

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΠΜΣ.ΔΕ.ΜΤ)**



ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ

**ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΖΩΗ - ΣΤΑΜΑΤΙΑ
Α.Μ 215**

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2004

«ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ»

Σημαντικοί όροι: Αειφόρος – Βιώσιμη ανάπτυξη, Μαζικός τουρισμός, Παραθερισμός, Εναλλακτικός τουρισμός, Παραθερισμός, Ανάπτυξη σε θύλακες, Περιφερειακή ανάπτυξη, Αστικός τουρισμός, Τουριστική πολιτική

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή έχει ως σκοπό να παρουσιάσει τις νέες τάσεις που επικρατούν στο χώρο της τουριστικής ανάπτυξης και να προσπαθήσει να τις εφαρμόσει στο Νομό Μαγνησίας. Η διάρθρωση της μελέτης αυτής καθώς και η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε είναι ενδελεχέστερα αναλυμένες στο πρώτο κεφάλαιο. Εντούτοις, στο πόνημα αυτό έγινε μια προσπάθεια προσέγγισης του τουριστικού φαινομένου σε μια περιοχή όπου ο τριτογενής τομέας και δη ο τουρισμός είναι η μοναδική ίσως λύση για την ουσιαστική ευημερία και ανάπτυξη.

Παράλληλα, γίνεται μια προσπάθεια να παρουσιαστεί η δυναμικότητα του νομού ύστερα από παρουσίαση του ευρύτερου τουριστικού πλαισίου τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε μεσογειακό επίπεδο. Λαμβάνοντας υπόψη το παραπάνω πλαίσιο γίνεται στο 3^ο κεφάλαιο η παρουσίαση της τουριστικής ανάπτυξης που παρουσιάζει η Ελλάδα, ενώ ακολουθεί η ανάπτυξη του νομού Μαγνησίας. Αξίζει να σημειωθεί πως τα στατιστικά στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν αφορούν στο έτος 2002, καθώς ήταν τα μοναδικά ολοκληρωμένα κι έτσι η μελέτη θα ήταν πιο ουσιαστική και ακριβής. Το 5^ο κεφάλαιο διαδραματίζει και τον ουσιαστικότερο ρόλο στην εργασία αυτή, αφού πραγματεύεται τις στρατηγικές και τους στόχους που θα πρέπει να ακολουθηθούν, ώστε η Μαγνησία να αναπτύξει τον αειφόρο – βιώσιμο τουρισμό. Στο τελευταίο κεφάλαιο ο αναγνώστης μπορεί να εντοπίσει τις προκλήσεις του μέλλοντος για το νομό Μαγνησίας και συνοπτικά να αντιληφθεί τις ουσιαστικές αλλαγές που πρέπει να επέλθουν τόσο σε τοπικό όσο και σε πανελλαδικό επίπεδο, ώστε ο ελληνικός τουρισμός να γίνει πιο ανταγωνιστικός.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	I
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ - ΧΑΡΤΩΝ.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1.1 Σκοπός της εργασίας.....	4
1.2 Στόχος της εργασίας.....	4
1.3 Τεκμηρίωση επιλογής του θέματος.....	5
1.4 Διάρθρωση της μεταπτυχιακής εργασίας.....	5
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 1^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο Η ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	8
2.1 Οι σημαντικότερες περιοχές του παγκόσμιου τουρισμού	8
2.1.1 Οι Παγκόσμιες Τουριστικές Τάσεις.....	11
2.2 Χαρακτηριστικά του Μεσογειακού Τουρισμού.....	12
2.3 Μεσογειακές Χώρες.....	13
2.3.1 ΓΑΛΛΙΑ	14
2.3.2 ΙΣΠΑΝΙΑ.....	16
2.3.3 ΤΟΥΡΚΙΑ.....	17
2.3.4 ΑΙΓΥΠΤΟΣ.....	19
2.3.5 ΚΥΠΡΟΣ.....	20
2.3.6 ΙΤΑΛΙΑ.....	21
2.3.7 ΕΛΛΑΔΑ	22
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 2^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	28
3.1 Γενικά.....	28
3.2 Τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα.....	29
3.3 Ο ρόλος των Tour Operators (TOs).....	30
3.4 Τουριστική Πολιτική	30
3.5 Ο Εσωτερικός Τουρισμός.....	32
3.6 Πρότυπα Τουριστικής Ανάπτυξης	34
3.6.1 Οργανωμένος Μαζικός Τουρισμός	35
3.6.2 Αστικός Τουρισμός – Τουρισμός Υπαίθρου	35
3.6.3 Βιώσιμη ή Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη.....	36
3.6.4 Τουριστική ανάπτυξη σε θύλακες.....	37
3.6.5 Παραθερισμός	38
3.6.6 Εναλλακτικός Τουρισμός.....	38
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 3^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	41
4.1 Γενικά.....	41
4.2 Χωροταξική ένταξη του Νομού Μαγνησίας.....	41
4.2.1 Ο Βόλος	43
4.3 Η φυσιογνωμία του Νομού και τα στοιχεία που τον επηρεάζουν.....	44
4.3.1 Το μακρο – περιβάλλον του Νομού Μαγνησίας	45

4.4 Οι διαθέσιμοι πόροι και οι ικανότητες του Νομού Μαγνησίας.....	49
4.5 Η χωρική κατανομή του τουρισμού στη Μαγνησία.....	50
4.5.1 Πήλιο – Β. Σποράδες – Δυτική Μαγνησία	51
4.6 Ζώνες τουριστικής εξειδίκευσης.....	54
4.7 Τα οικοπολιτιστικά στοιχεία του Νομού Μαγνησίας	56
4.7.1 Χωρική κατανομή του πολιτισμικού αποθέματος	56
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 4^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ – ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΟ ΝΟΜΟ	
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	65
5.1 Στόχοι τουριστικής πολιτικής για το Νομό Μαγνησίας.....	65
5.2 Άξονες παρέμβασης	66
5.2.1 Βασικές υποδομές τουριστικής προτεραιότητας.....	66
5.2.2 Προστασία και αναβάθμιση του περιβάλλοντος	67
5.2.3 Ειδικές μορφές τουρισμού	67
5.2.4 Πρόγραμμα επέκτασης τουριστικής περιόδου – Προβολή.....	68
5.2.5 Κατάρτιση – Επιμόρφωση Ανθρώπινου Δυναμικού.....	68
5.3 Αναβάθμιση ξενοδοχειακού δυναμικού	69
5.3.1 Αναβάθμιση κατασκηνωτικών υποδομών	70
5.4 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού	72
5.4.1 Πολιτιστικός τουρισμός.....	73
5.4.1.1 Θρησκευτικός Τουρισμός.....	74
5.4.2 Θαλάσσιος Τουρισμός.....	75
5.4.3 Αθλητικός τουρισμός.....	76
5.4.3.1 Τουρισμός περιπέτειας.....	77
5.4.4 Συνεδριακός τουρισμός	78
5.4.5 Αγροτουρισμός.....	79
5.5. Τουριστική εκπαίδευση.....	79
5.6 Τουριστική Προβολή – Επέκταση Τουριστικής Περιόδου	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	84
6.1 Βιώσιμος, Αστικός, Εναλλακτικός τουρισμός.....	84
6.2 Ανταγωνιστικότητα	87
6.3 Επιλογές και στόχοι	88
6.4 Επίλογος	90
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 6^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	92
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι	93
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	108
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	108
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	110
ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ - PAPERS (ΕΛΛΗΝΙΚΑ)	111
ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ – PAPERS (ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΑ)	112
SITE INTERNET	113

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ - ΧΑΡΤΩΝ

1.	Πίνακας Διεθνών Αφίξεων 2003	12
2.	Πίνακας Αφίξεων Μεσογειακών Προορισμών.....	14
3.	Αφίξεις Γάλλων τουριστών κατά την τριετία 2000 – 2002.....	15
4.	Αφίξεις Ισπανών τουριστών κατά την τριετία 2000 – 2002.....	17
5.	Αφίξεις Τούρκων τουριστών κατά την τριετία 2000 – 2002.....	18
6.	Αφίξεις Αιγύπτιων τουριστών κατά την τριετία 2000 – 2002.....	20
7.	Αφίξεις Κυπρίων τουριστών κατά την τριετία 2000 – 2002.....	21
8.	Αφίξεις Ιταλών τουριστών κατά την τριετία 2000 – 2002.....	22
9.	Πίνακας Αφίξεων κατά Μεταφορικό Μέσο.....	24
10.	Πίνακας Αφίξεων κατά Υψηκότητα.....	25
11.	Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών κατά Μέσο Μεταφοράς Ιανουάριος – Δεκέμβριος 2002.....	26
12.	Πρότυπα Τουριστικής Ανάπτυξης.....	34
13.	Χάρτης Ν. Μαγνησίας.....	42
14.	Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ν. Μαγνησίας.....	49
15.	Στατιστικά Διανυκτερεύσεων Ν. Μαγνησίας.....	50
16.	Τουριστική Κίνηση Ν. Μαγνησίας.....	51
17.	Κλασικά Μνημεία Ν. Μαγνησίας.....	57
18.	Βυζαντινά Μνημεία Ν. Μαγνησίας.....	57
19.	Νεότερα Μνημεία Ν. Μαγνησίας.....	60
20.	Υποδιαιρέσεις Βιώσιμου Τουρισμού.....	86

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Σκοπός της εργασίας

Σκοπός της εργασίας είναι η λεπτομερής και όσο το δυνατόν πληρέστερη ενημέρωση και εξοικείωση του αναγνώστη σχετικά με το θέμα του τουρισμού και της ευρύτερης τουριστικής ανάπτυξης. Μ' αυτό τον τρόπο ο κάθε ενδιαφερόμενος θα μπορέσει να καταρτιστεί για την έννοια και τη σημειολογία του όρου που πολλές φορές ταυτίζεται με κάτι απλό, χωρίς αυτό να είναι η πραγματικότητα.

1.2 Στόχος της εργασίας

Η συγκεκριμένη εργασία στοχεύει στην παρουσίαση του τουριστικού φαινομένου στο Νομό Μαγνησίας υπό την οπτική γωνία των στρατηγικών ανάπτυξης. Παρουσιάζονται, λοιπόν, οι στρατηγικές ανάπτυξης που μπορούν να εφαρμοσθούν στην προαναφερθείσα περιοχή λαμβάνοντας υπόψη το destination management που τείνει να είναι η κυρίαρχη τάση της εποχής.

1.3 Τεκμηρίωση επιλογής του θέματος

«Οι στρατηγικές τουριστικής ανάπτυξης του Νομού Μαγνησίας» αποτέλεσαν το εφαλτήριο για την ευρύτερη μελέτη του τουριστικού φαινομένου σε μια περιοχή που ο τριτογενής τομέας ανάπτυξης αποτελεί πλέον τη μοναδική λύση για την οικονομική ευημερία του.

Επιπλέον, η εργασία αυτή ξεκίνησε από προσωπικό ενδιαφέρον για την καταγραφή και ενημέρωση των φορέων της περιοχής για το φαινόμενο του τουρισμού, ώστε να αναδιοργανωθεί ο τρόπος προσέγγισης των μελλοντικών πελατών – τουριστών και να ανανεωθεί το target group των ήδη υπαρχόντων.

1.4 Διάρθρωση της μεταπτυχιακής εργασίας.

Η δομή της συγκεκριμένης εργασίας βασίζεται στην έννοια του παραγωγικού συλλογισμού, δηλαδή από κάτι το γενικό να οδηγηθούμε σε κάτι το ειδικό. Έτσι, λοιπόν, το τουριστικό φαινόμενο προσεγγίζεται τόσο σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό και μεσογειακό επίπεδο όσο και σε τοπικό, ελληνικό και μαγνησιακό, που είναι και ο άμεσος στόχος του πονήματος.

Μ' αυτό τον τρόπο ο αναγνώστης και ο κάθε μελετητής θα μπορέσει να παρακολουθήσει και να ενημερωθεί για τις ιδιαιτερότητες ενός νομού που κάθε χρόνο προσελκύει χιλιάδες τουρίστες, ενώ έχει καταφέρει να επιβιώσει παρά την «ανοργάνωτη» και «άναρχη» πολλές φορές στρατηγική ανάπτυξής του.

Τέλος, θα ήθελα να επισημάνω πως η εργασία αυτή στηρίχθηκε πολλές φορές σε στοιχεία της μελέτης που πραγματοποίησε το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας και δη το τμήμα Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης καθώς και στο βιβλίο των Heath E & Wall G, *Marketing Tourism Destinations: A strategic planning approach*.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 1^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. Heath E. & Wall G., Marketing Tourism Destinations: A strategic planning approach, ed. John Wiley & Sons. Inc., 1992.
2. «Περιφερειακό Περιβαλλοντικό Σχέδιο Αειφόρου Τουρισμού», Εργαστήριο Περιφερειακής Ανάπτυξης, Τμήμα Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος, 2000.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο Η ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

2.1 Οι σημαντικότερες περιοχές του παγκόσμιου τουρισμού

Η δημιουργία και η ταχεία εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου οδήγησαν αρχικά στην άνιση κατανομή των αφίξεων των διεθνών τουριστών, γεγονός που εξομαλύνεται με την πάροδο του χρόνου. Η μεγένθυση, λοιπόν, των τουριστικών ροών δημιούργησε χώρες ή ζώνες δύο ταχυτήτων, καθώς οι χώρες προέλευσης των τουριστών διακρίνονται για το βιομηχανικό τους πλούτο (Δ. Ευρώπη, Ιαπωνία, Β. Αμερική και Αυστραλία), ενώ οι χώρες υποδοχής επιδιώκουν να αποκτήσουν τουριστικές υποδομές και εξοπλισμούς, ώστε να επιτύχουν την οικονομική «εξομοίωση».

