότι η Ήπειρος απελευθερώθηκε από το ζυγό της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας μόλις το 1913, δηλαδή 81 ολόκληρα χρόνια από τότε που η Ελλάδα ανέκτησε την Εθνική της ανεξαρτησία από τον ίδιο κατακτητή.
- β) Στο γεγονός ότι από την απελευθέρωση και ενσωμάτωσή της Ηπείρου στο ελληνικό κράτος το 1913 και μέχρι το 1959, η Ελλάδα είχε εμπλακεί σε μία αλυσίδα πολέμων, Εθνικών διχασμών και ενός αδελφοκτόνου εμφυλίου πολέμου, εξαιτίας των οποίων είχε ανασταλεί για μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε προσπάθεια για να αναπτυχθεί οικονομικά η Ήπειρος.
- γ) Στο γεγονός ότι η Ήπειρος, η οποία είναι κυρίως ορεινή, έμεινε για πολλές, δεκαετίες απομονωμένη και ξεκομμένη από την υπόλοιπη Ελλάδα κυρίως λόγω της μεγάλης δυσκολίας που υπήρχε να συνδεθεί συγκοινωνιακά με αυτήν, καθώς επίσης με τα κέντρα των μεγάλων οικονομοτεχνικών εξελίξεων στον ελλαδικό χώρο.

Παρά το γεγονός ότι η Ήπειρος, όπως ήδη ειπώθηκε, είναι ορεινή κατά κύριο λόγο και οι πεδινές εκτάσεις της είναι περιορισμένες έχει δυνατότητες να αναπτυχθεί εντατικοποιώντας την αγροτική και μεταποιητική της δραστηριότητα, καθώς επίσης αναπτύσσοντας νέες και δυναμικές οικονομικές δραστηριότητες, οι οποίες μπορούν να συμβάλλουν στο μέτρο του εφικτού στην τόνωση της οικονομίας της, κατά επέκταση δε και στην ανάπτυξή της. Μια από αυτές είναι χωρίς άλλο και ο τουρισμός.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι η αποπεράτωση των μεγάλων αναπτυξιακών έργων, που άρχισαν στη δεκαετία το 1990 και βρίσκονται σε εξέλιξη και κυρίως αυτών της Εγνατίας οδού, του λιμανιού της Ηγουμενίτσας και της Ζεύξης Ρίου – Αντιρρίου θα παίξουν καθοριστικό ρόλο στην επιτάχυνση του ρυθμού οικονομικής ανάπτυξης της Ηπείρου, που σε τελευταία ανάλυση είναι και το ζητούμενο.



Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η εκτέλεση των μεγάλων αναπτυξιακών έργων στην Ήπειρο και όχι μόνο, σηματοδότησαν την αρχή του τέλους της οικονομικής της ανάπτυξης. Σίγουρα η ολοκλήρωση τους θα αποτελέσει τη βασική υποδομή, στην οποία θα στηριχθεί, μεταξύ άλλων, και η τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου, που θα συμβάλλει με το πέρασμα του χρόνου ολοένα και περισσότερο τόνωση της οικονομίας της και κατά επέκταση στην ανάπτυξή της.

Ο φαύλος κύκλος της φτώχειας και της μιζέριας που ταλάνιζε της Ήπειρο πριν και μετά την απελευθέρωση της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας είχε μεταξύ άλλων, σαν συνέπεια να οδηγηθούν χιλιάδες Ηπειρώτες στην εσωτερική και εξωτερική μετανάστευση προς αναζήτησει καλύτερης τύχης. Το γεγονός αυτό συνέβαλε στη συρρίκνωση της περιφέρειας από πλευράς ανθρώπινων πόρων και τούτο γιατί η αύξηση του πληθυσμού της ήταν ανάλογη της οικονομικής της ανάπτυξης. Αλλά και όσοι από τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό της Ηπείρου προτίμησαν να μην ξενιτευτούν και να παραμείνουν στα πάτρια εδάφη επλήγησαν από την ενεργεία και την ακούσια υποαπασχόληση, η οποία τα τελευταία χρόνια κυμαίνεται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα. Δεν Είναι καθόλου τυχαίο ότι η Ήπειρος κατέχει ένα αρνητικό ρεκόρ σε ότι αφορά στην ανεργία του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της. Συγκεκριμένα καταλαμβάνει την πρώτη θέση, με διαφορά ανάσας από την Αττική, που καταλαμβάνει την πρώτη θέση. Σε ότι δε αφορά στην ποσοστιαία μεταβολή των ανέργων στην Ήπειρο, μπορεί χωρίς άλλο να ειπωθεί ότι αυτή κατέχει αδιαφιλονίκητα την πρώτη θέση.

Οποιαδήποτε και αν είναι τα χαρακτηριστικά της οικονομικής υπό ανάπτυξης της Ηπείρου, όσο και αν διαφέρει αυτή από τις άλλες αναπτυσσόμενες περιφέρειες της Ελλάδας, ένα πράγμα αποτελεί βεβαιότητα η οικονομική ανάπτυξη της Ηπείρου αποτελεί πλέον επιτακτική αναγκαιότητα που δεν επιδέχεται άλλες αναβολές.

Για την οικονομική, όμως, ανάπτυξη της Ηπείρου θα απαιτηθεί οπωσδήποτε πραγματοποίηση σημαντικών παραγωγικών επενδύσεων. Με άλλα λόγια θα απαιτηθεί γενναία χρηματοδότηση, η οποία πρέπει να προέλθει τόσο από το κράτος όσο και από την ιδιωτική πρωτοβουλία, αλλά και από την προσέλκυση ξένων επενδυτών.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι η προσπάθεια οικονομικής ανάπτυξης της Ηπείρου δεν θα έχει καμία πιθανότητα να ευοδωθεί, αν αυτή δεν βασιστεί σε ένα πρόγραμμα περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης διαμέσου του οποίου θα υλοποιείται η αναπτυξιακή πολιτική, που χαρακτηρίζεται και εφαρμόζεται από την πολιτική εξουσία, για να διακοπεί το παχύτερο δυνατό ο φαύλος κύκλος της φτώχειας και της μιζέριας της.

### 3.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Η τουριστική βιομηχανία της Περιφέρειας Ηπείρου αποτελείται από πέντε γενικές κατηγορίες / κλάδους παροχής τουριστικών υπηρεσιών. Μερικοί από αυτούς τους κλάδους αποτελούνται και από υπηρεσίες που είναι εγκατεστημένες εκτός της περιοχής, δρουν όμως σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Η τουριστική βιομηχανία της περιοχής, τα τελευταία 10 χρόνια έχει μεταβληθεί, τόσο ποσοτικά, όσο και ποιοτικά, στα πλαίσια αντίστοιχων μεταβολών στις περιφέρειες Ηπείρου και Ιονίων. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

#### ΔΙΑΜΟΝΗ

Ξενοδοχεία και Motels

Διαμερίσματα, βίλες

Συγκροτήματα κατοικιών, θέρετρα, time sharing

Κέντρα διακοπών και τουριστικά χωριά

Εκθεσιακά και συνεδριακά κέντρα

Camping's και κέντρα υποδοχής – φιλοξενίας τροχόσπιτων

Μαρίνες και λιμάνια φιλοξενίας σκαφών

Αγροκτήματα – αγροτουρισμός

#### ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Αεροπορικές εταιρείες

Ακτοπλοϊκές γραμμές – Ferries

Εταιρείες τουριστικών λεωφορείων

## ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Εθνικά τουριστικά γραφεία

Περιφερειακά και τοπικά τουριστικά γραφεία

Ενώσεις, επαγγελματικών τουρισμού

Γραφεία / πληροφοριών (συνήθως κρατικών ή τοπικών αρχών)

Σχολές Τουριστικών Επαγγελμάτων ή ειδικών τουρισμού (Πανεπιστημιακού ή τεχνικού επιπέδου) και  
συνεχιζόμενης εκπαίδευσης κατάρτισης.

---

<sup>4</sup> Στοιχεία από Α.Ε. Ηπείρου

### 3.4 ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ ΧΩΡΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Σε αυτό το σημείο θα γίνει μία προσπάθεια διακρίβωσης των χωρικών κατανομών (Αφίξεις – Διακρίβωσης) σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, προκειμένου να κατανοηθούν ορισμένες διαπιστώσεις και να αξιολογηθούν αντικειμενικά οι οποίες προοπτικές ιδιαίτερα αντιστοιχούν στην περιφέρεια Ηπείρου. Σε εθνικό επίπεδο, οι αφίξεις πελατών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας (εκτός camping's) έφθασαν το 1999 σε 12.847.580 άτομα έναντι 12.807.000 άτομα το 1998 και 12.160.000 άτομα το 1997. αντίστοιχα οι διανυκτερεύσεις έφθασαν 61.302.903 άτομα το 2000 έναντι 59.871.000 το 1999 και 56.084.000 άτομα το 1998. στις διανυκτερεύσεις για το 2000 οι Έλληνες αντιπροσωπεύουν το 24,0% των συνολικών διανυκτερεύσεων.

Οι περισσότερες διανυκτερεύσεις για την ίδια χρονική περίοδο πραγματοποιήθηκαν στις περιοχές Ρόδο, Βόρεια Κρήτη και Κέρκυρα όπου υπάρχει και η μεγάλη τουριστική προσφορά. Από την άποψη συμβολής συγκεκριμένων χωρών στην τουριστική μας ζήτηση, είναι σημαντικό να αναφερθεί το γεγονός ότι οι περισσότερες διανυκτερεύσεις για το 1999 πραγματοποίησαν οι Γερμανοί και οι Άγγλοι με ποσοστά συμμετοχής 25,0% και 13,1% αντίστοιχα.

Ενώ ακολουθούν οι Ολλανδοί με ποσοστό συμμετοχής 3,8%, οι Ιταλοί με 3,4%, και οι Αυστριακοί με όμοιο ποσοστό. Στην περιφέρεια Ηπείρου οι πραγματοποιηθείσες για την ίδια χρονική περίοδο συνολικές αφίξεις και διανυκτερεύσεις διαρθρώθηκαν ως ακολούθως:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

ΕΤΗ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
1997	344.603	786.946
1998	363.173	836.902
1999	383.105	875.712
2000	442.210	976.137
2001	452.425	1.004.010

Για την περίοδο μάλιστα Ιανουαρίου – Δεκεμβρίου 2000 και 2001, πραγματοποιήθηκαν στην Περιφέρεια Ηπείρου αντίστοιχα αφίξεις 442.210 και 452.425 έχουμε μια αύξηση στις αφίξεις της τάξης του 2,3%. Αντίθετα, στις διανυκτερεύσεις είχαμε, το 2000 976.137 και 1.004.010 το 2001. σημειώθηκε, δηλαδή, αύξηση με ποσοστό 2,8%. Η αυξητική αυτή πορεία (έστω και μικρή) δείχνει πως η περιφέρεια μπορεί να προσφέρει στον επιλεκτικό τουρίστα ιδιαίτερες δυνατότητες αναψυχής και μορφωτικά ενδιαφέροντα.

Ωστόσο οι περισσότερες διανυκτερεύσεις μέσα στην Περιφέρεια πραγματοποιούνται στο Νομό Ιωαννίνων και μάλιστα μέσα στην πόλη. Στην κατάσταση αυτή συμβάλλει η τουριστική προσφορά και η μεγάλη προσπελασιμότητά της σε σχέση με της Περιφέρειες της Δυτικής Μακεδονίας, Θεσσαλίας και της Δυτικής Ελλάδας καθώς και το αεροδρόμιό της.

Επιπλέον, η δυνατότητα πραγματοποίησης επιστημονικών και επαγγελματικών συνεδριών, με μεγάλη μάλιστα συμμετοχή συνέδρων, είναι δυνατή. Ένας πρόσθετος λόγος μπορεί να θεωρηθεί και η τεχνική και κοινωνική υποδομή, που υπάρχει για την εξυπηρέτηση ταυτόχρονα επισκεπτών τουριστών και κατοίκων.

Πιο αναλυτικά η κατανομή των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών για την χρονική περίοδο 1998, 1999, 2000 και 2001 φαίνεται πιο κάτω για τον κάθε Νομό :

#### Νομός Άρτας

ΕΤΗ	Αφίξεις αλλοδαπών	Δ/σεις αλλοδαπών
1998	2.237	4.041
1999	2.348	3.843
2000	2.082	4.166
2001	1.836	4.968

Από τις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών στο νομό Ιωαννίνων για το 2001 το 89,5% πραγματοποιείται στην πόλη των Ιωαννίνων.

Νομός Ιωαννίνων

ΕΤΗ	Αφίξεις αλλοδαπών	Δ/σεις αλλοδαπών
1998	36.672	58.507
1999	31.290	52.005
2000	38.877	64.622
2001	42.232	73.314

Οι διανυκτερεύσεις κατά εθνικότητα κατά σειρά υψηλού, ποσοστού έχουν την ακόλουθη σειρά. Οι Γερμανοί είναι πρώτοι με 13,8%, οι Γάλλοι και οι Άγγλοι με 6,1% ακολουθούν, ενώ οι Ολλανδοί φθάνουν στο 1,8%.

Νομός Πρεβέζης

ΕΤΗ	Αφίξεις αλλοδαπών	Δ/σεις αλλοδαπών
1998	25.216	145.800
1999	23.077	149.539
2000	33.918	151.363
2001	30.112	158.418

### Διανυκτερεύσεις Ελλήνων

Οι διανυκτερεύσεις των Ελλήνων στην Περιφέρεια Ηπείρου από 552.709 που ήταν το 1998 έφθασαν το 2001 στις 702.852. Τη μεγαλύτερη συμμετοχή έχει ο Νομός Ιωαννίνων με ποσοστό 61,0%, περίπου ενώ ακολουθεί ο Νομός Πρεβέζης με 23%.

Οι διανυκτερεύσεις των Ελλήνων πραγματοποιούνται κυρίως στις πόλεις – πρωτεύουσες των νομών με τις συνολικές διανυκτερεύσεις της Περιφέρειας για τη δεκαετία 2000 και 2001 να είναι αντίστοιχα 976.000 και 1.004.014.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Περιοχές	ΑΦΙΞΕΙΣ		ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ		ΜΕΤΑΒΟΛΗ	
	2000	2001	2000	2001	α%	β%
<b>Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ</b>	<b>270.554</b>	<b>272.004</b>	<b>498.891</b>	<b>500.003</b>	<b>0536%</b>	<b>0,223%</b>
Ιωάννινα	208.915	234.758	400.335	423.032	12,370%	5,670%
Μέτσοβο	30.173	22.754	43.634	36.011	-24,588%	-17,470%
Ζαγόρι	3.175	2.610	9.407	9.127	-17,795%	-2,977%
Κόνιτσα	6.930	4.714	12.894	9.278	-31,977%	-28,044%
Λοιπ. περιοχές	7.348	7.168	32.621	22.555	-2,450%	-30,857%
<b>Ν. ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ</b>	<b>47.306</b>	<b>53.580</b>	<b>120.729</b>	<b>119.959</b>	<b>13,263%</b>	<b>-0,638%</b>
Σύμβοτα	8.540	11.195	42.376	41.506	31,089%	-2,053%
Ηγουμενίτσα	38.583	41.448	72.316	76.733	7,426%	6,108%
<b>Ν. ΠΡΕΒΕΖΑΣ</b>	<b>92.217</b>	<b>95.029</b>	<b>221.200</b>	<b>319.197</b>	<b>3,049%</b>	<b>44,302%</b>
Πάργα	20.883	23.435	132.805	143.821	12,220%	8,295%
Υπολ. Πρέβεζας	71.334	71.594	159.000	175.376	0,3645	10,299%
<b>Ν. ΑΡΤΑΣ</b>	<b>32.133</b>	<b>31.812</b>	<b>65.417</b>	<b>64.859</b>	<b>-0,999%</b>	<b>-0,853%</b>
<b>Σύνολο ΗΠΕΙΡΟΥ</b>	<b>442.210</b>	<b>452.425</b>	<b>976.237</b>	<b>1.004.010</b>	<b>2,310%</b>	<b>2,845%</b>



Τα τελευταία χρόνια, 1999 – 2002 κυρίως, σε περιοχές του Νομού Ιωαννίνων έχουν αναπτυχθεί κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού (Κόνιτσα – Ζαγοροχώρια – Καλαμάς – Άραχθος) όπως κανό, καγιάκ, rafting, ποδήλατο βουνού, παρά πέντε, με δυνατότητες ανάπτυξης και σε συνδυασμό με άλλες μορφές τουρισμού που μπορούν εύκολα να συνδυαστούν.

### 3.5 ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ

Η περιφέρεια της Ηπείρου συγκεντρώνει , κατά το έτος 2002, 210 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και 9.950 κλίνες. Σύμφωνα με το μέγεθος της περιφέρειας του πληθυσμού, το μήκος της ακτής και τους υπόλοιπους ελκυστικούς τουριστικούς πόρους της, η πιο πάνω δυναμικότητα θεωρείται πολύ περιορισμένη.

Σύμφωνα με τη διαχρονική εξέλιξη της προσφοράς στην περιφέρεια διαπιστώνεται μία μικρή αυξητική τάση. Πράγματι από 6.681 ξενοδοχειακές κλίνες το 1984 φθάσαμε στις 9.873 κλίνες το 2001, δηλαδή σε μία περίοδο 13 χρόνων.

