

Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

**Θ Ε Μ Α:**

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΙΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ  
ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ

**Δ Ο Μ Η Θ Ε Μ Α Τ Ο Σ:**

1. Στρατηγικός προγραμματισμός
2. Τουριστική Ανάπτυξη (βάση στρατηγικού προγραμματισμού)
3. Εφαρμογή στο νομό Αιτωλοακαρνανίας

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:**

Αρβανιτάκος Κων/νος - Ανδρέας  
Χρήστου Αναστασία

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:**

Πούντζας Λεωνίδας



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας μας, μας δώθηκε η ευκαιρία σαν σπουδαστές να ψάξουμε και να βρούμε όλα αυτά τα στοιχεία που αφορούν τον στρατηγικό προγραμματισμό, την τουριστική ανάπτυξη βάση του προγραμματισμού αλλά και την τουριστική ανάπτυξη βάση του προγραμματισμού στον Νομό Αιτωλοακαρνανίας.

Έτσι πιστεύουμε να δώσουμε τόσο στους επισκέπτες του Νομού, όσο και στους ίδιους τους πολίτες αυτής της Πόλης να επισημάνουν το πως μπορεί να αναπτυχθεί ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας και με ποιές δυνατότητες και καθότι με δική τους θέληση να τους εφαρμόσουν.

Ευχαριστούμε όλους όσους βοήθησαν για να συγκεντρώσουμε όλα τα στοιχεία που αφορούν αυτό τον τόπο και ευχαριστούμε τον καθηγητή μας που ήταν και εισηγητής αυτής της εργασίας, που μας έδωσε αυτή την ευκαιρία να γνωρίσουμε το Νομό Αιτωλοακαρνανίας καλύτερα απ'όλες τις σκοπιές του.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελ.

### ΠΡΟΛΟΓΟΣ

### ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ

#### ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

- Έννοια προγραμματισμού .....	1
- Ορισμός του στρατηγικού προγραμματισμού .....	2
- Στάδια διαδικασίας στρατηγικού προγραμματισμού .....	4
- Εξωτερικό περιβάλλον της επιχ/σης .....	5
- Εσωτερικό περιβάλλον της επιχ/σης .....	7
- Προσδιορισμός των στόχων της επιχ/σης .....	8
- Ανάπτυξη εναλλακτικών στρατηγικών .....	10
- Αξιολόγηση των εναλλακτικών στρατηγικών .....	11
- Επιλογή της στρατηγικής .....	12
- Εφαρμογή του στρατηγικού προγραμματισμού .....	15

### ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

#### ΓΕΝΙΚΑ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

- Τουριστική ανάπτυξη μέσω προγραμματισμού .....	19
- Διακρίσεις προγραμμάτων τουριστικού προγραμματισμού .....	21
- Στρατηγική του τουριστικού προγραμματισμού .....	23
- Αίτια τουριστικής ανάπτυξης .....	36
- Διακρίσεις του τουρισμού σε είδη και μορφές .....	38
- Τουριστικά κίνητρα - Προσόντα .....	44
- Επαγγελματικός τουρισμός .....	52
- Προϋποθέσεις ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού .....	58
- Προτάσεις για τον επαγγελματικό τουρισμό .....	60

### ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

#### ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΝΟΜΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ

- Περίπατο στον Νομό Αιτωλοακαρνανίας .....	66
- Προτάσεις για την επίτευξη της τουριστικής ανάπτυξης στο νομό Αιτωλοακαρνανίας .....	77

## ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ

### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

#### Έννοια του προγραμματισμού

Στην επιχειρηματική σφαίρα της σημερινής μας κοινωνίας έχει αποδειχθεί ότι η κάθε δραστηριότητα των επιχειρήσεων θα πρέπει να είναι μελετημένη και να βασίζεται σε σχέδια που πρέπει να γίνονται για να υπάρχουν επιθυμητά αποτελέσματα.

Οι επιχειρήσεις γενικά θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψιν τους τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά (π.χ. προσφορά και ζήτηση ή ανάλογες ποσότητες κόστος προϊόντος κλπ) να καταρτίζουν κάποιο σχέδιο πάνω στο οποίο θα προχωρούν για να πετύχουν το σκοπό τους, μερικά ή ολικά, μέσα σε ορισμένο χρονικό διάστημα. Σε περίπτωση που πετύχουν τον σκοπό τους ολικά θα πρέπει να καταφύγουν σ'άλλα νέα στοιχεία ή άλλες δραστηριότητες που θα τους κάνουν να φτάσουν σε ακόμη καλύτερα αποτελέσματα (όπως μεγιστοποίηση του κέρδους τους ή κατάκτηση της αγοράς κλπ). >>

Σε περίπτωση που πετύχουν μερικά μόνο, από τα αποτελέσματα που'χουν σαν στόχο θα πρέπει σιγά-σιγά με πολλές προσπάθειες, νέες προσεγγίσεις, καινούργια πλάνα να μπορέσουν να επιτύχουν και αυτές το αποτέλεσμα που'χουν φανταστεί. Σαν συμπέρασμα από αυτά είναι ότι

---

<sup>1</sup> Εργασία για τον προγραμματισμό αποφάσεως "Εφαρμόζω το Μάρκετινγκ" του Κώστα Αρβανιτάκη, σελ. 1-2

όλες οι επιχ/σεις είτε είναι μεγάλες είτε είναι μικρές θα πρέπει να προγραμματίσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και να βαδίσουν πάνω σε κάποιο πλάνο προκατασκευασμένο, για να τους αποφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα

Αυτό το πλάνο θα πρέπει να απαρτίζεται από τους στόχους που θα 'χει θέσει η επιχ/ση και το πως θα πρέπει να δράσει, για να πραγματοποιήσει αυτούς.

Από τα παραπάνω μπορούμε να δώσουμε έναν γενικό ορισμό του προγραμματισμού.

Προγραμματισμός είναι μία εργασία η οποία γίνεται από ανώτερα κλιμάκια μιας επιχείρησης, καθορίζει ορισμένους στόχους, αλλά και αναλύει τους τρόπους και τις ενέργειες που θα χρειαστούν, για την επίτευξη αυτών των στόχων, μέσα σε κάποιο ορισμένο χρονικό διάστημα. Με τον προγραμματισμό οι επιχειρήσεις μπορούν να πετύχουν μείωση του κόστους, αύξηση της αποδοτικότητας, καθορισμό των στόχων της επιχειρήσεως καθώς και άλλα.

### **Ορισμός Στρατηγικού προγραμματισμού**

↓ « Γενικότερα για τον προγραμματισμό υπάρχουν διάφοροι τρόποι. Συνοψίζοντάς τους μπορούμε να έχουμε τον ορισμό του στρατηγικού προγραμματισμού ως εξής:

Στρατηγικός προγραμματισμός είναι η διαδικασία που:

α) εντοπίζει τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που προέρχονται μέσα από το περιβάλλον της επιχ/σης.

---

↓ Προγραμματισμός Δράσεως Επιχ/σεων. Βιβλίο του Κιόχου - Παπα-νικολάου από σελ. 22.

β) εντοπίζει τις αδυναμίες και δυνατότητες της επιχ/σης.

γ) προσδιορίζει τους στόχους και προτείνει εναλλακτικές στρατηγικές με προϋπόθεση να'ναι συνεπής με τους πόρους και τις δυνατότητές της.

δ) επιλέγει την καλύτερη στρατηγική για την επίτευξη στόχων, αξιολογώντας τις εναλλακτικές στρατηγικές.

Προχωρεί στην εφαρμογή και έλεγχο της στρατηγικής που έχει επιλέξει για την πραγματοποίηση των στόχων της επιχ/σης.>>

### **Εξέλιξη του Στρατηγικού προγραμματισμού**

Ο προγραμματισμός από τότε που εφαρμόζεται έχει περάσει τα εξής στάδια εξέλιξης:

- α) Στάδιο 1ο προϋπολογιστικός προγραμματισμός
- β) Στάδιο 2ο προγραμματισμός βάση προβλέψεων.
- γ) Στάδιο 3ο μακροχρόνιος προγραμματισμός.
- δ) Στάδιο 4ο στρατηγικός προγραμματισμός.

Το στάδιο του Στρατηγικού Προγραμματισμού αποτελεί την πρόσφατη εξέλιξη του προγραμματισμού.

Ο στρατηγικός προγραμματισμός περιλαμβάνει τις διαδικασίες του Μακροχρόνιου προγραμματισμού, δηλαδή τα επιτελικά στελέχη επιλέγουν την πιο πιθανή εκτίμηση και διάγνωση του μελλοντικού περιβάλλοντος, όπως είναι, τις δυνατότητες και τις αδυναμίες θα'χει μία επιχ/ση. Επίσης αναπτύσσει πολλές εναλλακτικές στρατηγικές, αξιολογεί τις στρατηγικές αυτές και επιλέγει την καλύτερη στρατη-

---

† Ανάλυση και διάγνωση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχ/σης Προγραμματισμός Δράσεως Επιχ/σεων. Κιόχου - Παπανικολάου σελ. 24.

γική για την επίτευξη των στόχων της επιχ/σης και προχωρεί στην εφαρμογή και τον έλεγχο της στρατηγικής που έχει επιλέξει. Η ολοκληρωμένη αυτή προσέγγιση στον προγραμματισμό συμπληρώνεται με την παρουσία δύο στοιχείων.

1. Της διάχυσης της στρατηγικής σκέψεως σ'όλες τις δραστηριότητες της επιχ/σης.
2. Διασυνδέσεις όλων των δραστηριοτήτων της επιχ/σης διαμέσω του προγραμματισμού.

Ο στρατηγικός προγραμματισμός έχει πολλούς λόγους που επιβάλλουν επιτακτική, την χρησιμοποίησή του για τις σύγχρονες επιχ/σεις. Για παράδειγμα η συνεχής και η ταχεία αλλαγή σημαντικών συνθηκών, όπως ο οικονομικός, ο κοινωνικός, ο τεχνολογικός θέτει τον στρατηγικό προγραμματισμό απαραίτητο για την επιβίωση των επιχ/σεων. Ακόμη μία σωστή διαδικασία στρατηγικού προγραμματισμού αποτελεί την βάση της συνεργασίας όλων των μελών μιας επιχ/σης για την επίτευξη των κοινών στόχων. Επίσης ο στρατηγικός προγραμματισμός παρέχει στα διευθυντικά στελέχη και σ'όλους τους εργαζόμενους σαφείς στόχους για το μέλλον της επιχ/σης που εργάζονται. Αυτό τις περισσότερες φορές τους κάνει να αποδίδουν καλύτερα γιατί γνωρίζουν τι ακριβώς θέλει η επιχ/ση από αυτούς. >>

### **Στάδια διαδικασίας Στρατηγικού Προγραμματισμού**

Ο Στρατηγικός Προγραμματισμός περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

#### *Στάδιο 1ο*

Ανάλυση και διάγνωση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχ/σης.

*Στάδιο 2ο*

Ανάλυση του εσωτερικού Περιβάλλοντος της επιχ/σης

*Στάδιο 3ο*

Προβλέψεις των συνθηκών του εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχ/σης

*Στάδιο 4ο*

Προσδιορισμός των στόχων της επιχ/σης

*Στάδιο 5ο*

Ανάπτυξη εναλλακτικών στρατηγικών

*Στάδιο 6ο*

Αξιολόγηση των εναλλακτικών στρατηγικών

*Στάδιο 7ο*

Επιλογή της στρατηγικής ή στρατηγικών

*Στάδιο 8ο*

Εφαρμογή της στρατηγικής ή στρατηγικών

*Στάδιο 9ο*

Εκτίμηση και έλεγχος της επιλεγείσης στρατηγικής

**Εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης**

«Το εξωτερικό περιβάλλον περιλαμβάνει παράγοντες που δεν προέρχονται από την ίδια την επιχ/ση, αλλά έξω απ' αυτήν. Οι σπουδαιότεροι από αυτούς τους παράγοντες θα λέγαμε ότι είναι οι κοινωνικοί, οικονομικοί, τεχνολογικοί, κρατικοί, νομικοί και γεωγραφικοί.

Ξεχωρίζοντας τρεις βασικούς εξωτερικούς παράγοντες θα βλέπαμε το βαθμό που επηρεάζουν μια επιχ/ση.



## **A) Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ**

Η οικονομική κατάσταση μιας χώρας σίγουρα επηρεάζει τις στρατηγικές μιας επιχ/σης. Ειδικότερα οι οικονομικοί παράγοντες θα πρέπει να αναλυθούν από τους επιτελείς της επιχ/σης είναι:

α) Φάση του οικονομικού κύκλου, δηλαδή φάση οικονομικής ύφεσης, ανάκαμψης, ευημερίας.

β) Οι πληθωριστικές και αντιπληθωριστικές τάσεις σε τιμές προϊόντων και υπηρεσιών.

γ) Η νομισματική πολιτική, τα επιτόκια, η υποτίμηση, ή η ανατίμηση του νομίσματος, σε σχέση με ξένα νομίσματα.

δ) Το ισοζύγιο πληρωμών, τα πλεονάσματα ή ελλείμματα σε σχέση με το εξωτερικό εμπόριο.

## **B) ΟΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ**

Αφορούν τις σύγχρονες επιστημονικές και μηχανικές αρχές που είναι ενσωματωμένες στις μεθόδους παραγωγής, καθώς επίσης και την πρόοδο της σχεδίασης των προϊόντων. Με βάση αυτά και δεδομένη όμως την εξελικτική πορεία της Αγοράς, έχουμε συνεχώς κάποιες τεχνολογικές μεταβολές που εμφανίζονται είτε με την μορφή βελτίωσης μεθόδων παραγωγής, είτε ως νέα προϊόντα ή υπηρεσίες. Πρέπει να έχουμε τελικώς συνέχεια στο μυαλό μας ότι η τεχνολογική ανάπτυξη επηρεάζει τον κύκλο ζωής ενός προϊόντος.

Άλλος ένας από τους εξωτερικούς παράγοντες είναι ο γεωγραφικός. Δηλαδή πρέπει να εξεταστεί εάν υπάρχουν

σ' άλλες γεωγραφικές περιοχές οι καλύτερες συνθήκες για την πραγματοποίηση των σκοπών μιας επιχ/σης.

Λόγοι που μπορεί να επηρεάσουν το γεωγραφικό παράγοντα είναι η μεταβολή στο γενικό πληθυσμό, οι καλύτερες συνθήκες προσφοράς εργασίας, τα κόστη να'ναι χαμηλότερα κ.ο.κ. >>

### **Εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης**

Στο εσωτερικό περιβάλλον θα εξετάσουμε τους πόρους της ίδιας της επιχείρησης, για να αναγνωριστούν οι πιθανές δυνατότητες και αδυναμίες της. Επίσης θα προσδιορίσουμε τα στρατηγικά πλεονεκτήματα βάση των οποίων η επιχείρηση θα'ναι σε θέση να εκμεταλλευτεί με τον καλύτερο τρόπο τις ευκαιρίες που της παρουσιάζονται και παράλληλα να αντιμετωπίσει τους κινδύνους του περιβάλλοντος. Σ' αυτό το στάδιο ο εσωτερικός προγραμματισμός βοηθά κυρίως τα επιτελικά στελέχη να αναπτύξουν τις επιδεξιότητές τους, και να τον χρησιμοποιήσουν για την ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχ/σης. Μια πορεία ελέγχου, περιλαμβάνει τους παρακάτω παράγοντες:

1. Οργανωτική διάρθρωση
2. Ποσότητα και ποιότητα προσωπικού
3. Χρηματοοικονομική θέση
4. Σειρά προϊόντος
5. Ανταγωνιστική θέση
6. Κατάσταση παραγωγικών εγκαταστάσεων και εξοπλισμός
7. Μάρκετινγκ και διανομή

8. Έρευνα και ανάπτυξη

9. Στόχοι και στρατηγικές, που έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρηση στο παρελθόν.

### **Προβλέψεις των εξωτερικών και εσωτερικών συνθηκών**

Μια επιχ/ση έχει την υποχρέωση όχι μόνο να αναλύσει τις παρούσες συνθήκες του περιβάλλοντος αλλά πρέπει και να κάνει προβλέψεις όσον αφορά την διαμόρφωση των μελλοντικών συνθηκών. Όσο και να'ναι μικρή η πιθανότητα σφάλματος μέσα από τον προγραμματισμό πρέπει να γίνονται προβλέψεις για το μελλοντικό περιβάλλον. Για τις προβλέψεις των εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι εξής τεχνικές:

1. Πρόβλεψη Οικονομικού περιβάλλοντος
2. Τεχνολογική πρόβλεψη
3. Κοινωνική πρόβλεψη
4. Πρόβλεψη κρατικών - νομικών παραγόντων
5. Ποιοτικές μέθοδοι πρόβλεψης

### **Προσδιορισμός των στόχων της επιχ/σης**

#### **Ορισμός του στόχου**

↓ « Στόχος είναι το επιθυμητό αποτέλεσμα, το οποίο προσπαθεί να επιτύχει η επιχ/ση μέσα από μία σειρά προγραμματισμένων ενεργειών που τείθονται μέσα σ'ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Οι στόχοι έχουν σαν σκοπό να

---

↓ Προγραμματισμός δράσεως επιχ/σεων Κιόχου - Παπανικολάου σελ. 56.

μετατρέψουν ένα μέρος σκοπών και ιδεών σε ενέργεια και δράση.

### ***Ιεραρχία του στόχου***

Στους στόχους πρέπει να υπάρχει μια σειρά προτεραιοτήτων. Ο κυριότερος στόχος πάει στο ανώτερο επίπεδο μιας πυραμίδας προτεραιοτήτων, μετά ακολουθούν οι στόχοι των κλάδων μονάδων της επιχείρησης, έπειτα έχουμε τους στόχους σε μικρότερες υποδιαιρέσεις των τμημάτων και τέλος του ατομικούς στόχους. Ακόμα οι στόχοι χωρίζονται σε μακροχρόνιους, μεσοπρόθεσμους και βραχυχρόνιους.

### ***Διαμόρφωση του στόχου***

Η διαμόρφωση του στόχου περιλαμβάνει τα παρακάτω τέσσερα στάδια:

α) Αναγνώριση των περιοχών που πρέπει να θέσουμε στόχους

β) Προσδιορισμός χρονικού διαστήματος που πρέπει να καλυφθεί ο στόχος

γ) Καθορισμός του μεγέθους του στόχου

δ) Γραπτή διατύπωση του στόχου

### **Παράγοντες που επηρεάζουν την διαμόρφωση του στόχου**

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την διαμόρφωση του στόχου είναι οι εξής:

α) Οι πραγματικές καταστάσεις του περιβάλλοντος εκτός επιχ/σης καθώς και οι συσχετίσεις εξουσίας ομάδων εκτός επιχ/σης.

β) Οι πραγματικές καταστάσεις των πόρων της επιχ/σης καθώς και οι συσχετίσεις μεταξύ της εξουσίας των ομάδων εντός της επιχ/σης.

γ) Το σύστημα αξιών των ανωτάτων επιτελικών και διευθυντικών στελεχών.

δ) Οι στόχοι των προηγούμενων ετών καθώς και ο ρυθμός ανάπτυξης της επιχ/σης επηρεάζουν το σχηματισμό των στόχων.