Οι χώρες υποδοχής ουσιαστικά ορίζουν ότι γύρω από τις προαναφερθείσες χώρες προέλευσης των τουριστών δημιουργούνται περιφερειακές ζώνες, όπου οι υπηρεσίες υποδοχής σταδιακά και σταθερά οργανώνονται και εξειδικεύονται. Οι σημαντικότερες περιοχές του παγκόσμιου τουρισμού είναι οι κάτωθι:

A) Αυστραλιανή και νεοζηλανδική ζώνη: Οι περιφερειακές ζώνες υποδοχής, όπως η Μαλαισία, τα νησιά Φίτζι, η Ινδονησία κ.ά, τροφοδοτούνται από την Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία, γεγονός που αποδεικνύεται από τις εκάστοτε τουριστικές ροές των προορισμών αυτών.

Β) Ιαπωνική (ή Ασιατική) ζώνη: Η άκρως τεχνοκρατούμενη και βιομηχανική Ιαπωνία τροφοδοτεί με τη σειρά της την ανατολική (Κίνα – Κορέα) και νοτιοανατολική Ασία, καθώς και συμπλέγματα των νησιών του Ειρηνικού. Θεωρείται από τους αναλυτές ως μια από τις πιο ανερχόμενες τουριστικές περιφέρειες, καθώς την τελευταία πενταετία παρουσιάζει αύξηση των τουριστικών ροών της.

Γ) Βορειοαμερικανική ζώνη: Αποτελεί εξίσου σημαντική περιοχή από πλευράς όγκου τουριστικής κίνησης, καθώς κύριες χώρες προέλευσης των τουριστών και τροφοδότες αυτής της ζώνης είναι οι Η.Π.Α και ο Καναδάς. Η συγκεκριμένη ζώνη εκτείνεται από το αρχιπέλαγος των Αντιλλών ως και τις περιοχές της Κεντρικής και Λατινικής Αμερικής (Κούβα, Βραζιλία, Μεξικό κ.ά).

Δ) Ανατολικο-ευρωπαϊκή ζώνη: Οι ραγδαίες κοινωνικο-οικονομικές αλλαγές των τελευταίων ετών χαρακτηρίζουν τη ζώνη αυτή που είναι άμεσα εξαρτημένη από τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης. Για πολλούς αναλυτές η συγκεκριμένη περιφέρεια είναι ένα είδος στοιχήματος για το μέλλον, καθώς είναι ιδιαίτερα πρόσφορο το έδαφος για επενδύσεις και περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη.

Ε) Μεσογειακή ζώνη: Είναι η περιφέρεια που συγκεντρώνει τους περισσότερους ελκυστικούς τουριστικούς πόρους, τόσο όσον αφορά στο

βαθμό τουριστικής ανάπτυξης όσο και στη χωρική της διάρθρωση. Καθαρά περιφέρεια υποδοχής, αντλεί το πελατειακό της κοινό από χώρες προέλευσης της Κεντρικής και Δυτικής Ευρώπης.

Η παραπάνω κατηγοριοποίηση μεταξύ χωρών-ζωνών προέλευσης και υποδοχής εντάσσεται σε μια ευρύτερη διαφοροποίηση που υιοθέτησε ο Π.Ο.Τ (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού) σε μια προσπάθεια δημιουργίας τυπολογίας του παγκόσμιου τουρισμού. Έτσι, προκύπτουν οι κάτωθι ομάδες (Βαρβαρέσος, 2000, σ.41):

A) Χώρες όπου ο εσωτερικός και διεθνής τουρισμός είναι πολύ αναπτυγμένος. Αυτή η ομάδα αφορά κατεξοχήν τις βιομηχανικές χώρες της Δύσης.

B) Χώρες όπου χαρακτηρίζονται ως χώρες υποδοχής των διεθνών τουριστικών ροών με μικρό βαθμό ανάπτυξης του εσωτερικού τουρισμού.

Γ) Χώρες στις οποίες ο διεθνής τουρισμός έχει μικρή σημασία, ενώ ο εσωτερικός χαρακτηρίζεται ως ο δυναμικότερος.

Η Ελλάδα κάνει προσπάθειες να ενταχθεί στην β κατηγορία, καθώς το φαινόμενο αύξησης των διεθνών τουριστικών ροών συντελείται ουσιαστικά τα τελευταία 5-7 έτη.

2.1.1 Οι Παγκόσμιες Τουριστικές Τάσεις

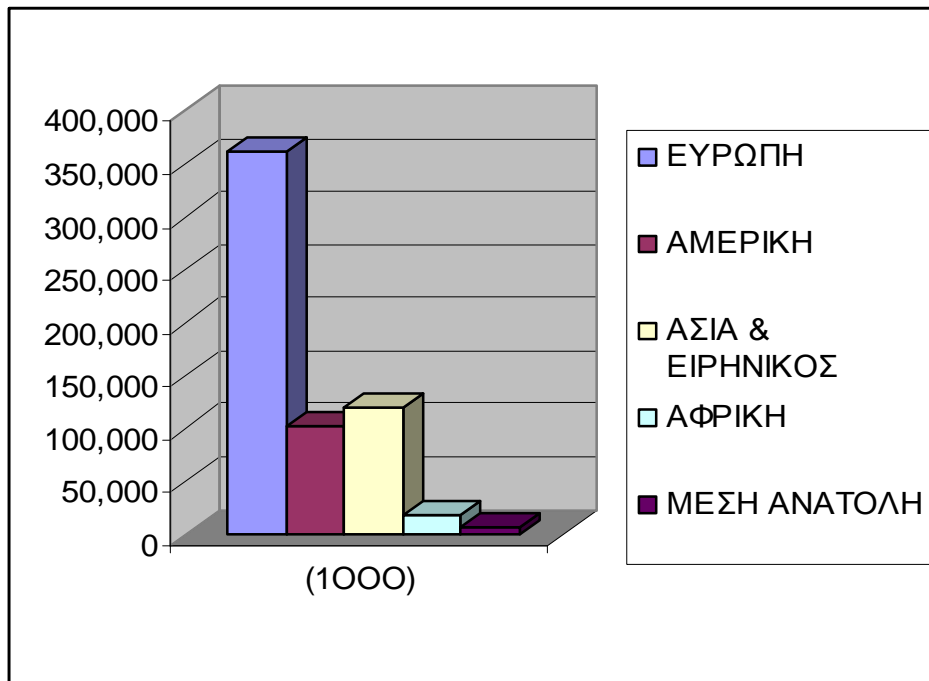
Σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. και το «Βαρόμετρο Παγκόσμιου Τουρισμού» 2003 (W.T.O, 2003, σ.2), οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί κατάφεραν να ξεπεράσουν την κρίση του πολέμου του Ιράκ καθώς και το φόβο του SARS. Εντούτοις, η αδύναμη οικονομία υπήρξε τροχοπέδη στην ταχεία ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού. Παράλληλα, τα τρομοκρατικά χτυπήματα όπως αυτά της Βομβάη, της Καζαμπλάνκα και της Τζακάρτα αποτέλεσαν ουσιαστικό παράγοντα μείωσης των τουριστικών μετακινήσεων στα «ισλαμικά» κυρίως θέρετρα.

Παρόλα αυτά οι προαναφερθείσες ζώνες καθόλη τη διάρκεια του 2003 αντιμετώπισαν διάφορα προβλήματα με πρωταρχικό αυτό της οικονομίας. Ειδικότερα, η Ευρώπη αντιμετώπισε ένα από τα μακρύτερα σε χρονική διάρκεια καλοκαίρια – πολύ υγρό και ζεστό- γεγονός που επηρέασε τη μετακίνηση των βόρειων τουριστών στο Νότο. Έτσι, δημιουργήθηκε ένα μοντέλο οικόσιτου τουρισμού που περιλαμβάνει ταξίδια σε κοντινές αποστάσεις και ημερήσιες επισκέψεις σε τόπους αναψυχής. Βέβαια, οι ερευνητές θεωρούν πως οι ευρωπαϊκές χώρες και δη οι μεσογειακές θα έχουν μια ανάκαμψη, καθώς η ενιαία νομισματική μονάδα του ευρώ θα δώσει τη δυνατότητα σε χώρες εκτός ευρωζώνης να ανταγωνιστούν σε επίπεδο τιμών, επομένως να βελτιώσουν το κόστος διακοπών.

2.2 Χαρακτηριστικά του Μεσογειακού Τουρισμού

Η λεκάνη της Μεσογείου που βρίσκεται στα νότια της κύριας περιοχής προέλευσης των Ευρωπαίων τουριστών παρουσιάζει έντονη συγκέντρωση τουριστικών πόρων, καθώς το ιδανικό κλίμα, οι παραλίες, ο πολιτισμός και τα ελκυστικά τοπία διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο, ώστε η περιοχή να καταλαμβάνει το 35,06% του διεθνούς τουρισμού.

1. ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ 2003



ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ	(1000)
ΕΥΡΩΠΗ	361,960
ΑΜΕΡΙΚΗ	102,556
ΑΣΙΑ & ΕΙΡΗΝΙΚΟΣ	120,753
ΑΦΡΙΚΗ	17,516
ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ	7,915
ΣΥΝΟΛΟ	610,700

Πηγή: W.T.O

Ο Μεσογειακός τουρισμός χαρακτηρίζεται σε μεγάλο ποσοστό από το τρίπτυχο Sea- Sand- Sun, γεγονός που προσδίδει τη θερινή, κυρίως, όψη του. Εντούτοις, οι «μεγάλες» δυνάμεις του Μεσογειακού τουρισμού (Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία) έχουν καταφέρει λόγω μορφολογίας και έκτασης να αναπτύξουν εξίσου καλά το χειμερινό τουρισμό, καθώς οι μεγάλες οροσειρές που διατρέχουν την κάθε χώρα τους δίνει τη δυνατότητα δωδεκάμηνης τουριστικής προσέλευσης.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω χαρακτηριστικά αντιλαμβάνεται κανείς πως η Μεσογειακή λεκάνη παρουσιάζει ομοιομορφία και ομοιογένεια, ενώ δίνει τη δυνατότητα στον εκάστοτε επισκέπτη να ζήσει την ποικιλομορφία και την πολυπολιτισμικότητά της.

2.3 Μεσογειακές Χώρες

Ο ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει η Ελλάδα από χώρες που έχουν αναπτύξει διαφορετικό τουριστικό προϊόν, έχουν βελτιώσει τη γενικότερη υποδομή τους και χρησιμοποιούν εξειδικευμένο μάρκετινγκ, είναι πλέον αναμφισβήτητο γεγονός. Οι κύριοι ανταγωνιστές της χώρας μας είναι η Γαλλία, η Ιταλία, η Ισπανία, η Τουρκία, η Αίγυπτος και η Κύπρος. Ο πλουραλισμός που χαρακτηρίζει το τουριστικό προϊόν των παραπάνω χωρών τους δίνει τη δυνατότητα προσφοράς τουριστικών «πακέτων»

πέρα από το τρίπτυχο ήλιος – άμμος – θάλασσα που υπήρξε το σήμα κατατεθέν τις τελευταίες δεκαετίες. Βέβαια, στην ομάδα των μεσογειακών χωρών θα μπορούσαν να προστεθούν η Μάλτα, το Μαρόκο και η Τυνησία, ωστόσο τα στοιχεία που έχουμε για αυτές τις τρεις χώρες είναι πολύ λίγα και αφορούν μόνο στο σύνολο των επισκεπτών και των κλινών αντίστοιχα. Παρόλα αυτά στον πίνακα που ακολουθεί έχουν συμπεριληφθεί οι αφίξεις ταξιδιωτών στα σύνορα τους κατά το 2002, ώστε να βρεθεί ακριβέστερα το ποσοστό του 35,06% που καταλαμβάνει ο Μεσογειακός τουρισμός στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

2. ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ (1000)	
Αίγυπτος	4,906
Γαλλία	77,012
Ελλάδα	14,180
Ισπανία	51,748
Ισραήλ	862
Ιταλία	39,799
Κύπρος	2,418
Μάλτα	1,134
Μαρόκο	4,193
Τουρκία	12,782
Τυνησία	5,064
ΣΥΝΟΛΟ	214,098

Πηγή: Ε.Ο.Τ

2.3.1 ΓΑΛΛΙΑ

Η Γαλλία, αδιαμφισβήτητα, είναι η χώρα με το δυναμικότερο τουρισμό στη μεσογειακή λεκάνη παρόλα αυτά αντιμετωπίζει αυξανόμενο ανταγωνισμό από τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης. Ως χώρα εμφανίζεται ικανή να

προσφέρει τουρισμό πολιτισμού, αναψυχής και μεσογειακού τύπου. Εξάλλου, ισχυρό της πλεονέκτημα είναι τόσο η φημισμένη Disneyland όσο και οι Κάννες που σε ετήσια βάση συγκεντρώνουν τα φώτα της διασημότητας – και συνεπώς της επισκεψιμότητας.