Βέβαια η εικόνα της κατανομής και των τάσεων είναι διαφορετική για τους επί μέρους νομούς της περιφέρειας καθώς, με εξαίρεση τους Νομούς Ιωαννίνων και Πρεβέζης, οι υπόλοιποι δύο διατηρούν σχεδόν μικρό δυναμικό κλινών. Πράγματι, το 13,05% περίπου του συνόλου των κλινών της περιφέρειας συγκεντρώνεται μόνο στους νομούς Πρεβέζης και Ιωαννίνων.

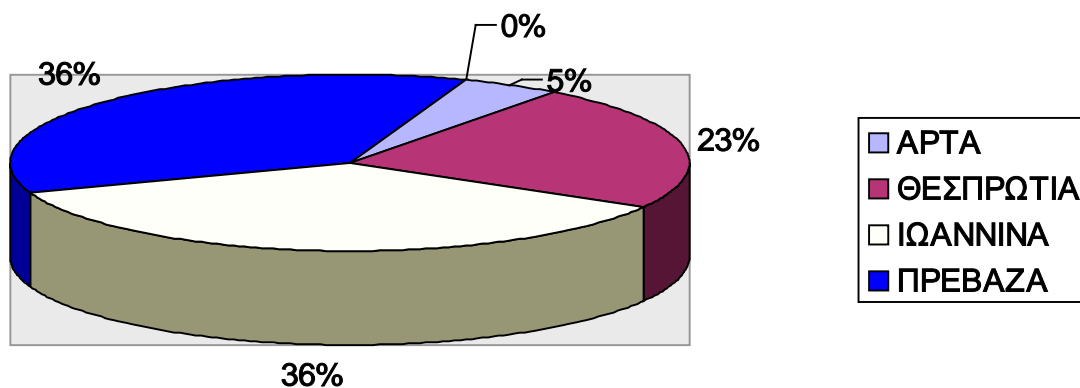
Χαρακτηριστικά η Άρτα βρίσκεται στην χαμηλότερη, αναλογικά θέση με ποσοστό μόλις το 4,8% από το σύνολο της Περιφέρειας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

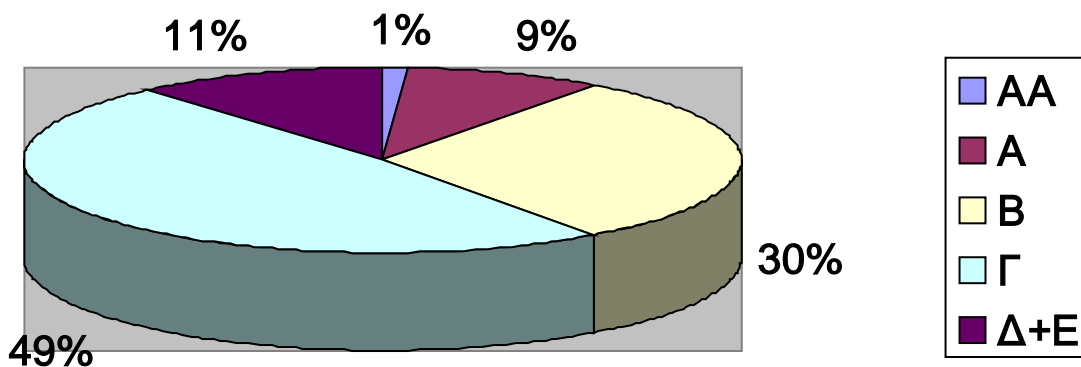
ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	ΑΑ		Α		Β		Γ		Δ+Ε		ΣΥΝΟΛΟ	ΑΝΑΛ ΚΛΙΝ.	
ΝΟΜΟΙ	ΜΟΝ.ΚΛΙΝ		ΜΟΝ.ΚΛΙΝ		ΜΟΝ.ΚΛΙΝ		ΜΟΝ.ΚΛΙΝ		ΜΟΝ.ΚΛΙΝ		ΜΟΝ.ΚΛΙΝ	%	
ΑΡΤΑΣ	-	-	1	118	-	-	9	318	2	40	12	476	4.8
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	-	-	3	363	12	808	16	769	10	335	41	2275	23.1
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	2	147	5	352	19	744	50	2089	10	262	86	3594	36.1
ΠΡΕΒΕΖΑΣ	-	-	1	43	10	1397	38	1636	13	483	62	3559	36.0
ΣΥΝΟΛΟ	2	147	10	876	41	2949	113	4812	35	1120	201	9904	100.00
ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΚΛΙΝΩΝ	1,2%		8,9%		29,9%		48,7%		11,3%		100%		

<sup>5</sup> Σημείωση : ΜΟΝ=Μονάδες ΚΛΙΝ=Κλίνες Δι/υση Τουρισμού Περιφέρειας Ηπείρου

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1  
ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΝΟΜΟ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2  
ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ



Από τη συγκριτική ανάλυση του πίνακα 16 διαπιστώνεται ότι το 29,9% της προσφοράς της Περιφέρειας ανήκει στην Β΄ τάξη, γεγονός που επισημοποιεί την προσπάθεια ποιοτικής βελτίωσης των καταλυμάτων υποδοχής τουριστών της περιφέρειας .

Ποσοστό ικανοποιητικό, πράγμα που δικαιολογείται γιατί οι απαιτήσεις των τουριστών είναι όλο και μεγαλύτερες όπως φαίνεται επίσης στον πίνακα ποσοστό 1,2% ανήκει στην τάξη πολυτελείας και Α΄ κατηγορίας και έχει άμεση σχέση με την πραγματοποίηση πολλών συνεδριών που συμβάλουν στην καλύτερη κατανομή των διανυκτερεύσεων και πληρότητας όλων των καταλυμάτων. Η συμβολή δε των άλλων μέσων διανομής πλην της Γ΄ τάξης παραμένει απλά βοηθητική (Δ΄ και Ε΄ τάξης). Τέλος, από το σύνολο των δωματίων, όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί ποσοστό μόλις 5,4% είναι απλά, εν αντιθέσει με τα δωμάτια με ιδιαίτερο λουτρό που ανέρχεται στο 94,6% και άνω, σημαντικά πολύ μεγάλο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

<b>ΔΩΜΑΤΙΑ</b>	<b>ΑΠΛΑ</b>	<b>%</b>	<b>ΜΕ ΛΟΥΤΡΟ</b>	<b>%</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>%</b>
<b>ΑΡΤΑΣ</b>	28	14,0	173	86,1	201	100,0
<b>ΘΕΣΣΠΡΩΤΙΑΣ</b>	66	5,5	1.128	94,5	1.194	100,0
<b>ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ</b>	157	8,6	1.671	91,4	1.828	100,0
<b>ΠΡΕΒΕΖΗΣ</b>	27	1,5	1.818	98,5	1.845	100,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>278</b>	<b>5,4</b>	<b>4.790</b>	<b>94,6</b>	<b>5.068</b>	<b>100,0</b>

Πηγή : Δ/ση Τουρισμού Περιφέρειας Ηπείρου

Σχετικά με την συγκέντρωση μονάδων και κλινών κατά Νομό παρατηρούμε ότι για τον Νομό Ιωαννίνων είναι συγκεκριμένες σε τέσσερις περιοχές που αποτελούν άλλωστε και του παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς όπως:

Ιωάννινα (πόλη) με 25 μονάδες και 2002 κλίνες  
 Περιοχή Ζαγορίου με 30 μονάδες και 563 κλίνες  
 Δήμος Μετσόβου με 14 μονάδες και 278 κλίνες  
 Δήμος Κόνιτσας με 12 μονάδες και 204 κλίνες  
 Και λοιπές περιοχές με 10 μονάδες και 204 κλίνες

Για την περιοχή Ζαγορίου, τα καταλύματα αυτά προέρχονται κύρια από την μετατροπή διατηρητέων κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα και είναι οικογενειακής μορφής. Για τον Νομό Πρεβέζης, δυναμική συγκέντρωση κλινών παρατηρείται στην Πάργα με 1194 κλίνες, που είναι ο κατά εξοχήν τουριστικός προορισμός, και 1280 κλίνες στα παράλια διάσπαρτες κατά μήκος των ακτών (Μύτικας, Καστροσυκία, Κανάλι, Λούτσα, Λυγία, Βράχος κ.τ.λ.) και οι υπόλοιπες μέσα στο Νομό. Στο Νομό Θεσπρωτίας την μεγαλύτερη συγκέντρωση κλινών εμφανίζουν τα Σύβοτα με 1059 κλίνες. Τέλος, στην Περιφέρεια λειτουργούν σήμερα 15 camping με 1221 θέσεις και τα περισσότερα συγκεντρώνονται στο Νομό Πρέβεζας.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 5

Νέες Εγκρίσεις για ανέγερση Ξενοδοχειακών Μονάδων

Ανά κατηγορία από 8.1.02 – 31.12.03

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	Α			Β			Γ			Δ+Ε			ΣΥΝΟΛΟ		
	ΜΟΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝ.	ΜΟΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝ.	ΜΟΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝ.	ΜΟΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝ.	ΜΟΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝ.
<b>ΑΡΤΑΣ</b>	1	69	154	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<b>1</b>	<b>69</b>	<b>154</b>
<b>ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ</b>	3	25	68	2	26	59	1	16	28	-	-	-	<b>6</b>	<b>67</b>	<b>155</b>
<b>ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ</b>	1	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>4</b>
<b>ΠΡΕΒΕΖΑΣ</b>	-	-	-	1	16	30	1	14	28	1	19	45	<b>3</b>	<b>49</b>	<b>103</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>5</b>	<b>94</b>	<b>226</b>	<b>3</b>	<b>42</b>	<b>89</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>56</b>	<b>1</b>	<b>19</b>	<b>45</b>	<b>11</b>	<b>175</b>	<b>416</b>

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

Από την συσχέτιση του πίνακα που αφορά εγκρίσεις σχεδίων για ανέγερση των ξενοδοχειακών μονάδων στο περιφερειακό επίπεδο παρουσιάζεται διαφοροποιημένη. Παρατηρείται δηλαδή μία συγκέντρωση στο μονό Ιωαννίνων με μικρής δυναμικότητας όπως συμβαίνει άλλωστε και με το υφιστάμενο ξενοδοχειακό δυναμικό.

Στην τουριστική προσφορά εκτός από τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας σημαντική παρουσιάζεται και η προσφορά των ενοικιαζόμενων δωματίων, καθώς και των camping, αφού συμβάλλουν σημαντικά και με αυξανόμενο μάλιστα ρυθμό στην κάλυψη των τουριστικών αναγκών σε περιόδους αιχμής. Σήμερα λειτουργούν 6.148 ενοικιαζόμενα δωμάτια με 13.585 κλίνες που είναι διάσπαρτα μέσα στην περιφέρεια και εξυπηρετούν τον διακινούμενο τουριστικό πληθυσμό κάθε εισοδηματικής και κοινωνικής τάξης. Οι συγκεντρώσεις αυτές των ενοικιαζόμενων δωματίων που λειτουργούν με Σήμα Ε.Ο.Τ. και για τα οποία έχουμε στατιστικά στοιχεία βρίσκονται στις πιο κάτω κατά Νόμο περιοχές :

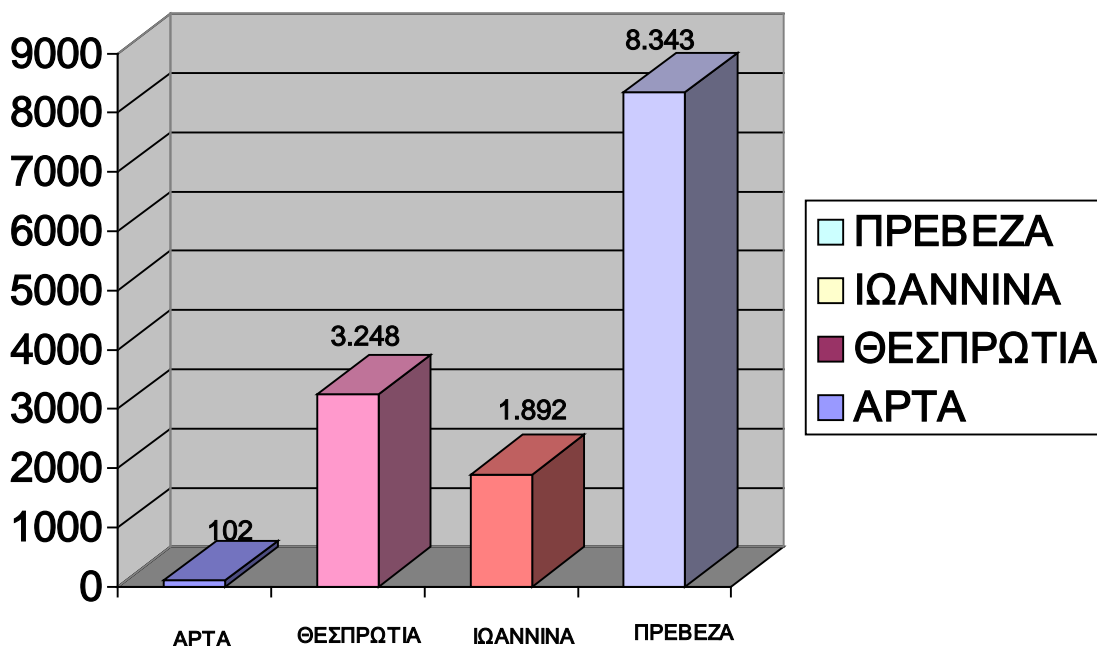
Ο Νομός Άρτας με 102 κλίνες

Ο Νομός Θεσπρωτίας με 3.248 κλίνες που κατανέμονται στις εξής περιοχές. Σύβοτα με 1537 κλίνες και ποσοστό συμμετοχής 47,3%, στον Νομό, και στη συνέχεια έρχονται η Πλαταριά με 573 κλίνες, η Πέρδικα με 469 κλίνες, η Ηγουμενίτσα με 355 κλίνες και τέλος η Παραμυθία με 124 κλίνες. Οι υπόλοιπες 190 κλίνες κατανέμονται στις Φιλιάτες, στο Μαργαρίτι κ.τ.λ.

Ο Νομός Ιωαννίνων με 1892 κλίνες εκ των οποίων οι 686 κλίνες βρίσκονται στον παραδοσιακό οικισμό Ζαγορίου και ακολουθούν με 420 και 415 κλίνες αντίστοιχα τα Ιωάννινα και η Κόνιτσα και τέλος το Μέτσοβο με 216 κλίνες. Οι υπόλοιπες 155 είναι διάσπαρτες μέσα στα όρια του Νομού.

Από το συνολικό αριθμό των 13585 κλινών στην Περιφέρεια Ηπείρου το μεγαλύτερο ποσοστό βρίσκεται στο Νομό Πρεβέζης 61,4% και κλίνες 8343.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3**  
**ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ**



Οι διανυκτερεύσεις που γίνονται σε ενοικιαζόμενα δωμάτια τόσο από τους ημεδαπούς όσο και από τους αλλοδαπούς τουρίστες είναι σημαντικός αριθμός με μέσο χρόνο λειτουργίας τέσσερις μήνες (Ιούνιος – Σεπτέμβριος) πραγματοποιούνται περίπου 1.630.000 διανυκτερεύσεις και το ποσοστό συμμετοχής και ημεδαπών ανέρχεται στο 70% και άνω. Τα έσοδα από τα ενοικιαζόμενα δωμάτια προσφέρουν την ευκαιρία σε οικογένειες περιοχών με χαμηλό εισόδημα και περιορισμένες ανάπτυξης άλλων κλάδων της οικονομίας, για συμπληρωματική απασχόληση και δυνατότητες αύξησης του χαμηλού εισοδήματος.

Τα τουριστικά ταξιδιωτικά γραφεία είναι βοηθητικές υπηρεσίες της ζήτησης – προσφοράς και διευκολύνουν τη συγκέντρωση, μεταφορά και κατανομή της τουριστικής κίνησης στους τόπους προορισμού. Είναι επιχειρήσεις που εξυπηρετούν την τουριστική κίνηση κάθε κατηγορίας και είδους.