### **Χαρακτηριστικά στοιχεία των στόχων**

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά στοιχεία και κριτήρια που πρέπει να ανταποκρίνονται οι στόχοι είναι:

α) Οι στόχοι είναι αποτέλεσμα συμμετοχικής διαδικασίας

β) Οι στόχοι πρέπει να'ναι ρεαλιστικοί

γ) Οι στόχοι πρέπει να'ναι συνεπείς

δ) Οι στόχοι πρέπει να'χουν προτεραιότητες

ε) Οι στόχοι πρέπει να'ναι σαφείς και συγκεκριμένοι

στ) Οι στόχοι παρέχουν τα κριτήρια για την μέτρηση της απόδοσης της επιχείρησης

ζ) Οι στόχοι βοηθούν στον συντονισμό

η) Οι στόχοι αποσπούν δεσμεύσεις.>>

### **Ανάπτυξη εναλλακτικών στρατηγικών**

<sup>1</sup> Η στρατηγική είναι μία τεχνική για να επιτευχθούν στόχοι όμως και η καταλληλότερη στρατηγική μπορεί να

---

<sup>1</sup> Προγραμματισμός δράσεως επιχ/σεων Κιόχου - Παπανικολάου σελ. 108-113.

αλλάξει. Για να επιλεχθεί η πιο κατάλληλη στρατηγική πρέπει πρώτα να'χουν προσδιοριστεί οι εναλλακτικές στρατηγικές. Οι σπουδαιότερες εναλλακτικές στρατηγικές είναι οι εξής:

1. Στρατηγική Σταθερής Ανάπτυξης
2. Στρατηγική Ανάπτυξης
3. Κάθετη Ολοκλήρωση
4. Στρατηγική Συγχωνεύσεων
5. Στρατηγική κοινοπραξιών
6. Στρατηγική Δημιουργίας διαθεσίμων
7. Στρατηγική Άμυνας
8. Στρατηγική συνδυασμού >>

### **Αξιολόγηση των εναλλακτικών Στρατηγικών**

« Αφού εξεταστούν οι προοπτικές για το μέλλον (πραγματοποιηθούν αναλύσεις εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος και καθοριστούν οι στόχοι) πρέπει να αξιολογιστούν οι εναλλακτικές στρατηγικές. Πρέπει πρώτα να ασχοληθούμε με την αξιολόγηση της στρατηγικής σε επίπεδο επιχ/σης και μετά σε επίπεδο τμημάτων μονάδων. Η στρατηγική έχει σκοπό να οδηγήσει την επιχ/ση από την θέση που βρίσκεται σήμερα, στην θέση που αποφασίσαμε να την κατευθύνουμε. Η αξιολόγηση των εναλλακτικών στρατηγικών γίνεται για να βοηθήσει τους υπευθύνους στην επιλογή της στρατηγικής, που θα'χει τις περισσότερες πιθανότητες να οδηγήσει την επιχ/ση στους στόχους που'χει

---

↑ Προγραμματισμός δράσεως επιχ/σεων Κιόχου - Παπανικολάου, σελ. 114-116.

θέσει. Μερικές από τις περισσότερες διαδεδομένες τεχνικές για την αξιολόγηση εναλλακτικών στρατηγικών είναι η ανάλυση χαρτοφυλακίου προϊόντων, η τεχνική της General Electric, η τεχνική της Dutch/shell και η τεχνική του Hotel. >>

### **Επιλογή της στρατηγικής**

Ο καθορισμός των εναλλακτικών στρατηγικών όπως επίσης είναι η αξιολόγηση των εναλλακτικών στρατηγικών είναι και οι προϋποθέσεις για την επιλογή της στρατηγικής.

Η επιλογή της στρατηγικής έχει ως σκοπό την λήψη της απόφασης για την αξιολόγηση μιας συγκεκριμένης εναλλακτικής στρατηγικής.

Μερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή της στρατηγικής αναφέρονται παρακάτω:

#### *α) Προηγούμενες επιχ/κές στρατηγικές*

Στις περισσότερες επιχ/σεις χρησιμοποιούνται σαν σημεία αναφοράς οι προηγούμενες στρατηγικές. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ο αριθμός των εναλλακτικών στρατηγικών να μειώνεται αισθητά αφού βασίζονται στις στρατηγικές του παρελθόντος.

*β) Διαθέσεις, συμπεριφορά επιτελικών στελεχών που αναλαμβάνουν κινδύνους*

*γ) Καμμία μέθοδος αξιολόγησης στρατηγικής δεν μπορεί να εξαλείψει τον κίνδυνο στην τελική απόφαση επιλογής της στρατηγικής. Επενδύοντας σήμερα με την αναμονή μελλοντικών αποτελεσμάτων σίγουρα είναι μια*

---

↓ Προγραμματισμός δράσεως επιχ/σεων Κιόχου - Παπανικολάου, σελ. 164-165, 168.

δραστηριότητα ανάληψης κινδύνου. Τα επιτελικά στελέχη αναπτύσσουν διαθέσεις που μπορούν να επηρεάσουν την επιλογή στρατηγικής. Ανάλογα με την συμπεριφορά των επιτελικών στελεχών επιλέγονται στρατηγικές. Υπάρχουν επιτελικά στελέχη που αποφεύγουν τους κινδύνους και βασίζονται σε προηγούμενες στρατηγικές και υπάρχουν στελέχη που αναλαμβάνουν κινδύνους, παίρνουν ρίσκο και εξετάζουν εναλλακτικές στρατηγικές.

*δ) Βαθμός εξάρτησης της επιχείρησης από εξωτερικούς παράγοντες*

Οι επιχειρήσεις ως γνωστό υπάρχουν μέσα σ'ένα περιβάλλον από ανταγωνιστές, κράτος, μετόχους και γενικότερα την κοινωνία με τους θεσμούς της. Αυτοί είναι παράγοντες που επηρεάζουν την διαδικασία επιλογής στρατηγικής. Η επιλογή στρατηγικής είναι δηλαδή αποτέλεσμα της αλληλοεπίδρασης αυτών των παραγόντων στην επιχείρηση.

*ε) Σχέσεις εξουσίας*

Η εξουσία του ανώτατου επιτελικού στελέχους, επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την επιλογή των στρατηγικών. Στις περισσότερες επιχειρήσεις όταν ένα δυναμικό ανώτατο επιτελικό στέλεχος υποστηρίζει μια συγκεκριμένη στρατηγική, τότε συνήθως η στρατηγική αυτή επιλέγεται.

*στ) Συμπεριφορά των ανταγωνιστών*

Ένας σημαντικός παράγων ο οποίος επηρεάζει την επιλογή της στρατηγικής είναι η συμπεριφορά των ανταγωνιστών. Σαν παράδειγμα δίνουμε την I.B.M της



οποίας η συμπεριφορά επηρεάζει τις επιλογές όλων των επιχειρήσεων στην βιομηχανία ηλεκτρονικών υπολογιστών.

*ζ) Διαθέσιμος χρόνος για την επιλογή στρατηγικής*

Ο διαθέσιμος χρόνος των στελεχών που παίρνουν τις αποφάσεις είναι άλλος ένας παράγοντας που επηρεάζει την τελική επιλογή στρατηγικής. Όταν υπάρχει πίεση χρόνου, τότε περιορίζεται ο αριθμός των εναλλακτικών στρατηγικών που μπορούν να εφαρμοστούν. Όταν όμως υπάρχει ο καθορισμός του χρόνου, τότε αυτό δημιουργεί ένα σημαντικό παράγοντα για την εφαρμογή της σωστής στρατηγικής.

*η) Επίδραση των κατώτερων βαθμίδων στελεχών καθώς και των υπευθύνων στελεχών για τον στρατηγικό προγραμματισμό.*

Τα κατώτερων βαθμίδων διευθυντικά στελέχη καθώς και τα υπόλοιπα στελέχη είναι υπεύθυνα για τον προγραμματισμό και επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό την επιλογή στρατηγικής.>>

**Εκτίμηση και έλεγχος της επιλεχθείσας στρατηγικής**

<sup>1</sup> «Το τελευταίο στάδιο της διαδικασίας του στρατηγικού προγραμματισμού είναι η εκτίμηση και ο έλεγχος της στρατηγικής, είναι η φάση δηλαδή του προγραμματισμού που τα επιτελικά στελέχη προσπαθούν να βεβαιωθούν ότι η στρατηγική που επιλέχθηκε εφαρμόζεται σωστά και επιτυγχάνει τους στόχους. Όταν δεν εφαρμόζεται σωστά η στρατηγική τότε τίθεται ως επιτακτική η ανάγκη ύπαρξης διαδικασίας ελέγχου της στρατηγικής.

---

<sup>1</sup> Προγραμματισμός δράσεως επιχ/σεων Κιόχου - Παπανικολάου, σελ. 201, 212.

Όσον αφορά την εκτίμηση της στρατηγικής υπάρχουν τα κριτήρια της απόδοσής της. Τα κριτήρια αυτά χωρίζονται στις εξής δύο κατηγορίες: τα ποιοτικά κριτήρια εκτίμησης και τα ποσοτικά κριτήρια εκτίμησης. Στα ποιοτικά κριτήρια παίρνονται υπ' όψιν οι εξής παράγοντες: α) συνέπεια, β) καταλληλότητα, γ) λειτουργικότητα. Τα ποσοτικά κριτήρια εκτίμησης καθορίζονται με βάση τους εξής παράγοντες: α) παραγωγή, β) χρηματοοικονομικά, γ) μάρκετινγκ καθώς και διάφορα άλλα κριτήρια.

Από την εκτίμηση περνάμε στον έλεγχο, στις μεθόδους και στα συστήματα που αφορούν αυτόν. Ο προϋπολογισμός χρησιμοποιείται για ελεγκτικούς σκοπούς και αποτελεί την κατάσταση που διατυπώνει, πρώτον τις απαιτήσεις σε πόρους και δεύτερον τα αναμενόμενα αποτελέσματα καθώς δραστηριότητας τα οποία εκφράζονται ως αξία ή ως ποσότητα. Ο προϋπολογισμός χρησιμοποιείται επίσης και για τον έλεγχο της απόδοσης. Βέβαια, επειδή ο προϋπολογισμός είναι μία πρόβλεψη μπορεί να χρειαστεί αναθεώρηση, διότι οι προβλέψεις δεν μπορεί να είναι πάντοτε σωστές. >>

### **Εφαρμογή του Στρατηγικού Προγραμματισμού**

«Η εφαρμογή του στρατηγικού προγραμματισμού περιλαμβάνει αυτές τις ενέργειες οι οποίες είναι αναγκαίες, για την πραγμάτωση της στρατηγικής που επιλέξαμε.

Οι ενέργειες αυτές είναι:

α) Ανάπτυξη της κατάλληλης οργανωτικής διάρθρωσης. Πρέπει να έχει καθοριστεί αν η παρούσα οργανωτική

διάρθρωση είναι η κατάλληλη για την εφαρμογή της επιλεγούσης στρατηγικής. Εάν όχι τότε πρέπει να εξεταστούν οι αλλαγές που πρέπει να γίνουν για την προσαρμογή στις απαιτήσεις της νέας στρατηγικής.

β) Η κατανομή των πόρων σε διάφορα τμήματα και λειτουργίες

γ) Η ανάπτυξη στρατηγικών για τμήματα και λειτουργίες οι οποίες πρέπει να βρίσκονται σε αρμονία με τις γενικές στρατηγικές της επιχείρησης και να συντελούν στην επίτευξη των στόχων της.

δ) Αποτελεσματική ηγεσία και κίνητρα για καλύτερη αποδοτικότητα

ε) Ανάπτυξη ενός συστήματος ελέγχου για τη διαπίστωση εάν η επιλεγείσα στρατηγική που εφαρμόστηκε, θα επιτύχει στους στόχους μας.

Σαν επίλογο επισημαίνουμε με ιδιαίτερη έμφαση την εξής φράση "ένας καλοδομημένος στρατηγικός προγραμματισμός χωρίς αποτελεσματική εφαρμογή είναι πιθανό να αποτύχει". >><sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Προγραμματισμός δράσεως επιχ/σεων Κιόχου - Παπανικολάου, σελ.179.

## ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ

### ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο τουρισμός σαν φαινόμενο κοινωνικό παρουσίασε τα τελευταία χρόνια αλματώδη ανάπτυξη με αποτέλεσμα η τουριστική κίνηση διεθνώς να παρουσιάσει καταπληκτική αριθμητική άνοδο. Στη χώρα μας αποτελεί μια εκ των σημαντικότερων πλουτοπαραγωγικών πηγών.

Ο τουρισμός εν τη γεννέση του είχε και έχει ως απαραίτητο στοιχείο την τέρψη (ψυχική και πνευματική) που για να ικανοποιηθεί απαιτεί οικονομική δραστηριότητα.

Ο τουρισμός ως φαινόμενο κατάγεται από την αρχαιότητα με την μορφή της "ξενίας". Η βραδεία εξελικτική του πορεία οφείλεται στις κρατούσες κοινωνικοοικονομικές και πολιτικές συνθήκες, στα πρωτόγονα μέσα επικοινωνίας και μεταφοράς στις μη οργανωμένες κοινωνίες στο χαμηλό μορφωτικό επίπεδο καθώς και άλλες παραμέτρους.

Τα παραπάνω έχουν σε σημαντικό βαθμό εξαλειφθεί στις προηγούμενες σήμερα κοινωνίες με αποτέλεσμα ορισμένοι άνθρωποι να συγκαταλέγουν τον τουρισμό μεταξύ των αναγκαίων μέσων διαβίωσης όπως τροφή, ένδυση, κατοικία, μόρφωση. Σ' αυτό συντέλεσαν οι σημερινές συνθήκες διαβίωσης και εργασίας, κυρίως στις μεγαλουπόλεις και στα βιομηχανικά κέντρα που έχουν δημιουργήσει άγχος στον άνθρωπο, τον κουράζουν υπέρμετρα και ζητά διέξοδο για ανακούφιση και απαλλαγή από το καθημερινό "Stress" και τη μονοτονία της μηχανοποιημένης ζωής.

Εξετάζοντας τον τουρισμό οδηγούμαστε να προσδιορίσουμε πρώτα τα τρία βασικά συνθετικά του στοιχεία, που'ναι το άτομο σαν ανθρώπινο στοιχείο του τουρισμού, το χώρο ο οποίος είναι το απαραίτητο φυσικό στοιχείο για τον τουρισμό και τέλος τον χρόνο που αφορά τόσο το ταξίδι όσο και την παραμονή.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα κλάδο της οικονομίας που επηρεάζει και επηρεάζεται από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Ο τουρισμός δεν επηρεάζει μόνο το οικονομικό περιβάλλον αλλά και το περιβάλλον στο οποίο δρα και αναπτύσσεται όπως κοινωνικό, πολιτιστικό, πολιτικό κλπ. Ο τουρισμός σήμερα εάν αναπτυχθεί σωστά και με πρόγραμμα θα φέρει ταχεία οικονομική και όχι μόνο, άνοδο στη χώρα υποδοχής του.

Μιλώντας για την τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα πρέπει να υπογραμμιστούν τα παρακάτω που αφορούν προτάσεις τουριστικής ανάπτυξης όπως επίσης και προτάσεις που αφορούν προβλήματα τουριστικής υποδομής.

1. Πρέπει να αναπτυχθούν τα θέματα που αφορούν την ελληνική πραγματικότητα, συντελώντας έτσι στην βελτίωση παραγόντων και συντελεστών που παρουσιάζουν αρνητικό χαρακτήρα.
2. Πρέπει να δοθεί έμφαση σε θέματα που αφορούν την ελληνική τουριστική εκπαιδευτική πολιτική, για να υπάρχουν ειδικευμένα στελέχη πάνω στα τουριστικά επαγγέλματα.

3. Ακόμα να ασχοληθούμε με την αρνητική επίδοση της τουριστικής πρακτικής στην οικολογία. Τα θέματα του περιβάλλοντος θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με μεγάλη προσοχή.
4. Να υπάρξει κατανόηση και συνεργασία απ' όλους για το συμφέρον του κράτους.
5. Στα πλαίσια γενικής ανάπτυξης των θεμάτων υποδομής κάθε θέμα να διάγεται τόσο από την ανθρώπινη, όσο και από την τεχνολογική υποδομή.

Από τη στιγμή που ο τουρισμός εκτός από τον οικονομικό του χαρακτήρα, έχει όπως είδαμε και παραπάνω ανθρωπιστική κοινωνική, και οικονομική προοπτική είναι φυσικό η επιστημονική θεώρηση του να'ναι μία πραγματικότητα. Αυτή η πραγματικότητα ξεκινάει από την διαίρεση των επιστημονικών κλάδων σχετικά με την μορφή και το περιεχόμενο της τουριστικής δραστηριότητας. Έτσι σήμερα κάνουμε λόγο για την γενική θεωρία του τουρισμού, την τουριστική πολιτική, το τουριστικό δίκαιο, την τουριστική οικονομική, την τουριστική ψυχολογία και το τουριστικό μάρκετινγκ.

### **Τουριστική ανάπτυξη μέσω προγραμματισμού**

Ξεκινώντας από την επιστήμη της τουριστικής οικονομικής γνωρίζουμε ότι για να ικανοποιηθούν οι τουριστικές ανάγκες χρειάζονται μερικές οικονομικές προσπάθειες. Για να'ναι πιο αποτελεσματικές αυτές οι προσπάθειες είναι αναγκαία μια μεθόδευση, ένας σχεδιασμός και μία οργάνωση

όλων εκείνων των μέσων για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών.

Σήμερα για να ανταποκριθεί μία τουριστική μονάδα στις απαιτήσεις του σύγχρονου τουρισμού, χρειάζεται να οργανώσει το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον. Σ' αυτές τις συνθήκες η τουριστική επιχ/ση πρέπει να εφαρμόζει σύγχρονες μεθόδους οργάνωσης, διοίκησης και λειτουργίας.

Το γεγονός αυτό οδήγησε τους υπεύθυνους διαφόρων τουριστικών μονάδων να δανειστούν επιστημονικές και τεχνικές μεθόδους που χρησιμοποιούσαν διάφορες επιχ/σεις, μια τέτοια μέθοδος είναι και ο προγραμματισμός. Με το προγραμματισμό οι υπεύθυνοι των τουριστικών επιχειρήσεων θα'ναι σε θέση να αντιμετωπίσουν θέματα συναλλαγών όπως επίσης και να εκτιμήσουν τις μεταβαλλόμενες συνθήκες της τουριστικής αγοράς καθώς επίσης και τις συνήθειες και προτιμήσεις του τουρίστα.

« Για να'ναι οι ενέργειες του τουριστικού προγραμματισμού αποδοτικές, πρέπει ο φορέας που'ναι υπεύθυνος γι' αυτό το έργο, να ξέρει την δομή που θα δώσει στην οργάνωση και στις λειτουργίες του τουριστικού προγραμματισμού. Για αυτό το λόγο ο υπεύθυνος φορέας για αυτήν την εργασία πρέπει να γνωρίζει τα εξής:

α) την αγορά και τους παράγοντες που δρουν μέσα απ' αυτήν και που την επηρεάζουν.

β) ποιά ενδιαφέροντα για το τουριστικό προϊόν που προσφέρει

γ) την ποσότητα και την ποιότητα που'ναι απαραίτητη για το τουριστικό προϊόν.

δ) τους ανταγωνιστές και τα μέσα που χρησιμοποιούν.

Πάνω σ'αυτή τη βάση θα στηριχθεί ο προγραμματισμός και την οποία θα τηρήσει ο φορέας. >>

### **Τουριστική ανάπτυξη βάση στρατηγικού προγραμματισμού**

Βασικός σκοπός του στρατηγικού προγραμματισμού είναι η ικανοποίηση των τουριστών και η αποκόμιση κέρδους. Ο σκοπός αυτός μπορεί να πραγματοποιηθεί με τον καθορισμό μιας στρατηγικής που πρέπει να ακολουθήσει. Η τεχνική του τουριστικού προγραμματισμού επιδιώκει την ανάπτυξη και διακίνηση μιας ποικιλίας αγαθών για την απόσπαση κέρδους.