Χώρα με πληθυσμό 59.344.000 (2000) και εισερχόμενο τουρισμό που άγγιξε τα 77.012.000 (2002), θεωρείται ένας από τους πρωτεύοντες παράγοντες διαμόρφωσης του Ευρωπαϊκού τουρισμού. Οι αφίξεις των Γάλλων στη χώρα μας άγγιξαν τις 735.568 (ΕΟΤ, 2002) σημειώνοντας άνοδο και κατατάσσοντας την στην 4^η θέση αφίξεων ταξιδιωτών στα σύνορα κατά υπηκοότητα (Ε.Ο.Τ, 2002).

3.Αφίξεις Γάλλων τουριστών κατά την τριετία 2000 – 2002

2000	602.353
2001	726.816
2002	735.568

Πηγή: Ε.Ο.Τ (ίδια επεξεργασία)

Σύμφωνα με τους στατιστικούς πίνακες του ΕΟΤ, το 85.4% των Γάλλων επισκέπτονται αεροπορικώς τη χώρα μας και μόλις το 4,2% οδικώς, γεγονός που αδιαμφισβήτητα οφείλεται στη διάσπαση της πρώην Γιουγκοσλαβίας.

2.3.2 ΙΣΠΑΝΙΑ

Η χώρα του flamenco και της ταυρομαχίας είναι ένας από τους μείζονες τουριστικούς προορισμούς του κόσμου. Το target group της ισπανικής τουριστικής αγοράς είναι άτομα χαμηλού εισοδήματος, αν και τα τελευταία χρόνια η τουριστική πολιτική της χώρας επιδιώκει την προσέλευση ποιοτικότερου εισερχόμενου τουρισμού. Βέβαια, το μοντέλο μαζικού τουρισμού που κυριαρχεί δίνει τη δυνατότητα στη χώρα να έχει από τις υψηλότερες αφίξεις προωθώντας το δίπτυχο ήλιος-θάλασσα. Αξίζει να σημειώσει κανείς πως τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει αυτή η χώρα της Ιβηρικής χερσονήσου είναι τα συχνά τρομοκρατικά χτυπήματα και η οπτική υποβάθμιση του περιβάλλοντος των παράκτιων κυρίως ζωνών (Costa del Sol, Κανάρια νησιά κ.ά), γεγονός που αποδεικνύεται από την έλλειψη του συστατικού άμμος-sand στο προαναφερθέν τρίπτυχο.

Χώρα με πληθυσμό 40.409.330 (2000) και σύνολο εισερχόμενου τουρισμού που φτάνει τα 51.748.000 (2002) διαδραματίζει ηγετικό ρόλο στη μεσογειακή τουριστική αγορά. Οι Ισπανοί που επισκέφθηκαν τη χώρα μας ήταν μόλις 153.039 εκ των οποίων το 84,3% ήρθε αεροπορικώς, ενώ το 12,5% ακτοπλοϊκώς. Το μειωμένο ποσοστό επισκεψιμότητας έγκειται στο γεγονός της ομοιότητας των τουριστικών πακέτων των δύο χωρών. Επιπλέον, η Ισπανία έχει ιδιαίτερα αναπτυγμένο εσωτερικό τουρισμό,

καθώς διαθέτει τουριστικές υποδομές που δύνανται να φιλοξενήσουν ακόμη και τα 52 εκατομμύρια επισκεπτών της. Η Ισπανία κατά το 2002 κατέλαβε τη 14^η θέση όσον αφορά στον αριθμό των αφίξεων στη χώρα μας.

4.Αφίξεις Ισπανών τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	115.432
2001	171.450
2002	153.039

Πηγή: Ε.Ο.Τ (ίδια επεξεργασία)

2.3.3 ΤΟΥΡΚΙΑ

Η σύνθεση της τουρκικής τουριστικής αγοράς μοιάζει κατά πολύ μ' αυτή της ελληνικής. Ο ήλιος, η θάλασσα σε συνδυασμό με τα ιστορικά και πολιτισμικά στοιχεία δημιουργούν πολλά κίνητρα επισκεψιμότητας τα τελευταία χρόνια. Επιπλέον, οι υπηρεσίες παρέχονται σε εξαιρετικά χαμηλές τιμές γεγονός που την καθιστούν άκρως ανταγωνιστική έναντι υπόλοιπων μεσογειακών προορισμών.

Η Τουρκία στοχεύει στην άμεση αναβάθμιση του τουριστικού της προϊόντος προωθώντας τον θαλάσσιο (yachting – cruising) και θρησκευτικό τουρισμό σε συνδυασμό με την «ανεξέλεγκτη» πολλές φορές ανοικοδόμηση των παράκτιων περιοχών της (Σμύρνη, Κουσάντασι,

Βόσπορος κ.ά). Αναμφίβολα, αποτελεί μια τουριστική αγορά που η σχέση τιμής – παρεχόμενης υπηρεσίας είναι αρκετά δελεαστική (τα πακέτα παραθεριστικών διακοπών είναι πιο φθηνά σε σχέση με τα αντίστοιχα ελληνικά).

Χώρα με 68.618.000 (2000) κατοίκους και εισερχόμενο τουρισμό που άγγιξε τα 12.782.000 επισκέπτες, αδιαμφισβήτητα υπολογίζεται πλέον ως ένας από τους ισχυρότερους ανταγωνιστές του ελληνικού τουρισμού. Οι Τούρκοι επισκέπτες της χώρας μας είναι 139.018 εκ των οποίων – όπως είναι φυσικό- το 73,7% έρχεται οδικώς, ενώ το 14,1% ακτοπλοϊκώς. Αξίζει να σημειωθεί πως τον τελευταίο καιρό παρουσιάζεται έντονη κινητικότητα του ελληνικού τουρισμού προς την Τουρκία, γεγονός που επιτυγχάνεται είτε με της μίνι κρουαζιέρες του Αιγαίου είτε με τη νέα ακτοπλοϊκή γραμμή Βόλου – Κωνσταντινούπολης. Το 2002 παρουσιάζεται μια μικρή αύξηση Τούρκων ταξιδιωτών στη χώρα μας (βλ. Πίνακα 5).

5.Αφίξεις Τούρκων τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	133.954
2001	114.354
2002	139.018

Πηγή: Ε.Ο.Τ (ίδια επεξεργασία)

2.3.4 ΑΙΓΥΠΤΟΣ

Η χώρα του Νείλου διαθέτει τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού. Έχοντας ήδη στο δυναμικό της 1.057 ξενοδοχειακές μονάδες και σύνολο 241.440 κλινών (European Union, 2003), η χώρα εντείνει τις προσπάθειες της για ευρύτερη επέκταση του γεωπολιτικού της ρόλου μέσω οικονομικών προσπαθειών τόσο στον τουρισμό όσο και στη βιομηχανία.

Οι δυνατότητες ανάπτυξης της οφείλονται στη μεγάλη προσφορά φθηνού εργατικού δυναμικού, στην πλεονεκτική γεωγραφική της θέση και στον αρχαιολογικό της πλούτο. Σήμερα το τουριστικό της προϊόν στρέφεται στο θρησκευτικό τουρισμό (Μονή Αγ. Αικατερίνης του Σινά) και στον τουρισμό της περιπέτειας (Νείλος και έρημος Σαχάρα), έχοντας πάντοτε ως πρωτεργάτη τον πολιτιστικό τουρισμό (Πυραμίδες).

Η Αίγυπτος είναι μια χώρα με 65.336.000 και αρκετά χαμηλό βιοτικό επίπεδο, γεγονός που αποδεικνύει την τόσο χαμηλή προσέλευση Αιγυπτίων στη χώρα μας. Σε σύγκριση με τον πληθυσμό της, η Αίγυπτος για το 2002 είχε μόλις 4.096.000 επισκέπτες, ενώ μειώνεται σταδιακά η παρουσία Αιγυπτίων ταξιδιωτών στη χώρα μας τα τελευταία τρία χρόνια.

6.Αφίξεις Αιγυπτίων τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	36.711
2001	33.683
2002	30.535

Πηγή: Ε.Ο.Τ (ίδια επεξεργασία)

2.3.5 ΚΥΠΡΟΣ

Το νησί της αναδυόμενης Αφροδίτης αποτελεί σημαντικό τουριστικό θέρετρο της Μεσογείου. Το σύνολο του ξενοδοχειακού της δυναμικού αγγίζει τις 801 μονάδες με σύνολο διαθέσιμων κλινών τις 87.834. Αν και κράτος με μόλις 759.100 (2001) κατοίκους έχει καταφέρει να αποτελέσει αγαπημένο προορισμό πολλών βόρειων λαών και κυρίως Βρετανών. Η παροχή υπηρεσιών είναι ιδιαίτερα υψηλή και το κόστος των διακοπών θα μπορούσε να χαρακτηριστεί υψηλό, καθώς οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες είναι Α΄κατηγορίας και De Luxe.

Η Κύπρος βρισκόμενη στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων αφομοίωσε ποικίλες πολιτιστικές επιδράσεις, γεγονός που την κατατάσσουν στους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς. Έκτος από την πολιτιστική κληρονομιά που έχει να επιδείξει, το τουριστικό της προϊόν διαρκώς εμπλουτίζεται με νέα πακέτα θεραπευτικού (SPA), συνεδριακού και αθλητικού (Γκολφ) τουρισμού.

Οι αφίξεις των Κυπρίων στη χώρα μας – αν και δεν μπορούν να θεωρηθούν ξεκάθαρα τουρίστες- έχουν μια σταθερή πορεία με μια μείωση της τάξεως του 0,57% για το 2002.

7.Αφίξεις Κυπρίων τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	134.753
2001	139.879
2002	139.080

Πηγή: Ε.Ο.Τ (ίδια επεξεργασία)

2.3.6 ΙΤΑΛΙΑ

Η γειτονική Ιταλία έχει καταφέρει τη μέγιστη προβολή των πολιτιστικών της πόρων, καθώς είναι γνωστή για τον πολιτισμικό της πλουραλισμό – Αρχαιότητα, Μεσαίωνας, Αναγέννηση. Όντας προσανατολισμένη στον πολιτιστικό τουρισμό έχει επιτύχει να είναι ένας από τους πιο ανταγωνιστικούς και ουσιαστικούς παράγοντες διαμόρφωσης τουριστικών μεγεθών. Εξάλλου, είναι μια χώρα που συνδυάζει το μεσογειακό ταμπεραμέντο του Νότου με την «αριστοκρατική» φινέτσα του Βορρά (Μιλάνο, Βενετία, Ιταλικές Άλπεις).

Χώρα με πληθυσμό 57.844.017 (2000) και με σύνολο αφίξεων τα 39.799.000 απαρτίζει το δυναμικό τουριστικό τρίπτυχο της Μεσογείου (Γαλλία – Ισπανία- Ιταλία). Κατά τη διάρκεια του 2002, 805.008 Ιταλοί επισκέφθηκαν τη χώρα μας γεγονός που αποδεικνύει μια μείωση έναντι του 2001 και 2000.

8.Αφίξεις Ιταλών τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	823.245
2001	889.925
2002	805.008

Πηγή: **Ε.Ο.Τ** (ίδια επεξεργασία)

Όπως και στη Γαλλία, οι Ιταλοί επισκέπτες προτιμούν την αεροπορική μετάβαση στη χώρα μας 76,6%, ενώ ιδιαίτερα υψηλή είναι η μεταφορά μέσω των ακτοπλοϊκών γραμμών 21,7%.

2.3.7 ΕΛΛΑΔΑ

Η τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας ξεκινάει από τη δεκαετία του '50 και κορυφώνεται με τη μορφή του μαζικού τουρισμού τη δεκαετία του '80. Η ανάπτυξη δεν είναι τυχαία, καθώς η Ελλάδα εκτός από την ιδιαίτερη γεωγραφική θέση που έχει στην Ευρώπη, διαθέτει πλούσιο φυσικό και

πολιτιστικό περιβάλλον. Επιπλέον, ο τουρισμός συμβάλλει τα μέγιστα στη διαμόρφωση του εθνικού εισοδήματος δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και ενισχύοντας του υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας.

Η Ελλάδα αποτελεί σημαντικό τουριστικό θέρετρο της ανατολικής Μεσογείου. Αν και διαθέτει μεγαλύτερη γραμμή αιγιαλού στη μεσόγειο, εντούτοις οι αφίξεις είναι πολύ λιγότερες από την Ισπανία, την Ιταλία και τη Γαλλία. Βέβαια, η κατάσταση αυτή προκύπτει από τη μη διάρθρωση ενός εθνικού σχεδίου δράσης για τον τουρισμό. Οι διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που εφαρμόζονται, χωρίς κατάλληλο σχεδιασμό και προγραμματισμό, δεν αποδίδουν τα αναμενόμενα, ενώ οι υποδομές σε πολλές περιοχές είναι πρωτόγονες έως ανύπαρκτες.

Παρόλα αυτά η Ελλάδα των 10.554.404 κατοίκων κατά τη διάρκεια του 2002 είχε μια αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού κατά 1,63% σε μια προσπάθεια ανάκαμψης. Έτσι, οι 14.918.177 αφίξεις ταξιδιωτών στα σύνορα της χώρας μας αποδεικνύουν την ανοδική τάση που αναμένεται να κορυφωθεί κατά το 2004 εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων. Σύμφωνα με τη στατιστική μελέτη της Commission έχουν καταγραφεί 8.329 τουριστικές μονάδες με δυναμικότητα που ανέρχεται στις 606.330 κλίνες (European Union, 2003).

Στον παρακάτω πίνακα παρατίθεται το σύνολο των αφίξεων και το μέσο μεταφοράς που χρησιμοποιήθηκε για τη μετάβαση στη χώρα μας. Όπως είναι φυσικό η αεροπορική μετάβαση αγγίζει το 70%, ενώ η οδική ακολουθεί.