Η κατανομή των επιχειρήσεων αυτών όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα. Πίνακα είναι περίπου ανάλογη με αυτό που ισχύει και για την κατανομή των τουριστικών καταλυμάτων με κάποια απόκλιση για το νομό Θεσπρωτίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

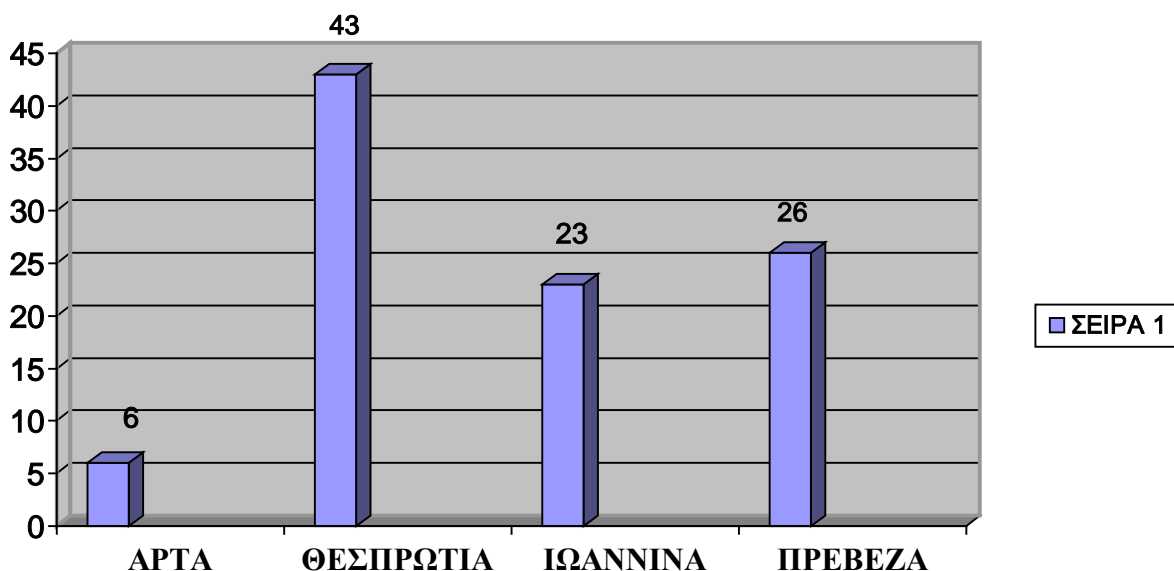
Νομοί (περιοχές)	Επι/σεις Τουρ. & Ταξιδ. Γραφείων	%	Τουριστικά Λεωφορεία	%
<b>ΑΡΤΑΣ</b>	<b>5</b>	<b>5,2</b>	<b>8</b>	<b>14,8</b>
<b>ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ</b>	<b>43</b>	<b>45,3</b>	<b>6</b>	<b>11,1</b>
Ηγουμενίτσα	37	38,9	6	1,1
Σύβοτα	4	4,2		
Πέρδικα	1	1,0		
Λοιπ. Περιοχ.	1	1,0		
<b>ΙΩΝΝΙΝΩΝ</b>	<b>22</b>	<b>23,2</b>	<b>30</b>	<b>55,5</b>
Ιωάννινα	21	22,1	27	50,0
Μέτσοβο	1	1,0	3	5,5
<b>ΠΡΕΒΕΖΑΣ</b>	<b>25</b>	<b>26,3</b>	<b>10</b>	<b>18,5</b>
Πρέβεζα	13	13,7	6	11,1
(πόλης)	8	8,4	1	1,0
Πάργα	3	3,2	3	5,5
Φιλιπιάδα				
Καναλάκι	1	1,0	1	1,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>95</b>	<b>100,0</b>	<b>54</b>	<b>100,0</b>

Ο Νόμος Θεσπρωτίας απορροφά το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων αυτών σε τουριστικά γραφεία 45,2%. Ο Νομός Ιωαννίνων εμφανίζεται δεύτερος σε δυναμικότητα καθώς διαθέτει το 23,2% και 5,5% από το σύνολο των τουριστικών και ταξιδιωτικών γραφείων και τουριστικών λεωφορείων αντίστοιχα. Ακολουθούν οι άλλοι δύο νομοί με μικρότερο ποσοστό ο Νομός Άρτας. Η ικανοποιητική συγκέντρωση που παρατηρείται στο Νομό Πρεβέζης οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι περιλαμβάνει περιοχές σημαντικού μαζικού τουρισμού (Πάργα) και τις ακτές του νομού.

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4



### 3.6 Δράσεις που έχουν αναπτυχθεί στον τομέα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού Ήπειρο

Στην περιφέρεια Ηπείρου, λόγω των γεωμορφολογικών χαρακτηριστικών και των διαφορετικών συνθηκών που επικρατούν στις παραθαλάσσιες περιοχές και στην ενδοχώρα, επικράτησαν διαφορετικά πρότυπα τουρισμού.

Στις παραθαλάσσιες περιοχές των Νομών Πρέβεζας και Θεσπρωτίας επικρατεί το έντονα εποχικό πρότυπο του μαζικού – παραθεριστικού τουρισμού. Η πεδινή περιοχή της Άρτας παρουσιάζει σημαντική υστέρηση ενώ σε ολόκληρο το Νομό Ιωαννίνων στις ορεινές περιοχές των άλλων Νομών και στην περιοχή του Αμβρακικού κόλπου επικρατεί το πρότυπο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, για την ανάπτυξη των οποίων η περιφέρεια έχει εξαιρετικές προϋποθέσεις και σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα, δεδομένου ότι οι φυσικοί και πολιτιστικοί της πόροι παρουσιάζουν εξαιρετική ποικιλία και δυναμική διασπορά στο χώρο.

Εφτά (7) γεωγραφικές ενότητες της Περιφέρειας εξαιρετικό ενδιαφέρον για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού:

- Κόνιτσα: κυριαρχούν οι ποταμοί και ορεινοί φυσικοί σχηματισμοί καθώς και η αρχιτεκτονική της πέτρας που αποτυπώνεται σε σημαντικά αρχιτεκτονικά μνημεία.
- Ζαγόρι : κυριαρχούν οι φυσικοί πόροι με σημαντικότερο τον Εθνικό Δρυμό της χαράδρας του Βίκου και τη μοναδική αρχιτεκτονική των (40) σαράντα περίπου χωριών της περιοχής (οικισμοί, γέφυρες, εκκλησιαστικά μνημεία κ.τ.λ)
- Μέτσοβο : κύρια χαρακτηριστικά του είναι η παραδοσιακή αρχιτεκτονική το εξαιρετικό φυσικό περιβάλλον με τον Εθνικό Δρυμό " Βάλια Κάλντα ", οι χιονοδρομικές υποδομές, η παραγωγή πολλών τοπικών παραδοσιακών προϊόντων διατροφής ποτών, ξύλου, η σημαντική υποδομή κ.τ.λ.
- Τζουμέρκα : από τις πιο όμορφες περιοχές της Ηπείρου, η οποία όμως δεν αξιοποιήθηκε επαρκώς. Κυριαρχούν οι ποτάμιοι και ορεινοί φυσικοί σχηματισμοί η αρχιτεκτονική της πέτρας, οι σημαντικοί παραδοσιακοί οικισμοί (Συρράκκο, Καλαρρότες κ.τ.λ.) και τα βυζαντινά και νεότερα εκκλησιαστικά μνημεία. Οργανικό τμήμα της περιοχής αυτής αποτελεί και Άραχθος, που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και προσφέρεται για την άσκηση μεγάλης ποικιλίας, εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων αθλητικών και άλλων μορφών.
- Αμβρακικός : θεωρείται ως ο σημαντικότερος Βιότοπος της χώρας, ο οποίος προστατεύεται από τη διεθνή σύμβαση Ramsar. Βρίσκεται πολύ κοντά στην Άρτα, στην Πρέβεζα και στην Αρχαία Νικόπολη όπου υπάρχουν σημαντικά αρχαία και βυζαντινά μνημεία.

Αχέροντας : η περιοχή χαρακτηρίζεται ως εξαιρετικό μνημείο της φύσης και της ιστορίας, όπου κυριαρχούν ο Ομώνυμος Ποταμός, το γνωστό νεκροτομείο και οι θαυμάσιοι θαλάσσιοι σχηματισμοί (Αμμουδιά, Πάργα κ.τ.λ.). οργανικό τμήμα της περιοχής αποτελεί και το ιστορικό Σούλι.

Καλαμάς : ολόκληρη η περιοχή που διασχίζεται από τον ομώνυμο ποταμό έχει σπάνιους φυσικούς, ιστορικούς και πολιτιστικούς πόρους (αρχαία βυζαντινά και νεότερα μνημεία κ.τ.λ.) που είναι άγνωστοι στους περισσότερους επισκέπτες και σε μεγάλο βαθμό αναξιοποίητοι.

Επιπλέον η πόλη των Ιωαννίνων, με το κάστρο και το ιστορικό κέντρο, τη λίμνη και το νησί της, το σπήλαιο Περάμτος και τη γειτονική Δωδώνη, προσφέρουν εξαιρετικές εναλλακτικές δυνατότητες στους πολλούς επισκέπτες που φτάνουν στην πόλη για εμπορικούς σκοπούς, για συνέδρια, για λόγους υγείας και για επιστημονικές δραστηριότητες και συνεργασίες με το Πανεπιστήμιο, το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο κ.τ.λ.

Κατά την τελευταία δεκαετία παρουσιάστηκε ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Πραγματοποιήθηκαν σημαντικές επενδύσεις και δημιουργήθηκαν ικανοποιητικές υποδομές σε ορισμένες περιοχές. Σημαντική ήταν η υποστήριξη της προσπάθειας από ειδικά κοινοτικά προγράμματα και από την Κοινοτική Πρωτοβουλία Leader, από την οποία ενισχύθηκαν δραστηριότητες αγροτουρισμού, διατήρησης και βελτίωσης του περιβάλλοντος κατάρτιση του τοπικού πληθυσμού, καθώς και παράλληλες δραστηριότητες που ενισχύουν ή συμπληρώνουν τις αγροτουριστικές και αφορούν κυρίως τη δημιουργία μικρών μεταποιητικών επιχειρήσεων που αξιοποιούν την τοπική παραγωγή του πρωτογενούς τομέα.

Στις ανωτέρω περιοχές η εποχικότητα είναι πολύ αμβλυμένη σε σύγκριση με την αντίστοιχη των παραθαλάσσιων περιοχών. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνει την άποψη ότι οι δραστηριότητες του εναλλακτικού τουρισμού αναπτύσσονται σε όλη τη διάρκεια του έτους και είναι δυνατό να επεκταθούν χρονικά ακόμη περισσότερο με την οργανωμένη και διαρκή προβολή του προϊόντος της περιοχής. Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται σχηματικά οι σημαντικότερες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Ήπειρο.

**Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»**  
**Επιμέλεια : Γεωργίτσογλου Αθανασία**

**ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ – ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ – ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ  
ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ ( Οικονομικό έτος 2007 )**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7**

**ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΦΥΣΙΚΟΙ – ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ**

<b>Μορφή Εναλλακτικού Τουρισμού</b>	<b>Κόνιτσα</b>	<b>Ζαγόρι</b>	<b>Μέτσοβο</b>	<b>Τζουμέρκα Άμαθος</b>	<b>Αμβρακικός</b>	<b>Αχέροντας</b>	<b>Καλαμάς</b>	<b>Ιωάννινα</b>
Αροτουρισμός	•	•	•					
Οικοτουρισμός	•	•	•	•	•	•	•	•
Ειδικός θαλάσσιος					•	•		
Χειμερινός (χιονοδρομικός)	•		•					
Περιπέτειας	•	•	•	•		•	•	
Περιηγητικός		•			•	•		•
Ιαματικός	•				•			
Αθλητικός								•
Εκπαιδευτικός	•	•	•	•	•	•		•
Πολιτιστικός								
Θρησκευτικός	•	•	•	•	•	•	•	•
Συνεδριακός			•					•
Εκθεσιακός								•
Πόλεον					•			•
Σαββατοκύριακου	•	•	•	•	•	•	•	•
<b>ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΚΑΠ.</b>								
Αρχαιολογικοί χώροι					•	•	•	•
Βυζαντινά μνημεία	•		•	•	•		•	•
Παραδοσιακοί οικισμοί	•	•	•	•				•
Πέτρινα γεφύρια	•	•		•	•		•	
Νερόμυλοι	•		•	•			•	
Μουσεία – εκθέσεις	•	•	•		•		•	•
Φυσικοί πόροι περιβαλλοντικές Δραστηριότητες υποδομές	•	•	•	•	•	•	•	•

Σημαντική ανάπτυξη σημείωσαν οι εναλλακτικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τη φύση (οικοτουρισμός – υπαίθριες δραστηριότητες). Δημιουργήθηκαν σημαντικές υποδομές και επιπλέον προγραμματίζονται και οργανωμένες εκδηλώσεις πανελληνίας και παγκόσμιας εμβέλειας όπως " Έναθλος" στην Κόνιτσα. Στον επόμενο πίνακα αποτυπώνονται οι σημαντικότερες από τις δραστηριότητες αυτές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Ι.ΜΟΡΦΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	Κόνιτσα	Ζαγόρι	Μέτσοβο	Τζουμέρκα – Άραχθος	Αβρακικός	Αχέρωντας	Καλαμάς	Ιωάννινα
Rafting – καγιάκ	•	•		•	•		•	
Διάσχυση φαραγγιού	•	•		•		•		
Flying fox	•			•				
Bird washing			•		•			
Αιωροπτερισμός	•	•		•	•	•		
Αναρρίχηση	•	•		•				
Ορειβασία	•	•	•	•				•
Ψυχαγωγική ιπασία	•	•	•	•			•	
Τοξοβολία	•			•				
Ποδηλασία βουνού	•	•	•	•				
Σκι ανώμαλου δρόμου		•	•	•				
Εθνικά μονοπάτια	•	•	•					
Μονοπάτια σε σήμανση						•	•	
Χιονοδρομικό σκι	•		•					
Θαλάσσια σπορ					•	•	•	
Παραδοσιακές δραστηριότητες	•	•	•			•	•	

ΠΗΓΗ : Ν.Α. Ιωαννίνων, Άρτας, Πρέβεζας, Θεσπρωτίας : " Ήπειρος – Τόπος Γεφυριών "  
(οδηγός οικοτουρισμού – [www.ecotour-epirus.gr](http://www.ecotour-epirus.gr))

### 3.7 Διαφημιστική προβολή της περιφέρειας Ηπείρου.

Η μέχρι τώρα διαφημιστική προβολή σε επίπεδο Περιφέρειας γίνεται κυρίως μέσω του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Ο ΕΟΤ σε συνεργασία με εκπροσώπους τουριστικής προβολής των νόμων (νομαρχιών, δήμων, τουριστικών πρακτόρων, ξενοδόχων) κάνει προβολή των δήμων και νομών της περιοχής με τους εξής τρόπους:

1. Με συμμετοχή σε εκθέσεις  
Στην Ελλάδα  
Πανόραμα (Αθήνα)  
Φιλοξένια (Θεσσαλονίκη)  
Στο εξωτερικό  
Έκθεση Μιλάνου (Bit)  
Στην έκθεση Βερολίνου (ITB)  
Στην έκθεση του Λονδίνου (WORLD TRAVEL MARKET)  
Στην έκθεση της Πράγας (Madl 2001)  
Στην έκθεση του Άμστερνταμ (OPPAD)
2. Με διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων σε διάφορα τουριστικά πρακτορεία και τους αντίστοιχους ΕΟΤ στην Ευρώπη.
3. Με προβολή μέσω ειδικών αφιερωμάτων και εκθετών σε περιοδικά και εφημερίδες.
4. Με φιλοξενία δημοσιογράφων και tour operators στην περιοχή.

Στις κλαδικές εκθέσεις του είδους η ΕΟΤ παίρνει μέρος επί 18 συνεχόμενα χρόνια. Συνήθως μαζί με τον εκάστοτε εκπρόσωπο του ΕΟΤ στα περίπτερα των εκθέσεων συμμετέχουν και εκπρόσωποι τουριστικής προβολής των τεσσάρων νομών κυρίως σε νομαρχιακό επίπεδο, διάφοροι τουριστικοί πράκτορες της περιοχής και άλλοι φορείς τουρισμού.

Υπάρχουν δε και αρκετοί τουριστικοί πράκτορες της περιοχής οι οποίοι μετέχουν και μεμονωμένα με δικά τους έξοδα και ανεξάρτητα περίπτερα σε διάφορες εκθέσεις του εξωτερικού, όπου προσπαθούν να προωθήσουν τα τουριστικά πακέτα τους και κυρίως της θάλασσας (από Πάργα και Σύβοτα) και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (κυρίως από Ιωάννινα, Κόνιτσα και Ζαγόρια).

Οι πράκτορες αυτοί συνεργάζονται με διάφορους tour operators του εξωτερικού και έχουν συνεχόμενες δημόσιες σχέσεις και επαφές επί προσωπικού επιπέδου με τα κατάλληλα άτομα που συναντούν στις εκθέσεις. Κατά τη διάρκεια της έκθεσης γίνεται παρουσίαση της περιοχής και των πακέτων σε δικό τους περίπτερο με ειδικές προβολές Slides και Video. Στην συνέχεια οι dealers των tour operators του εξωτερικού, κάνουν τις αντίστοιχες κρατήσεις τις οποίες πουλούν έπειτα στους ντόπιους πράκτορες.

Αρκετοί μεμονωμένοι τουριστικοί πράκτορες μετέχουν με δικό τους αποκλειστικά περίπτερο και στις ελληνικές εκθέσεις Φιλοξένια και Πανόραμα, όπου κάνουν επαφές με τοπικά τουριστικά γραφεία και προσπαθούν να πουλήσουν τα τουριστικά τους πακέτα.

Θα ήταν σκόπιμο επομένως να εξεταστεί το γεγονός της επιχορήγησης των τουριστικών πρακτόρων τουλάχιστον κατά το 50% της συμμετοχής τους δε εκθέσεις του εξωτερικού, διότι έχει αποδειχθεί ότι οι μικροί τουριστικοί πράκτορες έχουν καλύτερες επαφές με τα αντίστοιχα γραφεία του εξωτερικού και ίσως να είναι και περισσότερο αποτελεσματικοί ως προς τις συμφωνίες τους με τους ξένους tour operators σε σχέση με τους υπόλοιπους υπεύθυνους τουριστικής προβολής.