Με τον όρο στρατηγική εννοούμε τον προσδιορισμό των μέσων που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη των παραπάνω στόχων. Η στρατηγική χρησιμοποιεί ένα συνδυασμό μέσων που θα χρειαστούν για την πραγματοποίηση των στόχων που'χουν προκαθοριστεί.

### **Διακρίσεις προγραμμάτων τουριστικού προγραμματισμού**

Την στρατηγική που θα ακολουθήσει ένας τουριστικός φορέας την προσδιορίζει ένας υπεύθυνος του Τουριστικού προγραμματισμού καταστρώνοντας ένα πρόγραμμα.

Τα προγράμματα του τουριστικού προγραμματισμού διακρίνονται σε βραχυχρόνια και μακροχρόνια.



### ***Βραχυχρόνια***

Τα βραχυχρόνια προγράμματα είναι διάρκειας ενός χρόνου. Το περιεχόμενο των βραχυχρόνιων προγραμμάτων εντοπίζονται σε θέματα χειρισμού προβλημάτων. Για παράδειγμα οι διαφημιστικές εκστρατείες, οι μεταβολές τιμών κ.α. Τέλος πρέπει να σημειωθεί ότι η δημιουργία των βραχυχρόνιων προγραμμάτων γίνεται μέσα στα πλαίσια ενός μακροχρόνιου προγράμματος με το οποίο συνδέονται.

### ***Μακροχρόνια***

Η διάρκεια των μακροχρόνιων προγραμμάτων είναι από ένα χρόνο και πάνω. Τα μακροχρόνια προγράμματα, περιλαμβάνουν τη γενική πολιτική και τη στρατηγική του προγραμματισμού, και αναφέρονται σε θέματα όπως αύξηση του τμήματος της αγοράς, την τιμολογιακή πολιτική κ.α.

Ο προγραμματισμός έχει μεγάλη σημασία γιατί συντελεί στην επιτυχία οικονομίας και χρόνου καθώς και στο σωστό συντονισμό διαφόρων δραστηριοτήτων. Ο προγραμματισμός όσον αφορά το Τουριστικό Μάρκετινγκ είναι αυθαίρετος γιατί μ'αυτό εξασφαλίζεται η άριστη συνεργασία ανάμεσα στα διευθυντικά όργανα. Η καλύτερη χρησιμοποίηση αυτών των μέσων έχει ως σκοπό την απρόσκοπτη λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης.

## **Στρατηγική του Τουριστικού Προγραμματισμού**

Με τον όρο του στρατηγικού προγραμματισμού εννοούμε τον καθορισμό των μέσων που θα χρησιμοποιηθούν για την πραγματοποίηση των στόχων μας. Προσδιορίζοντας τον συνδυασμό μεταξύ των ανθρώπινων και υλικών μέσων καθορίζεται ένα είδος τουριστικού Μάρκετινγκ, που ονομάζεται Μάρκετινγκ Μιξ (Marketing Mix). Το μάρκετινγκ μιξ αναφέρεται στην εφαρμογή της στρατηγικής του τουριστικού Μάρκετινγκ. Τα βασικά στοιχεία αυτού του είδους που οδηγούν σε μία ολοκληρωμένη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης είναι:

- A) Πολιτική του εφοδιασμού
- B) Πολιτική προϊόντος
- Γ) Πολιτική τιμής
- Δ) Πολιτική διανομής
- E) Πολιτική διαφήμισης
- ΣΤ) Δημόσιες σχέσεις

## **ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ**

<sup>1</sup> «Για να υπάρχει μια τουριστική οικονομική εκμετάλλευση έτσι ώστε να συντελεί στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών, πρέπει να εφοδιάζεται με ορισμένα υλικά. Αυτά τα υλικά ανάλογα με την περίπτωση ποικίλουν, μπορεί να'ναι πρώτες ύλες, για επιχ/σεις διανομής διατροφής ή διαφημιστικά έντυπα, εισιτήρια αν πρόκειται για επιχ/σεις τουριστικών ταξιδίων είτε άλλα διάφορα αναλώσιμα υλικά.

---

<sup>1</sup> Τουριστικό μάρκετινγκ, Σταύρου Καλφιώτη σελ. 105-108.

Για να εφοδιαστεί σωστά μια επιχ/ση χρειάζεται ένας υπεύθυνος του τουριστικού προγραμματισμού να ασχοληθεί με το θέμα του εφοδιασμού. Αυτός ο υπεύθυνος θα ακολουθήσει την πολιτική εφοδιασμού για να πετύχει αυτό, πρέπει να εφαρμόσει μια τακτική πρόκρισης μετά από μία σωστή μελέτη των παραγόντων που επηρεάζουν την προμήθεια των υλικών.

Η μελέτη αυτών των παραγόντων βοηθά να εντοπιστούν τα μειονεκτήματα και τα πλεονεκτήματα που οδηγούν στη σωστή πρόκριση. Μερικοί απ' αυτούς τους παράγοντες είναι:

#### **Η ποιότητα**

Η ποιότητα των προϊόντων που πρέπει να εφοδιαστεί η τουριστική επιχ/ση, πρέπει να'ναι η κατάλληλη που θα ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές των ειδικών και στις απαιτήσεις της πελατείας.

#### **Η ποσότητα**

Ο καθορισμός της ποσότητας των προμηθειών γίνεται βάση της αντίστοιχης ανάγκης. Ο βαθμός ανάγκης προσδιορίζεται με την άμεση εξυπηρέτηση της τουριστικής πελατείας και βάση πρόβλεψης έλλειψης των συγκεκριμένων αγαθών από την αγορά.

#### **Τα αποθέματα**

Τα αποθέματα πρέπει να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της τουριστικής πελατείας και παραγωγής. Όταν μια πρόβλεψη για ύψωση των τιμών, μπορεί να μας οδηγήσει

στην προμήθεια αγαθών πέρα από τις ανάγκες που έχει η επιχ/ση αυτή τη στιγμή.

### **Η δέσμευση κεφαλαίων**

Η δέσμευση κεφαλαίων αποτελεί σοβαρό θέμα για τον υπεύθυνο που κάνει την μελέτη της προμήθειας θα γίνει μετρητοίς ή επί πιστώσει. Ακόμα πρέπει να υπολογίζεται στην πρόκριση, τον εφοδιασμό, το ύψος του τόκου και των κεφαλαίων που θα δεσμευτούν.

### **Η τιμή**

Υπάρχει τέλος η διαδικασία του εφοδιασμού που ο υπεύθυνος τουριστικού μάρκετινγκ εφαρμόζει μια τεχνική που περιλαμβάνει τρία στάδια.

- Το στάδιο πριν την αγορά, που ο υπεύθυνος της επιχ/σης δεν έχει προχωρήσει στην αγορά.
- Το στάδιο πράξεως της αγοράς στο οποίο πραγματοποιείται η πράξη της αγοράς των υλικών αγαθών.
- Το στάδιο μετά την πράξη της αγοράς που ο υπεύθυνος θα δώσει τις σχετικές παραγγελίες στον προμηθευτή. >>

### **ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

«Το τουριστικό προϊόν είναι ένας συνδιασμός διαφόρων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που είναι κατάλληλες για την ικανοποίηση των τουριστικών καταναλωτών. Συνήθως το τουριστικό προϊόν το ονομάζουμε “διακοπές”. Σε αυτόν τον όρο περιέχονται τα στοιχεία της τουριστικής προσφοράς. Τα στοιχεία που διέπουν την πολιτική του

τουριστικού προϊόντος από την άποψη στρατηγικής μπορούμε να τα κατατάξουμε ως εξής:

1) Γεωφυσικά στοιχεία (γεωγραφική θέση, φύση, κλίμα, φυσικές καλλονές)

2) Τεχνικά στοιχεία που χωρίζονται στην γενική και στην ειδική υποδομή.

Η γενική υποδομή περιλαμβάνει τους τρόπους συγκοινωνίας και επικοινωνίας.

Η ειδική υποδομή περιλαμβάνει τα μέσα υποδοχής.

3) Πολιτιστικά στοιχεία (αρχαιολογικά, ιστορικά μνημεία, καλλιτεχνικά, λαογραφικά, αθλητισμός, γλώσσα).

Η πολιτική του τουριστικού προϊόντος με μέσο την στρατηγική του τουριστικού προγραμματισμού για την πραγμάτωση στόχων είναι αποφασιστικής σημασίας. Για τον λόγο αυτό το θέμα θα εξεταστεί αναλυτικά. Πιο ειδικά θα αναφερθούμε στους τρόπους με τους οποίους μπορούμε να ενεργήσουμε, δηλαδή στην τακτική που πρέπει να ακολουθηθεί στις διάφορες περιπτώσεις της πολιτικής του τουριστικού προϊόντος. Οι κυριότεροι τρόποι ενέργειας είναι:

### ***Η πολιτική διατήρησης του τουριστικού προϊόντος***

Οι λόγοι που επιτρέπουν να διατηρηθεί ένα τουριστικό προϊόν είναι πολλοί. Για παράδειγμα στην περίπτωση που ένα τουριστικό προϊόν κατέχει μια μονοπωλιακή θέση ή στην περίπτωση που η επιχείρηση είναι απόλυτα συνδυασμένη με το κύριο προϊόν.>>

---

<sup>1</sup> Τουριστικό μάρκετινγκ, Σταύρου Καλφιώτη σελ. 112.

### **Η πολιτική βελτίωσης ή τελειοποίησης του τουριστικού προϊόντος**

«Οι λόγοι που προτρέπουν στην βελτίωση και τελειοποίηση του τουριστικού προϊόντος είναι ο ανταγωνισμός και η προσπάθεια για την αύξηση της τουριστικής πελατείας. Η βελτίωση ή τελειοποίηση βασίζεται στις παρακάτω τακτικές.

α) Βελτίωση ή τελειοποίηση της ποιότητας. Εάν η επιχείρηση αποβλέπει στην αύξηση της φήμης, την καλή εξυπηρέτηση του πελάτη, στην παροχή σύγχρονων ανέσεων, καλύτερης ψυχαγωγίας και διασκέδασης τότε η επιχείρηση προβαίνει σε συνεχή ποιοτική βελτίωση.

β) Βελτίωση ή τελειοποίηση των λειτουργικών χαρακτηριστικών. Για να πετύχει το παραπάνω ο υπεύθυνος του τουριστικού μάρκετινγκ προβαίνει σε ενέργειες όπως βελτίωση της οργάνωσης στον τομέα παραλαβής, μεταφοράς και εγκατάστασης self-service.

γ) Βελτίωση ή τελειοποίηση της εμφάνισης του προϊόντος. Σε αυτή την περίπτωση έχουμε τις ανακαινίσεις και βελτιώσεις, αλλαγή εξοπλισμού, δημιουργία κέντρων ψυχαγωγίας.

### **Πολιτική κατάργησης τουριστικού προϊόντος**

Μερικές φορές ένα τουριστικό προϊόν που έχει κορεστεί ενεργεί σε βάρος άλλων. Σε αυτές τις περιπτώσεις ο υπεύθυνος του τουριστικού προγραμματισμού είναι υποχρεωμένος να διακόψει την παραγωγή και διάθεση του προϊόντος αυτού. >>

---

1 Τουριστικό μάρκετινγκ, Σταύρου Καλφιώτη σελ. 117-118.

## **Η πολιτική ανάπτυξης νέου τουριστικού προϊόντος**

Η εξέλιξη και η επιβίωση μιας τουριστικής πηγής επιβάλλει τη δημιουργία νέων προϊόντων. Η ανανέωση και ο εκσυγχρονισμός είναι μία βασική αρχή για την ανάπτυξη. Μακροχρόνια το τουριστικό προϊόν παρουσιάζει μια κάμψη, οπότε ανάλογα με την περίπτωση πρέπει να γίνουν ενέργειες, για να εγκαταλειφθεί εφόσον δεν βελτιωθεί ή θα πρέπει να ανανεωθεί ή αντικατασταθεί με ένα καινούργιο.

## **ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΙΜΗΣ**

Η τουριστική οικονομική ορίζει ότι η τιμή είναι η ανταλλακτική αξία του τουριστικού προϊόντος που εκφράζεται σε χρηματικές μονάδες. Έτσι για να γίνει μια τουριστική αγορά ή για να αγοραστεί ένα τουριστικό προϊόν πρέπει να υπάρχει μια καθορισμένη τιμή. Όπως ξέρουμε κύριος σκοπός κάθε τουριστικής επιχείρησης είναι το κέρδος. Βλέπουμε ότι η τιμή είναι ένα βασικό μέσο της στρατηγικής του τουριστικού προγραμματισμού. Από αυτήν άλλωστε εξαρτάται η επιτυχία ή αποτυχία μιας τουριστικής μονάδας.

### **Καθορισμός τιμής**

Για τον καθορισμό της τιμής υπάρχουν διάφορα στοιχεία που πρέπει να ληφθούν υπ'όψιν. Τα κυριότερα είναι τα εξής:

- α) Ανταγωνισμός στην τουριστική αγορά

---

↑ Τουριστικό μάρκετινγκ, Σταύρου Καλφιώτη σελ. 126, 127, 130, 131, 132, 133.

β) Η τουριστική ζήτηση

γ) Το ποσοστό κέρδους βάσει των επενδύσεων

δ) Η διατήρηση ή αύξηση του κατεχόμενου τμήματος της αγοράς

ε) Οι κυβερνητικοί κανονισμοί

στ) Οι οικονομικές διακυμάνσεις

Οι υπεύθυνοι της πολιτικής τιμής για να διευκολυνθεί το έργο καθορισμού της τιμής πρέπει να έχουν βάλει ορισμένους στόχους προς επίτευξη. Οι κύριοι στόχοι είναι οι εξής:

α) Το μέγιστο κέρδος

β) Η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού στην τουριστική αγορά

γ) Η επίτευξη ποσοστού κέρδους με βάση το ύψος επένδυσης

δ) Η διατήρηση ή επέκταση του κατεχόμενου τμήματος της τουριστικής αγοράς.

Η τιμή του τουριστικού προϊόντος σε καμία περίπτωση δεν παραμένει αμετάβλητη. Ο καθορισμός της τιμής του τουριστικού προϊόντος γίνεται βάση ορισμένων κριτηρίων:

α) Καθορισμός τιμής με εποχιακά κριτήρια

β) Καθορισμός τιμής με κριτήρια κατηγορίες αγοραστών

γ) Καθορισμός τιμής με κριτήριο τον αριθμό πωλήσεων

δ) Καθορισμός τιμής με κριτήριο μεμονωμένο προϊόν ή μονάδα προϊόντων

ε) Καθορισμός τιμής εγγύησης

στ) Καθορισμός ενιαίας τιμής



### **Η τακτική εκπτώσεων**

Είναι ένα μέτρο το οποίο δεν πρέπει να παραβλέπεται. Οι εκπτώσεις δίνουν την ευκαιρία στους μεσάζοντες να επωφεληθούν του ποσοστού έκπτωσης για την προσέλκυση τουριστών προς επίτευξη μεγαλύτερου αριθμού πωλήσεων. Οι εκπτώσεις διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

- α) Προκαταβολής
- β) Εμπορικές
- γ) Εποχιακές
- δ) Ποσοτικές >>

### **Μεταβολή τιμής για την αντιμετώπιση ανταγωνισμού**

Ο υπεύθυνος του τουριστικού μάρκετινγκ είναι υποχρεωμένος για να ανταποκριθεί στον ανταγωνισμό που υπάρχει στην αγορά να καθορίσει τις ανταγωνιστικές τιμές ή τις τιμές εκτός συναγωνισμού. Σε αυτήν την περίπτωση η πολιτική τιμής πρέπει να ακολουθήσει τη μέθοδο της μείωσης της τιμής με παράλληλη διατήρηση των προσφερομένων αγαθών. Η μείωση της τιμής του τουριστικού προϊόντος αποσκοπεί:

- α) στην εισαγωγή στην αγορά ενός νέου προϊόντος
- β) στην επίτευξη πωλήσεων σε νεκρή περίοδο
- γ) στην διατήρηση ή αύξηση του κατεχόμενου μεριδίου αγοράς
- δ) στην νέων πελατών

---

1 Τουριστικό μάρκετινγκ, Σταύρου Καλφιώτη σελ. 134, 135.

Τα κριτήρια για την μείωση είναι:

α) Ποιο ποσοστό πωλήσεων θα πρέπει να αντισταθμίσει η μείωση τιμής ανά μονάδα

β) Ποιά επίδραση θα έχει η μείωση τιμής στο ποσοστό κέρδους.

Ο προσδιορισμός του αναγκαίου ποσοστού πωλήσεων μετά την μείωση της τιμής έχει σημασία για την τουριστική επιχείρηση, γιατί με αυτή την μέθοδο, γνωρίζει την ικανότητα της δραστηριότητάς της πέρα από το νεκρό σημείο.>>

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

«Μια από τις βασικές αρχές της ιδιωτικής οικονομικής είναι ότι κάθε προϊόν που κρίνεται κατάλληλο για τον καταναλωτή, δεν είναι σε θέση να του ικανοποιήσει και να του προσεγγίσει, εάν δεν βρίσκεται στον κατάλληλο τόπο και χρόνο που βρίσκεται και ο καταναλωτής. Άρα, μια ακόμα λειτουργία του προγραμματισμού είναι ο καθορισμός του συστήματος που θα χρησιμοποιηθεί για την διοχέτευση του προϊόντος στην αγορά.

Αυτές οι αρχές εκτός από την ιδιωτική οικονομική ισχύουν και για τον τομέα του τουρισμού. Έτσι η διοχέτευση του τουριστικού προϊόντος στην τουριστική αγορά, πρέπει να ακολουθήσει μία πολιτική διανομής. Πρέπει λοιπόν ο υπεύθυνος τουριστικού προγραμματισμού, να καθορίσει τον οικονομικότερο και αποδοτικότερο τρόπο,

---

1 Τουριστικό μάρκετινγκ, Σταύρου Καλφιώτη σελ. 137, 139, 141.

για την διανομή του τουριστικού προϊόντος καθώς και την διάθεσή του στην αγορά.

Για να πραγματοποιηθεί η μεταφορά του τουριστικού προϊόντος στην αγορά θα πρέπει να ακολουθηθεί μία πολιτική διανομής. Τα δίκτυα διανομής είναι τα μέσα που μεσολαβούν στην διοχέτευση του τουριστικού προϊόντος από την παραγωγή στην κατανάλωση. Τα δίκτυα διανομής χωρίζονται σε άμεσα και έμμεσα.

Τα άμεσα δίκτυα διανομής αφορούν τις περιπτώσεις της απ'ευθείας διάθεσης στον τελικό αγοραστή. Άμεσο δίκτυο διανομής είναι η διοχέτευση στον τελικό αγοραστή του τουριστικού προϊόντος από την ίδια την επιχείρηση που το παράγει χωρίς την επέμβαση τρίτου. Άμεσο δίκτυο διανομής είναι ακόμα όταν τα γραφεία ταξιδιών με βάση κάποια συμφωνία και ένα ποσοστό, προμηθεύουν στους τουρίστες το τουριστικό προϊόν μιας επιχείρησης.