9.ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟ ΜΕΣΟ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ									
ΣΥΝΟΛΟ ΗΠΕΙΡΩΝ	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ		ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΣ		ΘΑΛΑΣΣΙΩΣ		ΟΔΙΚΩΣ		ΣΥΝΟΛΟ
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	9,864,755	73.80%	84,269	0.60%	720,526	5.40%	2,706,040	20.20%	13,375,590
ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΙΑΣ	292,839	62.20%	2,902	0.60%	50,842	10.80%	123,846	26.30%	470,429
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΡΙΚΗΣ	47,639	90.20%	117	0.20%	4,002	7.60%	1,042	2.00%	52,800
ΣΥΝΟΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	185,681	85.40%	1,500	0.70%	15,130	7.00%	15,058	6.90%	217,369
ΣΥΝΟΛΟ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	46,996	73.60%	466	0.70%	6,517	10.20%	9,832	15.40%	63,811
ΚΡΟΥΑΖΙΕ ΡΕΣ	-	-	-	-	-	-	-	-	738,178
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	10,437,910	69.97%	89,254	0.60%	797,017	5.34%	2,855,818	19.14%	14,918,177

Πηγή: Ε.Ο.Τ

Τέλος, στον πίνακα που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα παρατίθενται οι αφίξεις των τουριστών κατά μέσο μεταφοράς αναλυτικότερα, ενώ ακολουθεί ο πίνακας με τις αφίξεις ταξιδιωτών κατά υπηκοότητα. Επειδή η παράθεση των προαναφερθέντων στοιχείων είναι ιδιαίτερα εκτενής, έχει παρατεθεί το κομμάτι με τις χώρες που παρουσιάζουν υψηλότερες αφίξεις κατά την τριετία 2000 – 2001 - 2002.

10. ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑ (top 10) 2000 - 2002				
	ΚΡΑΤΟΣ	2000	2001	2002
1	ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2.772.256	2.932.342	2,858,360
2	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2.395.185	2.345.440	2,510,849
3	ΙΤΑΛΙΑ	823.245	889.925	805.008
4	ΓΑΛΛΙΑ	602.353	726.816	735.568
5	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	655.285	715.926	721.413
6	ΣΟΥΗΔΙΑ	485.749	516.857	465.772
7	ΑΥΣΤΡΙΑ	474.996	495.928	461.672
8	ΒΕΛΓΙΟ-ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	331.942	393.062	358.01
9	ΔΑΝΙΑ	338.603	365.847	342.966
10	FYROM	234.464	281.866	309.607

Πηγή: Ε.Ο.Τ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2002									
Ε.Ο.Τ	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ		ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΣ		ΘΑΛΑΣΣΙΩΣ		ΟΔΙΚΩΣ		ΣΥΝΟΛΟ
ΚΡΑΤΗ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ
ΑΛΒΑΝΙΑ	24,773	2.00%	1,924	0.20%	70,307	5.60%	1,158,734	92.30%	1,255,738
ΑΥΣΤΡΙΑ	423,596	91.80%	244	0.10%	23,241	5.00%	14,591	3.20%	461,672
ΒΕΛΓΙΟ - ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	322,613	90.10%	131	0.00%	21,270	5.90%	13,996	3.90%	358,010
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	13,479	2.90%	30,008	6.40%	9,022	1.90%	417,723	88.80%	470,232
ΓΑΛΛΙΑ	627,908	85.40%	1,109	0.20%	75,955	10.30%	30,596	4.20%	735,568
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2,270,017	90.40%	1,895	0.10%	151,312	6.00%	87,625	3.50%	2,510,849
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	13,555	7.10%	5,845	3.10%	1,163	0.60%	170,251	89.20%	190,814
ΕΥΡΟΜ	1,272	0.40%	6,815	2.20%	151	0.00%	301,369	97.30%	309,607
ΔΑΝΙΑ	319,871	93.30%	322	0.10%	15,225	4.40%	7,548	2.20%	342,966
ΕΛΒΕΤΙΑ	218,707	99.20%	57	0.00%	769	0.3	943	0.40%	220,476
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2,779,547	97.20%	1,478	0.10%	68,009	2.40%	9,326	0.30%	2,858,360
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	51,644	88.10%	357	0.60%	5,381	9.20%	1,252	2.10%	58,634
ΙΣΠΑΝΙΑ	129,023	84.30%	1,522	1	19194%	12.50%	3,300	2.20%	153,039
ΙΤΑΛΙΑ	616,947	76.60%	857	0.10%	174,967	21.70%	12,237	1.50%	805,008
ΚΥΠΡΟΣ	131,294	94.40%	204	0.10%	4,944	3.60%	2,638	1.90%	139,080
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	171,781	94.70%	114	0.10%	5,056	2.80%	4,432	2.40%	181,383
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	667,203	92.50%	554	0.10%	21,447	3.00%	32,209	4.50%	721,413
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	46,037	31.90%	9,301	6.40%	302	0.20%	88,869	61.50%	144,509
ΡΩΣΙΑ	114,636	84.30%	814	0.60%	7,689	5.70%	12,839	9.40%	135,978
ΠΟΛΩΝΙΑ	94,903	61.80%	1,870	1.20%	3,214	2.10%	53,677	34.90%	153,664
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	3,851	20.30%	329	1.70%	6,341	33.50%	8,406	44.40%	18,927
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	28,355	23.90%	8,668	7.30%	8,911	7.50%	72,951	61.40%	118,885
ΣΟΥΗΔΙΑ	442,775	95.10%	298	0.10%	11,149	2.40%	11,550	2.50%	465,772
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	29,534	37.00%	4,867	6.10%	283	0.40%	45,178	56.60%	79,862
ΤΣΕΧΙΑ	105,579	75.40%	3,013	2.20%	528	0.40%	30,862	22.00%	139,982
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	140,267	95.20%	154	0.10%	3,286	2.20%	3,615	2.50%	147,322
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	66,649	57.60%	1,446	1.20%	12,074	10.40%	35,631	30.80%	115,800
ΣΥΝΟΛΟ Ε.Ε	8,795,262	91.30%	9,250	0.10%	596,777	6.20%	236,251	2.50%	9,637,540
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	9,864,755	73.80%	84,269	0.60%	720,526	5.40%	2,706,040	20.20%	13,375,590
ΙΑΠΩΝΙΑ	67,393	96.70%	345	0.50%	929	1.30%	1,051	1.50%	69,718
ΙΣΡΑΗΛ	109,540	94.70%	81	0.10%	5,274	4.60%	825	0.70%	115,720
ΛΙΒΑΝΟΣ - ΣΥΡΙΑ	20,336	83.50%	208	0.90%	2,822	11.60%	978	4.00%	24,344
ΤΟΥΡΚΙΑ	15,576	11.20%	1,339	1.00%	19,656	14.10%	102,447	73.70%	139,018
ΙΡΑΝ	2,375	55.90%	17	0.40%	214	5.00%	1,646	38.70%	4,252
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗΣ	77,619	66.10%	912	0.80%	21,947	18.70%	16,899	14.40%	117,377
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΣΙΑΣ	52,338	61.40%	488	0.60%	18,668	21.90%	13,754	16.10%	85,248
ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΙΑΣ	292,839	62.20%	2,902	0.60%	50,842	10.80%	123,846	26.30%	470,429
ΑΙΓΥΠΤΟΣ - ΣΟΥΔΑΝ	27,858	91.20%	43	0.10%	2,491	8.20%	143	0.50%	30,535
ΝΟΤΙΟΑΦΡΙΚΑΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ	11,571	94.80%	5	0.00%	540	4.40%	88	0.70%	12,204
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΦΡΙΚΗΣ	8,210	81.60%	69	0.70%	971	9.70%	811	8.10%	10,061
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΡΙΚΗΣ	47,639	90.20%	117	0.20%	4,002	7.60%	1,042	2.00%	52,800
ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	1,169	80.10%	53	3.60%	152	10.40%	86	5.90%	1,460
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	2,067	73.60%	61	2.20%	487	17.30%	193	6.90%	2,808
ΜΕΞΙΚΟ	2,953	66.50%	86	1.90%	1,208	27.20%	191	4.30%	4,438
Η.Π.Α.	125,804	85.70%	926	0.60%	9,246	6.30%	10,778	7.30%	146,754
ΚΑΝΑΔΑΣ	49,742	88.50%	262	0.50%	2,874	5.10%	3,316	5.90%	56,194
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	3,946	69.00%	112	2.00%	1,163	20.30%	494	8.60%	5,715
ΣΥΝΟΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	185,681	85.40%	1,500	0.70%	15,130	7.00%	15,058	6.90%	217,369
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	40,244	73.00%	393	0.70%	5,278	9.60%	9,245	16.80%	55,160
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	6,752	78.00%	73	0.80%	1,239	14.30%	587	6.80%	8,651
ΣΥΝΟΛΟ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	46,996	73.60%	466	0.70%	6,517	10.20%	9,832	15.40%	63,811
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	10,437,910	73.60%	89,254	0.60%	797,017	5.60%	2,855,818	20.10%	14,179,999
ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ	-	-	-	-	-	-	-	-	738,178
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	-	-	-	-	-	-	-	-	14,918,177

Πηγή: Ε.Ο.Τ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 2^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. European Union, Tourism, European, Central – European countries, Mediterranean countries, Luxemburg, Office for Official Publications, 2003.
2. World Tourism Organization, World Tourism Barometer, Vol. 1, October 2003.
3. Βαρβαρέσος Σ., Τουρισμός «έννοιες, μεγέθη, δομές», β' έκδοση, Προπομπός, Αθήνα, 2000.
4. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Στατιστικά Στοιχεία 2000 – 2002.
(www.gnto.gr)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1 Γενικά

Η Ελλάδα, εκτός από την ιδιαίτερη γεωγραφική θέση που κατέχει στον ευρωπαϊκό χώρο, διαθέτει ένα πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, το οποίο την καθιστά μοναδική στις προτιμήσεις πολλών ξένων τουριστών. Η συμβολή του τουρισμού ως οικονομική δραστηριότητα στην οικονομία της χώρας μας, είναι ιδιαίτερα σημαντική από διάφορες απόψεις. Εκτός του ότι δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας συμβάλλοντας στη διαμόρφωση του εθνικού εισοδήματος, αποτελεί και ένα σημαντικό εργαλείο περιφερειακής ανάπτυξης, λόγω της ευρείας κατανομής των τουριστικών δραστηριοτήτων στο χώρο.

Σήμερα, η χωρική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας που έχει διαμορφωθεί στη χώρα μας, από τη μια μεριά ακολουθεί κατά μήκος τον κεντρικό άξονα ανάπτυξης (Πάτρα, Αθήνα, Θεσσαλονίκη) και από την άλλη εμφανίζει ισχυρές συγκεντρώσεις στην Κρήτη, την Κέρκυρα, τη Ρόδο και σε άλλα νησιά. Παρόλη όμως, αυτή τη σχετικά ισόρροπη εικόνα της τουριστικής κατανομής, η τουριστική ανάπτυξη εμφανίζει μεγάλη ανισομέρεια. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, να διαθέτουμε σήμερα έναν ικανοποιητικό αριθμό κλινών (χαμηλών κατηγοριών στη μεγάλη τους πλειοψηφία), ενώ απουσιάζουν βασικές τουριστικές εγκαταστάσεις, όπως συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, μαρίνες, κέντρα θαλασσοθεραπείας κ.ά. Την εικόνα αυτή συμπληρώνουν ελλείψεις σε έργα

υποδομής, όπως αεροδρόμια, λιμάνια, οδικά δίκτυα κ.ά., τα οποία επηρεάζουν άμεσα το τουριστικό προϊόν της χώρας (Κομίλης Π. & Βαγιονής Ν., 1999)

3.2 Τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα

Οι ετήσιες τουριστικές εισροές διαφέρουν ανά έτος, γεγονός που αποδεικνύει το μέγεθος της δυσκολίας εκτίμησής τους. Η Ελλάδα κατά παράδοση είναι μια χώρα που απευθύνεται στις τουριστικές αγορές της Γερμανίας, της Αγγλίας, της Μεγάλης Βρετανίας και των Σκανδιναβικών χωρών. Οι τουρίστες που προέρχονται από τις ΗΠΑ είναι εκείνοι που στηρίζουν τον τουρισμό των κρουαζιερόπλοιων, ενώ η αγορά της πρώην Γιουγκοσλαβίας συνεισφέρει στη διαμόρφωση της κατασκηνωτικής, κυρίως, αγοράς της βόρειας Ελλάδας. Οι χώρες της Ασίας - Κίνα και Ιαπωνία - λόγω γραφειοκρατικών δυσκολιών στην έκδοση βίζας, αποτελούν πλέον μία ανερχόμενη αγορά, που ο ελληνικός τουριστικός σχεδιασμός στοχεύει.

Εξετάζοντας τον πίνακα αφίξεων που έχει παρατεθεί στο προηγούμενο κεφάλαιο (2.3.7 Πίνακας ΕΟΤ, 2002) αποδεικνύεται πως οι χώρες του βορρά (Ην. Βασίλειο, Γερμανία, Γαλλία, Σκανδιναβία) διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής, καθώς η σταθερή και πολλές φορές αυξανόμενη προσέλευσή τους υπόσχονται την οικονομική ευημερία της εκάστοτε επισκεπτόμενης περιοχής, συνεπώς και του ευρύτερου ελλαδικού συνόλου.