Στις εκθέσεις που μετέχει ο ΕΟΤ γίνεται προβολή των νομών κυρίως με ότι έντυπο υλικό υπάρχει την δεδομένη στιγμή (συνήθως κάθε νομού χωριστά), αφίσες, card – postal. Παλαιότερα υπήρχαν και cd – rom τα οποία όμως, τα τελευταία χρόνια έχουν καταργηθεί ελλείψει χρημάτων. Επίσης από τις εκθέσεις απουσιάζουν τα Slides βιντεοταινίες τις οποίες προβάλλουν, όμως κυρίως οι περισσότερες ή δεν διαθέτουν ή αυτές που έχουν είναι παλιές παράγωγες.

Τα φυλλάδια για κάθε νομό κυρίως είναι ξεχωριστά τον τελευταίο καιρό όμως γίνονται κάποιες προσπάθειες κοινής προβολής της περιοχής σαν μια ενιαία περιφέρεια. Συνήθως γίνεται και μια παρουσία Ηπειρωτικών εδεσμάτων και τοπικών προϊόντων κατά τη διάρκεια των εκθέσεων (κρασιά, μπακλαβάδες, τυριά). Παλαιότερα ο ΕΟΤ διέθετε σαν δώρα και τοπικά προϊόντα, όπως ταγάρια, CD παραδοσιακής μουσικής κ.α. τα οποία όμως τα τελευταία χρόνια έχουν καταργηθεί ελλείψει κονδυλίων.

Ο ΕΟΤ διαθέτει συνεργασία με διάφορους tour operators τόσο της Ελλάδας όσο και του εξωτερικού κατά τη διάρκεια των εκθέσεων οι εκάστοτε αρμόδιοι προσπαθούν να έρθουν σε επαφή με τα κατάλληλα άτομα στις σωστές θέσεις και έχουν συναντήσεις προκαθορισμένες ή της τελευταίας στιγμής με tour operators, ξενοδόχους, αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρείες προσπαθούν να προωθήσουν το τουριστικό τους προϊόν.

Ένα ενδεικτικό κόστος συμμετοχής σε μία έκθεση του εξωτερικού (οι τιμές και τα κόστη διαφέρουν από έκθεση) είναι:

- Κόστος ενοικίασης περιπτέρου για πέντε ημέρες περίπου 4000 ευρώ (Τα τετραγωνικά σε κάθε έκθεση ποικίλλουν)
- Αποζημίωση εκτός έδρας δύο τουλάχιστον υπευθύνων τουριστικής προβολής για πέντε ημέρες περίπου 4000 €
- Κόστος αποστολής υλικών στις εκθέσεις : περίπου 1000€
- Παρουσίαση εδεσμάτων (όχι πάντα) 6000€

Το κόστος περιπτέρου σε μία ελληνική έκθεση είναι περίπου 10.000€ το κόστος προσωπικού για μετακίνηση – διανομή – διατροφή τριών ατόμων είναι περίπου 1.000€ Αναλυτικότερα η τουριστική προβολή των 4 νομών έχει ως εξής :



1. Οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής του Ν. Πρεβέζης τόσο σε νομαρχιακό επίπεδο όσο και δημοτικό ( ο Δ. Πάργας θεωρείται ιδιαίτερος τουριστικός προορισμός) τα τελευταία χρόνια έλαβαν μέρος στις εξής εκθέσεις :

- Madi 2001 (Πράγα)
- Ουτρέχτη (Ολλανδία)
- Γκαίτεμποργκ (Σουηδία)
- Μιλάνο
- Νάπολη
- Τουριστικό Πανόραμα 2002
- Τουριστικό Πανόραμα 2003
- Philoxenia 2002
- Philoxenia 2003

Στις εκθέσεις αυτές διέθεταν έντυπα, οδηγούς, βιντεοκασέτες, cd – rom, τουριστικό οδηγό και τουριστικό χάρτη του Νομού, τουριστικά φυλλάδια) των Δήμων ξεχωριστά, οδηγό ενοικιαζόμενων καταλυμάτων αφίσες, έντυπα διαφημιστικά ξενοδοχείων – ενοικιαζόμενων, φυλλάδια για ειδικές μορφές τουρισμού (Αχέροντας, Αμβρακικός, παραλίες) μεταφρασμένα και στα Αγγλικά.

**Τελευταία παρατηρήθηκε ότι έχουν ανάγκη από καινούρια cd –rom.**

Μετείχαν στον ενιαίο χώρο που νοικιάζει ο ΕΟΤ με ξεχωριστά όμως δομημένο περίπτερο. Οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής εκπρόσωποι της Νομαρχίας πιστεύουν ότι σαν εκπρόσωποι, έχουν περιορισμένο ρόλο στις εκθέσεις. Ως επί το πλείστον έρχονται σε επαφή περισσότερο με το κοινό, παρά με κάποιους πράκτορες.

Σκοπός τους είναι να ενημερώσουν τον κόσμο για τις ομορφιές της περιοχής τους. Απαντάνε σε ερωτήσεις, δίνουν πληροφορίες κάποιες φορές πλησιάζουν και πράκτορες που αφήνουν την κάρτα τους, είτε γιατί θέλουν να τους σταλούν φυλλάδια, είτε για να έρθουν σε επαφή με ενοικιαζόμενα δωμάτια και ξενοδοχεία.

**Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
Επιμέλεια : Γεωργίτσογλου Αθανασία**

Οι ίδιοι δεν κλείνουν κάποια απευθείας συμφωνία με του ενδιαφερόμενους. Μόνο όταν είναι μαζί τους κάποιος τουριστικός πράκτορες ή ξενοδόχος κλείνοντας κάποιες συμφωνίες με τους αντίστοιχους πράκτορες.

Αν διαθέτουν περισσότερα χρήματα σαν Νομαρχία θα διοργάνωναν στα πλαίσια των εκθέσεων ειδικές παρουσιάσεις της περιοχής με προσκεκλημένους δημοσιογράφους και τουριστικούς πράκτορες και διοργάνωναν διάφορα happening (χορευτικά, παρουσίαση παραδοσιακών εδεσμάτων).

Οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής του Ν. Πρεβέζης δεν είναι σε θέση να γνωρίζουν ακριβώς αν η συμμετοχή τους στις εκθέσεις έχει τα αναμενόμενα γι αυτούς αποτελέσματα, όπως και δεν γνωρίζουν ακριβώς σε ποιες άλλες εκθέσεις θα πρέπει να μετέχουν που ενδείκνυται για την περαιτέρω προβολή του δικού τους τουριστικού προϊόντος.

Πάντως αν διέθεταν χρήματα θα έπαιρναν μέρος σε περισσότερες από μία εκθέσεις στη Γερμανία, Αγγλία, Αυστραλία, στις πρώην Ανατολικές χώρες που θεωρούνται ακόμη μία παρθένα αγορά.

Επίσης τα τελευταία δύο χρόνια κάνουν καταχωρήσεις συνήθως ολοσέλιδες στα εξής περιοδικά και εφημερίδες.

- ❖ ΒΗΜΑgazino (αφιέρωμα ΔΙΑΚΟΠΕΣ)
- ❖ ΕΨΙΛΟΝ (αφιέρωμα ΔΙΑΚΟΠΕΣ)
- ❖ Καθημερινή
- ❖ Απογευματινή
- ❖ Θεσσαλονίκη
- ❖ Εφημερίδα Μακεδονία (ένθετο ΕΠΙΛΟΓΕΣ)
- ❖ Γιάννενα (Περιοδικό ΕΠΙΛΟΓΕΣ)
- ❖ Διακοπές (ετήσιος οδηγός)
- ❖ Who is who (ετήσιος οδηγός)
- ❖ Ζορπίδης (τουριστικό γραφείο)

Άλλες κινήσεις τουριστικής προβολής που έκαναν:

- δημιούργησαν την ιστοσελίδα τους
- προκάλεσαν και φιλοξένησαν Ολλανδούς δημοσιογράφους
- έστειλαν φυλλάδια στους αντίστοιχους ΕΟΤ του εξωτερικού

Το σύνολο του κόστους των δράσεων για την τουριστική προβολή του νομού Πρεβέζης σε νομαρχιακό επίπεδο τα τελευταία δύο χρόνια κυμαίνεται περίπου στα 65 – 70.000€

Αν διέθεταν περισσότερα χρήματα θα ήθελαν να κάνουν τις εξής περαιτέρω ενέργειες :

- ο Να φιλοξενήσουν όσο το δυνατόν περισσότερους δημοσιογράφους και τουριστικούς πράκτορες Έλληνες και ξένους.
- ο Να γίνει φωτογράφιση της περιοχής από επαγγελματία φωτογράφο και δημιουργία ενός φωτογραφικού αρχείου.
- ο Να γίνει παραγωγή αλμανάκ και αποστολή του σε εσωτερικό και εξωτερικό σε επιλεγμένα πρόσωπα.
- ο Να γίνει παραγωγή ντοκιμαντέρ στην ΕΡΤ και παραγωγή CD.

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Πρέβεζας έχει στην ιστοσελίδα της στο διαδίκτυο στα ελληνικά και αγγλικά και θεωρείται από τις πολύ καλές της Περιφέρειας Ηπείρου από άποψης πληρότητας πληροφοριών για τους τουρίστες: [www.preveza.gr](http://www.preveza.gr) / [www.parga.gr](http://www.parga.gr) / ελληνικά και αγγλικά.

Άλλες διευθύνσεις του νομού είναι :

[www.parga.com/periklis.html](http://www.parga.com/periklis.html) μονοσέλιδο στα αγγλικά

[www.dimos-zalogat.gr](http://www.dimos-zalogat.gr) / Intro(GR)htm στα αγγλικά και ελληνικά.

Τα τουριστικά έντυπα που εκδίδονται σε νομαρχιακό επίπεδο είναι τα εξής :

- ✓ Μακρύ τετράπτυχο στα αγγλικά με τα αξιοθέατα της περιοχής (συμπαθητικό με ικανοποιητικές φωτογραφίες)
- ✓ Μεγάλο τετράπτυχο στα αγγλικά με τα αξιοθέατα της περιοχής (κρίνεται ικανοποιητικό, θα μπορούσε να έχει πιο ζωντανές φωτογραφίες, η ποιότητα χαρτιού είναι πολύ καλή).
- ✓ Τρίπτυχο για το ποτάμι του Αχέροντα στα αγγλικά (έχει μουντές φωτογραφίες)
- ✓ Οκτάπτυχο στα γερμανικά για την Πρέβεζα με χρήσιμες πληροφορίες και χάρτη (χαμηλής ποιότητας με μουντές φωτογραφίες)
- ✓ Χάρτης του νομού στα αγγλικά με χρήσιμες πληροφορίες (καλός).
- ✓ Τετράγωνο φυλλάδιο με τις ακτές και τα αξιοθέατα του νομού (βολικό, σχήμα, καλή ποιότητα χαρτιού, πλήρης ύλη, πολύ ζωντανές φωτογραφίες – προτείνεται σαν δείγμα για κατασκευή ενιαίων φυλλαδίων της Περιφέρειας.
- ✓ Μακρόστενο φυλλάδιο για την Πάργα με εξαιρετική ποιότητα εξώφυλλα και καλές φωτογραφίες.
- ✓ Ο μικρός οδηγός σύντομης ιστορικής αναδρομής ελληνικά και αγγλικά (καλή ύλη, πολύ πυκνογραμμένο όμως με μικρά γράμματα, όχι καλές φωτογραφίες).
- ✓ Ο Τ.Ε.Δ.Κ Ν. Πρέβεζας εκδίδει ένα πλήρες φυλλάδιο για την περιοχή σε πολύ καλής ποιότητας χαρτί με βολικό σχήμα και καλές φωτογραφίες – προτείνεται για δείγμα.
- ✓ Ο Δ. Ζαλόγγου εκδίδει ένα φυλλάδιο για την περιοχή σε κοινό χαρτί πιθανόν λόγω έλλειψης οικονομικών πόρων.
- ✓ Ο σύλλογος ξενοδόχων ενοικιαζόμενων δωματίων και camping εκδίδει φυλλάδια, με τα τουριστικά καταλύματα του νομού με διάφορες άλλες χρήσιμες πληροφορίες.
- ✓ Τα διάφορα τουριστικά πρακτορεία της περιοχής εκδίδουν τα δικά τους διαφημιστικά φυλλάδια.

Σε γενικές γραμμές το έντυπο υλικό του Νομού Πρεβέζης θεωρείται καλό και αρκετά από τα φυλλάδια αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν ακόμη με κάποιες βελτιώσεις ως προς την ποιότητα και ομοιομορφία με τα έντυπα των άλλων νομών.

Πρέπει να γίνει παραγωγή καινούργιων CD – ROM

2. Οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής του Ν. Θεσπρωτίας σε νομαρχιακό επίπεδο μετέχουν στις εξής εκθέσεις :

- ❖ Πανόραμα (Αθήνα) – Απρίλιος
- ❖ Philoxenia (Θεσσαλονίκη) – Νοέμβριος
- ❖ Utrecht (Ολλανδία) – Ιανουάριος
- ❖ Muncher (Γερμανία) – Φεβρουάριος

Μετέχουν μαζί με τον ΕΟΤ στις εκθέσεις και το υλικό που διαθέτουν είναι έντυπο υλικό μεταφρασμένο και στα αγγλικά και παροχή πληροφοριών στους επισκέπτες του περιπτέρου .Την αποστολή της Ν.Ε.Τ.Π.Θ συνοδεύουν συνήθως και 4 – 5 επιχειρηματίες του κλάδου με σκοπό την επίτευξη συμφωνιών με τους ενδιαφερόμενους tour operators.

Οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής δεν βλέπουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα από την συμμετοχή τους στις εκθέσεις. Με την έλλειψη υποδομών που παρουσιάζει η περιοχή θεωρείται δύσκολο να προσεγγίσουν τα ξένα κυρίως τουριστικά γραφεία και τους υπεύθυνους πράκτορες για οργανωμένα ταξίδια στην περιοχή.

Επίσης εκδίδουν (δράσεις 2003)

- Νέο τουριστικό οδηγό (ελληνικά, αγγλικά)
- Θρησκευτικό τουρισμό
- Μονοπάτια της Θεσπρωτίας (ελληνικά, αγγλικά)
- Αναπαραγωγή εντύπου Αχέροντα (ελληνικά, αγγλικά)
- Αφίσες (θέματα 4)
- Κάνουν καταχωρήσεις στα περιοδικά και εφημερίδες (δράσεις 2003):
- Η Ελλάδα των διακοπών
- Τουριστικός οδηγός της Ελλάδας (ελληνικά, αγγλικά)
- Διακοπές 2003

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

Ακόμη σε ηλεκτρονική μορφή κάνουν την παρουσίαση του τουριστικού οδηγού (cd) και συγχρόνως κατασκευάζουν το νέο web site της Ν.Ε.Τ.Π.Θ

Στις άλλες δράσεις συγκαταλέγεται η νέα φωτογράφιση περιοχών του νομού για τη δημιουργία αρχείου.

Το σύνολο των ενεργειών και δράσεων τουριστικής προβολής για το 2003 είναι του κόστους των 77.000€

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Θεσπρωτίας κατασκευάζει αυτό το διάστημα την καινούργια ιστοσελίδα της στο διαδίκτυο:

[www.nathesprotias.gr](http://www.nathesprotias.gr) / Άλλες διευθύνσεις του νομού είναι:

[www.thesprotia.gr/](http://www.thesprotia.gr/) καλό site σε πέντε γλώσσες

[www.ch-hermann.com/suli/suli.htm](http://www.ch-hermann.com/suli/suli.htm) στα αγγλικά και τα γερμανικά

[www.geocities.com/polidroso/-](http://www.geocities.com/polidroso/) υπό κατασκευή

[www.paramythia.gr/](http://www.paramythia.gr/) ελληνικά, αγγλικά

[www.eripus.com/perdika/](http://www.eripus.com/perdika/) σε πέντε γλώσσες

Τα υπάρχοντα τουριστικά φυλλάδια που εκδίδονται σε νομαρχιακό επίπεδο είναι:

- ✚ Χάρτης Ν. Θεσπρωτίας ελληνικά και αγγλικά (καλός)
- ✚ Μεγάλος τετράγωνος τουριστικός οδηγός (βολικό μέγεθος) καλή ύλη αν και πολύ πυκνογραμμένη, μουντές φωτογραφίες)

Σε γενικές γραμμές το έντυπο υλικό του νομού Θεσπρωτίας θεωρείται ότι χρειάζεται βελτίωση και ενίσχυση με τις καινούργιες ενδύσεις που προγραμματίστηκαν. Καλό θα ήταν τα έντυπα να είναι ομοιόμορφου μεγέθους με τα έντυπα των υπολοίπων νομών.

3. Οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής του Ν. Ιωαννίνων σε νομαρχιακό επίπεδο έχουν κάνει μέχρι τώρα τις εξής φράσεις για την τουριστική προβολή του νομού τους:
- Δημιουργία ταινίας ντοκιμαντέρ του Ν. Ιωαννίνων με θέμα την τουριστική προβολή, διάρκειας 27' σε φόρμα video BETA SP.
  - Δημιουργία διαφημιστικής ταινίας του Ν. Ιωαννίνων σε φόρμα video BETA SP.
  - Δημιουργία δύο διαφημιστικών ταινιών του Ν. Ιωαννίνων σε φόρμα video UHS.
  - Δημιουργία ιστοσελίδας στο internet με θέμα τον τουρισμό στον Ν. Ιωαννίνων.
  - Έκδοση φυλλαδίων με θέμα τον οικοτουρισμό.
  - Έκδοση φυλλαδίων με θέμα τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
  - Έκδοση γενικού χάρτη του Ν. Ιωαννίνων.
  - Έκδοση αφισών
  - Έκδοση διαφόρων διαφημιστικών poster.
  - Έκδοση χάρτη πολιτιστικών διαδρομών.
  -

Επίσης μετείχαν στις εξής εκθέσεις:

- Πανόραμα, Φιλοξένια, Ελλάδα
- Αγγλία
- Μιλάνο
- Σάλτσμπουργκ
- Ουτρέχτη
- Άμστερνταμ
- Φρανκφούρτη

Κατά την διάρκεια των εκθέσεων του εξωτερικού οι αρμόδιοι τουριστικής προβολής έρχονται σε επαφή με τους αντίστοιχους αρμόδιους φορείς τουρισμού για να κλείσουν συμφωνίες, προωθώντας την περιοχή (βουνά, ποτάμια, λίμνες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, πολιτιστικές εκδηλώσεις). Σε ορισμένες εκθέσεις διοργανώνεται και μπουφές με προσκεκλημένους tour operators. Γίνεται και προβολή βιντεοταινίας και μοιράζεται έντυπο υλικό.

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

Τελευταία στις εκθέσεις κλείνονται Προγραμματισμένα ραντεβού από την διοργανώτρια εταιρεία IMEX. Οι υπεύθυνοι ρωτούνται από πριν σχετικά με ποια ραντεβού και επαφές θέλουν να κάνουν και με ποιους tour operators και άλλους υπευθύνους θέλουν να συναντηθούν και οι συναντήσεις προκαθορίζονται.

Στην τελευταία έκθεση της Φρανκφούρτης που έγινε μέσα στον Απρίλιο οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής σε νομαρχιακό επίπεδο συναντήθηκαν με δημοσιογράφους από γερμανικά και αυστριακά περιοδικά. Κανονίστηκε να φιλοξενηθούν δώδεκα δημοσιογράφοι από την Αυστραλία, η οποία και αποτελεί αγορά στόχο του Ν. Ιωαννίνων.

Κυρίως επικεντρώθηκαν στην προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (rafting, kayak, συνεδριακός τουρισμός), που ενδιαφέρουν ιδιαίτερα τους Γερμανούς.

Στην έκθεση του Μιλάνου ήρθαν σε επαφή με πράκτορες και με την Ελληνική ομογένεια. Συζητήθηκε η πιθανή μελλοντική αδελφοποίηση της πόλης των Ιωαννίνων με την πόλη του Μιλάνου, γεγονός το οποίο θα προέβαλε αρκετά τον τουρισμό της περιοχής στην Ιταλία.

Επίσης δόθηκε συνέντευξη στο τοπικό ιταλικό κανάλι.

Στις ελληνικές εκθέσεις πολλές φορές υπάρχει παρουσίαση τοπικών προϊόντων και κάποιων cd με παραδοσιακή μουσική.

Επίσης γίνεται και μία προβολή βιντεοταινίας της περιοχής. Στους καλούς πελάτες διανέμεται ένα πλήρες πακέτο τουριστικών φυλλαδίων που εκδίδεται από την νομαρχία μέσα σε φάκελο, ενώ στον απλό κόσμο δίνεται μόνο ένα ενημερωτικό φυλλάδιο.

Σε γενικές γραμμές πάντως η μέχρι τώρα προβολή του νομού δε δείχνει να έχει γίνει με σωστούς τρόπους. Αυτό συμβαίνει διότι γίνεται με πενιχρά μέσα, λόγω έλλειψης κονδυλίων για την τουριστική προβολή της περιοχής σε επίπεδο Νομαρχίας. Αποτέλεσμα αυτού είναι η προβολή στις ανωτέρω εκθέσεις να γίνεται μόνο με απλά φυλλάδια σχετικά χαμηλής ποιότητας παραγωγής.

Ακόμη ενώ υπάρχει μεγάλη ζήτηση προβολής του Νομού από εφημερίδες και περιοδικά σε μορφή ένθετων και ειδικών αφιερωμάτων, δεν υπάρχουν τα κατάλληλα κονδύλια για να πληρωθούν και έτσι η αντίστοιχη προβολή δε γίνεται. Το τελευταίο διάστημα δεν έχει γίνει καμία διαφημιστική καταχώρηση σε έντυπα.



Οι προτάσεις του Ν. Ιωαννίνων σε νομαρχιακό επίπεδο για το 2003 που αναμένεται να υλοποιηθούν εφόσον βρεθούν τα αντίστοιχα κονδύλια αφορούν:

Επανεκδόσεις – προμήθειες φυλλαδίων (επανεκδοση βιβλίων, εντύπων και φυλλαδίων που βρίσκονται σε έλλειψη και κρίνεται απαραίτητο να επανεκδοθούν – Εθνικοί Δρυμοί, γενικό φυλλάδιο του νομού, οκτασέλιδο φυλλάδιο, χάρτης του νομού, κ.α.)

- ✚ Μεταφράσεις : Έκδοση φυλλαδίου Εθνικοί Δρυμοί στα αγγλικά και γερμανικά, έκδοση γενικού φυλλαδίου του Ν. Ιωαννίνων στα γερμανικά.
- ✚ Νέες εκδόσεις : έκδοση ορειβατικών χαρτών στα ελληνικά, αγγλικά, ιταλικά και γερμανικά, έκδοση φυλλαδίου για την πόλη και την λίμνη Ιωαννίνων στα ελληνικά, αγγλικά, ιταλικά και γερμανικά, έκδοση φυλλαδίου με τα καταλύματα και τα camping του νομού, χρηματοδοτήσεις εκδόσεων διαφόρων τοπικών καταλύματα και τα camping του νομού, χρηματοδοτήσεις εκδόσεων διαφόρων τοπικών φορέων του νομού που προβάλλουν άμεσα ή έμμεσα την φύση και τον πολιτισμό του νομού.
- ✚ Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε εφημερίδες περιοδικά και τουριστικούς οδηγούς, διαφημιστικές προβολές σε τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς και συνεργασίες με αρθρογράφους και φωτογράφους.
- ✚ Φιλοξενία δημοσιογράφων και τουριστικών πρακτόρων.
- ✚ Προμήθεια διαφημιστικών τσαντών με το λογότυπο της Ν.Α.Ι. προμήθεια λοιπών διαφημιστικών ειδών, εκτύπωση αφισών.
- ✚ Συμμετοχή στις εκθέσεις : BIT – Μιλάνο, TOURF –Σάλτμπουργκ, OPPAD – Άμστερνταμ, τουριστικό Πανόραμα – Αθήνα, IMEX – Φρανκφούρτη, FHILOXENIA – Θεσσαλονίκη, ΤΑΞΙΔΙ – Λευκωσία, WORLD TRAVEL MARKET – Λονδίνο.
- ✚ Διοργάνωση συνεδριών και ημερίδων για την τουριστική προβολή του νομού για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (οικοτουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός κ.α.) καθώς και για την ενημέρωση των επαγγελματιών τουρισμού.
- ✚ Διοργάνωση εκδηλώσεων που αφορούν την γαστρονομία, την αναβίωση εθιμικών δρώμενων και τον πολιτισμό.

- ✚ Ηλεκτρονική προβολή με εμπλουτισμό της ιστοσελίδας ( [www.ioanninanet.gr](http://www.ioanninanet.gr) )
- ✚ και ανανέωση της φιλοξενίας σε δίκτυο, καθώς και δημιουργία τράπεζας δεδομένων με πληροφορίες τουριστικού και πολιτιστικού περιεχομένου.
- ✚ Παραγωγή CD – ROM διαφημιστικού περιεχομένου, που θα προβάλλει το τουριστικό προϊόν του νομού.
- ✚ Παραγωγή διαφημιστικής ταινίας 15 -20 λεπτών σε μορφή video ή DVD, διάρκειας 15 – 20 λεπτών που θα προβάλλει το φυσικό κάλλος και την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής, τις δραστηριότητες κ.α.
- ✚ Παραγωγή διαφημιστικής ταινίας 5´ λεπτών σε μορφή video ή DVD, διάρκειας 5´ λεπτών.

Η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής Ν. Ιωαννίνων λειτουργούσε για πρώτη φορά το έτος 2000. Η λειτουργία ήταν απαραίτητη για την υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής προβολής της περιοχής, αφού ως τότε η διαφήμιση του νομού υπήρξε μικρή και περιοριζόταν σε μεμονωμένες ενέργειες, όπως η έκδοση χαρτών, αφισών ή φυλλαδίων και η συμμετοχή ( κυρίως της Ν.Α.Ι) σε τουριστικές εκθέσεις. Κατά τα τρία χρόνια η Ν.Ε.Τ.Π.Ν.Ι. διαχειρίστηκε τα παρακάτω ποσά για τα προγράμματα της :

- 2000 : 70.430 €
- 2001 : 74.440€
- 2002 : 121.200€

Τα ποσά αυτά προήλθαν από την οικονομική συμμετοχή του ΕΟΤ (35.5200€για καθένα από τα έτη 2000 και 2001 και 40.600€για το έτος 2002), καθώς και από την οικονομική συμμετοχή των τοπικών φορέων του νομού (Ν.Α.Ι , Τ.Ε. Δ. Κ. Ένωση Ξενοδόχων Ιωαννίνων, Ίδρυμα Εγνατία Ηπείρου, διάφοροι Ο.Τ.Α κ.α.)

Τα προγράμματα της τουριστικής προβολής περιελάμβαναν τις παρακάτω ενέργειες :  
Έκδοση βιβλίων και τουριστικών εντύπων.

- Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε περιοδικά, εφημερίδες και τουριστικούς οδηγούς.
- Προγράμματα φιλοξενίας δημοσιογράφων και τουριστικών πρακτόρων.
- Δημιουργία ιστοσελίδας για την ηλεκτρονική προβολή του νομού.
- Παραγωγή και προμήθεια οπτικοακουστικών μέσων(βιντεοκασέτες και cd παραδοσιακής μουσικής).
- Διάφορες άλλες ενέργειες που συμβάλλουν στην προβολή του τουριστικού προϊόντος του νομού και τη δημιουργία συνθηκών ανάπτυξης του τουριστικού τομέα.
- Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ιωαννίνων – Prefecture of Ioannina έχει ιστοσελίδα στο διαδίκτυο: [www.nomioa.gr](http://www.nomioa.gr) στα ελληνικά και ο Δήμος Ιωαννίνων : [www.dimioan.gr](http://www.dimioan.gr) στα ελληνικά.
- Άλλες χρήσιμες για τον τουρισμό ηλεκτρονικές διευθύνσεις της Περιφέρειας που υπάρχουν είναι :
- Οικολογικός τουρισμός στην Ήπειρο : [www.ectour-epirus.gr](http://www.ectour-epirus.gr) στα ελληνικά.
- Τουριστική αστυνομία Ιωαννίνων :[www.uoi.gr/touristpolice](http://www.uoi.gr/touristpolice).
- Ίδρυμα << Εγνατία Ηπείρου>>:[www.epcon.gr](http://www.epcon.gr).
- Υπουργείο Πολιτισμού Ν.Ιωαννίνων (Μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικά μνημεία) :[www.cuhure.gr/maps/ipiros/giannina/html](http://www.cuhure.gr/maps/ipiros/giannina/html).
- Κέντρο Ενημέρωσης τουwwf-ΕΛΛΑΣ(ΠΑΠΠΓΚΖΑΓΟΡΙΟΥ) :[www.wwf.gr](http://www.wwf.gr)
- EPIRUS EVATHLOS(εκδήλωση αθλημάτων Φύσης και Περιφέρειας στην Ελλάδα) :[www.erathlos.gr](http://www.erathlos.gr).
- Αναπτυξιακή Εταιρεία Ήπειρος Α.Ε.:[www.epirusa.gr](http://www.epirusa.gr).
- BIC HPEIROY (k;entro epixe;irhshw kai kainotom;iaw Hpe;iroy – Business and Innovation Center of Epirus

- [www.bicipirus.gr](http://www.bicipirus.gr)
- Γ.Γ. Περιφέρειας Ηπείρου : [www.usersotenet.gr/ggphp](http://www.usersotenet.gr/ggphp) η οποία μετακινήθηκε στην εξής διεύθυνση [www.region.gr](http://www.region.gr)
- Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων – University of Ioannina: [www.noig.gr](http://www.noig.gr)
- Δήμος Κόνιτσας : [www.Konitsa.gr](http://www.Konitsa.gr)
- Σύλλογος Αγ. Βαρβάρας Κόνιτσας : [www.plavali.gr](http://www.plavali.gr)
- Νησί Ιωαννίνων : [users.otenet.gr/nisos](http://users.otenet.gr/nisos)
- Πνευματικό κέντρο Δ. Ιωαννίνων : [www.ionnina/center.gr](http://www.ionnina/center.gr) site/index.asp (σε δοκιμαστική λειτουργία).
- Πολιτιστικός σύλλογος Ζαγορίσων : [www.cuzagori.gr/](http://www.cuzagori.gr/) Gir /Hotel/ hemeindex gr.htm : ελληνικά, αγγλικά.
- Κοινότητα Συρράκου : [www.syrrako.gr/ελληνικά](http://www.syrrako.gr/ελληνικά) και αγγλικά.
- Δήμος Μαστοροχωριών : [www.mastorohoriagr.index1.htm](http://www.mastorohoriagr.index1.htm)
- Δήμος Μετσόβου : [www.metsovo.gr/](http://www.metsovo.gr/) στα ελληνικά και στα αγγλικά.
- Δήμος Κόνιτσας : [www.konitsa.gr/](http://www.konitsa.gr/) (υπό κατασκευή)
- Κοινότητα Πάπιγκου : [www.erirus.com/papigp/](http://www.erirus.com/papigp/)
- Δήμος Πραμάντων : [www.pramantagr](http://www.pramantagr)
- Μουσείο Βρέλλη σε ελληνικά, αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά : [www.vrellis.org](http://www.vrellis.org)
- Συνεδριακό κέντρο Μετσόβου : [www.epcom.gr/mcc/](http://www.epcom.gr/mcc/) (αγγλικά)
- Δραστηριότητες – εναλλακτικές μορφές τουρισμού : [www.epcom.gr/mcc/](http://www.epcom.gr/mcc/) ελληνικά και αγγλικά.
- [www.robinson.gr/](http://www.robinson.gr/) ελληνικά και αγγλικά.
- [www.trekking.gr](http://www.trekking.gr)
- οδηγός για τα βουνά της Πίνδου και της Ηπείρου [www.pindosstreet.net/](http://www.pindosstreet.net/) στα αγγλικά.

Όπως βλέπουμε υπάρχουν αρκετές βασικές ηλεκτρονικές διευθύνσεις στο Νομό Ιωαννίνων που καλύπτουν με τον πλησιέστερο τρόπο, γραπτά είδη πληροφοριών που χρειάζεται κάποιος.

- Ο Ν. Ιωαννίνων σε νομαρχιακό επίπεδο κα συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ διαθέτει τα εξής έντυπα :
  - Απλό τετράπτυχο – Νομός Ιωαννίνων.
  - Τετράπτυχο – Νησί Ιωαννίνων.
  - Μεγάλο τετράγωνο φυλλάδιο – Ν. Ιωαννίνων.
  - Μακρύς οδηγός τσέπης – εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
  - Μεγάλος τετράγωνος οδηγός εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
  - Χάρτης εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
  - Χάρτες της Ηπείρου.
  - Ecotourism στα αγγλικά τετράπτυχο.
  - Τετράγωνο φυλλάδιο για τα Γιάννενα.
  - Τρία φυλλάδια για την Ήπειρο.
- Ο Δήμος Μετσόβου έχει έναν πολύ καλό και μεγάλο ορειβατικό χάρτη βόρειας Πίνδου από Μέτσοβο ως Σαμαρίνα, όπου καταγράφονται επτά διαδρομές ορειβατικών – περιπατητικών μονοπατιών και έναν πολύ μικρό όπου καταγράφονται τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια.
- Οι δήμοι Πραμάντων – Τζουμέρκων – Κατσανοχωριών και οι κοινότητες Καλαρρυτών – Συρράκου – Ματσουκίου εκδίδουν έναν πλήρη και έναν συνοπτικό οδηγό για τα Δυτικά Τζουμέρκων και Κατσανοχώρια.
- Ο Δ. Πογκωνίου εκδίδει tourist guide to Rogoni – είναι ένας πλήρης οδηγός.
- Δύο οδηγοί που εκδίδονται από την περιφέρεια στην αγγλική γλώσσα.

Σε γενικές γραμμές όμως, το έντυπο και το ηλεκτρονικό υλικό του Ν. Ιωαννίνων θεωρείται ότι χρειάζεται αρκετή βελτίωση και ενίσχυση με τις καινούργιες εκδόσεις και παραγωγές που προγραμματίστηκαν.