Τα έμμεσα δίκτυα διανομής θεωρούνται οι επιχειρήσεις που παρεμβάλλονται σαν αγοραστής και μεταπωλητές ανάμεσα στον παραγωγό και τον τελικό αγοραστή. Όλες οι εμπορικές επιχειρήσεις που εργάζονται για τον λογαριασμό τρίτων αποτελούν τα έμμεσα δίκτυα διανομής.>>

Για να πραγματοποιηθεί η διακίνηση του τουριστικού προϊόντος μέσω καναλιών διανομής, χρειάζονται ορισμένα μέσα. Με τον όρο μέσα διανομής εννοούμε την οικονομική, διοικητική, νομική και γεωγραφική κατανομή των γραφείων, που διακινούν τα τουριστικά προϊόντα. Τα μέσα διανομής διακρίνονται σε εξαρτημένα και ανεξάρτητα.

1 (α) Τα εξαρτημένα μέσα είναι εκείνα που εξαρτώνται άμεσα από τον υπεύθυνο της επιχείρησης και παίρνουν θέση σαν εκπρόσωποί του. Εξαρτημένα μέσα, μπορούν να είναι το προσωπικό πωλήσεων, το προσωπικό υποδοχής, το προσωπικό εστιατορίου κ.α.

β) Τα ανεξάρτητα μέσα είναι όλα τα όργανα διανομής του τουριστικού προϊόντος που ενεργούν ανεξάρτητα και κατέχουν οικονομική, διοικητική και νομική αυτοτέλεια. Τα ανεξάρτητα όργανα χωρίζονται σε επιχειρήσεις οργάνωσης ταξιδιών - περιηγήσεων, καθώς και επιχειρήσεις παροχής διαμεσολαβητικών υπηρεσιών.>>

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Σημαντικότερο όργανο του τουριστικού προγραμματισμού είναι η διαφήμιση. Η διαφήμιση αποτελεί ένα από τα μέσα επικοινωνίας ανάμεσα στην επιχείρηση και τον τουρίστα. Η βασική λειτουργία της διαφήμισης είναι να ενημερώσει τον πελάτη ή τον μελλοντικό πελάτη, και να τον προσελκύσει σ'αυτή.

Αντικειμενικός σκοπός της διαφήμισης είναι με τις αποστολές, μηνύματα, να βοηθήσει τον ενδιαφερόμενο να διαμορφώσει, μέσα από τις αισθήσεις του, τις διαθέσεις και προτιμήσεις του και τελικώς να επηρεάσει την συμπεριφορά του, έτσι ώστε να αποφασίσει την αγορά.

### **Προγραμματισμός Διαφήμισης**

Για να'ναι αποτελεσματική μια διαφημιστική εκστρατεία χρειάζεται κάποια μεθόδευση διαφόρων ενεργειών. Αυτό θα το πετύχουμε με τον προγραμματισμό. Βάση του προγραμματισμού πρέπει να εξεταστούν τα παρακάτω στοιχεία:

- α) που θα κατευθυνθεί η διαφήμιση
- β) Με ποιόν τρόπο θα πραγματοποιηθεί
- γ) τι δαπάνες θα χρειασθούν
- δ) ποιό όφελος θα προκύψει

Ο υπεύθυνος της διαφήμισης ύστερα από την απόφαση για την διαφημιστική ενέργεια, προβαίνει στην επεξεργασία και εκπόνηση του διαφημιστικού προγράμματος. Όπως έχουμε δει στο πρώτο μέρος τις περιπτώσεις προγραμματισμού πρέπει πρώτα να καθορίζονται οι στόχοι και ύστερα να επιλέγονται τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη του. Έτσι στον προγραμματισμό διαφήμισης χρειάζεται να καθοριστεί η πολιτική διαφήμισης, η στρατηγική και η τακτική.

#### **Βασικοί στόχοι της διαφήμισης είναι:**

- α) Διατήρηση, ή ακόμα και αύξηση του κατεχόμενου τμήματος της αγοράς.
- β) Εισαγωγή νέου προϊόντος στην ίδια αγορά ή νέες αγορές.
- γ) Αριστοποίηση της διάθεσης
- δ) Προσέλκυση νέων καταναλωτών

### **Τα μέσα της διαφήμισης είναι:**

- α) Φυλλάδια
- β) Περιγραφικά έντυπα
- γ) Δημοσιεύσεις
- δ) Αφίσες
- ε) Ραδιόφωνο, τηλεόραση.

### **Τρόπος της διαφήμισης**

Ανάλογα με το στόχο και τα μέσα επιλέγονται και οι τρόποι διαφήμισης.

### **Σύνταξη της διαφήμισης**

Ύστερα από το πρόγραμμα και την επιλογή των μέσων έρχεται η σύνταξη της διαφήμισης. Η σύνταξη μιας διαφήμισης περιλαμβάνει τα εξής:

- α) Τον τίτλο και την διεύθυνση της επιχ/σης
- β) Την εικόνα που συνήθως είναι το σήμα της επιχ/σης
- γ) Το διαφημιστικό κείμενο

### **Δημόσιες σχέσεις**

Ξεκινώντας από τον ορισμό των Δημοσίων σχέσεων θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι Δημόσιες σχέσεις αναφέρονται στην προσπάθεια μιας οικονομικής μονάδας να δημιουργήσει ένα κλίμα συμπάθειας και αλληλοκατανόησης ανάμεσα σ'αυτή και το κοινό.

Περνώντας τώρα στη τουριστική οικονομική μονάδα βλέπουμε ότι οργανώνοντας την παραγωγή, την διανομή και την διάθεση των προϊόντων παρουσιάζεται η ανάγκη να

---

† Τουριστικό μάρκετινγκ, Σταύρου Καλφιώτη σελ. 153.

οργανώσει τις σχέσεις με τα άτομα και έρχεται σε επαφή, για να πετύχει το σκοπό της.

Γι' αυτό το λόγο οι δημόσιες σχέσεις είναι απαραίτητες σε κάθε τουριστική μονάδα ή επιχ/ση.

Οι δημόσιες σχέσεις σε αντίθεση με την διαφήμιση έχουν την ικανότητα της αντίρροπης επικοινωνίας. Στις δημόσιες σχέσεις κυριαρχεί ένα σύστημα διαλόγου. Σκοπός τους είναι η γεφύρωση των χασμάτων που αφορούν τις απόψεις, την διάλυση των παρεξηγήσεων και φυσικά στη στενότερη επικοινωνία επιχ/σης με τουρίστα.>>

Οι δημόσιες σχέσεις όπως αναφέρθηκε παραπάνω λειτουργούν αντίρροπα. Δηλαδή λειτουργούν ως πομπός και ως δέκτης. Λειτουργώντας ως πομπός οι δημόσιες σχέσεις χρησιμοποιούν τα εξής μέσα επικοινωνίας, α) Τον τύπο, β) το ραδιόφωνο, τηλεόραση, γ) Τα έντυπα, δ) Τις εκδηλώσεις, ε) Τις ξεναγήσεις, στ) τα προσωπικά γράμματα ατομικά τηλεφωνήματα.>>

Στην περίπτωση που λειτουργούν σαν δέκτης για την συγκέντρωση πληροφοριών για τις αντιλήψεις του τουριστικού κοινού χρησιμοποιείται η μέθοδος της έρευνας.

### **Αίτια τουριστικής ανάπτυξης**

«Για να μπορέσουμε να επιτύχουμε τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να γνωρίζουμε λόγους και αίτια που συμβάλλουν σ' αυτήν. Τέτοια είναι:

α) Μόδα. Ο άνθρωπος ως ον μιμητικό, όταν βλέπει τους υπόλοιπους να γίνονται τουρίστες θεωρεί ως μορφή να μην τους ακολουθεί.

β) Ματαιοδοξία. (Σνομπισμός) Τουριστικό ταξίδι ως τρόπος επίδειξης. Άτομα στερούμενα προσωπικότητας επιδιώκουν κοινωνική προβολή με εντυπωσιακά ταξίδια αναψυχής.

γ) Η οικονομική ανάπτυξη, η οποία αποτελεί και τη βάση για την υλοποίηση της επιθυμίας των ατόμων για την πραγματοποίηση ταξιδιών.

δ) σύγχρονοι τρόποι μεταφοράς και εκμηδενισμός αποστάσεως.

ε) Κράτη πρόνοιας. Οι άνθρωποι εξασφαλίστηκαν από πλευράς περίθαλψης με αποτέλεσμα να καταναλώνουν χρήματα πιο άνετα για ανάγκες όπως ο τουρισμός.

στ) Κατάκτηση εργατικών δικαιωμάτων "Άδεια" η οποία χρηματοδοτείται με επίδομα αδείας.

η) Αναμνήσεις πολέμων, μεταναστεύσεις, ανταλλαγές πληθυσμών και άλλες μετακινήσεις παρελθόντων ετών δημιουργώντας σήμερα ανάγκες προσωπικών επισκέψεων, διενέργειας συνεδρίων καθώς και γνωριμιών με τους τόπους καταγωγής.

θ) Σημαντικό ρόλο παίζουν τέλος τα μέσα ενημέρωσης που διαμορφώνουν τάσεις γνωριμίας με τόπους μέσω ταξιδιωτικών βιβλίων, ντοκυμανταίρ.>>'



## **ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ**

Ο Τουρισμός, που αποτελεί κλάδο της οικονομίας, έχει την ιδιότητα να επηρεάζει και να επηρεάζεται - κυρίως όμως να επηρεάζεται - από άλλους κλάδους και υποκλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Αλληλεπίδραση όμως δεν υφίσταται μόνο στο οικονομικό, πεδίο, αλλά και στο γενικότερο περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί και αναπτύσσεται (κοινωνικό, πολιτιστικό και πολιτικό).

Ο τουρισμός σήμερα εφόσον αναπτυχθεί σωστά, προσδίδει ταχεία οικονομική άνοδο στην χώρα υποδοχής του. Ανάλογα με την "οπτική γωνία" που κάθε φορά εξετάζουμε το τουριστικό φαινόμενο, δηλαδή ανάλογα με τα προσδιοριστικά κριτήρια που χρησιμοποιούμε για να το χαρακτηρίσουμε, έχουμε και τους αντίστοιχους τύπους και μορφές τουρισμού.

Τα είδη του τουρισμός διακρίνονται με βάση τα κριτήρια διάκρισης όπως:

Από άποψη γεωγραφικού περιβάλλοντος.

### **α) Εσωτερικός τουρισμός**

Περιλαμβάνει όλες τις μετακινήσεις που γίνονται από ημεδαπούς ή αλλοδαπούς που'ναι μόνιμα εγκατεστημένοι στη χώρα, στο εσωτερικό αυτής.

### **β) Εξωτερικός τουρισμός**

Περιλαμβάνει τις μετακινήσεις τουριστών προς δύο κατευθύνσεις, δηλαδή αλλοδαπών προς μια χώρα, ή ημεδαπών προς άλλη χώρα.

Επίσης και τις μετακινήσεις των ημεδαπών που'ναι εγκατεστημένοι μόνιμα στο εξωτερικό προς τη χώρα τους, όπως και τις μετακινήσεις των αλλοδαπών, που'ναι μόνιμα εγκατεστημένοι στο εσωτερικό προς τη χώρα τους ή άλλη χώρα.

γ) Διεθνής τουρισμός

Περιλαμβάνει τις επισκέψεις τουριστών προς περισσότερες της μίας χώρες.

Από άποψη αριθμού τουριστών:

α) Ατομικός τουρισμός

Περιλαμβάνονται οι μετακινήσεις μεμονωμένων ατόμων ή οικογένειας ή μικρής ομάδας φιλικών προσώπων, που μετακινούνται από δική τους πρωτοβουλία χωρίς ανάμειξη συλλόγου, πρακτορείου, οργάνωσης κλπ.

β) Ομαδικός τουρισμός

Χαρακτηριστικό του στοιχείο είναι η ομαδική μετακίνηση είτε μετά από προσυνεννόηση και οργάνωση, είτε από συμπτωματική συνάντηση σε ταξιδιωτικό πρακτορείο κλπ.

Το είδος αυτό είναι πολύ συνηθισμένο σήμερα και μπορεί να ονομαστεί και συλλογικός ή οργανωμένος τουρισμός.

Από άποψη χρονικής διάρκειας.

α) Συνεχής τουρισμός

Όταν η τουριστική κίνηση προς ένα τόπο είναι συνεχής και διαρκεί καθ'όλο το έτος.

β) Εποχιακός τουρισμός

Όταν η μεγάλη διακίνηση των τουριστών γίνεται κατά ορισμένη εποχή του έτους. Ανάλογα με την εποχή έχουμε χειμερινό, θερινό, φθινοπωρινό τουρισμό κλπ.

Από άποψη οικονομικών επιπτώσεων:

α) Ενεργητικός τουρισμός

Όταν από τις διάφορες δραστηριότητες και σχέσεις που δημιουργούνται επιτυγχάνεται η εισαγωγή ξένου συναλλάγματος. Εξωτερικός τουρισμός. Επίσκεψη των ξένων στην χώρα μας.

β) Παθητικός τουρισμός

Όταν έχει σαν συνέπεια την διαρροή συναλλάγματος στο εξωτερικό. Αυτή η κατάσταση δημιουργείται όταν γίνονται πολλά ταξίδια των ημεδαπών προς ξένες χώρες.

Από άποψη μέσων μετακίνησης

α) Αεροπορικός τουρισμός

Πολύ διαδεδομένο σήμερα αυτό το είδος τουρισμού, γιατί τα αεροπλάνα παρέχουν μεγαλύτερη ασφάλεια, άνεση και ταχύτητα.

β) Σιδηροδρομικός τουρισμός

Δεν γίνεται μεγάλη χρήση λόγω αύξησης των αυτοκινήτων.

γ) Ατμοπλοϊκός τουρισμός

δ) Τουρισμός με αυτοκίνητο

Τελευταία γίνεται ευρεία χρήση αυτού του μέσου.

ε) Ποδηλατικός - μοτοσυκλετικός τουρισμός.

Συνιστάται από άτομα κυρίως νεαρής ηλικίας

στ) Πεζοπορικός τουρισμός

Από άποψη χρήσης ή όχι υπηρεσιών ταξιδιωτικού γραφείου.

α) Πρακτορειακός τουρισμός

Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί πάρα πολύ γιατί λόγω ανταγωνισμού και μείωσης του τουρισμού έχουν πολύ καλά προγράμματα και καλές τιμές.

β) Μη πρακτορειακός τουρισμός.

Συνιστάται συνήθως από άτομα νεαρής ηλικίας που δεν θέλουν να δουν κάτι το συγκεκριμένο και ομαδικό.

Από άποψη χρηματοδότησης της διακίνησης:

α) Αυτοχρηματοδοτούμενος τουρισμός

Είναι ο τουρισμός που γίνεται με την αυτόνομη χρηματοδότηση και όχι για επαγγελματικό σκοπό που συνήθως σε εκείνη την περίπτωση τα βάζει η επιχείρηση τα χρήματα.

β) Ο κοινωνικός τουρισμός

Χρηματοδοτούμενος από κοινωνικούς πόρους.

Από άποψη διάθεσης χρημάτων που μπορεί να ξοδέψει ο τουρίστας.

α) Λαϊκός

Που επί το πλείστον ανήκουν οι χαμηλόμισθοι και φυσικά είναι η μεγαλύτερη ομάδα τουριστών.

β) Μέσος

γ) Επιλεκτικός και κοσμοπολίτικος

Σ' αυτήν την ομάδα τουριστών ανήκουν οι ποιοτικοί τουρίστες πλέον που θέλουν ποιότητα χωρίς υπολογισμό τιμής.

Από άποψη το φύλο των μετακινουμένων

- α) Ανδρών
- β) Γυναικών
- γ) Παιδιών.

### **ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Οι μορφές του τουρισμού χαρακτηρίζονται από το σκοπό του ταξιδιού και αντιστοιχούν προς τους παράγοντες που προκαλούν την επιθυμία του τουρίστα να κάνει το ταξίδι.

Σε πολλές βέβαια περιπτώσεις ο τουρίστας με το ίδιο ταξίδι ικανοποιεί περισσότερες επιθυμίες π.χ. επισκέπτεται αρχαιολογικά μνημεία αλλά συγχρόνως απολαμβάνει το τοπίο, κάνει μπάνιο κλπ.

Οι μορφές τουρισμού είναι:

#### **α) Μορφωτικός τουρισμός**

Η επίσκεψη διαφόρων τόπων για μελέτη πολιτισμών, τρόπων ζωής, ηθών και εθίμων, μνημείων και έργων τέχνης.

#### **β) Επιστημονικός τουρισμός**

Άνθρωποι που'χουν ειδικές επιστημονικές ή τεχνικές γνώσεις ταξιδεύουν για να πάρουν μέρος σε επιστημονικά συνέδρια, σεμινάρια κλπ.

#### **γ) Εκπαιδευτικός τουρισμός**

Περιλαμβάνει τα άτομα που πηγαίνουν σε ξένες χώρες για λόγους σπουδών. (Πανεπιστήμια, ειδίκευση κλπ).

**δ) Θρησκευτικός τουρισμός**

Μετάβαση σε ιερούς χώρους για λατρεία και προσκύνημα (Άγιοι τόποι, Τήνος κλπ).

**ε) Αρχαιολογικός τουρισμός**

Επίσκεψη και μελέτη αρχαιολογικών-ιστορικών τόπων κλπ.

**στ) Καλλιτεχνικός τουρισμός**

Η μετάβαση για παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων, συναυλιών, φεστιβάλ κλπ.

**ζ) Αθλητικός τουρισμός**

Μετακίνηση για παρακολούθηση αθλητικών αγώνων π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες, Πανευρωπαϊκοί, Διεθνείς ποδοσφαιρικές συναντήσεις κλπ.

**η) Φυσιολατρικός τουρισμός**

Μ' αυτόν αποσκοπείται η απόλαυση της φύσης και των φυσικών καλλονών (θάλασσα, βουνό, χωριό κλπ).

**θ) Θεραπευτικός τουρισμός**

Κύριος σκοπός του τουρισμού αυτού είναι η υποβολή σε θεραπευτική αγωγή είτε με εισαγωγή σε θεραπευτήρια είτε με λουτροθεραπείες σε ιαματικές πηγές κλπ.

**ι) Ψυχαγωγικός τουρισμός**

Είναι η περισσότερο συνηθισμένη μορφή σήμερα και η περισσότερο διαδεδομένη. Η μορφή αυτή συνυπάρχει μ' όλες τις άλλες μορφές, καθ' όσον κάθε μορφή τουρισμού έχει και το στοιχείο της ψυχαγωγίας και της διασκέδασης.

## **ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ - ΠΡΟΣΟΝΤΑ**

Η τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας και η έκταση της τουριστικής κίνησης εξαρτάται από την ποικιλία και την αξία των τουριστικών κινήτρων και από την αξιοποίηση και κατάλληλη προβολή και εκμετάλλευση αυτών. Τουριστικά προσόντα ή κίνητρα είναι τα φυσικά ή επίκτητα εφόδια με τα οποία είναι προικισμένη μια χώρα ή οι κάτοικοί της και που μπορούν να προκαλέσουν το ενδιαφέρον των περιηγητών και να τους κάνουν να την επισκεφτούν.

### **ΚΥΡΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ**

#### ***α) Φυσικά***

Χαρακτηρίζονται τα ιδιαίτερα εκείνα χαρακτηριστικά, με τα οποία είναι προικισμένη μια χώρα και που συνιστούν τη φυσιογνωμία της.