3.3 Ο ρόλος των Tour Operators (TOs)

Η παρουσία των TOs τόσο στην οργάνωση όσο και στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού, έχει διαμορφώσει σημαντικά την παραδοσιακή τουριστική εικόνα, επεμβαίνοντας καθοριστικά στην επιλογή τουριστικού προορισμού της πλειοψηφίας των τουριστών.

Όσον αφορά στη χώρα μας και στην τουριστική κίνηση προς αυτή, ελέγχεται σε μεγάλο βαθμό από ισχυρούς τουριστικούς οργανισμούς. Ο γερμανικός οργανισμός TUI αποτελεί το μεγαλύτερο γραφείο διοργάνωσης ταξιδιών στην Ευρώπη, ελέγχοντας σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς και στη χώρα μας, ενώ ακολουθούν ο βρετανικός T.O. Airtours και ο επίσης γερμανικός Neckermann, ο οποίος ελέγχει κυρίως την αγορά ολόκληρης της Κρήτης (*Τουρισμός & Οικονομία, Ιούνιος 1998*).

Αξίζει να σημειωθεί πως το 75% - 80% περίπου των ξένων τουριστών, φθάνουν στην Ελλάδα με πτήσεις charter και οι μεγαλύτερες εταιρείες charter, ελέγχονται από τους μεγάλους αυτούς τουριστικούς οργανισμούς.

3.4 Τουριστική Πολιτική

Σήμερα οι γενικές επιδιώξεις της τουριστικής πολιτικής στη χώρα μας, είναι η αύξηση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού κλάδου και της οικονομικής

συμβολής του στο εθνικό ισοζύγιο, καθώς και η ισόρροπη ανάπτυξή του, στα πλαίσια και των άλλων κλάδων της οικονομίας (Τουρισμός & Οικονομία, Σεπτέμβριος 1998, σ.30). Κύριοι στόχοι είναι η περιφερειακή ανακατανομή της τουριστικής προσφοράς, η άμβλυση της εποχικότητας της ζήτησης, η αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, η προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Ο Τουρισμός στην Ελλάδα είναι πλέον υπό την ευθύνη του νεοσύστατου Υπουργείου Τουρισμού. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) έχει την ευθύνη της εποπτείας και του ελέγχου των υπηρεσιών, που έχουν σχέση με την τουριστική ανάπτυξη της χώρας, ενώ περιφερειακές διευθύνσεις σε όλη την έκταση της χώρας μας διαχειρίζονται κυρίως τους οικονομικούς πόρους που προσφέρονται για τον Τουρισμό από την ΕΕ, κατευθύνοντάς τους προς τους νομούς. Επιπλέον, οι νομαρχιακές διευθύνσεις διαθέτουν αρμόδια γραφεία, τα οποία φροντίζουν για τη δραστηριότητα του τομέα στις τουριστικές περιοχές του κάθε νομού. Από εκεί και πέρα πλέον, οι αντίστοιχοι Δήμοι φροντίζουν για τις ανάγκες του τουρισμού σε τοπικό επίπεδο

Από τις πρόσφατες νομοθετικές ρυθμίσεις, ενδιαφέρον παρουσιάζει ο αναπτυξιακός νόμος 2234/94, ο οποίος δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, με στόχο τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Επίσης, ο νόμος 2636/98, περί αξιοποίησης και ιδιωτικοποίησης της περιουσίας του ΕΟΤ, έχει ως αντικείμενό του τη διεκπεραίωση των διαδικασιών, που αφορούν στους

διαγωνισμούς για τις μονάδες και τις εκτάσεις του ΕΟΤ (εκμίσθωση) και αποτελεί το νέο νομικό και θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας και οργάνωσης του τομέα του τουρισμού. Αποτέλεσμα της όλης προσπάθειας ήταν η δημιουργία του οργανισμού Ε.Τ.Α (Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα) που μελετά νέα σχέδια τουριστικής ανάπτυξης και παράλληλα εκμεταλλεύεται τις δημόσιες τουριστικές εκτάσεις όπως τα ξενοδοχεία ΞΕΝΙΑ ή το χιονοδρομικό κέντρο του Παρνασσού.

3.5 Ο Εσωτερικός Τουρισμός

Ο Έλληνας ταξιδεύει κυρίως στην Ελλάδα, το καλοκαίρι και τις γιορτές, με σημαντική διάρκεια παραμονής ανά ταξίδι, κανονίζει το ταξίδι μόνος του, κινείται κυρίως με ιδιωτικό αυτοκίνητο ή ακτοπλοϊκώς και μένει σε ιδιόκτητη κατοικία ή σε συγγενείς και φίλους και δευτερευόντως σε τουριστικά καταλύματα, από τα οποία πάντως, προτιμά τα μη κύρια καταλύματα (Τουριστική Αγορά, Μάρτης 2002).

Ο εσωτερικός τουρισμός είναι μία δυναμική αγορά με σταθερά ανοδικές τάσεις, που μπορεί να τροφοδοτεί κάθε χρόνο, καθόλη τη διάρκεια του χρόνου, με χιλιάδες πελάτες τις τουριστικές επιχειρήσεις όλων των περιοχών της χώρας μας. Η ανάπτυξή του, δεν φαίνεται στις στατιστικές κίνησης στα τουριστικά καταλύματα, γιατί μεγάλο μέρος του εξυπηρετείται σε ιδιόκτητη δεύτερη και τρίτη κατοικία, σε σπίτια συγγενών και φίλων ή αποτελεί εκδρομική δραστηριότητα χωρίς διανυκτερεύσεις σε κατάλυμα, και έτσι δεν καταγράφεται.

Ο εσωτερικός τουρισμός διασπείρεται σε περιοχές που ο εξωτερικός τουρισμός δεν προτιμά (περιοχές συνδεδεμένες με την ελληνική ιστορία, περιοχές βυζαντινής πολιτιστικής κληρονομιάς και θρησκευτικού ενδιαφέροντος κ.ά.), δαπανά κατά άτομο περισσότερα από τον αντίστοιχο εισοδήματος ξένο τουρίστα, προτιμά τα παραδοσιακά τοπικά προϊόντα και προβαίνει σε δωρεές (ενισχύσεις) στους τόπους επίσκεψης για συναισθηματικούς ή θρησκευτικούς λόγους. Επιπλέον, οι κάτοικοι των περιοχών προέλευσης του εσωτερικού τουρισμού (κυρίως των μεγάλων αστικών κέντρων) αναπτύσσουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στη γενέτειρά τους, με τις οποίες ασχολούνται εποχιακά ή τις αναθέτουν για μόνιμη απασχόληση σε ντόπιους συγγενείς και φίλους.

Αναμφισβήτητα, αποτελεί τον πιο ουσιαστικό παράγοντα ύπαρξης, διατήρησης και ανάπτυξης της ελληνικής τουριστικής αγοράς. Ο εσωτερικός τουρισμός είναι εκείνος που σε χαλεπές περιόδους για τον τουρισμό κατάφερε να τον διατηρήσει σε ικανοποιητικά επίπεδα (περίοδος πολέμου στην πρώην Γιουγκοσλαβία).

3.6 Πρότυπα Τουριστικής Ανάπτυξης



(ίδια επεξεργασία)

3.6.1 Οργανωμένος Μαζικός Τουρισμός

Το πρότυπο αυτό τουρισμού έκανε την εμφάνισή του κατά τη δεκαετία του 70 και αποτελεί το πιο σύνηθες μοντέλο σε χώρες που παρουσιάζουν πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς πόρους (Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π., 2001).

Χαρακτηριστικά γνωρίσματα είναι τα κάτωθι:

1. Προσφορά οργανωμένων υποδομών και υπηρεσιών.
2. Δυσμενείς οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία.
3. Σταδιακή εξάρτηση των υπολοίπων παραγωγικών κλάδων από τον τουρισμό.
4. Ευνοείται η εποχικότητα της ζήτησης με αιχμή το καλοκαίρι ή το χειμώνα και η εκάστοτε περιοχή μετατρέπεται σε θέρετρο με συγκροτημένη διαφημιστική εικόνα σε διεθνές και εθνικό επίπεδο.

3.6.2 Αστικός Τουρισμός – Τουρισμός Υπαίθρου

Ο *αστικός τουρισμός* σχετίζεται άμεσα με την ανάπτυξη υλικοτεχνικών υποδομών και υπηρεσιών που παρέχονται στα πλαίσια του επαγγελματικού, του πολιτιστικού και εκπαιδευτικού τουρισμού (συνέδρια, εκδρομές, κ.ά). Οι προαναφερθείσες υποδομές εντάσσονται ομαλά στους βασικούς τομείς

ανάπτυξης της κάθε πόλης και ουσιαστικά αποτελούν έναν από τους κύριους μοχλούς προόδου και ευημερίας (Law C.M., 1993).

Ο τουρισμός της υπαίθρου σχετίζεται τόσο με τις εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού όσο και με την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών μικρής κυρίως κλίμακας. Καθοριστικό στοιχείο της γενικότερης τουριστική ανάπτυξης της υπαίθρου είναι η κοινωνική δομή της περιοχής που στηρίζεται στον τρόπο ζωής του αγροτικού χώρου.

3.6.3 Βιώσιμη ή Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη έχει ως στόχο τόσο τις περιοχές του οργανωμένου μαζικού τουρισμού όσο και εκείνες που βρίσκονται στα πρώτα στάδια τουριστικής ανάπτυξης. Η στρατηγική για τη βιώσιμη ή αειφόρο ανάπτυξη εστιάζεται στον ισόρροπο συνδυασμό τριών επιμέρους επιδιώξεων: της αποτελεσματικότητας της οικονομίας (economic efficiency), της κοινωνικής ισότητας και δικαιοσύνης (social efficiency) και της προστασίας του περιβάλλοντος (environmental conservation). Ουσιαστικά, αειφόρος είναι εκείνη η τουριστική ανάπτυξη η οποία ελαχιστοποιώντας τις αρνητικές περιβαλλοντικές, πολιτιστικές και κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού συμβάλλει στη διατήρηση των πόρων που είναι απαραίτητοι για τη μελλοντική τουριστική ανάπτυξη, για την απασχόληση και ευημερία των πληθυσμών μιας περιοχής (Τσάρτας Π., 1996). Συνεπώς, ο όρος «αειφόρος τουριστική ανάπτυξη» αναφέρεται σε όλες τις

μορφές τουρισμού και σε όλες τις επιπτώσεις του. Οι παράμετροι που διέπουν το συγκεκριμένο μοντέλο είναι οι παρακάτω:

- Σχεδιασμός με στόχο την οικονομική, κοινωνική περιβαλλοντική ισορροπία.
- Διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης μέσω ενίσχυσης των τοπικών αναπτυξιακών, των πρωτοβουλιών έρευνας, εκπαίδευσης, μάρκετινγκ και οικονομίας.
- Προώθηση πολιτικών μέτρων που συμβάλλουν στην προστασία και στην ανάδειξη του περιβάλλοντος, φυσικού και δομημένου.
- Χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως άξονα τοπικής τουριστικής ανάπτυξης.

3.6.4 Τουριστική ανάπτυξη σε θύλακες

Χαρακτηριστικό γνώρισμα του συγκεκριμένου μοντέλου είναι η οργανωμένη ανάπτυξη τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών που συγκροτούν ένα «θύλακα» με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και λειτουργίες (Κοκκώδης Χ. & Τσάρτας Π., 2001). Η συγκεκριμένη μορφή ανάπτυξης παρουσιάζεται τα τελευταία χρόνια σε περιοχές με οργανωμένο τουρισμό και παραθερισμό. Οι «θύλακες» είναι ευρύτερα γνωστοί στο εξωτερικό με τη δημιουργία θεματικών πάρκων και τουριστικών χωριών (π.χ Disneyland, Club Med).

3.6.5 Παραθερισμός

Το πρότυπο του παραθερισμού στηρίζεται στην εντυπωσιακή αύξηση των παραθεριστικών κατοικιών στην περίμετρο των αστικών κέντρων. Ουσιαστικά γίνεται μια άτυπη οργανωμένη περιοχή παραθερισμού, η οποία παρουσιάζει κοινά χαρακτηριστικά με αυτήν του οργανωμένου τουρισμού και του τουρισμού σε θύλακες (Pearce D., 1981). Τα χαρακτηριστικά αυτά αφορούν στον τρόπο οργάνωσης, στις υποδομές και στους φυσικούς πόρους των περιοχών όπου αναπτύσσονται. Βέβαια, οι επιπτώσεις του συγκεκριμένου μοντέλου είναι ιδιαίτερα δυσμενείς στο περιβάλλον, καθώς υπάρχει άναρχη δόμηση και έλλειψη προγραμματισμού.