Καλό θα ήταν τα έντυπα να είναι ομοιόμορφου μεγέθους με τα έντυπα των υπολοίπων νομών.

Ακόμη οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής του Νομού πιστεύουν ότι δεν γίνονται οι σωστές κινήσεις τουριστικής προβολής τους λόγω, έλλειψης χρημάτων, πιστεύουν δε και ότι δεν έχουν δει ιδιαίτερα αποτελέσματα από την μέχρι τώρα προβολή τους στην άνοδο του τουρισμού τους.

**Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»**  
**Επιμέλεια : Γεωργίτσογλου Αθανασία**

4. Οι υπεύθυνοι τουριστικής προβολής του Ν. Άρτας σε νομαρχιακό επίπεδο δεν έχουν κάνει μέχρι τώρα κάποιες ιδιαίτερες κινήσεις για την τουριστική προβολή του νομού, διότι η έλλειψη κονδυλίων αποτελεί σημαντικό παράγοντα χαμηλής τουριστικής προβολής. Μετέχουν στις εκθέσεις Φιλοξένια, Πανόραμα – Ελλάδα και Μιλάνου με κάποιο έντυπο υλικό της περιοχής το οποίο επίσης διατίθεται σε τουριστικά πρακτορεία, όπως και διάφορους φορείς και συλλόγους.

Κατά τη διάρκεια των εκθέσεων στο εξωτερικό έρχονται σε επαφή με διάφορους ξένους πράκτορες, πλην όμως οι κινήσεις αυτές δεν δείχνουν να αποσπούν το ιδιαίτερο ενδιαφέρον αυτών για την περιοχή της Άρτας. Βασικά δεν φαίνονται κάποια ορατά και ουσιαστικά αποτελέσματα των ενεργειών αυτών. Στις εκθέσεις της Ελλάδας δείχνει να εμφανίζεται κάποιο ενδιαφέρον για την περιοχή από τοπικούς πράκτορες, το οποίο όμως δεν είναι και αναμενόμενο.

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Άρτας διαθέτει ειδική ιστοσελίδα στο διαδύκτιο : [www.momaxiaartas.gr/](http://www.momaxiaartas.gr/) η οποία παρέχει όλες τις γενικές πληροφορίες που χρειάζονται για το νομό, όπως και τις δραστηριότητες με τις οποίες μπορεί να ασχοληθεί κάποιος θα μπορούσε να εμπλουτιστεί περισσότερο. Επίσης διαθέτει την ιστοσελίδα : [www.arta.gr](http://www.arta.gr) και την σελίδα της κοινότητα Θεοδωριανών : [www.vourgarelinet.gr/tophtm](http://www.vourgarelinet.gr/tophtm) στα ελληνικά και αγγλικά.

Ο Νομός Άρτας σε επίπεδο Νομαρχίας εκδίδει:

- ✓ Έναν πλήρη οδηγό για τα Βυζαντινά μνημεία της Άρτας.
- ✓ Έναν χάρτη με χρήσιμες πληροφορίες
- ✓ Έναν πλήρη οικοτουριστικό οδηγό για τον Αμβρακικό χαμηλότερης ποιότητας.
- ✓ Επίσης έχει κάποια πρότυπα μονοσέλιδα για την πανίδα του Αμβρακικού που είναι ιδιαίτερα ευχάριστα και εκπαιδευτικά για τα μικρά παιδιά.
- ✓ Οι card – postal που διαθέτει έχουν πολύ μουντό χρώμα στις φωτογραφίες τους.
- ✓ Το poster με το γεφύρι της Άρτας έχει πολύ καλή φωτογραφία.
- ✓ Ο Δ. Αρταίων εκδίδει έναν οδηγό οδοιπορικό στην Άρτα.

Συμπερασματικά λοιπόν, το μέχρι τώρα είδος της προβολής που γίνεται στις εκθέσεις τόσο του εξωτερικού όσο και του εσωτερικού δε θεωρείται ικανοποιητικό από το σύνολο των υπευθύνων τουριστικής προβολής και των τεσσάρων νομών, διότι τα μέσα που διαθέτουν οι νομαρχίες και ο Ε.Ο.Τ είναι πενιχρά και δεν μπορούν να αντεπεξεέλθουν στο σύνολο των εξόδων που απαιτούνται για την σωστή προβολή και διαφήμιση.

Αυτό συμβαίνει διότι μέχρι τώρα δε δείχνει να υπάρχει μια ενιαία ικανοποιητική συνεργασία περιφέρειας, δήμων νομαρχιών, Ε.Ο.Τ. τουριστικών πρακτόρων, ξενοδόχων και όλων των υπολοίπων φορέων που εμπλέκονται στον τουρισμό, ώστε να έχουν έναν ενιαίο κοινό στόχο. Για το λόγο αυτό παρατηρείται αυτό και αρκετά συχνό φαινόμενο να μη γίνεται παρουσίαση όλης της περιοχής σαν ενιαίου τουριστικού προορισμού, αλλά κάθε δήμος και νομός να μετέχει στις εκθέσεις με διαφορετικά περίπτερα σαν να πρόκειται για διαφορετικές περιοχές της Ελλάδας.

Το σημείο αυτό της προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου θα πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα.

Ακόμη το υλικό που παρουσιάζεται στις εκθέσεις δεν έχει την αντίστοιχη ποιότητα που αιτείται ώστε να καταστεί ελκυστικό στο μάτι του ενδιαφερόμενου tour operator και να κεντρίσει το ενδιαφέρον του. Τα φυλλάδια συνήθως είναι «φτωχικά» με φωτογραφίες χαμηλής ποιότητας που δεν αποδίδουν το μεγαλείο των πόρων της περιοχής με τα κοντά χρώματα το υλικό τους δεν θεωρείται πάντα πλήρες και δεν υπάρχουν σωστοί και ολοκληρωμένοι οδηγοί για να δελεάσουν τους ξένους πράκτορες και γενικά όλους τους ενδιαφερόμενους εναντιθέσει οι άλλοι ανταγωνιστικοί προορισμοί της Ελλάδας (Κρήτη, Κέρκυρα, Ρόδος, Χαλκιδική) που έχουν παράδοση στον τουρισμό και μάλιστα υψηλού επιπέδου, παρουσιάζουν υλικό πρώτης ποιότητας στις εκθέσεις με πανάκριβες φωτογραφίες που κερδίζουν αμέσως τις εντυπώσεις.

Επιπλέον τα φυλλάδια τόσο του ίδιου νομού, όσο και των υπολοίπων παρουσιάζουν ανομοιομορφία ως προς την ποιότητα, το υλικό, τις διαστάσεις, την πληρότητα, γεγονός που δεν διαθέτει ευνοϊκά τους υποψηφίους αγοραστές.

Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε ότι αρκετά από τα ξενοδοχεία της Περιφέρειας Ηπείρου διαθέτουν ιστοσελίδα και διαφημίζονται μέσω ιντερνέτ, πλην όμως δεν έχουν προχωρήσει ακόμη σε απευθείας looking online.

Επίσης οι ξενοδόχοι της περιοχής συνεργάζονται με διάφορα πρακτορεία τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού για να έχουν σταθερές κρατήσεις πελατών.

**Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»**  
**Επιμέλεια : Γεωργίτσογλου Αθανασία**

### 3.8 Χρηματοδοτικά Προγράμματα

Στο σύνολο των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων αλλά και σε επιχειρησιακά προγράμματα κεντρικών φορέων, εντάσσονται δράσεις που ενισχύουν την ανάπτυξη του τουρισμού. Μέσα από τη λειτουργία της συγκεκριμένης Δομής διάχυσης της επιχειρηματικής γνώσης και στήριξης της επιχειρηματικότητας στο θεματικό αντικείμενο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που θα δημιουργηθεί στα πλαίσια της Κ.Π. EQUAL μιας Δομής που δεν συμμετέχει υποστηρίζοντας οικονομικά την επένδυση, αλλά πληροφορεί και υποστηρίζει με άλλα μέσα την επιχειρηματικότητα που ενισχύουν τέτοιου είδους δράσεις.

Τα χρηματοδοτικά προγράμματα που αφορούν στη δημιουργία επιχειρήσεων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και είναι σε ισχύ ή πρόκειται σύντομα να ξεκινήσουν είναι :

Αναπτυξιακός Νόμος 2 601/98: Αφορά την ίδρυση επέκταση και εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων μονάδων, με μετατροπή παραδοσιακών κτιρίων σε ξενοδοχεία και ειδικότερα την δημιουργία χιονοδρομικών κέντρων, την αξιοποίηση ιαματικών πηγών, λιμένων – σκαφών αναψυχής, γηπέδων γκολφ, κέντρων θαλασσοθεραπείας και κέντρων τουρισμού υγείας το ποσοστό επιδότησης μπορεί να φτάσει κατά περίπτωση έως και 40% της επένδυσης. Αναφέρουμε επιγραμματικά τις ενισχυόμενες δαπάνες :

- Κατασκευή, επέκταση και εκσυγχρονισμός κτιριακών εγκαταστάσεων.
- Μηχανοργάνωση και απόκτηση του αναγκαίου λογισμικού.
- Δαπάνες εξοπλισμού.
- Δαπάνες διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου.

Η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER + είναι πρωτοβουλία που αφορά τον αγροτικό τομέα για την 3<sup>η</sup> προγραμματική περίοδο (2000 – 2006) και φιλοδοξεί να συμβάλει στην προσπάθεια για οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη, αύξηση της απασχόλησης υποστηρίζοντας την ισότητα των δύο φύλων και τέλος προστασία και βελτίωση του περιβάλλοντος.



Μέσα από την εφαρμογή της στοχεύει στην ολοκληρωμένη και υψηλής ποιότητας, αιψύρο ανάπτυξη της υπαίθρου μέσω πιλοτικών εφαρμογών και στην ενίσχυση της προσπάθειας για άρση της απομόνωσης των περιοχών σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής.

Η περιοχή παρέμβασης του τοπικού προγράμματος περιλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος των χαρακτηρισμένων ορεινών περιοχών και επιλεγμένες μειονεκτικές περιοχές των νομών Ιωαννίνων και Θεσπρωτίας εξαιρώντας περιοχές που παρουσιάζουν έντονη οικιστική ανάπτυξη όπως η ευρύτερη περιοχή του λεκανοπεδίου Ιωαννίνων και ολόκληρος ο Δήμος Ηγουμενίτσας. Στο μέτρο 1,2 που αφορά ενισχύσεις σε επενδύσεις και στήριξη της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνονται δράσεις που έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για επενδύσεις εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρουμε την 1.2.1.4. που αφορά την ανάπτυξη εναλλακτικών και ειδικών μορφών αγροτικού τουρισμού με ποσοστό επιδότησης 60% όπου προτεραιότητα θα δοθεί σε επενδύσεις που επικεντρώνονται στην ενδοχώρα, σε ακτίνα 3χλμ εκτός της παραλιακής ζώνης και σε περιοχές όπου δεν εφαρμόζονται τα Ο.Π.Α.Α.Χ. . Μέσω αυτής θα ενισχυθούν επενδύσεις οι οποίες αξιοποιώντας το πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον της περιοχής και τις τοπικές ιδιαιτερότητες, θα προσφέρουν υπηρεσίες με την μορφή οργανωμένων δραστηριοτήτων ώστε να δημιουργηθούν οι προϋπόθεσης για την ανάπτυξη επιπρόσθετων δυνατοτήτων εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού με σκοπό την αύξηση της ελκυστικότητας της περιοχής και την ανάδειξη των αναξιοποίητων συγκριτικών πλεονεκτημάτων της.

- Τα Ολοκληρωτικά Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ) του Υπουργείου Γεωργίας και ειδικότερα το μέτρο 7.9 που είναι η ενθάρρυνση τουριστικών και βιοτεχνικών δραστηριοτήτων. Το μέτρο αποσκοπεί στην παροχή ενισχύσεων ή ανάπτυξη της τουριστικής υποδομής στον τομέα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και στον αγροτουρισμό. Στα πλαίσια του μέτρου προβλέπεται η ενίσχυση δραστηριοτήτων σχετικών με την προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των περιοχών με στόχο αφενός την ενημέρωση και προσέλκυση επενδυτικών σε αυτές, αφετέρου δε την προβολή των φυσικών και πολιτιστικών πόρων τους στο ευρύ κοινό. Το ποσοστό επιχορήγησης φθάνει μέχρι 60% της επένδυσης.

- Τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, το ΠΕΠ Ηπείρου 2000 – 2006 Τουρισμός, που εφαρμόζεται σε ολόκληρη την περιφέρεια Ηπείρου και αφορά υπάρχουσες και νέες τουριστικές επιχειρήσεις. Μέτρο 1.3 «Ανάπτυξη και προώθηση της καινοτομίας» και Μέτρο 3.2 «Ενίσχυση των υποδομών και της επιχειρηματικότητας, ανταγωνιστικότητας στον τριτογενή τομέα – Αξιοποίηση φυσικών πόρων». Επιλέξιμες ενέργειες στα προγράμματα αυτά είναι ο εκσυγχρονισμός κτιρίων και εγκαταστάσεων τουριστικών καταλυμάτων, ο εξορθολογισμός – εκσυγχρονισμός υπηρεσιών και διοικητικών διαδικασιών της επιχείρησης, η εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας υπηρεσιών και αυτό που μας ενδιαφέρει ιδιαίτερα η ανάπτυξη καινοτομιών στην οποία εντάσσεται η ανάπτυξη και διαχείριση ειδικών μορφών τουρισμού. Η δημόσια επιχορήγηση κυμαίνεται περίπου στο 45% για κάθε εγκεκριμένη επένδυση.

### **3.9 Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία της Δομής Διάχυσης της Επιχειρηματικής Γνώσης και Στήριξης της Επιχειρηματικότητας σε Δραστηριότητες Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού**

Η Ήπειρος σε σχέση με άλλες περιφέρειες της Ελλάδος, διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα στην ανάδειξη του τουρισμού (εναλλακτικές μορφές) και του πολιτισμού σε κύριες εστίες ανάπτυξης. Διαθέτει πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό απόθεμα και οι περιοχές της έχουν καταξιωθεί στη συνείδηση του κοινού ως τουριστικοί προορισμοί. Υπάρχει στην περιοχή ένας σημαντικός αριθμός ευαίσθητων προστατευόμενων περιοχών με κύριο χαρακτηριστικό τους την οικολογική – αισθητική αξία και το αξιόλογο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, όπως καθαρές ακτές, θαυμάσια τοπογραφία, αρχαιολογικά μνημεία, εθνικούς δρυμούς, τοπική πολιτιστική παράδοση, παραδοσιακούς οικισμούς, ιστορική παράδοση κ.τ.λ.

Η ίδρυση μιας Δομής Διάχυσης επιχειρηματικής γνώσης και στήριξης επιχειρηματικότητας σε θέματα εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ήπειρο, μπορεί να συμβάλει σε υψηλό βαθμό στην συγκέντρωση της αποσπασματικής πληροφόρησης που υπάρχει γύρω από το αντικείμενο, διασκορπισμένη σε φορείς και οργανώσεις όλης της περιφέρειας. Η συνολική και με μεθοδικότητα προώθηση αυτής της πληροφόρησης, θα διασφαλίσει μεγάλη οικονομία κλίμακας, για την βελτίωση εκμετάλλευση των μη διαδεδομένων τουριστικών πόρων και τη μέγιστη ανάπτυξη του ελπιδοφόρου αυτού είδους τουρισμού για την Ήπειρο. Η στήριξη της επιχειρηματικότητας θα επικεντρώνεται αυτού στην παρότρυνση των ενδιαφερομένων να εκμεταλλευτούν τους φυσικούς πόρους της περιοχής και με την αξιοποίηση όλων των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων που υπάρχουν να συμπληρώσουν το απαιτούμενο κεφάλαιο για την δημιουργία μιας βιώσιμης και ανταγωνιστικής επιχείρησης. Η δομή θα λειτουργεί συμβουλευτικά για την σωστή εκμετάλλευση όλων των ευνοϊκών μέσων χρηματοδότησης επιχειρήσεων από τον χρηματοπιστωτικό τομέα, που σήμερα ενισχύουν δυνατότητες ανάπτυξης άγνωστες ακόμη στο ευρύ κοινό. Το γεγονός ότι δεν υφίσταται δομή ή φορέας που να παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες, πληροφόρηση – συμβούλευση – στήριξη για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού – οικότουρισμού, κάνει χρήσιμη και επιτακτική την ανάγκη λειτουργίας μιας τέτοιας δομής για όλη την Ήπειρο.

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού παρέχει σημαντικές δυνατότητες για την ανασυγκρότηση των μειονεκτικών απομακρυσμένων περιοχών της περιφέρειας συμβάλλοντας στην διαφοροποίηση των πηγών εισοδήματος και της απασχόλησης.

Αποτελεί για την περιφέρεια της Ηπείρου μια δυναμική προοπτική που αξιοποιεί τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της υπαίθρου, δημιουργεί νέες ευκαιρίες για την προώθηση και προβολή τουρισμού της περιοχής και συμβάλει στην άρση της απομόνωσης των απομακρυσμένων ορεινών περιοχών. Τέλος, συμβάλει στην διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, καθόσον ανταποκρίνεται στις τάσεις της σύγχρονης τουριστικής αγοράς.