Αυτά είναι:

#### **1. Γεωγραφική θέση - φύση**

Η γεωγραφική θέση μιας χώρας έχει σπουδαία σημασία για την τουριστική ανάπτυξη, γιατί απ'αυτή εξαρτώνται και πολλοί άλλοι παράγοντες, π.χ. οι χώρες της Μεσογείου προτιμούνται από άλλες ηπειρωτικές κλπ. Η φυσική ομορφιά μιας χώρας έχει ιδιαίτερη σημασία. Η ομορφιά π.χ. του τοπίου, τα παλλοιριακά φαινόμενα, οι λίμνες, τα σπήλαια και λοιπές καλλονές, αν αξιοποιηθούν κατάλληλα μπορούν να προβληθούν σαν τουριστικές αγορές. Η Ελλάδα π.χ. προβάλλει τις δαντελένιες ακρογιαλιές, τα νησιά της, το

γαλανό της ουρανό, τις ωραίες θάλασσές της, την διασκέδασή της κλπ.

## **2. Κλιματολογικές συνθήκες**

Η Ελλάδα χάρη στο ήπιο κλίμα, στην μεγάλη και μακρά ηλιοφάνεια αποτελεί ιδανικό τόπο για διακοπές των βόρειων κυρίως κρατών της Ευρώπης.

## **3. Ιαματικές πηγές**

Είναι οι πηγές που αναβλύζουν θερμά μεταλλικά νερά με θεραπευτικές ιδιότητες.

Υπάρχουν πολλές αξιόλογες στην Ελλάδα όπως της Αιδηψού, Καμμένων Βούρλων, Λουτρακίου, Μεθάνων κλπ.

### **β) Επίκτητα**

Είναι όσα έχει δημιουργήσει ο άνθρωπος κατά την Εξελικτική του πορεία δια μέσου των αιώνων.

## **1. Ιστορία**

Η ιστορία των λαών και η Εξελικτική πορεία του ανθρώπου δια μέσου των αιώνων αποτέλεσαν πάντοτε το αντικείμενο μελέτης και έρευνας νεοτέρων γενεών.

Πολλά απ'αυτά αποτελούν και σήμερα αντικείμενο θαυμασμού, όχι μόνο γιατί δημιουργήθηκαν σε μια εποχή που τα μέσα ήταν ασήμαντα σε σύγκριση με τα σημερινά, αλλά και γιατί είναι ανεπανάληπτα παρά την τεχνολογική πρόοδο της εποχής μας.



Έτσι δημιουργείται στους σημερινούς ανθρώπους ενδόψυχα η σφοδρή επιθυμία να ταξιδέψουν και να επισκευθούν τους τόπους αυτούς που έζησαν και δημιούργησαν οι άνθρωποι αυτοί.

Ο ελληνικός χώρος είναι γεμάτος από ιστορικούς τόπους γιατί διαθέτει μεγάλη ιστορία με υψηλούς πολιτισμούς και με ανώτερο πνεύμα, που αποτέλεσαν παράδειγμα προς μίμηση όλων των λαών.

## **2. Μνημεία πολιτισμού και τέχνης**

Τα μνημεία που διασώζονται δια μέσω των αιώνων, εκτός από την ιστορική τους σημασία, προκαλούν το ενδιαφέρον και σ'ορισμένες περιπτώσεις και το θαυμασμό των σύγχρονων ανθρώπων για το λόγο ότι πολλά απ'αυτά αποτελούν πραγματικά αριστουργήματα τέχνης και μαρτυρούν τη λεπτότητα του πνεύματος των δημιουργών τους και την καλλιτεχνική τους ικανότητα.

Οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία, παρά το γεγονός ότι σήμερα έχουν αναπτυχθεί και άλλα είδη τουρισμού, δεν έχασαν καθόλου την αξία τους αντίθετα οι στατιστικές εμφανίζουν κάθε έτος αύξηση των επισκεπτών αυτών.

## **3. Λαογραφία**

Η Λαογραφία αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό ενός λαού γιατί στηρίζεται στην παράδοση, η οποία εκφράζει με

αυθορμητισμό και με πηγαίες εκδηλώσεις το χαρακτήρα και τις ροπές της λαϊκής ψυχής των διαφόρων εθνικών ομάδων.

Στην Ελλάδα η λαογραφία είναι πλουσιότατη, γιατί ο Ελληνικός λαός εκτός του ότι έχει μακρά ιστορία και παράδοση κατόρθωσε να διατηρήσει δια μέσου των αιώνων συνήθειες και έθιμα που είναι εντυπωσιακά και αποκτούν εξαιρετικό ενδιαφέρον για τους ερευνητές αλλά και για τους κοινούς ανθρώπους.

Το Ελληνικό δημοτικό τραγούδι, οι γραφικότετοι ελληνικοί χοροί, η εντυπωσιακή λαϊκή ενδυμασία, λαϊκή τέχνη, η λαϊκή λατρεία και άλλα λαογραφικά στοιχεία αποτελούν πόλους έλξεως των τουριστών, που έρχονται όχι μόνο να τα γνωρίσουν αλλά και να απολαύσουν ένα έξοχο και πρωτότυπο θέαμα έξω από τα πλαίσια των θεαμάτων, που προσφέρει η τεχνολογία και η σύγχρονη εποχή.

#### **4. Καλλιτεχνικές εκδηλώσεις**

Οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις αποτελούν όχι μόνο ψυχαγωγία αλλά και διδασκαλία των λαών (αρχαίο δράμα κλπ).

Εκφράζονται με τον όρο "Φεστιβάλ". Σαν Φεστιβάλ χαρακτηρίζεται κύκλος καλλιτεχνικών εκδηλώσεων ή θεαμάτων εξαιρετικής ποιότητας, που οργανώνονται στον ίδιο τόπο κατά μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Αναφέρονται κυρίως στη μουσική, το χορό, το θέατρο, τον κινηματογράφο τις εικαστικές τέχνες κλπ.

Η οργάνωση τέτοιων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων έχει αποκτήσει μεγάλη σημασία στον τουρισμό και αποτελεί παράγοντα τουριστικής ανάπτυξης.

## **5. Εκθέσεις**

Οι εκθέσεις ανάλογα με το αντικείμενο τους διακρίνονται σε εμπορικές, γεωργικές, κτηνοτροφικές, επιστημονικές, καλλιτεχνικές, πολιτιστικές κλπ.

Ανάλογα από που προέρχονται οι εκθέτες διακρίνονται σε διεθνούς επιπέδου, εσωτερικού επιπέδου - εθνικού επιπέδου όταν οι εκθέτες προέρχονται από το εσωτερικό μιας χώρας.

Η σημασία τέτοιων εκθέσεων στον τουριστικό τομέα είναι μεγάλη, γιατί κατ'αυτές συρρέει κόσμος και δημιουργείται έντονη κίνηση.

## **6. Θρησκευτικές Εορτές και Θρησκευτικά Προσκυνήματα**

Στην αρχαιότητα στην Ελλάδα ορισμένοι τόποι όπως οι Δελφοί, η Δωδώνη, η Δήλος, η Ολυμπία κλπ, λόγω των ιερών των, αποτέλεσαν χώρα προσκυνήματος και θείας λατρείας και συγκεντρώνονταν σ'αυτούς πλήθος κόσμου απ'όλα τα μέρη.

Αργότερα ιδρύθηκαν διάφορες θρησκείες, που καθιέρωσαν ορισμένους τόπους σαν ιδιαίτερης σημασίας, από άποψη θρησκευτικής αξίας, προς τους οποίους συρρέει κατά καιρούς μεγάλο πλήθος πιστών για την εκπλήρωση των θρησκευτικών τους καθηκόντων.

Έτσι οι χριστιανοί έχουν καθιερώσει σαν τόπους προσκυνήματος τους Αγίους Τόπους, οι Μουσουλμάνοι τη Μέκκα κλπ.

Στις θρησκευτικές εορτές δίνεται και τουριστικός χαρακτήρας και έτσι τα διάφορα τουριστικά γραφεία και λοιποί μεταφορικοί οργανισμοί οργανώνουν εκδρομές, επ'ευκαιρία θρησκευτικών εκδηλώσεων και πυκνώνουν τα μέσα συγκοινωνίας.

## **7. Αθλητισμός**

Ο Αθλητισμός αποτελεί σοβαρό παράγοντα δημιουργίας και ανάπτυξης τουριστικής κίνησης για τις περιοχές που προσφέρονται για διάφορα σπορ ή που γίνονται διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις.

Οι αθλητικές εκδηλώσεις που οργανώνονται σε διακρατικό ή διεθνές επίπεδο, όπως είναι οι Πανευρωπαϊκοί αγώνες, οι Βαλκανικοί, οι Ολυμπιακοί κλπ, ασκούν μεγάλη επίδραση στο τουριστικό ρεύμα διότι χιλιάδες λαού αποφασίζουν να ταξιδέψουν εκτός των ορίων της πατρίδας τους με μόνο κίνητρο την παρακολούθηση των αθλητικών αγώνων.

## **8. Συνέδρια**

Σήμερα λόγω της έκτασης που έχουν πάρει οι επιστήμες, οι τέχνες, η παιδεία, η οικονομία, το εμπόριο κλπ, είναι αναγκαία η οργάνωση αντίστοιχων συνεδρίων,

κατά τα οποία αυτοί που μετέχουν σ'αυτά συζητούν διάφορα θέματα, ανταλλάσσουν απόψεις κλπ.

Τα συνέδρια αυτά μπορούν να'ναι περιφερειακά, εθνικά ή και διεθνή. Συνέπεια της οργάνωσης τέτοιων συνεδρίων είναι η μετακίνηση ανθρώπων για συμμετοχή σ'αυτά.

Συνήθως σε τέτοιες εκδηλώσεις γίνεται συνδυασμός της εργασίας με την ανάπαυση, αναψυχή, περιήγηση κλπ.

## **ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ**

### **1. Οι όροι ασφάλειας και τάξης**

Αναμφισβήτητα οι όροι ασφάλειας και τάξης που επικρατούν σε μια χώρα, λαμβάνονται σοβαρά υπ'όψη από τους τουρίστες που έχουν σκοπό να την επισκεφθούν.

Χώρες στις οποίες παρουσιάζονται κρούσματα εσωτερικών ανωμαλιών και εξεγέρσεων ή βρίσκονται σε πολεμική κατάσταση, δεν είναι δυνατόν να ελπίζουν στην εφαρμογή ενός προγράμματος τουριστικού για την προσέλκυση ξένων τουριστών.

### **2. Χαμηλό τουριστικό κόστος**

Με τον όρο αυτό εννοούνται οι δαπάνες που αφορούν στα έξοδα: α) Διαμετακόμισης, β) Διαμονής και γ) Διατροφής

Το θέμα του τουριστικού κόστους απασχολεί και τους τουρίστες και τις χώρες που δέχονται τουρίστες.

Για τους τουρίστες έχει σημασία, ιδίως γι'αυτούς που έχουν περιορισμένα οικονομικά. Η κατηγορία αυτών των τουριστών, προκείμενου να αποφασίσουν σε ποιο τρόπο θα ταξιδέψουν, ερευνά το κόστος και γενικά τις οικονομικές συνθήκες αυτού.

Κατόπιν αυτού είναι φυσικό και αναπόφευκτο το θέμα τουριστικό κόστος να απασχολεί την τουριστική πολιτική των διαφόρων χωρών. Οι χώρες αυτές πρέπει με διάφορους χειρισμούς και προγράμματα να επιδιώκουν την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη μείωση του τουριστικού κόστους μέχρι σημείου τουλάχιστο να ανταγωνίζονται τις άλλες χώρες που έχουν τα ίδια τουριστικά ενδιαφέροντα και βρίσκονται στον ίδιο γεωγραφικό χώρο.

### **3. Το νομικό καθεστώς εισόδου και διαμονής**

Για την είσοδο, διακίνηση και διαμονή των τουριστών σε μια χώρα επιβάλλονται πάντοτε από το νόμο ορισμένες διατυπώσεις και διαδικασίες που αποσκοπούν στην ασφάλεια της χώρας, στην προστασία του εθνικού νομίσματος και στην πρόληψη ή καταστολή αξιόποινων πράξεων.

Έτσι αυτός που μπαίνει σε μια χώρα υπόκειται σε διαβατηριακό, συναλλαγματικό, τελωνειακό έλεγχο κλπ.

## ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενα κεφάλαιά μας, η εξέταση του τουριστικού φαινομένου μας οδηγεί στα τρία βασικά συνθετικά του στοιχεία που'ναι το "άτομο" σαν το ανθρώπινο στοιχείο του τουρισμού, ο "χώρος" που'ναι το απαραίτητο στοιχείο που απλώνεται τόσο με το ταξίδι όσο και με την παραμονή. Ενώ τα στοιχεία αυτά, καθορίζουν στην ουσία την ύπαρξη του τουρισμού υπάρχουν και άλλα προσδιοριστικά στοιχεία που συντελλούν για την διάκριση αλλά και τον χαρακτηρισμό του τουρισμού.

Ο τουρισμός αποτελεί κλάδο της οικονομίας που'ζει την ιδιότητα να επηρεάζει και να επηρεάζεται και από άλλους κλάδους της οικονομίας. Η αλληλεπίδραση δεν οφείλεται μόνο στον οικονομικό κλάδο αλλά και στο γενικότερο περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί και αναπτύσσεται (κοινωνικό, πολιτικό, πολιτιστικό κλπ).

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μια από τις μορφές του τουρισμού με κριτήριο διάκρισης αυτό του ταξιδιωτικού σκοπού.

Τα επαγγελματικά ταξίδια των στελεχών επιχ/σεων αποτελούν σήμερα μια δραστηριότητα συνδεδεμένη με τη γενικότερη επιχειρησιακή στρατηγική και την πρόοδο των εργασιών των επιχειρήσεων. Έτσι ένα στέλεχος συχνά αποφασίζει ότι για κάποιους λόγους είναι προτιμότερο να ταξιδέψει επί τόπου και να αντιμετωπίσει το πρόβλημα,

---

↑ "Επαγγελματικός Τουρισμός" συγγραφέας Κραβαρίτης Κώστας, σελ. 25, Αθήνα 1992.

παρά να βασιστεί στη γραπτή ή τηλεφωνική κλπ, επικοινωνία με τους συνεργάτες του. Είναι πολλοί οι πιθανοί λόγοι που οδηγούν στην συγκεκριμένη απόφαση, αναφέρονται δε ενδεικτικά:

- για να συνεργαστεί με τοπικά ή περιφερειακά στελέχη υποκαταστημάτων, θυγατρικών εταιριών με τους αντιπροσώπους ή πελάτες,
- για να συμμετέχει σε συνέδρια, σε σεμινάρια, σε διασκέψεις ή για να γνωρίσει τη νέα τεχνολογία μέσω των ανάλογων κλαδικών εκθέσεων,
- για να προωθήσουν προϊόντα, εφόσον είναι στελέχη επιχ/σεων ή για να περάσουν ευχάριστα εφόσον το ταξίδι τους αποτελεί επιβράβευση για επίτευξη κάποιου υψηλού επιχειρησιακού στόχου.

Η διεθνοποίηση όμως της επιχ/σιακής δραστηριότητας, μεταξύ και άλλων προκάλεσε τη γιγάντωση του επαγγελματικού τουρισμού, γεγονός που είχε σαν συνέπεια, να αφυπνιστεί το ενδιαφέρον των κρατικών φορέων και των ιδιωτικών επιχ/σεων.>>

### **Οι διακρίσεις του επαγγελματικού τουρισμού**

Με βάση τα προσδιοριστικά κριτήρια που υιοθετήσαμε, διακρίνοντας τον τουρισμό από τη γενική του θεώρηση, θα εξετάσουμε τις επιμέρους παραμέτρους του επαγγελματικού τουρισμού που είναι οι εξής:

Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση:

- με τη χώρα προέλευσης,



- με το οικονομικό αποτέλεσμα,
- με τη χρήση ταξιδιωτικού γραφείου,
- με τα μέσα μεταφοράς
- με τη χρηματοδότηση της μετακίνησης
- με τη μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη
- με το φύλο των μετακινουμένων
- με τον αριθμό των μετακινουμένων και τέλος
- με το συγκεκριμένο επαγγελματικό σκοπό

*α) Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τη χώρα προέλευσης*

Εδώ έχουμε διάκριση σε εσωτερικό και εξωτερικό επαγγελματικό τουρισμό. Συνήθως είναι περισσότερα τα επαγγελματικά ταξίδια στο εσωτερικό μιας χώρας παρά στο εξωτερικό. Στο εξωτερικό γίνονται επαγγελματικά ταξίδια περισσότερο όταν έχουμε συναλλαγές και με χώρες της ευρωπαϊκής ένωσης.

*β) Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με το οικονομικό αποτέλεσμα*

Ο ενεργητικός επαγγελματικός τουρισμός προσφέρει οικονομικά οφέλη στη χώρα προορισμού του τουρίστα και συγχρόνως αφαιρεί πόρους από τη χώρα προέλευσής του. Ταυτόχρονα αποτελεί παθητικό επαγγελματικό τουρισμό, για τη χώρα προέλευσής του.

*γ) Ο επαγγελματικός τουρισμός με τη χρήση ταξιδιωτικού γραφείου*

Ένα επιχειρησιακό στέλεχος μπορεί να ρυθμίσει την διεκπεραίωση του επαγγελματικού του ταξιδιού είτε μόνο είτε με την βοήθεια της γραμματέως του, πολύ περισσότερο όταν οι προορισμοί είναι συγκεκριμένοι και επαναλαμβανόμενοι. Σ' αυτήν την περίπτωση έχουμε μη πρακτορειακό τουρισμό. Μπορεί όμως οι μετακινήσεις μας να πραγματοποιούνται μέσω ταξιδιωτικά γραφεία και σ' αυτήν την περίπτωση έχουμε πρακτορειακό τουρισμό. Συνήθως αυτό είναι συνηθέστερο σε μεγάλες επιχ/σεις που δε θέλουν να εμπλέκουν στην όλη διαδικασία το βοηθητικό τους προσωπικό και επιζητούν τις υπηρεσίες ενός ταξιδιωτικού γραφείου που'χουν επιλέξει.

*δ) Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τα μέσα μεταφοράς*

Στην περίπτωση των επαγγελματικών ταξιδίων η επιλογή του μέσου μεταφοράς είναι αυτή του αεροπλάνου. Ο χρόνος του ταξιδιώτη επαγγελματία είναι χρόνος εργασίας και θα πρέπει να επιστρέφει σύντομα στην εργασία του, να μην απουσιάσει μεγάλο διάστημα από την οικογένειά του, και κυρίως να περιορίσει την κόπωσή του κατά την μετάβαση και επιστροφή του.

*ε) Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τη χρηματοδότηση της μετακίνησης*

Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, κυρίως μικρομεσαίων, όταν ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, υποβάλλουν

οι ίδιοι τις δαπάνες για την μετακίνησή τους. Σ' αυτήν την περίπτωση αναφερόμαστε στο αυτοχρηματοδοτούμενο ή αυτόνομο ταξίδι.

Όταν όμως η ίδια η επιχ/ση πληρώνει το ταξιδιωτικό κόστος του στελέχους της, τότε το ταξίδι είναι χρηματοδοτούμενο, πάντα φυσικά στα πλαίσια του προϋπολογισμού του ταξιδιού και της σχετικής πολιτικής της επιχ/σης.