3.6.6 Εναλλακτικός Τουρισμός

Το μοντέλο του εναλλακτικού τουρισμού εντοπίζεται κυρίως σε περιοχές με πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους. Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού συνεπάγεται τη δόμηση συγκεκριμένων υποδομών και την παροχή υπηρεσιών που εξυπηρετούν το συγκεκριμένο τύπο τουρισμού (Κοκκώδης Χ. & Τσάρτας Π., 2001). Επιπλέον, στόχος του εναλλακτικού τουρισμού είναι η ένταξη της εκάστοτε περιοχής στην παραγωγική διαδικασία με παράλληλη προστασία του περιβάλλοντος. Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ιδιαίτερη ανάπτυξη στον τομέα του εναλλακτικού τουρισμού,

γεγονός που εντάθηκε και με την απορρόφηση των προγραμμάτων LEADER της Ευρωπαϊκής Ένωσης που στόχευαν σε κάτι τέτοιο. Χαρακτηριστικό γνώρισμα του προαναφερθέντος μοντέλου είναι η ανάδειξη της «τοπικότητας» ως βασικής παραμέτρου τουριστικής αναβάθμισης και ανάπτυξης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 3^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. Law C. M., Urban Tourism: Attracting visitor to large cities, Mansell, London, 1993.
2. Pearce D., Tourist Development, Longman, London, 1981.
3. Κομίλης Π. & Ν. Βαγιόνης, Τουριστικός Σχεδιασμός: μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, Προπομπός, Αθήνα, 1999.
4. Κοκκώσης Χ. & Π. Τσάρτας, Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Εκδ. ΚΡΙΤΙΚΗ, Αθήνα, 2001.
5. Τουρισμός & Οικονομία, Σεπτέμβριος 1998, σ. 30
6. «Στρατηγική για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού», Τουριστική Αγορά, τ. 146, Μάρτης 2002, σ. 66-67.
7. Τσάρτας Π., «Αειφορική Ανάπτυξη και Τουρισμός: προβληματισμοί και προτάσεις για ένα διαφορετικό τύπο τουριστικής ανάπτυξης», στο Λάσκαρης Κ. (επιμ), Sustainable Development: Θεωρητικές προσεγγίσεις μιας κρίσιμης έννοιας, Παπασωτηρίου, Αθήνα, 1996.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ

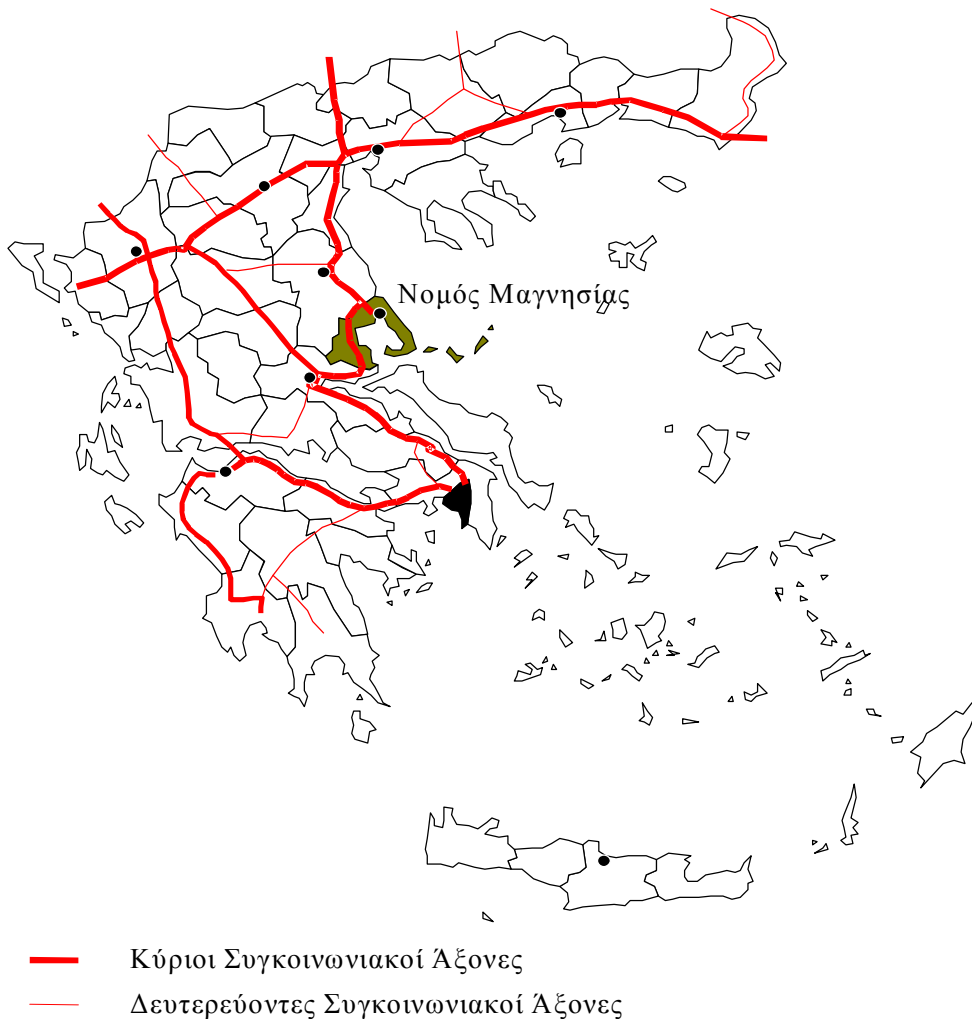
4.1 Γενικά

Η Μαγνησία θεωρείται μια από τις πιο ουσιαστικές και αξιόλογες περιοχές τόσο της Θεσσαλίας όσο και της ευρύτερης ελληνικής και μεσογειακής περιφέρειας. Συγκροτεί έναν από τους πιο σημαντικούς τουριστικούς πόλους έλξης στη χώρα μας, όπου μαζί με το σύνολο της υπόλοιπης επικράτειας, προσελκύουν πολλούς τουρίστες ιδιαίτερα την καλοκαιρινή περίοδο. Βέβαια, τα τελευταία χρόνια αυξάνεται ο χειμερινός τουρισμός, καθώς έχουν αξιοποιηθεί και βελτιωθεί οι υπάρχουσες υποδομές, γεγονός που προσδίδει νέα διάσταση στον τουρισμό της περιοχής.

4.2 Χωροταξική ένταξη του Νομού Μαγνησίας

Ο Νομός Μαγνησίας τοποθετείται γεωγραφικά σε ένα ιδιαίτερα κεντροβαρικό σημείο του ελληνικού χώρου. Βρίσκεται στη βορειοανατολική πλευρά του ηπειρωτικού κορμού και η ύπαρξή της είναι γνωστή από την αρχαιότητα (Δ.Κ.Ι.Τ.Β., 2002). Ο Νομός χαρακτηρίζεται από την ποικιλομορφία του εδάφους του και κυρίως την κατανομή του, καθώς αποτελείται από τον ηπειρωτικό και το νησιωτικό κορμό.

Τα νησιά των Βορείων Σποράδων -Σκιάθος, Σκόπελος, Αλόνησος- και ο



Πηγή: ΥΠΕΧΩΔΕ

υπόλοιπος ηπειρωτικός κορμός του Νομού συνδέονται αεροπορικά μέσω του αεροδρομίου της Σκιάθου και της Αγχιάλου κατά τους καλοκαιρινούς, κυρίως, μήνες με προγραμματισμένες πτήσεις και πτήσεις charter. Επιπλέον, η Μαγνησία συνδέεται ακτοπλοϊκά με πλοία της γραμμής και υδροπτέρυγα με το λιμάνι του Βόλου, που αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα ανάπτυξης του Νομού αλλά και της ευρύτερης θεσσαλικής περιφέρειας.

4.2.1 Ο Βόλος

Ο Βόλος είναι η πρωτεύουσα του Νομού Μαγνησίας και το κέντρο της πολιτιστικής, κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξής του. Επιπλέον, είναι το κέντρο λήψης των αποφάσεων του Νομού και η έδρα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, που τα τελευταία χρόνια διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην προβολή και στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Ο Βόλος έχει καταγράψει μια ιστορία χιλιάδων χρόνων και η αρχαία Ιωλκός με την Αργοναυτική Εκστρατεία έχουν κάνει ιδιαίτερα διάσημη την περιοχή. Η πολιτιστική κληρονομιά της πόλης και η προσπάθεια προβολής της αρχαίας και νεότερης κληρονομιάς είναι ιδιαίτερα εμφανής τα τελευταία χρόνια. Αξίζει να σημειωθεί πως ο Βόλος έχει ένα από τα μοναδικά μουσεία που φιλοξενούν συλλογές της νεολιθικής εποχής, ενώ την τελευταία πενταετία ανακατασκευάστηκαν κτίρια που έχουν να κάνουν με την ιστορία της πόλης, όπως το πλινθοκεραμοποιείο Τσαλαπάτα που είναι κέντρο πολιτιστικής κληρονομιάς και σύγχρονης δημιουργίας.

Παράλληλα, ο Βόλος έχει ένα από τα πιο σημαντικά λιμάνια της Ελλάδας, καθώς ο ρόλος του είναι σε μεγάλο βαθμό καθοριστικός στη μεταφορά πρώτων υλών από τη ΒΙ.ΠΕ και την τσιμεντοβιομηχανία ΑΓΕΤ. Επιπλέον, μέσω του ΟΛΒ

γίνονται οι μετακινήσεις για τα νησιά των Βορείων Σποράδων, ενώ τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ιδιαίτερη κίνηση από κρουαζιερόπλοια που επισκέπτονται την πόλη.

4.3 Η φυσιογνωμία του Νομού και τα στοιχεία που τον επηρεάζουν

Γενικά, το τουριστικό δυναμικό της Μαγνησίας χαρακτηρίζεται από αφθονία και ποικιλομορφία των τουριστικών πόρων και από μια συγκριτικά ομαλή κατανομή τους στο χώρο, χωρίς αυτό να συνεπάγεται μια αντίστοιχη αξιοποίηση και ανάπτυξή τους. Για παράδειγμα, οι πλέον αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές του νομού είναι το Πήλιο, το πολεοδομικό συγκρότημα Βόλου και οι Σποράδες, ενώ το ίδιο δεν ισχύει για τις ευρύτερες περιοχές του Βελεστίνου και του Αλμυρού. Το Πήλιο και οι Βόρειες Σποράδες συγκροτούν τη βασική τουριστική ζώνη του Νομού Μαγνησίας και γενικότερα της Περιφέρειας Θεσσαλίας, προσελκύοντας κάθε χρόνο έναν σημαντικό αριθμό αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών (Π.Π.Σ.Α.Τ., 2000).

Λαμβάνοντας υπόψη την υφιστάμενη κατάσταση θα κάνουμε μια προσπάθεια εκτίμησης του εξωτερικού περιβάλλοντος (πολιτικού, οικονομικού, κοινωνικοπολιτιστικού και τεχνολογικού). Επιπλέον, θα γίνει μια προσπάθεια εκτίμησης του ευρύτερου περιβάλλοντος του Νομού. Βέβαια, η προσπάθεια εφαρμογής του μοντέλου των «5 Δυνάμεων του Porter» δεν μπορεί να είναι

απόλυτα εφικτή, καθώς δεν μπορούμε να εκτιμήσουμε τις δυνάμεις και τις αδυναμίες ενός νομού με τα μέτρα και τα σταθμά μιας επιχείρησης.

4.3.1 Το μακρο – περιβάλλον του Νομού Μαγνησίας

Το γενικευμένο ή μακρο – περιβάλλον αντιπροσωπεύει την ευρεία συλλογή όλων εκείνων των παραγόντων που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζουν το προφίλ του νομού (Γεωργόπουλος Ν., 2002). Το περιβάλλον αυτό έχει 4 διαστάσεις: την πολιτική, την οικονομική, κοινωνικοπολιτιστική και την τεχνολογική (P.E.S.T). Οι προαναφερθείσες αυτές διαστάσεις καθορίζουν την πολιτική που θα ακολουθήσει η κάθε επιχείρηση και εν προκειμένου ο νομός, καθώς μ' αυτό τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα στους αρμοδίους να καταγράψουν τις απειλές και τις ευκαιρίες ανάπτυξης που μπορούν να δοθούν στο νομό.

A) ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Το πολιτικό περιβάλλον της Ελλάδος δεν είναι τόσο σταθερό, ώστε να μπορέσει κανείς να ακολουθήσει μια πάγια τακτική τουριστικής ανάπτυξης. Εντούτοις, οι αλλαγές της κυβερνητικής πολιτικής έναντι του τουρισμού με την επανίδρυση του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και του επαναπροσδιορισμού του ρόλου του ΕΟΤ θα αποτελέσουν την αρχή για μια πιο ουσιαστική και καρποφόρα τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας, συνεπώς και του νομού.

B) ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Το οικονομικό περιβάλλον αποτελεί μια από τις σημαντικότερες μεταβλητές, καθώς επηρεάζει κάθε είδους δραστηριότητα. Λαμβάνοντας υπόψη τη βαρύτητα αυτής της μεταβλητής μπορεί να παρατηρήσει κανείς πως το οικονομικό περιβάλλον δεν είναι και το ιδανικότερο για την εύρυθμη και σταθερή ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου, καθώς το διαθέσιμο εισόδημα, ο πληθωρισμός και η ανεργία αποτελούν τροχοπέδη σε οποιαδήποτε μορφή ανάπτυξης.

Παρόλα αυτά ο Νομός Μαγνησίας με συντονισμένη προσπάθεια και λόγω της τουριστικής υποδομής που διαθέτει (αναφέρεται αναλυτικότερα παρακάτω) διατηρεί σε σταθερά επίπεδα το εισόδημά του, καθώς διαθέτει μονάδες για κάθε τσέπη. Παράλληλα, γίνεται μια ανάκαμψη στο βιομηχανικό κλάδο με πρόσφατες επενδύσεις στην ήδη υπάρχουσα ΒΙ.ΠΕ γεγονός που ευνοεί στην οικονομική ευημερία της περιοχής τόσο από άποψη εισοδήματος όσο και από τη μείωση του ποσοστού ανεργίας. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως η ίδρυση του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας έχει συμβάλει τα μέγιστα για τη δημιουργία νέων υποδομών συνεπώς και απασχόλησης στην ευρύτερη περιοχή.