Η λειτουργία της Δομής, είναι βέβαιο πως θα αντιμετωπίσει ένα μεγάλο πλήθος δυσκολιών, τόσο στην συγκέντρωση, όσο και στη μεθόδευση και οργάνωση των υπηρεσιών που θα προσφέρει. Η ύπαρξη και λειτουργία της, θα συμβάλει στην ανάδειξη και ανάπτυξη της Ηπείρου και των απεριόριστων δυνατοτήτων της στον τομέα του τουρισμού. Για την συνέχισή της θα πρέπει να υποστηρίξει την αρχή της προώθησης ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών με υψηλά στάνταρ. Μακροπρόθεσμα από την οικονομική ανάπτυξη που θα επιφέρει θα συντελέσει στο να ωφεληθούν και όλοι οι επαγγελματίες της περιοχής, που παρέχουν σωστές και ποιοτικές υπηρεσίες.

Πρέπει να επισημανθεί πως οι εξειδικευμένες παρεμβάσεις που προτείνει το ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης της Κ.Π. Equal έχουν σαν άμεσο στόχο την κινητοποίηση πότων και μέσων με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξελιχθούν, σε μεσοχρόνια χρονική περίοδο, σε συγκριτικό πλεονέκτημα για την οικονομία της περιφέρειας. Παράλληλα στόχος της είναι η επίτευξη μιας ολοκληρωμένης παρέμβασης, που θα ενσωματώνει τις ανάγκες των ομάδων στόχου στις οποίες απευθύνεται αλλά και τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας για ήπιες μορφές ανάπτυξης. Από μεθοδολογικής απόψεως το προτεινόμενο έργο της δομής διάχυσης της επιχειρηματικής γνώσης και στήριξης επιχειρηματικότητας σε θέματα εναλλακτικών μορφών τουρισμού πρέπει να συμβαδίζει και να αλληλοσυμπληρώνει το έργο των άλλων δομών που θα δημιουργηθούν, για τον τομέα της αγροτικής παραγωγής, και τον τομέα των μικρομεσαίων καινοτόμων μεταποιητικών επιχειρήσεων, κάνοντας χρήση των δράσεων και τις αντένες, θα αποτελέσει πηγή άντλησης γνώσης για την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία των τριών δομών μεταφοράς της επιχειρηματικής γνώσης.

Οι ωφελούμενοι από την λειτουργία της δομής αλλά και από την υλοποίηση του ολοκληρωμένου προγράμματος παρέμβασης της Κ.Π. Equal θα είναι τόσο οι νέοι τουριστικοί επιχειρηματίες της περιοχής όσο και ευρύτερα η τοπική και ελληνική οικονομία.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.

### 4.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός κατατάσσεται διεθνώς μεταξύ των πλέον σημαντικών βιομηχανιών διότι με τους ταχείς ρυθμούς αύξησης του κύκλου εργασιών του και την σημαντική συμβολή στην ανάπτυξη σε Εθνικό και Περιφερειακό επίπεδο, συνέβαλε ιδιαίτερα στην απασχόληση και στις συναλλαγματικές εισπράξεις.

Οι συντελεστές που συνέλαβαν τα μέγιστα στη γρήγορη ανάπτυξη του τουρισμού είναι χωρίς αμφιβολία η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, η μείωση του χρόνου και του κόστους ταξιδιού, οι εξελίξεις στην τεχνολογία, η ασφάλεια, η ανάπτυξη νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και μια σειρά από άλλους παράγοντες.

Η σημασία του τουρισμού είναι δεδομένη για την Ελληνική Οικονομία (15% του Ελληνικού Α.Ε.Π. και 10% της συνολικής απασχόλησης) κατατάσσοντας την Ελλάδα στη 10<sup>η</sup> θέση αναφορικά με τις εισπράξεις από τον Τουρισμό.

Βέβαια κατά τη δεκαετία του 1990, συντελέστηκε σημαντική ποσοτική και κυρίως ποιοτική αναβάθμιση του Ελληνικού τουρισμού που αντανακλάται στην αύξηση των εισπράξεων κατά τουρίστα μέση κατά κεφαλή δαπάνη (από 290 δολάρια το 1990 σε 737 δολάρια το 2001), αφού σημειώθηκε σημαντική αύξηση ιδιαίτερα κατά το δεύτερο ήμισυ της δεκαετίας του '90, τόσο των αφίξεων τουριστικών όσο και των εισπράξεων από τον τουρισμό με τα αντίστοιχα μεγέθη των μεσογειακών χωρών.

Τα παραπάνω παρέχουν ενδείξεις ότι ο Ελληνικός Τουρισμός αποκτά μια σταθερή πελατειακή βάση υψηλού σχετικά εισοδήματος που τον καθιστά λιγότερο ευάλωτο στον ανταγωνισμό.

Το σημείο εκείνο που κάνει τη διαφορά στην Περιφέρειά μας είναι το μοντέλο της τουριστικής ανάπτυξης. Στηρίζεται σε μικρές μονάδες, που δίνουν το βάρος τους στη ζέστη φιλοξενία και στη φροντίδα καθένα τουρίστα ξεχωριστά και στη συνέπεια των ανθρώπων του κλάδου της. Όλα τα ξενοδοχεία της Περιφέρειας βρίσκονται σε ικανοποιητικό επίπεδο από άποψη εκσυγχρονισμού και τα εκτός μεγάλων πόλεων είναι προσαρμοσμένα με τον περιβάλλοντα χώρο, σύμφωνα με τα παραδοσιακά πρότυπα κατασκευή – πέτρα και ξύλο, κάτι που ευχαριστεί το μάτι του επισκέπτη.

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»

**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

Ο τουριστικός τύπος της περιφέρειας, τα τουριστικά θέρετρα δεν είναι ξεκομμένα από την υπόλοιπη τοπική κοινωνία, αλλά είναι ενταγμένα αρμονικά σε αυτήν. Ελάχιστοι τόποι συνδυάζουν απέραντες ακτές με καθαρή θάλασσα, βουνά με ιστορία και φυσικές ομορφιές καλή τουριστική οργάνωση, οικονομικές τιμές και φυσικά και καλές συγκοινωνιακές υποδομές που καθιστούν τις μετακινήσεις υπόθεση όλων. Η Ήπειρος είναι τόπος που συνδυάζει διαφορετικούς τύπους διακοπών, από τον ήρεμο οικογενειακό παραθερισμό μέχρι Σαββατοκύριακα για ανήσυχους επισκέπτες.

Η Ήπειρος συνδυάζει ακόμη διαφορετικές μορφές διασκέδασης και αναψυχής, ψυχαγωγίας και πολιτιστικής ζωής, χάρη ακριβώς στη γεωγραφική ποικιλία (Ζαγοροχώρια – Κόνιτσα – Μέτσοβο – Τζουμέρκα – Παραμυθιά – Φιλιάτες – Σούλι κ.τ.λ.) και τα πλούσια οικολογικά ενδιαφέροντα, επιτρέποντας στον επισκέπτη όλα τα οφέλη.

#### **4.2 Συμπεράσματα για τις υφιστάμενες δραστηριότητες και Επενδύσεις**

Από την συνολική τουριστική δραστηριότητα της Ηπείρου, που αναλύθηκε προηγουμένα με την ανάλυση της υφιστάμενης υποδομής, της τουριστικής κίνησης και των ρυθμών τουριστικής ανάπτυξης και τουριστικής αγοράς γενικότερα, ένα σχετικά μικρό ποσοστό αφορά τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Κρίνεται σκόπιμο στο σημείο αυτό να επισημανθούν τα εξής στοιχεία:

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κυρίως οι αγροτουριστικές δραστηριότητες εντοπίζονται κυρίως στην περιφέρεια του Ν. Ιωαννίνων, σχετικά λίγες παρουσιάζονται στον Ν. Άρτας, ενώ είναι σχεδόν ανύπαρκτες στους άλλους δύο νομούς της Ηπείρου δηλαδή στον Ν. Πρέβεζας και στον Ν. Θεσπρωτίας.

- Η τουριστική κίνηση σε μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι εξαιρετικά δυσχερές να διαχωριστεί, ιδιαίτερα στις περιοχές στις οποίες υφίσταται παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό ή στις περιοχές που δεν έχουν εμφανή τέτοιου είδους χαρακτηριστικά. Οποιαδήποτε εκτίμηση είναι παρακινδυνευμένη και εμπεριέχει την πιθανότητα σοβαρών λαθών.
- Με βάση την προηγούμενη παρατήρηση, αμιγώς ή σε μεγάλο βαθμό χαρακτηριστικά εναλλακτικών μορφών τουρισμού, παρουσιάζουν οι μη παραλίες και ορεινές περιοχές των Ν. Θεσπρωτίας, Πρέβεζας και Άρτας καθώς και οι ορεινές περιοχές του Ν. Ιωαννίνων.

**Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»**

**Επιμέλεια : Γεωργίτσογλου Αθανασία**

- Σύμφωνα με επεξεργασία πρωτογενή στοιχεία υπολογίζεται ότι συνολικά οι προαναφερθείσες περιοχές των Ν. Άρτας Θεσπρωτίας και Πρέβεζας, κατέχουν ένα ποσοστό που δεν υπερβαίνει το 1% της συνολικής τουριστικής αγοράς της Ηπείρου και ποσοστό 12,5 – 15% της αγροτουριστικής αγοράς της ίδιας περιοχής. Μπορούμε να συμπεράνουμε επομένως ότι το μεγαλύτερο μερίδιο της τουριστικής αγοράς εναλλακτικών μορφών τουρισμού κατέχει ο Ν. Ιωαννίνων.
- Από την προηγηθείσα τουριστική ανάλυση για την Ήπειρο, από το σύνολο των προσφερόμενων κλινών, η συντριπτική πλειοψηφία αφορά περιοχές στις οποίες έχει αναπτυχθεί ο μαζικός τουρισμός, αφορά δηλαδή κυρίως τον τουρισμό παραθέρισης και σε πολύ μικρό βαθμό τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τον αγροτουρισμό.
- Η τουριστική αλλά και η γενικότερη υποδομή στις περιοχές που έχουν χαρακτηριστικά εναλλακτικών μορφών τουρισμού, πραγματοποιήθηκε με πρωτοβουλία ιδιωτών, της τοπικής αυτοδιοίκησης, συνδυασμό αυτών κ.τ.λ. Η χρηματοδότηση των επενδύσεων πραγματοποιήθηκε ή εξ ολοκλήρου από τους φορείς που ανέλαβαν την δημιουργία της επένδυσης με αυτοχρηματοδότηση και το υπόλοιπο με επιχορήγηση που προέκυψε από την υπαγωγή σε προγράμματα ή Κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή σε Εθνικούς Αναπτυξιακούς Νόμους που αφορούν τέτοιου είδους επενδύσεις.
- Η παραπάνω υποδομή είναι σχετικά επαρκής, κυρίως ποιοτικά, όχι όμως και ποσοτικά, λαμβανόμενου υπόψη του μεγέθους της δυνητικής αγοράς και του γεγονότος ότι οι περισσότερες περιοχές της Ηπείρου πληρούν τις προϋπόθεσης περαιτέρω ανάπτυξης δραστηριοτήτων εναλλακτικών μορφών τουρισμού η ζήτηση των οποίων αυξάνεται σταθερά.
- Οι δραστηριότητες εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ήπειρο αφορούν κυρίως ορεινά χωριά, χώρους ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, παραδοσιακούς οικισμούς κ.τ.λ. πολλές φορές μάλιστα ασκούνται συνδυασμοί ειδικών μορφών τουρισμού όπως αγροτουρισμός και ορειβατικός τουρισμός, οικολογικός, πολιτιστικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας κ.τ.λ.
- Το τουριστικό προϊόν της περιοχής που αφορά εναλλακτικές μορφές τουρισμού, με ελάχιστες εξαιρέσεις, δεν έχει προβληθεί επαρκώς

---

<sup>4</sup> Από στοιχεία Α.Ε. ΗΠΕΙΡΟΣ



### 4.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η Περιφέρεια Ηπείρου διαθέτει εξαιρετικά συγκριτικά πλεονεκτήματα (καθαρές ακτές, θαυμάσια τοπογραφία, αρχαιολογικά μνημεία δρυμούς, τοπική πολιτιστική παράδοση, παραδοσιακούς οικισμούς – Μέτσοβο, Ζαγοροχώρια – ιστορική παράδοση κ.τ.λ.) για την ανάδειξη του τουρισμού (εναλλακτικές μορφές) και του πολιτισμού ως κύριων εστιών ανάπτυξης.

Η περιοχή έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης γιατί διαθέτει πλήθος εναλλαγών στο τουριστικό προϊόν της, το οποίο με τις ιδιομορφίες του και τις κοντινές αποστάσεις επιτρέπει την ανάπτυξη πολλών εναλλακτικών – ειδικών μορφών τουρισμού.

Έργα που βρίσκονται σε εξέλιξη και αφορούν κύρια την βελτίωση της υποδομής ειδικών μορφών τουρισμού (συντήρηση και σήμανση πέτρινων γεφυριών, μοναστηριών κ.τ.λ.) δίνουν το έναυσμα στην ιδιωτική πρωτοβουλία για ενασχόληση δραστηριότητες στον τουρισμό.

Η Ήπειρος έχει δυνατότητες ανάπτυξης όλων των ειδών τουρισμού, αφού διαθέτει αξιόλογες παραλίες, που μαζί με τα νησιά του Ιονίου μπορούν να αποτελέσουν ένα ενιαίο πόλο τουριστικής ανάπτυξης (θαλάσσιος τουρισμός), ορεινές ζώνες για την ανάπτυξη του ορεινού και άλλων ειδικών μορφών τουρισμού, ιαματικές πηγές Καβασίλων και Αμάραντου Κόνιτσας) για τον ιαματικό τουρισμό και τέλος δυνατότητες για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού κα αγροτουρισμού.

Η οικονομική και κοινωνική αυτή ανάπτυξη μπορεί να επιτευχθεί με την κατάλληλη αξιοποίηση των πόρων της και τη σωστή αξιοποίηση της θέσης της ως προς την χώρα, την Μεσόγειο και την Ευρωπαϊκή Ένωση των Βαλκανίων.

Η Περιφέρεια Ηπείρου βρίσκεται στην Ανατολική πλευρά της λεκάνης της Μεσογείου, στην είσοδο της Αδριατικής, γεγονός που από αυτή την άποψη η τουριστική κίνηση συγκεντρώνει τα γενικά χαρακτηριστικά των Μεσογειακών χωρών. Τα χαρακτηριστικά αυτά προσδιορίζονται :

- Από τη μεγάλη συγκέντρωση των τουριστικών δραστηριοτήτων κατά μήκος των ακτών
- Από την εποχικότητα ζήτησης του τουριστικού προϊόντος.
- Από την υπέρμετρη συγκέντρωση του τουρισμού στις 4 Ευρωπαϊκές Μεσογειακές χώρες (Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία και Ελλάδα)
- Από την έντονη αναβάθμιση του περιβάλλοντος, η οποία αναμένεται να συνεχιστεί. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, το Μεσογειακό περιβάλλον αναμένεται να δεχτεί έντονες πιέσεις τα επόμενα 20 χρόνια.

Σύμφωνα με το “Γαλάζιο Σχέδιο” (UNEP : Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για το περιβάλλον) το έτος 2025, θα επισκεφτούν τις παράκτιες Μεσογειακές περιοχές 760 εκ. Τουρίστες, έναντι 380 εκ. που καταγράφηκαν το 1990. το γεγονός αυτό, όπως καταλαβαίνουμε θα απαιτήσει το διπλασιασμό του ήδη υπάρχοντος χρησιμοποιούμενου χώρου.

Το σημαντικότερο στοιχείο, εκείνο που κάνει την διαφορά στην περιφέρεια Ηπείρου, είναι το **μοντέλο της τουριστικής ανάπτυξης**. Αυτό στηρίζεται σε μικρές μονάδες που δίνουν το βάρος τους στη ζεστή φιλοξενία και στη φροντίδα του κάθε τουρίστα ξεχωριστά και στη συνέπεια των ανθρώπων του κλάδου της.

Όλα τα ξενοδοχεία της Περιφέρειας βρίσκονται σε **ικανοποιητικό επίπεδο από άποψη εκσυγχρονισμού (θα πρέπει όμως να προσεχθούν ιδιαίτερα τα ενοικιαζόμενα δωμάτια στις παράκτιες περιοχές Ν. Πρέβεζας & Θεσπρωτίας)** και τα εκτός μεγάλων πόλεων είναι προσαρμοσμένα με τον περιβάλλοντα χώρο, σύμφωνα με τα παραδοσιακά πρότυπα κατασκευής – πέτρα και ξύλο, κάτι που ευχαριστεί το μάτι του επισκέπτη.

Επίσης οι τουριστικοί τόποι της περιοχής, τα τουριστικά θέρετρα δεν είναι ξεκομμένοι από την υπόλοιπη κοινωνία, αλλά ενταγμένοι αρμονικά σε αυτήν.