*στ) Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τα χρήματα που οι τουρίστες επαγγελματίες είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν*

Ο επαγγελματικός τουρισμός δεν είναι ούτε λαϊκός, ούτε μεσαίος αλλά ποιότικος τουρισμός. Ο τουρίστας που ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους έχει και την οικονομική ευρωστία για να αντιμετωπίσει ταξίδι υψηλών οικονομικών προδιαγραφών, είτε σαν άτομο, είτε σαν εκπρόσωπος φορέα για λογαριασμό του οποίου ταξιδεύει. Όταν αναφερόμαστε σε στελέχη μέσης και κατώτερης ιεραρχικής βαθμίδας, για τα οποία ιδιαίτερα σε περιόδους μείωσης της επιχ/σιακής δραστηριότητας ή δυσχερειών ορίζονται πλαίσια μέσα στα οποία πρέπει να κινούνται οι ταξιδιωτικές δαπάνες.

*ζ) Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με το φύλο των μετακινουμένων*

Ένα νέο στοιχείο σηματοδοτεί αλλαγές που σχετίζονται με τις προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες στους

τουρίστες επαγγελματίες. Η ονολένα και αυξανόμενη παρουσία του γυναικείου φύλλου στις μετακινήσεις επαγγελματικού χαρακτήρα. Η κυρίαρχη τάση που έχουν γενικά επιβάλλει οι γυναίκες επαγγελματίες που ταξιδεύουν είναι κάλυψη της ανάγκης για υγιεινό φαγητό και τακτική σωματική άσκηση, και φυσικά το κάθε τι που σχετίζεται με την ατομική περιποίηση και εμφάνιση (κομμωτήριο, σάουνα, κλπ).

*η) Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με την ηλικία των μετακινουμένων*

Την ιδιότητα του μετακινούμενου επαγγελματία σπάνια την έχουν οι νέοι ή αυτοί που ανήκουν στην τρίτη ηλικία. Συνήθως, αφορά άτομα που βρίσκονται στην ηλικία γύρω στα σαράντα. Πράγματι, ευκολότερα φανταζόμαστε αυτή την ηλικία σε συνθήκες εργασίας χωρίς οκτάωρο ή Σαββατοκύριακο, με πολύωρες πτήσεις και έντονους ρυθμούς εργασίας.

*θ) Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τον αριθμό των μετακινουμένων*

Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τον αριθμό των μετακινουμένων διακρίνεται σε ατομικό και ομαδικό επαγγελματικό τουρισμό, από χώρα σε χώρα. Στο ελάχιστο αριθμητικό όριο καθορισμού έχει υιοθετηθεί η συμμετοχή τουλάχιστον τεσσάρων ατόμων.

ι) *Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με το ταξιδιωτικό σκοπό που καλείται να εκπληρώσει*

Ο συγκεκριμένος σκοπός για τον οποί ταξιδεύει ο τουρίστας επαγγελματίας αποτελεί βασική παράμετρο διάκρισης του επαγγελματικού τουρισμού (εκθεσιακός, συνεδριακός, κινήτρων κλπ)..

### **Προϋποθέσεις ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού**

Οι τουρίστες επαγγελματίες δεν προσφέρουν μόνο την ποιότητα αλλά την αναζητούν σε κάθε της μορφή και πτυχή. Και την αναζητούν ή την απαιτούν καλύτερα εφόσον έχουν την διάθεση αλλά και την δυνατότητα να την πληρώσουν ανάλογα.

Οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού είναι οι παρακάτω τις οποίες τις αναλύουμε και σύντομα:

#### *1) Ασφάλεια, κοινωνική ειρήνη, σταθερή πολιτική κατάσταση*

Η προϋπόθεση αυτή είναι γενική και αφορά τον τουρισμό στο σύνολό του. Ο τουρισμός επηρεάζεται από το κοινωνικό και πολιτική περιβάλλον της χώρας υποδοχής του. Μια κρίση στο Αιγαίο από τους Τούρκους μειώνει τους τουρίστες στην Ελλάδα αλλά και τα συνέδρια που'χουν πραγματοποιηθεί, λόγω ανασφάλειας των τουριστών.

#### *2) Συνεδριακή και εκθεσιακή υλικοτεχνική υποδομή*

Η άρτια και εξειδικευμένη υποδομή αποτελεί το βασικό κριτήριο που εξετάζεται πάντα με ιδιαίτερη

σχολαστικότητα από το φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο ή την έκθεση αντίστοιχα. Η συγκεκριμένη υποδομή μπορεί να προσφέρεται είτε μέσα στην ξενοδοχειακή μονάδα, είτε σε αυτόνομα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα

*3) Ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών με ανάλογες υπηρεσίες και αξιοθέατα σε κοντινές σχετικά αποστάσεις*

Η ποιότητα του τουρισμού αυτού απαιτεί και την ανάλογη προσφορά υπηρεσιών που σχετίζονται όχι μόνο με την παραμονή αλλά και κάθε πρόσθετη υπηρεσία που την καθιστά πιο αποτελεσματική και πιο ευχάριστη είτε μέσα στο ξενοδοχείο είτε έξω απ' αυτό.

*4) Εύκολη πρόσβαση από τη χώρα εκκίνησης*

Είναι πολύ σημαντικό η μετακίνηση να'ναι ευχάριστη και ξεκούραστη. Αυτό σημαίνει:

α) Να εννοούνται προορισμοί με απευθείας συνδέσεις.

β) Συνέπεια στην τήρηση δρομολογίων και παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου κατά τη διάρκεια της πτήσης.

γ) Χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου ή της χώρας προέλευσης και του τόπου προορισμού του κύριου όγκου των επισκεπτών.

δ) Με την εξυπηρέτηση από τις υπηρεσίες εδάφους των αεροδρομίων κατά την άφιξη και αποχώρηση.

*5) Γενικότερη υποδομή του τόπου υποδοχής*

Θεωρείται προϋπόθεση μεγάλης σημασίας αυτή που σχετίζεται με το συγκοινωνιακό δίκτυο, με τις

επικοινωνίες, με τις προσφερόμενες υπηρεσίες γενικά αλλά και με την ποιότητα των κατοίκων κυρίως αυτοί που έχουν άμεση επικοινωνία με τους τουρίστες.

*6) Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες*

Η χώρα ως προς το κλίμα της θεωρείται ιδιαίτερα προνομιούχος. Όλοι οι τουρίστες την αγαπούν την Ελλάδα για το ωραίο κλίμα της, για την θάλασσά της, για τον ήλιο της, το ηλιοβασίλεμα της, τον ουρανό της κλπ.

*7) Η εικόνα (image) που έχει καθιερώσει η χώρα ή ο τόπος προορισμού*

Η προϋπόθεση αυτή αναφέρεται στην όλη εικόνα που έχει δημιουργήσει ο τόπος, σαν τόπος υποδοχής και διενέργειας συνεδρίων και εκθέσεων που έχει φυσικά καταφέρει να την προβάλλει στις αντίστοιχα αγορές.

*8) Η χώρα και ο τόπος προορισμού να 'ναι γνωστός και να θεωρείται "in" της μόδας*

Θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό όταν ένα ταξίδι δεν θα πρέπει απλώς να πετύχει από κάθε άποψη και να ικανοποιήσει απόλυτα τους συμμετέχοντες, αλλά θα πρέπει και ο προορισμός του να εντυπωσιάσει πριν και να παραμείνει και μετά.

**Προτάσεις για τον επαγγελματικό τουρισμό**

Είναι γεγονός πως οι προτάσεις αυτές έχουν διατυπωθεί και ειπωθεί τόσο στους αρμόδιους φορείς της Πολιτείας όσο και σε κάθε άλλο ενδιαφερόμενο. Σκοπός

τους είναι να βοηθήσουν στην κατάκτηση του ανερχόμενου επαγγελματικού τουρισμού. Οι προτάσεις εστιάζονται στην δημιουργία και βελτίωση προϋποθέσεων που δια μέσω της διαφήμισης θα προσελκύσουν τους ενδιαφερομένους. Τέτοιες ενέργειες θα μπορούσαν να είναι οι ακόλουθες:

α) Βελτίωση των μέσων μεταφοράς. Ειδικότερα όσον αφορά τα αεροδρόμια, καθότι ο επαγγελματικός τουρισμός είναι συνδεδεμένος με την αερομεταφορά, πρέπει να βελτιωθούν οι αίθουσες, τα κτίρια, οι χώροι αναμονής, οι υπηρεσίες εδάφους, να γίνουν αν είναι δυνατόν ακόμα και καινούρια αεροδρόμια με σύγχρονη υλικοτεχνική υποδομή, (φαινόμενα όπως με μια ομίχλη 5 μέρες κλειστό το αεροδρόμιο της Θεσ/νίκης, είναι απαράδεκτα). Πρέπει επίσης να πυκνώσουν τα δρομολόγια εσωτερικού, να τηρείται ακριβώς ο χρόνος άφιξης και αναχώρησης της πτήσης, να υπάρχουν ασφαλείς χώροι Parking, μοντέρνες αίθουσες παρεχομένων υπηρεσιών όπως bar, restaurant, λοιπά καταστήματα, πρώτες βοήθειες, ενοικιάσεις αυτοκινήτων.

Πέραν όμως των αεροδρομίων βελτιώσεις πρέπει να γίνουν και σε άλλους χώρους υποδοχής όπως σταθμούς τρένων, λιμάνια και μαρίνες καθότι και αυτά δίνουν μια πρώτη εικόνα. Τα προηγούμενα μαζί με τις αστικές και υπεραστικές συγκοινωνίες, πρέπει επίσης να βελτιώσουν την εξυπηρέτηση τους, τις αίθουσες τους καθώς και να τηρήσουν ένα πρόγραμμα αφίξεων - αναχωρήσεων.



β) Ξενοδοχεία. Δημιουργία νέων 5 αστερών, με σύγχρονες αίθουσες μικρές και μεγάλες, με προσωπικό εξειδικευμένο και με δυνατότητες για πλήρη κάλυψη σε fax, telex, computer, τηλέφωνα. Όλα αυτά με παράλληλη καλή ψυχαγωγική υποδομή (πισίνες, γυμναστήρια, bar, εστιατόρια).

γ) Δημιουργία μεγάλων υπερσύγχρονων συνεδριακών κέντρων. Αυτές οι αίθουσες μπορούν να γίνουν και από ιδιώτες αλλά κατά κύριο λόγο πρέπει να αναλάβει έργο η πολιτεία και σε συνδυασμό με την τοπική αυτοδιοίκηση να ιδρύσουν συνεδριακούς χώρους αυτόνομους, ικανούς να δεχτούν εκατοντάδες ή και χιλιάδες συνέδρους με υποδομή όπως μικροφωνικές εγκαταστάσεις, projectors, εγκαταστάσεις αυτόματης μετάφρασης, τηλέφωνα καθώς και χώρους παράλληλης για υποδοχή ή παραμονή εκτός του κυρίως συνεδριακού χώρου.

δ) Διαφήμιση. Την στιγμή που κάποια περιοχή έχει εξασφαλισμένους τους παραπάνω (α, β, γ) παράγοντες, πρέπει να τους κάνει γνωστούς ανά τον κόσμο σε συνδυασμό με φυσικά και άλλα κίνητρα που προσφέρει η Ελλάδα όπως ήλιο, θάλασσα, ιστορία αρχαία. Αυτό γίνεται πάλι μέσω της πολιτείας αυξάνοντας την διαφημιστική καμπάνια προς το εξωτερικό, προσκαλώντας κάποιους πιθανούς αγοραστές του προϊόντος για γνωριμία, με διαφημίσεις σε ειδικά περιοδικά ή και ακόμα δραστηριοποιώντας την ομογένεια για διάδοση στο εξωτερικό.

Τελικώς αν τα παραπάνω γίνουν πραγματικότητα, τότε η Ελλάδα θα είναι ο ιδανικός τόπος επαγγελματικού και του εν γένει τουρισμού πράγμα που σημαίνει όχι μόνο αύξηση τουριστών, αλλά και της ποιότητας αυτών με πολύ μεγαλύτερη αύξηση αντίστοιχα του συναλλάγματος.

## ΤΡΙΤΟ ΜΕΡΟΣ

### ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΝΟΜΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ

Από την αρχαιότητα οι Ακαρνάνες ως Αρχαϊκό ελληνικό φύλο ζούσαν στο ανατολικό άκρο της Στερεάς Ελλάδας. Συνόρευαν δυτικά με την Αιτωλία. Σαν φυσικό σύνορο στο μεγαλύτερο μέρος ήταν ο ποταμός Αχελώος, με την διαφορά ότι στην Αιτωλία της αρχαιότητας ανήκε περίπου η γεωγραφική έκταση της σημερινής Ευρυτανίας.

Σήμερα πλέον έχουμε τον ενοποιημένο νομό της Αιτωλοακαρνανίας με τη μεγαλύτερη γεωγραφική έκταση από οποιοδήποτε άλλο νομό της Ελλάδος με πληθυσμό όμως που δεν ξεπερνάει τις 150.000 μόνιμους κατοίκους.

Από δυτικά προς Ανατολικά συνορεύει με το Ιόνιο πέλαγος, τον Αμβρακικό κόλπο και τους νομούς Άρτας, Ευρυτανίας, και Φωκίδος. Νότια βρέχεται από τον Κορινθιακό Κόλπο.

Ας γνωρίσουμε την Αιτωλοακαρνανία λίγο καλύτερα.

Ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας βόρεια συνορεύει με το Νομό Άρτας, Ν. Ευρυτανίας και ένα μικρό κομμάτι του Νομού βρέχεται από τον Αμβρακικό κόλπο. Νότια βρέχεται από τον Πατραϊκό κόλπο. Δυτικά συνορεύει με τον Νομό Λευκάδας και το υπόλοιπο βρέχεται με το Ιόνιο Πέλαγος. Δυτικά συνορεύει με το Νομό Φωκίδας. Ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας αποτελείται από τις επαρχίες Μεσολογγίου με πρωτεύουσα το Μεσολόγγι, την επαρχία Ναυπακτία με

πρωτεύουσα την Ναύπακτο, την επαρχία Τριχωνίδας με πρωτεύουσα το Αγρίνιο, την επαρχία Βάλτου με πρωτεύουσα την Αμφιλοχία και την επαρχία Βόνιτσας με πρωτεύουσα την Βόνιτσα. Το κλίμα που παρουσιάζεται στον Νομό είναι θαλάσσιο μεσογειακό και στις ορεινές περιοχές είναι ορεινό. Τα όρη που μπορούμε να συναντήσουμε είναι τα Ακαρνανικά, Βάλτου, Ναυπακτίας και Παναιτωλικού. Τα ποτάμια που συναντάμε είναι ο Αχελώος και Εύηνος. Επίσης έχει έναν πορθμό τον οποίο τον συναντάμε όταν περνάμε από την Πελοπόννησο για να περάσουμε να πάμε στον Νομό Αιτωλοακαρνανίας και φυσικά όπως γνωρίζουμε όλοι είναι του Ρίου-Αντιρρίου.

Οι λίμνες που έχει ο Νομός είναι η λίμνη Τριχωνίδας, η λίμνη Λυσιμαχία, η λίμνη του Αμβρακία και η λίμνη Οζερός. Όσο για λιμνοθάλασσες είναι μία και είναι γνωστή σ' όλη την Ελλάδα αυτή είναι η λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου. Ακρωτήρια έχει δύο που ενώνει τον Νομό με το Νομό Πρέβεζας και αυτό είναι το Άκτιο και το Αντίρριο που ενώνει τον Νομό με την Πάτρα. Όπως θα γνωρίζουμε ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας βρέχεται από πολλούς κόλπους όπως το Αμβρακικό, τον Πατραϊκό και του Μεσολογγίου. Τα προϊόντα που βγάζει ο Νομός και που απασχολεί πολλούς κατοίκους με την διεξαγωγή των προϊόντων από το αρχικό ως το τελευταίο στάδιό τους είναι το ψάρι, το αλάτι, ο καπνός, το ρύζι, η κτηνοτροφία, σιτηρά, ελιές, κρασί, λάδι, μπαμπάκι και εσπεριδοειδή. Μνημεία και Αρχαιολογικοί τόποι υπάρχουν σ' όλο το Νομό καθότι είναι ένας Νομός με

ιστορικό μεγάλο και αρχαία ευρήματα. Τα πιο σπουδαία μέρη όμως που έχουν περισσότερα μνημεία και αρχαιολογικούς τόπους είναι το Μεσολόγγι, η Ναύπακτος, το Αγρίνιο, η Βόνιτσα, το Αντίρριο, η Αμφιλοχία κ.α. Σίγουρα μ' όλα αυτά που προαναφέραμε κάναμε μία γενική ξενάγηση περί του Νομού αλλά δεν φτάνει μόνο αυτό για να γνωρίσουμε το Νομό Αιτωλοακαρνανίας χρειάζεται να κάνουμε και έναν περίπατο για γνωρίσουμε ένα-προς ένα τα μέρη του καλύτερα.

### **Περίπατο στον Νομό Αιτωλοακαρνανίας**

Μπαίνοντας στον Νομό Αιτωλοακαρνανίας λοιπόν από την Άρτα συναντάμε μία όμορφη θέα με χαρακτηριστικές λιμνούλες και εντυπωσιακά μνημεία. Όπως προσεγγίζουμε τον Αμβρακικό κόλπο περνάμε από το βουνό Μακρί προς το οποίο μερικές φορές το καλούν και Θερμοπύλες της δυτικής Ελλάδας. Εκεί βρίσκεται και το κάστρο Παλαιοκούρα που το υπερασπίζει στο πόλεμο του '21 η καπετάν Ίσκος. Στη συνέχεια συναντάμε μία μεγάλη πόλη του Νομού των Αμφιλοχία.

Η Αμφιλοχία βρίσκεται στην κορυφή του κόλπου του Καρβασάρρα το οποίο είναι και το φαρδύτερο. Η πόλη έχει πληθυσμό 5000 μόνιμους κατοίκους. Ιδρύθηκε από τον Αλίπασά σαν στρατιωτικός σταθμός. Τότε ονομαζόταν Καρβασάρρος που' ναι σύντμηση της λέξης παραβάν-σαράι. Είναι μία αξιόλογη πόλη, με τα παραδοσιακά της σπιτάκια, τα πατροπαράδοτα μαγαζιά της, τους αρχαίους μεζέδες και την όμορφη παραλία της. Αξίζει τον κόπο μία βόλτα στην παραλία για να θαυμάσετε τις όμορφες βαρκούλες με τους

παράδες τους να' έχουν απλωμένα τα δίχτυα στα καΐκια τους και το φρέσκο ψάρι να μωσχουρίζει καθώς απολαμβάνετε τον καφέ σας σε ένα από τα καφενεία της παραλίας. Η ασχολία τους, φυσικά, είναι το ψάρεμα το οποίο δεν το κάνουν μόνο για το εμπόριο, αλλά και για να παρέχουν και τη δική τους τροφή. Πολλοί λίγοι ασχολούνται με τις εμπορικές επιχειρήσεις και ένα μικρό μέρος του πληθυσμού με την γεωργία. Φεύγοντας από την Αμφιλοχία και διάσχίζοντας τα όμορφα βουνά του Νομού, καθώς βγαίνουν σε ορισμένα σημεία της διαδρομής μας, στην ωραία θάλασσα την οποία βρέχεται ο Νομός συναντάμε μία άλλη μεγάλη πόλη του Νομού το Αγρίνιο. Φυσικά πίσω μας αφήσαμε πολλά μικρά όμορφα αλλά παράλληλα παραδοσιακά και με μεγάλη ιστορία χωριά που τους χαρακτηρίζει η ιστορία, εκκλησίες, τα αρχαία μνημεία, η παράδοση στην θρησκεία αλλά και οι ιστορίες του χωριού που λένε οι παππούδες στην νεότερη γενιά και ακούγονται μάλιστα και με μεγάλη προσοχή.