Γ) ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Το κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον θα πρέπει να αναλύεται διεξοδικά, καθώς η κάθε επιχείρηση και δη ο νομός θα πρέπει να προσαρμόζονται στις αλλαγές του, ώστε να αποφύγει οποιαδήποτε δυσάρεστη συνέπεια.

Η ενδεχόμενη αλλαγή των χαρακτηριστικών της «τοπικότητας» που προσδίδουν στο νομό Μαγνησίας αποτελεί την κοινωνικοπολιτιστική διάσταση που θα πρέπει αφενός να διατηρηθεί αφετέρου να εκσυγχρονισθεί, ώστε να συμβαδίσει με τις νέες τάσεις της εποχής που θέλει διακοπές πολλαπλών μορφών. Επιπλέον, το σύγχρονο κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον παρουσιάζει μια μετακίνηση από τις μαζικές μορφές τουρισμού σε μορφές όπου ο καταναλωτής – τουρίστας σχεδιάζει, προτείνει και απαιτεί πιο εξειδικευμένες μορφές τουρισμού με κυρίαρχο το στοιχείο της «επιστροφής της φύσης». Παράλληλα, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη την επιβράδυνση του ρυθμού των γεννήσεων, καθώς το μέχρι στιγμής χαρακτηριστικό γνώρισμα του νομού ήταν: οι ήσυχες και οικογενειακές διακοπές. Επομένως, θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη η παραπάνω παράμετρος, χωρίς να πρέπει να χαθεί ο τοπικός χαρακτήρας της περιοχής για τον οποίο έχει γίνει ιδιαίτερα διάσημη.

Δ) ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Είναι πλέον αναμφισβήτητο γεγονός η ταχεία ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και η άμεση εφαρμογή τους σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας. Βέβαια, είναι αρκετά δύσκολο να προβλέψει κανείς την έκβαση που θα έχει η εισαγωγή μιας καινούργιας τεχνολογίας σε ένα κλάδο (Παπαδάκης Β., 1999).

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους κλάδους που στηρίχθηκε πολύ στην κάθε αναπτυξιακή προσπάθεια της τεχνολογίας. Έτσι, η χρήση της θεωρείται πλέον αναπόσπαστο κομμάτι του τουρισμού. Αξίζει να σημειωθεί πως η δύναμη του διαδικτύου έχει συμβάλλει στην προβολή κάθε τουριστικής δραστηριότητας, γεγονός που την καθιστά επιβεβλημένη. Ο νομός Μαγνησίας στο σύνολό του έχει χρησιμοποιήσει την τεχνολογία στον τομέα αυτό, εντούτοις αρκετές μεμονωμένες επιχειρήσεις του νομού δεν χρησιμοποιούν εξελιγμένα συστήματα τεχνολογίας. Κατά πάσα πιθανότητα οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις με το πέρασμα του χρόνου θα απομονωθούν, καθώς δεν θα καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών τους. Η απομόνωση αυτή θα έχει άμεση επίπτωση στη δυναμικότητα του νομού, αφού πολλές απ' αυτές τις μονάδες θα κλείσουν άρα θα μειωθεί και η εν δυνάμει διαθεσιμότητα της Μαγνησίας σε τουριστικούς πόρους (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, εστιατόρια κ.ά).

4.4 Οι διαθέσιμοι πόροι και οι ικανότητες του Νομού Μαγνησίας

Το ξενοδοχειακό δυναμικό του Ν. Μαγνησίας απαρτίζεται από 363 μονάδες με 16.424 κλίνες, με σαφή υπεροχή των ξενοδοχειακών μονάδων μεσαίων κατηγοριών. Όσον αφορά στο υπόλοιπο ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού, υπάρχουν 1.600 μονάδες δηλωμένων ενοικιαζόμενων δωματίων με 7 μονάδες κάμπινγκ για 1.596 άτομα. Επιπλέον, υπάρχουν 78 τουριστικά γραφεία, 32 τουριστικά λεωφορεία, 30 RENT A CAR με 402 Ι.Χ. αυτοκίνητα και 22 RENT A MOTO με 875 μοτοσυκλέτες.

Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ν. Μαγνησίας έτους 2002

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΧΕΡΣ. ΜΑΓΝΗΣΙΑ		ΣΠΟΡΑΔΕΣ		Ν. ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	
	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΚΛΙΝΕΣ
ΠΟΛ	2	47	2	688	4	735
Α	31	564	13	1443	44	2007
Β	28	1666	21	1790	49	3456
Γ	100	3727	75	3806	175	7533
Δ	29	992	14	478	43	1470
Ε	25	576	23	647	48	1223
ΣΥΝΟΛΟ	215	7572	148	8852	363	16424

Πηγή: Γραφείο ΕΟΤ Μαγνησίας

Στατιστικά Ν. Μαγνησίας (Διανυκτερεύσεις)

ΕΤΟΣ	ΧΕΡΣ. ΜΑΓΝΗΣΙΑ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Σύνολο
1992	446565	493285	939.850
1993	461243	560927	1.022.170
1994	523955	679554	1.203.509
1995	501357	573426	1.074.783
1996	491745	591459	1.083.204
1997	511366	601418	1.112.784
1998	540840	538623	1.079.463
1999	546821	556413	1.103.234
2000	474052	589062	1.063.114
2001	549163	602530	1.151.693
2002	573442	566146	1.139.588

Πηγή: Γραφείο ΕΟΤ Μαγνησίας

4.5 Η χωρική κατανομή του τουρισμού στη Μαγνησία

Η χωρική κατανομή του τουρισμού εξαρτάται κατά πολύ από τον οδικό άξονα του νομού (κυρίως ημεδαποί τουρίστες) και του αεροδρομίου της Σκιάθου (κυρίως αλλοδαποί), καθώς ο κυριότερος όγκος τουριστών εντοπίζεται στις ευρύτερες περιοχές αυτών. Δε συμβαίνει το ίδιο όμως και με τις διανυκτερεύσεις, όπου παρατηρούμε τη συντριπτική πλειοψηφία, κυρίως, των αλλοδαπών τουριστών να

προτιμούν τα νησιά των Β. Σποράδων για να περάσουν τις διακοπές τους, ενώ οι ημεδαποί τουρίστες για οικογενειακούς και πολιτιστικούς λόγους διανυκτερεύουν και στα υπόλοιπα χωριά του Πηλίου. Σε γενικές γραμμές μπορούμε να εντοπίσουμε 4 τουριστικούς προορισμούς στο νομό με διαφορετικά επίπεδα ανάπτυξης: 1) την περιοχή του Πολεοδομικού Συγκροτήματος Βόλου, 2) τις Βόρειες Σποράδες, 3) το Πήλιο και 4) την ευρύτερη περιοχή Αλμυρού και Ν. Αγχιάλου.

Τουριστική κίνηση Ν. Μαγνησίας έτους 2002

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
ΒΟΛΟΣ – ΠΕΡΙΧΩΡΑ	178.794	334.142
ΤΣΑΓΚΑΡΑΔΑ – ΑΓ.ΙΩΑΝΝΗΣ- ΖΑΓΟΡΑ	29.339	76.629
ΠΟΡΤΑΡΙΑ – ΜΑΚΡΙΝΙΤΣΑ	46.874	92.307
ΜΗΛΙΕΣ – ΒΥΖΙΤΣΑ	6.552	15.746
ΝΟΤΙΟ ΠΗΛΙΟ	5.492	30.397
ΚΑΛΑ ΝΕΡΑ – ΓΑΝΤΖΕΑ – ΚΟΡΩΠΗ	18.530	29.433
ΣΚΙΑΘΟΣ	64.180	399.856
ΣΚΟΠΕΛΟΣ	21.973	102.833
ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ	8.350	58.245
ΣΥΝΟΛΟ	380.084	1.139.588

Πηγή: Γραφείο ΕΟΤ Μαγνησίας

4.5.1 Πήλιο – Β. Σποράδες – Δυτική Μαγνησία

Πήλιο

Το Πήλιο έχει σαν κύρια συγκριτικά πλεονεκτήματα το μοναδικό συνδυασμό φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος. Ένας συνδυασμός παραδοσιακών

οικισμών, μοναστηριών και πολλές μικρές, αλλά εντυπωσιακές παραλίες. Ο τουρισμός που έλκει είναι κύρια ημεδαπός. Κύριος σκοπός των παραθεριστών είναι η ξεκούραση και η επαφή με το φυσικό περιβάλλον.

Ωστόσο, είναι φανερό ότι υπάρχει πρόβλημα οδικού δικτύου, τόσο από πλευράς προσπελασιμότητας όσο και από πλευράς τουριστικών διαδρομών μέσα στην περιοχή. Το ζήτημα είναι ότι η αναβάθμιση και επέκταση του δικτύου δύσκολα συμβαδίζει με τη διατήρηση της φυσιογνωμίας του φυσικού περιβάλλοντος και πιθανά να οδηγήσει σε ανεπανόρθωτες αλλαγές του χαρακτήρα της περιοχής.

Βόρειες Σποράδες

Η Σκιάθος, με βασικά πλεονεκτήματα την ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος και ιδίως των ακτών, καθώς και τον ιδιαίτερο χαρακτήρα του νησιού, έχει ήδη ωριμάσει τουριστικά περνώντας από τον κυρίως αλλοδαπό στον κατά πλειοψηφία εσωτερικό τουρισμό που όμως παραμένει μαζικός (30.000-40.000 τουριστικές κλίνες σε σύνολο 5.000 μόνιμων κατοίκων). Σε γενικές γραμμές οι επισκέπτες ενδιαφέρονται να απολαύσουν τον ήλιο και τη θάλασσα με την παράλληλη δυνατότητα να συμμετάσχουν στην ομαδική ψυχαγωγία που παρέχει το νησί σε περιβάλλον κοσμοπολίτικο. Η μαζικότητα του τουρισμού δεν ανατρέπει την ανάγκη να επιβληθούν οι δέοντες περιορισμοί στην ανάπτυξη. Ήδη δε στο νότιο τμήμα του νησιού επιτρέπονται μόνο υψηλής κατηγορίας τουριστικές μονάδες (Α και πολυτελείας). Για την περίπτωση της Σκιάθου

ζητούνται κίνητρα για ποιοτική αναβάθμιση της προσφοράς και των υποδομών με στόχο την ενίσχυση της ζήτησης από πλευράς υψηλότερων εισοδημάτων και τη διεύρυνση του τουριστικού πακέτου με περιπατητικό και συνεδριακό τουρισμό. Ανάλογα προβλήματα, μικρότερης όμως κλίμακας, παρουσιάζονται και στις υπόλοιπες Βόρειες Σποράδες (Π.Π.Σ.Α.Τ., 2000,σ.21).

Δυτική Μαγνησία

Στο δυτικό τμήμα του Νομού Μαγνησίας (περιοχή Βελεστίνου, Νέας Αγχιάλου, Επαρχία Αλμυρού), η τουριστική κίνηση είναι πολύ χαμηλή. Υπάρχει μια μικρή κίνηση επισκεπτών στην Νέα Αγχιάλο και στο παραλιακό τμήμα της Επαρχίας Αλμυρού (Σούρπη, Αμαλιάπολη), παρά το γεγονός ότι η περιοχή διαθέτει ορισμένους σημαντικούς τουριστικούς πόρους, όπως ο αρχαιολογικός χώρος της Νέας Αγχιάλου-Μικροθηβών και του Βελεστίνου, οι οποίοι παραμένουν σε μεγάλο βαθμό αναξιοποίητοι. Ταυτόχρονα στην περιοχή αυτή βρίσκεται και το αεροδρόμιο της Αγχιάλου, που αυξάνει τις δυνατότητες πρόσβασης, ειδικά από το εξωτερικό, ενώ διασχίζεται και από τον κεντρικό οδικό άξονα της χώρας (ΠΑΘΕ) που δίνει δυνατότητες πρόσβασης στους τουρίστες που προέρχονται από τα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας.

Η κυριαρχία του πρωτογενή τομέα στο τμήμα αυτό του Νομού (που είναι και το παραγωγικότερο από την άποψη αυτή), καθιστά σχετικά δύσκολη την τουριστική

αξιοποίηση. Η βασικότερη δυνατότητα που ανοίγεται είναι μέσω της αξιοποίησης των προγραμμάτων αγροτουρισμού.

4.6 Ζώνες τουριστικής εξειδίκευσης

Ο Νομός Μαγνησίας έχοντας την παραπάνω χωρική κατανομή διαχωρίζεται σε ζώνες τουριστικής εξειδίκευσης, οι οποίες προσελκύουν κάθε χρόνο συγκεκριμένο τύπο τουριστών. Το γεγονός ότι ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα πολλαπλών μορφών διακοπών καθιστά την περιοχή ιδιαίτερα δημοφιλή στην επιλογή ημεδαπών και αλλοδαπών.

ΖΩΝΗ Α: Η περιοχή του Πολεοδομικού Συγκροτήματος Βόλου, έχοντας ήδη δώσει έμφαση στις υποδομές υποδοχής (λιμάνι, σιδηρόδρομος, λεωφορεία, κέντρα και σημεία ενημέρωσης), καθώς και σε στοιχεία που κάνουν ελκυστικό έναν αστικό χώρο (μουσεία, ενυδρείο, ανάπλαση στα «Παλιά» κλπ), στις ειδικές υποδομές (συνεδριακά κέντρα, πολιτιστικά κλπ), διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην προσέλκυση και ενίσχυση του τουριστικού φαινομένου της Μαγνησίας. Ο Βόλος είναι μια πόλη που 12 μήνες το χρόνο δέχεται επισκέπτες διάφορων ηλικιών και οικονομικής επιφάνειας.