Η αληθινή Ήπειρος που θα συναντήσει ο τουρίστας είναι ομορφότερη από ότι οι άλλοι έχουν ακούσει γι' αυτήν από τις αφηγήσεις των γνωστών.

Ελάχιστοι τόποι συνδυάζουν απέραντες ακτές με καθαρή θάλασσα, βουνά με ιστορία και φυσικές ομορφιές, καλή τουριστική οργάνωση, οικονομικές τιμές.

Η Ήπειρος είναι τόπος που συνδυάζει διαφορετικούς τύπους διακοπών, από τον ήρεμο οικογενειακό παραθερισμό μέχρι Σαββατοκύριακο για ανήσυχους επισκέπτες.

Σήμερα, πέρα από τον ιστορικό – πολιτιστικό τουρισμό και τον θαλάσσιο, στην Ήπειρο έχουν ενταχθεί και οι παρακάτω ειδικές δραστηριότητες :

- ΚΑΝΟΕ – ΚΑΥΑΚ στους ποταμούς Αώο, Βοϊδομάτη, Άραχθο στο Νομό Ιωαννίνων και στον Αχέρωνα στην Πρέβεζα.
- RAFTING στους ποταμούς των Ιωαννίνων, Αώο, Βοϊδομάτη και Άραχθο.
- PARAPENTE στην πεδιάδα του Αώο σε συνδυασμό με τα βουνά που την περιβάλλουν.
- Αναρρίχηση σε φυσικές και τεχνητές πίστες στην Κόνιτσα.
- Εκδρομές με ποδήλατα βουνού στην Πίνδο.
- Έφιππες διαδρομές.
- Περιηγητικός και Οικολογικός Τουρισμός με συγκεκριμένες διαδρομές και οδηγούς φυσικού τουρισμού.
- Για τις παραπάνω δραστηριότητες υπάρχουν εκπαιδευτικές για αρχαρίους ενώ ο περιηγητικός και οικολογικός τουρισμός είναι άριστα οργανωμένος από τα Γραφεία Τουρισμού στα Γιάννενα.

**Θέμα :** «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»

**Επιμέλεια :** Γεωργίτσογλου Αθανασία

Επιπλέον υπάρχουν :

- Το χιονοδρομικό κέντρο Μετσόβου.
- Παρατηρητήρια πουλιών στην Άρτα – Πρέβεζα (Αμβρακικός)
- Συνεδριακά Κέντρα (Πόλη Ιωαννίνων, Μέτσοβο)
- Ο υγροβιότοπος του Αμβρακικού
- Οργανωμένα θαλάσσια σπορ στην Πάργα (waterskiing, water toys, parasailing, fun crafts, windsurfing, κ.λ.π)
- Οι ιαματικές πηγές Πρέβεζας, Καβασίων και οι ατιμούχες πηγές του Αμάραντου που καλύπτουν ένα ευρύτερο φάσμα τουρισμού προσφέρονται επίσης στον επισκέπτη, τις ανάγκες του οποίου δεν μπορεί να καλύψει μια μεμονωμένη δραστηριότητα.

Η τουριστική υποδομή, η οποία δεν έχει πλήρως δημιουργηθεί στα παράλια του νομού Πρέβεζας, στα Σύβοτα Θεσπρωτίας και στον ορεινό όγκο της Πίνδου στηρίζεται στα κίνητρα του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98, στο Π.Ε.Π. και στα διάφορα άλλα Αναπτυξιακά Προγράμματα (Leader, Καν. 952/97 κ.α.)

Η Ήπειρος συνδυάζει ακόμη τις πιο διαφορετικές διασκέδασης, ψυχαγωγίας και πολιτιστικής ζωής, χάρη ακριβώς στη γεωγραφική ποικιλία (Ζαγοροχώρια – Κόνιτσα – Μέτσοβο – Τζουμέρκα – Παραμυθιά – Φιλιάτες – Σούλι και πολλά άλλα), όπως και στα πλούσια οικολογικά ενδιαφέροντα. Έτσι επιτρέπει στον επισκέπτη να αντλήσει όλα της τα οφέλη.

**Θα πρέπει βέβαια να επισημανθεί η ανάγκη ενίσχυσης της φροντίδας για τη διαφύλαξη όσο γίνεται αλώβητου του «Ηπειρωτικού τοπίου», των παραδόσεων και της ιστορικής αρχιτεκτονικής κληρονομιάς.**

Δεν χωρεί λοιπόν καμία αμφιβολία ότι ο τουρισμός βοηθάει και την Ήπειρο στην καλύτερη προετοιμασία του χώρου και των υπηρεσιών για μια μακροχρόνια, ήπια και βιώσιμη ανάπτυξη.

**Θέμα : «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην περιφέρεια Ηπείρου»  
Επιμέλεια : Γεωργίτσογλου Αθανασία**

#### 4.4 ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ

Παραπάνω έγινε μία ανάλυση όλων των πλεονεκτημάτων που διαθέτει η Περιφέρεια στο σύνολο της.

**Όμως τα συγκριτικά αυτά πλεονεκτήματα δεν δείχνουν να έχουν αξιοποιηθεί ικανοποιητικά μέχρι σήμερα.**

Η Ήπειρος εκτός από τα προβλήματα προβολής που αναφέρθηκαν προηγουμένως (4.3) παρουσιάζει επίσης αρκετές αδυναμίες και μεγάλη **έλλειψη σωστών υποδομών**, παράγοντες που δεν βοηθούν το τουριστικό της προϊόν να προβληθεί και να αξιοποιηθεί σωστά.

Στα κεφάλαια που θα ακολουθήσουν γίνεται αναλυτική περιγραφή όλων αυτών των αδυναμιών σε τοπικό επίπεδο, όμως και εδώ θα αναφερθούν κάποια από αυτά :

- **Η Περιφέρεια απευθύνεται κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό, δεν διαθέτει επαρκή καταλύματα υψηλής ποιότητας σε ικανοποιητικό αριθμό και η μέση διάρκεια διαμονής είναι πολύ χαμηλή** κατά μέσω όρο 3 διανυκτερεύσεις, έναντι 6 για το σύνολο της χώρας για τους αλλοδαπούς επισκέπτες και κάτω των 2 διανυκτερεύσεων έναντι 2,5 για τους Έλληνες επισκέπτες).
- Παρατηρούμε επίσης ότι **υπάρχει μια έντονη εποχικότητα που εστιάζει στους θερινούς μήνες, στα τριήμερα και στις περιόδους των εορτών**. Επίσης, **δεν έχουν ακόμη δημιουργηθεί ιδανικοί τρόποι διοχέτευσης τουριστικού προϊόντος στην αγορά**.

Κάποια δε από τα επί μέρους προβλήματα που παρουσιάζει η περιοχή έχουν ως εξής :

- **Η λίμνη Παμβώτιδα των Ιωαννίνων παραμένει τελείως αναξιοποίητη**, ενώ θα μπορούσε να είναι μεγάλος πόλος έλξης τουριστών. Θα μπορούσε να αναπτυχθεί περιμετρικά με διάφορους χώρους αναψυχής, οι οποίοι θα τραβούσαν το ενδιαφέρον εκδρομών και σχολείων, όπως και επιστημόνων διότι παρουσιάζει μεγάλο οικολογικό ενδιαφέρον.
- **Η χαράδρα του Βίκου με τα υπέροχα μονοπάτια παραμένει αναξιοποίητη**, ο κόσμος δεν την γνωρίζει, ενώ θεωρείται πολύ σημαντικότερη της διάσημης χαράδρας και του φαραγγιού της Σαμαριάς στην Κρήτη, η οποία έχει αξιοποιηθεί και προβληθεί κατάλληλα σε ολόκληρο τον κόσμο.

- **Η περιοχή των Ζαγοροχωρίων παρουσιάζει μεγάλες ανομοιομορφίες.** Ενώ έχουν αναπτυχθεί ιδιαίτερα το Κεντρικό και Δυτικό Ζαγόρι, το Ανατολικό παραμένει τελείως αναξιοποίητο. Χρειάζεται να μπουν σωστές βάσεις υποδομής στην περιοχή. Στην περιοχή έχουν δημιουργηθεί μονοπάτια από την λίμνη του Αώου, τα οποία είναι προσιτά από την περιοχή του Μετσόβου. Τα 46 χωριά του Ζαγοροχωρίου έχουν οπτική επαφή μεταξύ τους, και μονοπάτια που τα συνδέουν, όμως χρειάζονται ιδιαίτερη ανάδειξη και προσοχή.
- **Η περιοχή της Κόνιτσας έχει ανάγκη από ξενοδοχειακή υποδομή.** Ως εκ τούτου δεν μπορεί να έχει οργανωμένο τουρισμό, λόγω έλλειψης κατάλληλων καταλυμάτων ικανών να φιλοξενήσουν αρκετό αριθμό τουριστών.
- **Ο ορεινός όγκος των Τζουμέρκων που περιλαμβάνει τα πιο καλοδιατηρημένα χωριά δεν έχει αναπτυχθεί όσο θα έπρεπε.** Η περιοχή προσφέρεται για τουρισμό περιπέτειας, όμως λίγα από τα χωριά έχουν τουριστική κίνηση το καλοκαίρι, ενώ τα υπόλοιπα δεν έχουν υποδομή και είναι κυρίως εγκαταλελειμμένα.
- **Τα αθλήματα περιπέτειας που θεωρούνται μεγάλοι πόλοι έλξης,** ειδικότερα για τους ξένους (Γερμανοί, Αυστριακοί) **δεν μπορούν να προβληθούν ανάλογα διότι δεν έχει αναπτυχθεί η σωστή υποδομή που θα μπορέσει να τα φιλοξενήσει.** Στην περιοχή γίνονται αγώνες kayak, rafting, αλεξίπτωτο (parapente), ο δε ποταμός Αώος θεωρείται από τα πιο δύσκολα ποτάμια της Ευρώπης, γεγονός που θα μπορούσε να αξιοποιηθεί σε πρωταθλητισμό. Στα μέρη όμως αυτά όπου διεξάγονται τα αθλήματα δεν υπάρχει κανενός είδους υποδομή (Άραχος) ούτε και κατάλληλες προσβάσεις για να κατεβαίνουν κάτω τα κανό, τα οποία αναγκάζονται οι αθλητές να κουβαλάνε σε μεγάλη απόσταση.
- **Σχετικά με τα χιονοδρομικά κέντρα** επίσης **υπάρχουν προβλήματα υποδομών και φυσικών καταστάσεων.** Τα δύο χιονοδρομικά κέντρα του Μετσόβου επηρεάζονται από την τεχνητή λίμνη του φράγματος του Αώου και λιώνουν τα χιόνια τους πολύ γρηγορότερα από το κανονικό, με αποτέλεσμα να μη μπορεί να διεξαχθεί σκι στις πίστες τους. Το Περιστέρι, το χιονοδρομικό κέντρο δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμη. Το δε χιονοδρομικό κέντρο της Βασιλίτσας που θεωρείται πιο οργανωμένο, ανήκει κατά το μεγαλύτερο μέρος του στα Γρεβενά, τα οποία το αξιοποίησαν πολύ περισσότερο από ότι οι Ηπειρώτες το δικό τους κομμάτι.

- Ακόμη στα προαναφερόμενα χιονοδρομικά οι υποδομές δεν θεωρούνται ικανοποιητικές σε σημείο που να τραβήξουν χιονοδρομικό τουρισμό από χώρες που έχουν παράδοση σε αυτού του είδους του σπορ (Γερμανούς, Αυστριακούς, Ελβετούς) με τα άψογα οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα.
- **Χρειάζεται ανάδειξη ο θρησκευτικός τουρισμός της Ηπείρου.** Η περιοχή θεωρείται Βυζαντινό Δεσποτάτο με κυριαρχούσα μορφή την περιοχή της Άρτας. Το Βυζάντιο και ο πολιτισμός του θεωρούνται πολύ σημαντικά από τους ξένους και θα μπορούσε το στοιχείο αυτό να αναδειχθεί ιδιαίτερα στην περιοχή. Για να γίνει όμως αυτό θα πρέπει να αναδειχθούν οι υπέροχες Βυζαντινές εκκλησίες και τα μοναστήρια που βρίσκονται παντού.
- **Η υπέροχη πόλη της Πάργας έχει υποβαθμιστεί πολύ με την ανεξέλεγκτη αύξηση δωματίων στην περιοχή της,** με αποτέλεσμα να προσελκύει πλέον τουρισμό χαμηλών εισοδημάτων. Το γεγονός αυτό με τα υποβαθμισμένα δωμάτια έχει αντίκτυπο και στις καλές ξενοδοχειακές μονάδες της περιοχής, οι οποίες συγκεντρώνουν τουρισμό υψηλού επιπέδου, πλην όμως αυτού του είδους οι τουρίστες δεν θέλουν να συμβιώσουν με το χαμηλό επίπεδο στο οποίο βρίσκεται η περιοχή, διότι ακόμη και οι υπόλοιπες τουριστικές υπηρεσίες τείνουν να υποβαθμιστούν.
- **Το Νεκρομαντείο στον Αχέροντα είναι τελείως αναξιοποίητο** και έχει ανάγκη από ένα στέγαστρο. Στην περιοχή υπάρχει μόνο ένας φύλακας, ο οποίος δεν μπορεί να εξυπηρετήσει τους ξένους τουρίστες. Δεν υπάρχουν κάποια πληροφοριακά έντυπα, ώστε να πληροφορήσουν σωστά τον τουρίστα. Παρατηρείται το φαινόμενο να έρχονται ξένοι από τις πατρίδες τους με οδηγούς στα χέρια για το Νεκρομαντείο να μην υπάρχει κανένα σχετικό πληροφοριακό έντυπο.
- Το ίδιο γεγονός βέβαια ισχύει και με τις **περισσότερες αρχαιότητες που βρίσκονται αναξιοποίητες σε όλη την Περιφέρεια της Ηπείρου.** Η υπέροχη Αρχαία Νικόπολη είναι αφημένη στην τύχη της.
- **Δεν υπάρχει ένας σωστός και καινούριος χάρτης της Ηπείρου, δεν υπάρχουν ποιοτικά και ολοκληρωμένα τουριστικά φυλλάδια και οδηγοί της Περιφέρειας σαν σύνολο.** Υπάρχουν μόνο τοπικοί οδηγοί και χάρτες μεμονωμένων περιοχών.

**Σαν συμπέρασμα αναφέρουμε ότι θα πρέπει να μουν βάσεις για τον τουρισμό στην Περιφέρεια της Ηπείρου, να δημιουργηθούν οι σωστές υποδομές και να γίνει η σωστή προβολή της περιοχής τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό.**

Θεωρείται πολύ σημαντικό να τονιστεί ότι η προβολή αυτή θα πρέπει να γίνει σε επίπεδο Περιφέρειας και όχι τοπικά, όπως γίνεται τώρα. Έτσι η Ήπειρος θα καταφέρει σαν ενιαίος τουριστικός χώρος να καταστεί στους τουρίστες στο σύνολο της και όχι τμηματικά. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να τυπωθεί χάρτης όλης της περιοχής και όχι μόνο τοπικοί και επίσης πλήρεις οδηγοί που θα αναφέρονται στην Ήπειρο σαν ενότητα και όχι σαν μεμονωμένα κομμάτια διαφορετικών περιοχών.

Με την βελτίωση των τωρινών αδυναμιών που παρουσιάζονται, το αποτέλεσμα θα είναι η Ήπειρος να αναπτυχθεί τουριστικά σε όλη της την περιφέρεια με εναλλακτικά πακέτα τουρισμού που θα συνδέουν το βουνό με την θάλασσα, την περιπέτεια με τις διακοπές, την ιστορία με το σύνολο των πόρων.

Μέχρι τώρα η ανάπτυξη περιορίζεται σε συγκεκριμένα τουριστικά μέρη, τα όπου θα προσφέρουν ή θάλασσα ή βουνό, αλλά όχι τον συνδυασμό τους με αποτέλεσμα να είναι άγνωστες υπέροχες περιοχές της Ηπείρου στους περισσότερους τουρίστες.

Για την υλοποίηση όλων των ανωτέρω κρίνεται απαραίτητο να δημιουργηθεί ένας Ενιαίος Φορέας Τουρισμού σε επίπεδο Περιφέρειας, όπου θα μετέχουν Δήμοι, Νομαρχίες, ΕΟΤ, ξενοδόχοι, και όλοι οι υπόλοιποι εμπλεκόμενοι με τον τουρισμό φορείς.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – Μανώλης Κων. Σφακιανάλης εκδ. “ ΕΛΛΗΝ ” 2000
2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΙ  
Αποκέντρωση Στέλιος Βαρβαρέσος εκδ. ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ Πρώτη έκδοση Ιούλιος 1999
3. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ έννοιες, μεγέθη, δομές Στέλιος Βαρβαρέσος Β΄έκδοση Μάιος 2000
4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΗΠΕΙΡΟΣ έτος 2002
5. Οι προοπτικές ανάπτυξης των λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών της Ευρώπης 1<sup>ο</sup> ΔΙΕΘΝΕΣ  
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΠΡΕΒΕΖΑ 24 – 25 ΜΑΪΟΥ 2001
6. ΣΤΟΙΧΕΙΑ, ΠΙΝΑΚΕΣ, ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΠΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ  
Α.Ε.