Μετά από αυτήν την υπέροχη διαδρομή όπως είπαμε και προηγουμένως φτάνουμε σε μία άλλη μεγάλη πόλη του Νομού Αιτωλοακαρνανίας που' να το Αγρίνιο.

Το Αγρίνιο είναι μια όμορφη Πόλη που' χει 40.000 μόνιμους κατοίκους. Είναι πρωτεύουσα της επαρχίας Τριχωνίδας, και φυσικά η μεγαλύτερη πόλη του Νομού όχι μόνο σε έκταση αλλά και σε πληθυσμό. Η παραγωγή αυτή της πόλης είναι ο καπνός καθώς και το ρύζι που βγαίνει από τα πολλά νερά που' χει η πόλη. Ο περισσότερος πληθυσμός

ασχολείται με την γεωργία καθώς και με εμπορικές επιχειρήσεις εφόσον είναι το μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο του Νομού αλλά και των γύρω Νομών. Μπορεί κανείς να επισκεφθεί τα αρχαιολογικά μουσεία της Πόλεως αλλά και να διαβάσει την ιστορία της πόλης. Μπορούμε να πούμε ότι είναι μία πόλη, που δεν έχει τόσο μεγάλη ιστορία σε σύγκριση με τις άλλες πόλεις του Νομού και για αυτό και οι κάτοικοι δώσανε περισσότερο σημασία σ' άλλους κλάδους της οικονομίας και τον τουρισμό. Δώσανε βαρύτητα περισσότερο στην ψυχαγωγία, στην ποιότητα της κοινωνικής ζωής', στο εμπόριο και μ' αυτήν την ευκαιρία το Αγρίνιο έγινε ο «κόμβος» του Νομού. Από το Αγρίνιο μπορείτε να επισκεφθείτε το Θέρμον. Το Θέρμον είναι ένα χωριό με πολύ λίγους μόνιμους κατοίκους και κυρίως μεγάλης ηλικίας, που 'χει μεγάλη ιστορία, στην επανάσταση με τους Τούρκους. Έχει πολλές αρχαίες εκκλησίες και αρχαία μνημεία καθώς και το αρχαίο θέατρο. Φυσικά δεν διατηρούνται σε άριστη κατάσταση καθώς το χωριό είχε καταστροφή σχεδόν ολοκληρωτικά μετά από έναν σεισμό που 'χε γίνει το 1887. Στην συνέχεια μπορείτε να δείτε και την τοποθεσία του Αρχαίου Αγρινίου που 'χει εντοπισθεί πάνω από το χωριό "Μεγάλη Χώρα", 4 χλμ. βορειοδυτικά της Πόλης.

Αφήνοντας το Αγρίνιο και συνεχίζοντας προς τα κάτω για την Ναύπακτο λίγα χλμ. έξω από το Αγρίνιο συναντάμε μία άλλη πόλη που 'χει εξίσου σημαντική ιστορία αυτή η πόλη είναι το Αιτωλικό. Το Αιτωλικό είναι μια προσφυγική

πόλη με 5000 περίπου μόνιμους κατοίκους. Βρίσκεται επάνω σ' ένα βράχο το οποίο βρέχεται απ' όλες τις μεριές του με θάλασσα, είναι νησί και συνδέεται με τον Νομό Αιτωλο-ακαρνανίας με ωραίες πέτρινες γέφυρες που' ναι στην σειρά μ' αυτόν τον τρόπο ενώνεται η ξηρά του Αιτωλικού με τον Νομόν. Ονομάζεται Μικρή Βενετία γιατί βρέχεται από παντού, αλλά παράλληλα αποτελεί και έναν ξεχωριστό τρόπο σύνδεσης. Υπάρχουν πολλές ωραίες πέτρινες εκκλησίες του Ιου αιώνα που διατηρούν ακόμη τις τοιχογραφίες τους, όπως για παράδειγμα η Εκκλησία της Παναγίας. Σε λίγα λεπτά φεύγοντας από το Αιτωλικό φτάνουμε στο Μεσολόγγι που' να και η πρωτεύουσα του Νομού.

Το Μεσολόγγι έχει 15000 μόνιμους κατοίκους. το Μεσολόγγι πήρε το όνομά του από τις ιταλικές λέξεις "Mezzo cosli" που σημαίνει ανάμεσα σε θάλασσα. Η πόλη αυτή είναι η πιο οικεία με τον Αγγλόφωνο κόσμο περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη έστω και μεγαλύτερης σημασίας πόλη της Ελλάδας. Άγγλοι και Έλληνες πολέμησαν με τη ψυχή τους για την απελευθέρωση του Μεσολογγίου κατά της Τουρκοκρατίας. Ένας απ' αυτούς είναι ο Ιωάννης-Ιάκωβος Μάγερ. Ο μεγάλος φιλέλληνας γεννήθηκε στην Ελβετία το 1798 όπου και σπούδασε φαρμακοποιός. Ήρθε στο Μεσολόγγι σε ηλικία 23 ετών. Υπήρξε φαρμακοποιός του Νοσοκομείου της πόλης το οποίο είχε διευθυντή τον Άγγλο Έλστερ. Στο ίδιο κτήριο με το νοσοκομείο της πόλης στεγαζόταν και το τυπογραφικό πιεστήριο της εφημερίδας "Ελληνικά Χρονικά", ως τις 20 Φεβρουαρίου 1826 ημέρα καταστροφής του



τυπογραφείου από εχθρική βόμβα. Έκτοτε εκεί μέχρι της 10ης Απριλίου, οπότε εφονεύθει κατά την Έξοδο, ο Μάγερ διατηρούσε λεπτομερές ημερολόγιο των τραγικών ημερών του Μεσολογγίου. Το ημερολόγιο αυτό χάθηκε τη νύχτα της εξόδου.

Ένας άλλος άγγλος ποιητής με πολύ υψηλά ιδεώδη που αγωνίστηκε για το Μεσολόγγι ήταν ο Λόρδος Βύρων. Ήρθε στο Μεσολόγγι στις 11 Ιανουαρίου 1824. Η βοήθεια του στους αγωνιστές ήταν πνευματική και οικονομική. Εργαζόταν συνέχεια για την καλύτερη οργάνωση του αγώνα. Πέθανε άρρωστος βαριά στις 19 Απριλίου του 1824. Κηδεύτηκε το Μεσολόγγι όμως η ταφή έγινε στο Νότιγχαμ της Αγγλίας.

Ήταν πολλοί Έλληνες ποιητές και ιστορικοί που αγωνίστηκαν για την απελευθέρωση του Μεσολογγίου κατά της Τουρκοκρατίας. Λίγοι απ' αυτούς είναι ο **Μάρκος Μπότσαρης** που το μνημείο του είναι το μεγαλύτερο και βρίσκεται στον κήπο των Ηρώων. Έγινε το 1915 με δαπάνη του μεγάλου πολιτικού Ελευθερίου Βενιζέλου. Ο **Σπυρίδων Τρικούπης** ο οποίος γεννήθηκε το 1788 στο Μεσολόγγι. Σπούδασε φιλοσοφία στη Ρώμη και στο Παρίσι. Όταν ήρθε στην Ελλάδα ο Ι. Καποδίστριας ανέλαβε πρωθυπουργός της χώρας. Εκτός από μεγάλος πολιτικός ήταν και εξαιρετικός ιστορικός. Ο **Χαρίλαος Τρικούπης**, ο οποίος γεννήθηκε το 1832 στο Ναύπλιο όταν ο πατέρας του βρισκόταν εκεί ως πρωθυπουργός. Το Ναύπλιο ήταν πρωτεύουσα της Ελλάδας τότε. Στο Μεσολόγγι πέρασε τα παιδικά του χρόνια, έπειτα

σπούδασε νομικά και πολιτικές επιστήμες στην Αθήνα και στο Παρίσι αντίστοιχα. Εξελέγη βουλευτής Μεσολογγίου το 1865. Δέκα χρόνια αργότερα εξελέγη πρωθυπουργός της χώρας. Πέθανε στις Κάνες το 1896. Υπήρχαν και οι άλλοι γνωστοί ιστορικοί που με τον δικό τους τρόπο βοήθησαν στην απελευθέρωση του Μεσολογγίου, όπως π.χ. Ιωάννης Τρικούπης, Τηνόβιος Βάλβως, Δημήτριος Βάλως και Κωστής Παλαμάς.

Ένα άλλο μεγάλο μνημείο που θα μπορούσαν να δουν οι τουρίστες μας είναι ο Κήπος των Ηρώων. Την εποχή των πολιορκιών ο κήπος Των Ηρώων χρησίμευε σαν περιοχή ταφής των νεκρών Ηρώων μια και το νεκροταφείο του Αγίου Λαζάρου ήταν αποκλεισμένο. Σήμερα είναι γεμάτος μνημεία που έχουν μείνει να θυμίζουν αρετές όπως η ανδρεία, ο ηρωισμός, η αγάπη για την πατρίδα και την ελευθερία, αρετές που σπανίζουν σήμερα. Ακόμη έχει παλαιά κτήρια που δεσπόζονται από την ιστορία της εποχής εκείνης αλλά και της αρχιτεκτονικής της και που αξίζει τον κόπο να τα δουν οι τουρίστες μας. Ένα άλλο σημαντικό γεγονός που είναι συνδεδεμένο με την Ιστορία της Πόλης είναι η έξοδος του Μεσολογγίου. Ο συνολικός αριθμός των ατόμων που βρίσκονται στο Μεσολόγγι ανερχόταν σε 10500 περίπου από τα οποία 3500 ήταν οπλοφόροι, οι δε υπόλοιποι εργάτες, γυναίκες, γέροντες, παιδιά, άρρωστοι και τραυματίες. Η απόφαση να επιχειρήσουν την έξοδο τη νύχτα της 10ης Απριλίου ήταν οριστική και προς τούτο ειδοποίησαν τους έλληνες του στρατοπέδου της Δεβέκιστας για να προσπαθήσουν να φέρουν αντιπερισπασμό στους Τούρκους.

Όλοι πριν την έξοδο μετάλαβαν των αχράντων μυστηρίων. Τα περιττά πράγματα κήκαν. Για μια στιγμή επικράτησε η σκέψη να σκοτωθούν οι άμαχοι για να αποφευχθούν έτσι οι εξευτελισμοί, οι ατιμώσεις και οι βασανισμοί από τους Τούρκους, αλλά γρήγορα η ιδέα αυτή εγκαταλείφθηκε ύστερα από την έντονη αντίδραση του επισκόπου Ιωσήφ. Όσοι τελικά από τους αρρώστους και τους τραυματίες μπορούσαν να μετακινηθούν αλλά δεν άντεχαν να λάβουν μέρος στην έξοδο, περίπου 600, κατάλαβαν τα πιο ανθεκτικά κτίρια, εφοδιασμένοι με τα αναγκαία όπλα και πυρομαχικά, για τη “μέχρις εσχάτων” άμυνα. Δίπλα τους παρέμειναν αρκετοί συγγενείς τους, που προτίμησαν να συναποθάνουν.

Ενώ το σχέδιο ήταν έτοιμο, ακολούθησε η προδοσία του στο εχθρικό στρατόπεδο. Ο προδότης σύμφωνα με τη γνώμη ορισμένων ιστορικών ήταν Βούλγαρος, ενώ άλλοι υποστηρίζουν ότι ήταν Τούρκος αιχμάλωτος. Φαίνεται όμως ότι η διάταξη της Εξόδου δεν τηρήθηκε όπως ακριβώς είχε ορισθεί.

Οι έλληνες, αφού πληροφορήθηκαν την προδοσία του σχεδίου τους προσπάθησαν να το τροποποιήσουν για να επιφέρουν σύγχυση στο εχθρικό στρατόπεδο. Παρ'όλα αυτά όμως κατά την ηρωϊκή αυτή έξοδο που πραγματοποιήθηκε από την ανατολική πλευρά του φρουρίου, σκοτώθηκε σχεδόν το σύνολο των γυναικόπαιδων, ενώ, από τους 2.500 μαχητές που βγήκαν από το φρούριο κατόρθωσαν να φθάσουν στην Αμφισσα 1300. Η τραγωδία της 10ης Απριλίου του 1826 επισφραγίστηκε με τη θυσία του γέροντα Χρήστου Καψάλη, ο οποίος αφού συγκέντρωσε στην πυριτιδαποθήκη του τους

αρρώστους και όσους δεν μπόρεσαν να βγούν, όταν έφτασαν οι Τούρκοι κοντά τους, έβαλε φωτιά. Παράλληλα η εποποιΐα συμπληρώθηκε στις 12 Απριλίου, όταν ο Δεσπότης Ιωσήφ Ρωγών, που πολεμούσε τις "τάπιες" μαζί μ' άλλους Μεσολογγίτες, υποχώρησε μ' αυτούς, τη στιγμή που ακούστηκε το ανεξήγητο σύνθημα "πίσω-πίσω" για να οχυρωθούν τελικά στον Ανεμόμυλο. Ύστερα δε από σκληρή αντίσταση δύο μερόνυχτων, έβαλε φωτιά στο τελευταίο βαρέλι με τα πολεμοφόδια. Έγιναν και αυτοί ολοκαύτωμα και έκλεισαν το περίλαμπρο κεφάλαιο της Ελληνικής Ιστορίας. Το πτώμα του σεπτού ιεράρχη αναγνωρίστηκε από τους Τούρκους και ο θηριώδης Ιμπραήμ, διέταξε να κρεμαστεί μπροστά από τα ερείπια του Ανεμόμυλου.

Η θυσία του Μεσολογγίου, που για 12 ολόκληρους μήνες αντιστάθηκε ηρωϊκά, προώθησε το ελληνικό ζήτημα όσο καμμιά άλλη ελληνική νίκη. Οι φλόγες του θέρμαναν τις καρδιές των πολιτισμένων λαών και τους ξεσήκωσαν σε μια αληθινή σταυροφορία για την απελευθέρωση του ελληνικού έθνους. Κι έτσι για την 10η Απριλίου, κάθε χρόνο κάνουν σειρά εκδηλώσεων καθώς και αναπαράσταση των γεγονότων εκείνης της εποχής που ξεκινούν από το πανηγύρι του Αη-Συμιού που με τη δική του βοήθεια συντέλεσε στην απελευθέρωση ως την πόλη του Μεσολογγίου. Στο Μεσολόγγι υπάρχουν και άλλα ωραία αρχαία μνημεία που αξίζουν τον κόπο να τα δούμε ως τουρίστες, αλλά παράλληλα και να κάνουμε κοντινές βόλτες ως τον Αστακό για να χαρούμε το άφθονο πράσινο, την γκριζο-

πράσινη θάλασσα αλλά και την καθαρή αμμουδιά για ένα απολαυστικό μπάνιο στην θάλασσα και εν συνεχεία τα όμορφα και ολόφρεσκα ψάρια που έφεραν οι ψαράδες μας το πρωί στα ταβερνάκια της περιοχής.

Αφήνοντας πίσω μας το Μεσολόγγι με την τόση μεγάλη ιστορία, και κατευθύνοντας προς την Ναύπακτο συναντάμε κάποια χωριουδάκια του Νομού με μεγάλη ιστορία, αρχαία μνημεία, καθώς και ωραίες εκκλησίες με τοιχογραφίες του 17ου αιώνα. Στα αριστερά μας μετά από 4χλμ. από το Μεσολόγγι συναντάμε τη Ναύπακτο. Η Ναύπακτος είναι ο συνδετικός κρίκος της δυτικής Ελλάδας με την κεντρική χώρα. Η Ναύπακτος στην μακραίωνη ιστορική διαδρομή της, εμφανίστηκε κατά καιρούς με διάφορα ονόματα, Ναύπακτος, Norant, ή Naupatos από τους Φράγκους. Την ονομασία της την οφείλει στην κατασκευή πλοίων, ναυς: πλοίο και πήγνυμι = κατασκευάζω.

Η Ναύπακτος με το γραφικό λιμανάκι, το ισχυρό κάστρο, τις καθαρές ακρογιαλιές, τα άφθονα νερά και τα γιγάντια πλατάνια της είναι ίσως η πιο όμορφη πόλη της Ρούμελης. Το παραδοσιακό τμήμα της πόλης είναι κτισμένο σ'ένα μικρό λόφο με θέα τη θάλασσα του Κορινθιακού και τα βουνά της Αχαΐας, που καταλήγει στη θάλασσα σχηματίζοντας ένα μικρό φυσικό λιμάνι. Το λιμάνι και ο λόφος περιλαμβάνονται από ένα ισχυρό μεσαιωνικό φρούριο, η ιστορία του οποίου είναι τεράστια. Η τελική σημερινή μορφή του δόθηκε από τους Ενετούς στα 1204 όταν έκτισαν υψηλότερα και επιβλητικότερα τείχη. Πρόεσθεσαν πύργους

και οχύρωσαν το λιμάνι. Το 1294 ο Φίλιππος Ταραντίνος βελτίωσε ακόμα περισσότερο την οχύρωση του κάστρου και έκοψε νομίσματα με ανάγλυφη αναπαράσταση του κάστρου και αυτή πάνω του τα ίχνη της με επιδιορθώσεις και κατασκευές τζαμιών και άλλων κτισμάτων στους κόλπους του. Σήμερα είναι το σήμα κατατεθέν της πόλης και το μοναδικό στην Ευρώπη κάστρο με πέντε αμυντικές ζώνες, από το λιμάνι μέχρι την κορυφή του λόφου. Ανατολικά από το Αντίρριο ύστερα από μια πανοραμική διάδρομή 9 χλμ. βρίσκεται η Ναύπακτος. Απο΄κει ο οδικός άξονας κατευθύνεται στο Γαλαξείδι, Ιτέα, Δελφούς με πορεία προς την πρωτεύουσα. Από τη γέφυρα του ξηροποτάμου Βαριάς αρχίζει η κυρίως πόλη της Ναυπάκτου, όπου λίγα μέτρα μετά συναντάμε το Παπαχαραλάμπειο εθνικό στάδιο. Προχωρώντας προς το κέντρο της Πόλης ανάμεσα από όμορφα σπιτάκια με ανθοστόλιστους κήπους αλλά και νεόκτιστες πολυκατοικίες φθάνουμε στην συνοικία της Ψανής. Εκεί δεσπόζει η όμορφη παραλία μήκους ενός περίπου χλμ. Σ΄όλο το μήκος της παραλίας απλώνεται ένα ευρύχωρο πλακόστρωτο περιπάτου με δασύφυλλα πλατάνια, σύγχρονα εστιατόρια, πολυτελείς καφετερίες, ταβέρνες, ξενοδοχεία και τη δημοτική πλαζ. Τους καλοκαιρινούς μήνες κατακλύζεται από παραθεριστές ιδιαίτερα τις απογευματινές και πρώτες βραδυνές ώρες. Η θάλασσα περιοχή της Ψανής έχει τιμηθεί από την Ε.Ε. δύο φορές με την "γαλάζια σημαία".

Μπαίνοντας στην εσωτερική πόλη που βρίσκεται μέσα στο Φρούριο, υπάρχει ένα μεγάλο κτήριο, ο πύργος του

Μπότσαρη. Το Μποτσαραϊκό είναι προσαρμοσμένο στην πολεμική ιδιοτυπία του κάστρου. Οι ουρανοκρέμαστες βίγλες του, η σάλα των συμποσιών, το δωμάτιο των κατόπτρων, τα παρατηρητήρια, οι στρατώνες, τα μπουντρούμια, οι μυστικές σήραγγες κλπ, προκαλούν το δέος και το θαυμασμό στον επισκέπτη. Αμέσως μετά την πλατεία του λιμανιού μπορεί κανείς να δροσιστεί κάτω από τα δύο τεράστια αιωνόβια πλατάνια και να απολαύσει την θέα του μικρού βενετσιάνικου λιμανιού με τη μεγάλη ιστορία. Το λιμανάκι έχει σχήμα πετάλου. Στο στόμιό του υπάρχουν δύο πυργίσκοι που το προστατεύουν. Στον ανατολικό πυργίσκο υπάρχει ναυτικός φάρος και εντοιχισμένη μαρμαρόπλακα αναμνηστική του ιστορικού γεγονότος της Ναυμαχίας της Ναυπάκτου το 1571. Τα κανόνια που βρίσκονται επίσης εκεί ζωντανεύουν στις μνήμες τις αμέτρητες μάχες που δόθηκαν για την απελευθέρωση της Ναυπάκτου από τους επίδοξους κατακτητές στο πέρασμα των αιώνων. Μετά την πλατεία του λιμανιού βρίσκεται το Στενοπάζαρο, η παλιά αγορά της πόλης δίπλα στο λιμάνι απ'όπου έφταναν τα εμπορεύματα. Σήμερα από πρόσφατη πλακόστρωση το στενό αυτό αποτελεί ένα από τα πιο γραφικά σημεία της πόλης. Η πλατεία του λιμανιού και το στενοπάζαρο εξαιτίας της μοναδικής γραφικότητας και ομορφιάς τους είναι τα σημεία που σφύζουν από ζωή κατά τη διάρκεια της ημέρας αλλά πολύ περισσότερο τις βραδυνές και πρώτες πρωϊνές ώρες. Άλλωστε τα περισσότερα και πιο όμορφα μπαράκια, καφετέριες, ουζερί και ταβέρνες που βρίσκονται εκεί

συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον της νεολαίας της Ναυπάκτου αλλά και των τουριστών δημιουργώντας ένα Κοσμοπολίτικο περιβάλλον. Αυτά είναι μια μικρή γεύση από αυτά που θα απολαύσετε εάν την επισκεφθείτε. Προηγουμένως αναφέρθηκα και στο Αντίρριο που δεν πρόλαβα να το διηγηθώ. Το Αντίρριο είναι μία πόλη που έχει 5.000 μόνιμους κατοίκους. Βρέχεται από τον Πατραϊκό κόλπο και με την διέλευση πλοίων συνδέει το Ρίο με το Αντίρριο. Έχει μια όμορφη μαρίνα πλοίων που αξίζει κανείς να την χαζεύει αλλά και τα όμορφα τείχη του κάστρου ακριβώς στο λιμάνι τα οποία τα'χαν βάλει οι Έλληνες για να πυρπολούν τους Τούρκους κατά την είσοδό τους από την θάλασσα.

#### **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ**

Η επίτευξη μιας τουριστικής ανάπτυξης για το νομό Αιτωλοακαρνανίας δεν πρέπει να θεωρείται κάτι το ιδιαίτερα δύσκολο. Ο Νομός προσφέρει αρκετές φυσικές ομορφιές, οι οποίες μένουν ανεκμετάλλευτες. Το άσχημο είναι όμως ότι φαίνεται πως και οι κυβερνήσεις αδιαφορούν αλλά και η τοπική αυτοδιοίκηση και οι πολίτες του τόπου αδρανούν και δεν επεμβαίνουν δυναμικά.

Η λιμνοθάλασσα του Μεσολογγίου για παράδειγμα είναι ένας χώρος φυσικού κάλους που με πολύ μικρές παρεμβάσεις θα μπορούσε να προσφέρει πολλά έσοδα. Δημιουργώντας μια μαρίνα, ώστε να μπορούν να έρχονται και να αράζουν πολυτελή γιότ, απ'όλο τον κόσμο. Στη



μαρίνα αυτή θα μπορούσε να υπάρχει και ένα ξενοδοχείο (5\*) για πολυτελή διαμονή με πισίνες - bar και αθλητικές εγκαταστάσεις όπως τέννις - ιππικό όμιλο κτλ. Το ξενοδοχείο αυτό θα πρέπει να 'ναι μεγάλο και να 'χει και συνεδριακούς χώρους ώστε εκμεταλλευόμενοι και το καλό κλίμα της Αιτωλοακαρνανίας να δουλεύει και το Χειμώνα, καθώς θα μπορούν να γίνονται συνέδρια είτε ελληνικών είτε ξένων επιχ/σεων είτε forum διεθνή π.χ. για τους βιότοπους, είτε συγκεντρώσεις ομογενών είτε οτιδήποτε άλλο από το ευρύ φάσμα του αναπτυσσόμενου επαγγελματικού τουρισμού.

Η εκμετάλλευση της λιμνοθάλασσας τουριστικά συνεπάγεται ότι πρέπει να σταματήσουν να πετούν λήμματα και να ρυπαίνουν την περιοχή, ενώ αντίθετα η περιφερειακή διοίκηση μαζί με τους υπόλοιπους φορείς να συμβάλλει στον καθορισμό της, ο οποίος θα 'ναι οριστικός και γι'αυτό τον λόγο θα πρέπει να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις όπως βιολογικός καθαρισμός, εργαστήρια ανακύκλωσης καθώς και διαφημιστική εκστρατεία της τοπικής αυτοδιοίκησης για την καθαριότητα.

1) Η καθαριότητα αποτελεί εχέγγυο για την τουριστική ανάπτυξη.

2) Παρατηρείται σήμερα η Αιτωλοακαρνανία με τα τόσα χιλιόμετρα αυτών, με ένα ηλιοβασίλεμα ίσως το καλύτερο της Ελλάδος, να μην διαθέτει παρά μόνο κάποια ενοικιαζόμενα δωμάτια από ιδιοκτήτες που έχουν διάθεση συνήθως για ευκαιριακές αρπαχτές καθώς και κάποια ξενοδοχεία που δεν τηρούν τους όρους υγιεινής. Τα περισσότερα

απ'αυτά βλέπουν και αντιμετωπίζουν τον πελάτη, με μια δημοσιοϋπαλληλική νοοτροπία, κάποιιο που τους έχει ανάγκη, οπότε κατά συνέπεια έχουμε ένα πελάτη δυσαρεστημένο και ηθικά και ψυχολογικά, πράγμα που σημαίνει ότι τον αποτρέπουμε και να ξοδέψει και να μας ξαναεπισκεφθεί.

Πρέπει δηλαδή να υπάρξει μια σεμιναριακή επιμόρφωση, ανά τακτά χρονικά διαστήματα, στο υπάρχον εργαζόμενο προσωπικό, ώστε η εξυπηρέτηση, το service και η ποιότητα βάσει της συνεχούς εκπαίδευσης να γίνουν βίωμα. Πρέπει όμως να προσθέσουμε εδώ ότι πρέπει να βελτιωθούν οι τρόποι και η παιδεία όλων των αναγκών των τουριστικών περιοχών, γιατί κι αυτοί συμβάλλουν και συμμετέχουν. Ίσως αυτό να ήταν καλύτερο να γίνεται δια μέσω του σχολείου και της πολιτείας για να περάσει σαν ήθος σ'όλες τις γενιές.

3) Τουριστική ανάπτυξη άλλωστε σημαίνει και θέσεις εργασίας, καθότι θα δημιουργηθούν νέα ξενοδοχεία. Η αύξηση των κλινών σημαίνει περισσότερο προσωπικό για την περιποίηση του αυξημένου πλέον αριθμού τουριστών. Οι νέες αυτές ξενοδοχειακές μονάδες δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι θα είναι ευπρεπείς, άνετες, καθαρές με δυνατότητα για οποιαδήποτε παροχή και με υπαλλήλους εξειδικευμένου, ευγενικούς και φιλικούς, που'να αποδίδουν την γνωστή στην αρχαιότητα και όχι την κατά τα σημερινά λεγόμενα ελληνική φιλοξενία.

4) Η άνοδος του τουριστικού πληθυσμού ανάβει και το πράσινο φως σ'άλλες εργασίες όπως τοπικά τουριστικά γραφεία που μπορούν να λειτουργούν είτε ως ανταποκριτές

ξένων, είτε αυτόνομα δημιουργώντας εκδρομές μακρινές ή κοντινές εξυπηρετώντας τουρίστες για επισκέψεις μονοήμερες σε νησιά του Ιονίου ή στα αρχαία των Δελφών ή στην Πάτρα ή οπουδήποτε θελήσουν οι πελάτες. Επίσης να ανοίξουν γραφεία ενοικιάσεις αυτοκινήτων ή δικύκλων οπότε θα δουλεύουν και τα συνεργεία συντήρησης. Ακόμα πέρα απ'αυτά είναι τα καταστήματα αναμνηστικών, τα κέντρα διασκέδασης και ψυχαγωγίας όπως καφετέριες, bar, εστιατόρια, νυχτερινά καταστήματα και αναρίθμητοι άλλοι συνεπικουρούμενοι κλάδοι.

Μέτρα που θα συνέβαλλαν και θα βοηθούσαν αποτελεσματικά στην τουριστική ανάπτυξη της Αιτωλοακαρνανίας, θα ήταν η εξαγγελία Δημοσίων έργων μακροπρόθεσμων ή βραχυπρόθεσμων, που θα είχαν σημαντικό αντίκτυπο στην τουριστική κίνηση και διαφήμιση του τόπου.

Βραχυπρόθεσμα έργα θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε την ασφαλτόστρωση και περιποίηση του εθνικού και επαρχιακού οδικού δικτύου, διανοίξεις οδών, δημιουργίας Parking, τοποθετήσεις φωτεινών κολώνων εκατέρωθεν των οδών. Όσον αφορά τον στόλο των αστικών και υπεραστικών συγκοινωνιών του νομού θα λέγαμε ότι είναι αναχρονιστικός, πεπαλαιωμένος και μας γυρνάει σε εποχές πολύ μακρινές. Ίσως θα έπρεπε να δοθεί κάποιο κίνητρο, ώστε να μπορέσουν να αλλαχθούν αυτά τα μέσα μεταφοράς σε σύγχρονα, μοντέρνα, άνετα για να μπορεί ο ταξιδιώτης να γνωρίζει τον τόπο και να πηγαίνει στο μέρος που θέλει,

χωρίς να ταλαιπωρείται σε κάποιο ρυπαρό, χωρίς σωστές θέσεις και έτοιμο να χαλάσει λεωφορείο.

Μακροπρόθεσμα έργα, είναι αυτά που χρειάζονται περισσότερο από ένα έτος για την ολοκλήρωσή τους αλλά και που αυτά κατά τη γνώμη μας θα έπρεπε την στιγμή που θα αποφασιστούν να γίνουν με πολύ ταχείς ρυθμούς. Για παράδειγμα η ζεύξη Ρίου - Αντιρρίου. Δίνει πρόσβαση στην Πελοπόννησο και στο καλύτερο εθνικό της οδικό δίκτυο χωρίς περιττές καθυστερήσεις.

Ένα άλλο μεγαλόπνοο σχέδιο που θα μπορούσε να γίνει, θα ήταν η κατασκευή ενός αεροδρομίου που θα ικανοποιούσε πτήσεις ιδιωτικών και μικρών αεροσκαφών όπως jet, charters, ελικόπτερα.

Αυτό θα ήταν κάτι που θα έδινε μεγάλη ώθηση στην τουριστική κίνηση καθώς δεν θα χρειάζονται τυχόν τουρίστες, να έρχονται μόνο με αυτοκίνητα ή να πηγαίνουν με το αεροπλάνο στην Αθήνα και έπειτα με κάποιο άλλο μέσο να μεταβαίνουν στον τόπο που επιθυμούν. Η θέση άλλωστε της Αιτωλοακαρνανίας είναι αρκετά κομβική, ώστε να βολεύει τους πάντες που θέλουν να κινηθούν στην δυτική Ελλάδα καθώς θα έχουν άμεση και σύντομη πρόσβαση στην Πελοπόννησο, είτε στην Πάτρα και στο λιμάνι της είτε στα νησιά του Ιονίου όπως Λευκάδα, Ζάκυνθο, Κεφαλλονιά, Ιθάκη είτε σε οποιοδήποτε μέρος της Στερεάς και ηπειρωτικής - δυτικής Ελλάδος. Η δημιουργία λοιπόν ενός τέτοιου αεροδρομίου θα συνέβαλλε καθοριστικά και θα άλλαζε άρδην το τουριστικό status quo της περιοχής

καθώς οι σύγχρονες ανάγκες του σημερινού ταξιδιώτη απαιτούν περιήγηση με αίσθηση ασφάλειας πολυτέλειας και προπαντός ευκολίας και άμεσης πρόσβασης σε οτιδήποτε εφικτό.

Φεύγοντας όμως από μια ονειρική κατάσταση, που θα αποτελούσαν οι παρουσίες αεροδρομίου, ωραίων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων με μαρίνες για τα πολυτελή yacht, θα πέφταμε σε περίπτωση ανάγκης σε εφιαλτική πραγματικότητα κάποιων απαράδεκτων νοσοκομείων, στην ανυπαρξία σωστών κέντρων υγείας, σε ετοιμόρροπα και τρισάθλια κτίρια Λιμενικών και Αστυνομικών αρχών. Η παρουσία ένα προς ένα των προαναφερθέντων είναι καταλυτική. Είναι αυτά που θα χρησιμοποιηθούν σε καταστάσεις ανάγκης και πολύ δύσκολα στην σημερινή τους μορφή θα προσδώσουν ένα κράτος συγκροτημένο, ομοιόμορφο και αποτελεσματικό. Είναι αυτά τα οποία θα δημιουργήσουν και θα τονώσουν το αίσθημα ασφάλειας του ταξιδιώτη και που θα του δώσουν λύσεις σε τυχόν πρόβλημά του.

Στις συγκεκριμένες υπηρεσίες λοιπόν, οι αλλαγές που πρέπει να γίνουν να είναι ριζικές και σε βάθος, ώστε να μπορέσει να πειστεί ο πολίτης και ο επισκέπτης ότι δεν είναι β' κατηγορίας και πάνω απ'όλα πρέπει οι προαναφερθείσες υπηρεσίες να στεγαστούν σε καλύτερα και λειτουργικότερα κτίρια.

Η κτιριακή υποδομή όμως δεν πρέπει να σταματήσει μόνο στις παραπάνω υπηρεσίες. Για παράδειγμα θα μπορούσε να ιδρυθεί κάποιο Μουσείο, που θα στέγαζε μέσα του την

ιστορία της Αιτωλοακαρνανίας από τα βάθη των αιώνων έως σήμερα. Αυτό θα βοηθούσε και στην φύλαξη των πολύτιμων αντικειμένων της Ελληνικής παραδόσεως από οποιουσδήποτε επίδοξους έλληνες ή ξένους αρχαιοκαπήλους.

Υπόλοιπα κτίρια από τα οποία πραγματικά πάσχει η Αιτωλοακαρνανία και που συμβάλλουν πραγματικά στην ανάπτυξη ενός τόπου, καθώς και στο κοινωνικοπνευματικό του υπόβαθρο, είναι η δημιουργία κάποιου κινηματογράφου, το χτίσιμο ενός χειμερινού θεάτρου, κάποιου χώρου ικανού να χρησιμεύσει σαν κλειστή αίθουσα συναυλιών καθώς και λοιπών πνευματικών και εκπαιδευτικών κέντρων. Αυτοί οι χώροι όσο και να μην φαίνεται ότι συμβάλλουν άμεσα στην τουριστική ανάπτυξη ωστόσο έχουν μεγάλη συμμετοχή στην παιδεία και επιμόρφωση των κατοίκων, πράγμα που μας χρειάζεται όπως προαναφέραμε αλλά επίσης συμμετέχουν με τον τρόπο τους στην ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού καθώς θα μετακινούνται καλλιτέχνες, θίασοι και κάτοικοι από άλλες περιοχές που θα έρθουν να τους θαυμάσουν.

Επίσης θέλοντας να αποφύγουμε την ηχορύπανση και την συμφόρηση που προκαλούν τα αυτοκίνητα, οι δήμοι και οι κοινότητες, θα έπρεπε να προχωρήσουν σε πεζοδρομήσεις οδών, δημιουργία πάρκων μεγάλων καλαίσθητων και περιποιημένων όπως ακόμα και σε αναπλάσεις περιοχών τύπου Πλάκας Αθηνών και Λαδάδικα Θεσσαλονίκης.

Τελειώνοντας πρέπει να πούμε, ότι επενδύσεις τέτοιου τύπου συνολικά σε όσες ελέχθησαν παραπάνω, σε περιοχές πέραν των συνηθισμένων θα είχαν ίσως και άμεσα

αποτελέσματα στην ανακατανομή του εθνικού προϊόντος, την διασφάλιση των επιδιώξεων ομάδων πληθυσμού από ατομικά συμφέροντα, βελτίωση βιοτικού επιπέδου μιας σχετικά ξεχασμένης περιοχής, την ποιότητα ζωής καθώς και πολιτική και οικονομική ανάπτυξη.

Αυτές οι επενδύσεις από πλευράς στρατηγικού προγραμματισμού την στιγμή που ανέχεται η κρατική μέριμνα δεν παρουσιάζουν υψηλό ποσοστό επικινδυνότητας και αφού μελετήσαμε παραπάνω τις αδυναμίες της Αιτωλοακαρνανίας και έχουμε ορίσει τους στόχους μας, τα παραπάνω είναι αυτά, που μαζί με τη σωστή χρήση του τουριστικού marketing και της στρατηγικής του τουριστικού προγραμματισμού, θα μας δώσουν την τουριστική ανάπτυξη που επιθυμούμε. Πρέπει να εκμεταλλευτούμε λοιπόν τις ευκαιρίες που μας δίνονται απλόχερα από την φύση και να τις μετατρέψουμε σε πλουτοπαραγωγικές πηγές ζωής. Άλλωστε πριν από μερικά χρόνια ένας Άγγλος υπουργός μιλώντας στα ελληνικά κανάλια είπε:

Αν η χώρα μας είχε τη θάλασσα και τον ήλιο της Ελλάδας δεν θα ασχολούμασταν με τίποτα άλλο παρά μόνο με τον τουρισμό.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Τουριστικό Μάρκετινγκ - Καλφιώτη Σταύρου.
2. Τουριστικός οδηγός Δήμου Μεσολογγίου - Σπουδαστές  
Αρβανιτάκης- Κασκανίδης- Μπούκας- Πρασούλα-Χρήστου.  
21' ετήσιο έτος 1994 Γνωμ. Παν. Πηγαίων Πρωτ. Σχ.
3. Περιοδικό "Αστυνομική Επιθεώρηση" - Φεβρουάριος 1996.
4. Τουριστική Ανάπτυξη - Περικλής Λύτρας.
5. Εγχειρίδιο Ελληνικής Αστυνομίας του τουρισμού -  
Αντωνίου ΜΠΑΓΙΑΡΤΑΚΗ Αστ. Β'
6. Στρατηγική Διοίκηση επιχ/σεων - Φίλιος Βασίλειος.
7. Προγραμματισμός Δράσεως επιχ/σεων - Κιόχου - Παπα-  
νικολάου.
8. Εφαρμογή το Μάρκετινγκ. Εργασία του Κων/νου Αρβανιτάκη για  
το μάθημα "Προγραμματισμός αφοφάτων", 1' χιφίσινο έτος 1994.  
Γνωμ. Παν. Πηγαίων Πρωτ. Σχ.