ΖΩΝΗ Β: Οι περιοχές αυτές προσφέρονται για ανάπτυξη οικολογικού κυρίως τουρισμού, με ειδικές δραστηριότητες. Τέτοιες περιοχές είναι αυτή της Σκοπέλου

με το χώρο το Θαλάσσιου Πάρκου (που ταυτόχρονα ανήκει σε προστατευόμενη περιοχή). Οι περιοχές αυτές είναι περιοχές που χρειάζονται αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, αλλά δεν μπορούν να αλλάξουν εύκολα χαρακτήρα και παραμένουν μάλλον περιοχές μαζικού κυρίως τουρισμού.

ΖΩΝΗ Γ: Στη ζώνη αυτή περιλαμβάνεται η ευρύτερη περιοχή του Πηλίου και το Παραλιακό μέτωπο της Επαρχίας Αλμυρού. Η συγκεκριμένη περιοχή θεωρείται μεικτής ανάπτυξης, καθώς παρουσιάζει ταυτόχρονα κορεσμένα σημεία και περιοχές με ελάχιστη κίνηση στον ίδιο γεωγραφικό χώρο. Η περιοχή αυτή παράλληλα έχει και υψηλό ποσοστό παραθεριστικής (δεύτερης) κατοικίας από υψηλής εισοδηματικής στάθμης αστούς (ειδικά το Πήλιο), που προέρχονται ακόμα και από το εξωτερικό.

ΖΩΝΗ Δ: Η τελευταία ζώνη περιλαμβάνει την επαρχία Αλμυρού και την περιοχή Βελεστίνου – Κάρλας. Η περιοχή αυτή είναι η λιγότερο αναπτυγμένη και από εκείνες όπου μπορεί να αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός. Οι τουριστικές υποδομές (ξενοδοχεία κλπ) είναι μηδαμινές και περιορίζονται σε ενοικιαζόμενα δωμάτια χαμηλής κατηγορίας. Αντίθετα, ο πρωτογενής τομέας είναι αναπτυγμένος και για αυτό μπορεί να αναπτύξει τουριστικές δράσεις μόνο με ενίσχυση μέσω των προγραμμάτων αγροτουρισμού. Στα πλαίσια αυτής της τακτικής τα τελευταία 5 χρόνια οι περισσότερες απ' αυτές τις περιοχές έχουν ενταχθεί στα προγράμματα «LEADER» της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου προωθείται το μοντέλο της αγροτουριστικής ανάπτυξης.

4.7 Τα οικοπολιτιστικά στοιχεία του Νομού Μαγνησίας

Ο Νομός Μαγνησίας διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία οικο-πολιτιστικού αποθέματος που καλύπτει από την μία πλευρά όλες τις ιστορικές περιόδους του ελληνικού χώρου και από την άλλη ένα μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων. Έτσι, διαθέτει σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους (με εκκίνηση από την νεολιθική εποχή), αρκετά βυζαντινά μνημεία, καθώς και μεγάλο αριθμό μνημείων της νεώτερης ιστορίας. Επίσης, υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός πολιτιστικών συλλόγων, βιβλιοθηκών, παραδοσιακών εκδηλώσεων, καθώς και ένα φυσικό περιβάλλον το οποίο μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην ύπαρξη του Τρένου του Πηλίου, ενός μουσειακού σήμερα σιδηροδρόμου, με σημαντική συμβολή στην τοπική οικονομία παλαιότερα, αλλά και με πολύ σημαντικά κατασκευαστικά στοιχεία στην δομή του (Π.Π.Σ.Α.Τ., 2000, σ.42).

4.7.1 Χωρική κατανομή του πολιτισμικού αποθέματος

Στους παρακάτω πίνακες παρατίθενται τα μνημεία που χαρακτηρίζουν το οικοπολιτιστικό απόθεμα του Νομού Μαγνησίας. Η συγκεκριμένη κατηγοριοποίηση έχει γίνει βάσει των πινάκων και των μνημείων ελεγχου πο έχει καταρτίσει η κάθε Εφορεία Αρχαιοτήτων που εδρεύει στο νομό (Δ.Κ.Ι.Τ.Β., 2002).

Α. Κλασικά Μνημεία στο Νομό Μαγνησίας

A/A	ΜΝΗΜΕΙΟ	ΠΟΛΗ 'Η ΧΩΡΙΟ
1	Νεολιθικός οικισμός	ΔΙΜΗΝΙ
2	Μυκηναϊκός οικισμός	ΔΙΜΗΝΙ
3	Νεολιθικός οικισμός	ΣΕΣΚΛΟ
4	Προϊστορικός οικισμός	ΒΟΛΟΣ (ΠΕΥΚΑΚΙΑ)
5	Θέατρο αρχαίας Δημητριάδας	ΒΟΛΟΣ
6	Προϊστορικός οικισμός	ΒΟΛΟΣ (ΠΕΤΡΟΜΑΓΟΥΛΑ)
7	Ανάκτορο αρχαίας Δημητριάδας	ΒΟΛΟΣ
8	Τείχη αρχαίας Δημητριάδας	ΒΟΛΟΣ
9	Ιερό Κυβέλης	ΒΟΛΟΣ
10	Ελληνιστικές και ρωμαϊκές οικίες	ΒΟΛΟΣ
11	Ναός του Απόλλωνα	ΒΟΛΟΣ (ΣΩΡΟΣ)
12	Πόλη 4ου αι. π.Χ.	ΒΟΛΟΣ (ΓΟΡΙΤΣΑ)
13	Αρχαία τείχη	ΓΛΑΦΥΡΕΣ
14	Ναός Θαύλιου Δία	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ
15	Αρχαία τείχη	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ
16	Μυκηναϊκοί τάφοι	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ
17	Ελληνιστική οικία	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ
18	Θολωτοί τάφοι	ΧΛΟΗ
19	Αρχαίο Θέατρο Φθ. Θηβών	ΜΙΚΡΟΘΗΒΕΣ
20	Ναός Ασκληπιού Φθ. Θηβών	ΜΙΚΡΟΘΗΒΕΣ
21	Αρχαία τείχη Φθ. Θηβών	ΜΙΚΡΟΘΗΒΕΣ
22	Οικίες Μεσοελλαδικού οικισμού	ΑΕΡΙΝΟ
23	Τείχη της Ελληνιστικής 'Αλου	ΑΛΜΥΡΟΣ (ΚΕΦΑΛΩΣΗ)
24	Μυκηναϊκοί θολωτοί τάφοι	ΠΤΕΛΕΟΣ (ΓΡΙΤΣΑ)
25	Αρχαία τείχη - Ακρόπολη	ΟΘΡΥΣ (ΤΣΟΥΡΝΑΤΙ)
26	Ασκληπιείο	ΣΚΟΠΕΛΟΣ (ΑΜΠΕΛΙΚΗ)
27	Τείχη αρχαίου Πανόρμου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ (ΠΑΝΟΡΜΟΣ)
28	Αρχαία τείχη	ΣΚΟΠΕΛΟΣ (ΛΟΥΤΡΑΚΙ)
29	Αρχαίο τείχος 'Ικου	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ (ΚΟΚΚΙΝΟΚΑΣΤΡΟ)
30	Κτίριο υστερορωμαϊκών χρόνων	ΣΚΙΑΘΟΣ (ΒΑΣΙΛΙΑΣ)

Πηγή: ΙΓ' Εφορία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων

Β. Βυζαντινά Μνημεία στο Νομό Μαγνησίας

A/A	ΜΝΗΜΕΙΟ	ΠΟΛΗ 'Η ΧΩΡΙΟ
1	Παλαιόκαστρο	ΑΓ. ΒΛΑΣΙΟΣ
2	Γέφυρα	ΑΓ. ΒΛΑΣΙΟΣ
3	Μιναρές	ΑΓ. ΒΛΑΣΙΟΣ
4	Ι.Μ. Παμεγίστων Ταξιαρχών	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
5	Ι.Μ. Αγ. Τριάδος	ΑΝΩ ΓΑΤΖΕΑ
6	"Πύργος"	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΦΕΡΩΝ
7	Ι.Ν. Αγ. Γεωργίου	ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
8	Ι.Ν. Παναγίας	ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

9	Ι.Μ. Αγ. Λαυρεντίου	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
10	Ι.Ν. Αγίας Τριάδος	ΑΝΗΛΙΟ
11	Επισκοπή Άνω Βόλου	ΑΝΩ ΒΟΛΟΣ
12	Πύργος Σουλειϊμάν	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
13	Πύργος Κοκοσλή	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
14	Πύργος Ολύμπιου	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
15	Λείψανα παλαιοχριστιανικής βασιλικής	ΠΛΑΤΑΝΙΔΙΑ
16	Βασιλική Β' και τετράκογχος ναός	ΠΛΑΤΑΝΙΔΙΑ
17	Ναΐσκος	ΧΟΡΤΟ - ΜΗΛΙΝΑ
18	Λείψανα βυζαντινών - μεταβυζαντινών χρόνων	ΛΕΦΟΚΑΣΤΡΟ
19	Ι.Ν. Τιμίου Προδρόμου Αφετών	ΑΦΕΤΕΣ
20	Λείψανα Υδραγωγείου	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ (ΚΡΑΝΟΒΟ)
21	Βρύση	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ (ΚΟΚΚΙΝΑ)
22	Αρχαιολογικός Χώρος Δημητριάδος - Παγασών - Νηλείας	ΠΑΓΑΣΕΣ
23	Παλαιοχριστιανική Βασιλική στα "Παληά"	ΒΟΛΟΣ
24	Λουτρό τουρκοκρατίας (χαμάμ) στα "Παληά"	ΒΟΛΟΣ
25	Βυζαντινός Ναός Ταξιαρχών	ΒΟΛΟΣ
26	Κωδωνοστάσιο Αγ. Νικολάου	ΒΟΛΟΣ
27	Αγία Τριάδα	ΒΟΛΟΣ
28	Ναός Υπαπαντής	ΔΙΜΗΝΙ
29	Πυργόσπιτο ιδιοκτ. Καντόλα	ΔΙΜΗΝΙ
30	Ι.Ν. Ζωοδόχου Πηγής	ΒΥΖΙΤΣΑ
31	Σχολείο του Ρήγα Φεραίου	ΖΑΓΟΡΑ
32	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΧΟΡΕΥΤΟ
33	Κρήνη του "Κράλη"	ΖΑΓΟΡΑ
34	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΚΑΝΑΛΙΑ
35	Ι.Ν. Παναγίας Μεγαλογένης	ΚΑΤΗΧΩΡΙ - ΔΡΑΚΕΙΑ
36	Ι.Ν. Αγ. Αθανασίου	ΚΑΤΗΧΩΡΙ
37	Ι.Μ. Φλαμουρίου	ΚΕΡΑΣΙΑ
38	Ι.Ν. Υπαπαντής	ΒΕΝΕΤΟ
39	Ι.Ν. Αγ. Γεωργίου	ΚΕΡΑΜΙΔΙ
40	Ι.Ν. Αγ. Μαρίας	ΚΙΣΣΟΣ
41	Ι.Μ. Παναγίας Λαμπηδόνας	ΛΑΜΠΙΝΟΥ
42	Υψωμα "Παλιόκαστρο" ή "Βίγλα"	ΤΡΙΚΕΡΙ (ΙΣΘΜΟΣ)
43	Ι.Μ. Αγ. Αθανασίου	ΛΑΥΚΟΣ (ΚΩΤΙΚΙ)
44	Ι.Ν. Αγ. Ιωάννου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
45	Ι.Ν. Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
46	Παρεκκλήσιο Αγ. Νικολάου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
47	Παρεκκλήσιο Αγ. Μαγδαληνής	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
48	Παρεκκλήσιο Αγ. Πάντων	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
49	Πύργος Σκοτεινότη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
50	Ι.Ν. Παμμεγίστων Ταξιαρχών	ΜΗΛΙΕΣ
51	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΜΗΛΙΕΣ
52	Αρχοντικό πρώην Κορνούτου	ΜΗΛΙΕΣ

53	Ι.Ν. Αγίας Τριάδος	ΜΟΥΡΕΣΙ
54	Βυζαντινό φρούριο	ΝΤΑΜΟΥΧΑΡΗ
55	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΝΤΑΜΟΥΧΑΡΗ
56	Αρχαιολογικός Χώρος	Ν. ΑΓΧΙΑΛΟΣ
57	Ι.Ν. Αγ. Δημητρίου	ΝΕΟΧΩΡΙ
58	Κρήνη	ΝΕΟΧΩΡΙ
59	Ι.Ν. Υψώσεως Τιμίου Σταυρού	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
60	Ι.Μ. Αγ. Κωνσταντίνου	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
61	Ι.Ν. Παναγίας Πορταρέας	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
62	Ι.Ν. Παναγίτσας & Αγ. Συμεώνος	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
63	Βυζαντινά ερείπια	ΠΟΥΡΙ
64	Βασιλική Θεοτόκου	ΠΡΟΜΥΡΙ
65	Παναγία εις Λάι	ΠΡΟΜΥΡΙ
66	Ι.Ν. Αγίας Τριάδος	ΠΡΟΜΥΡΙ
67	Ι.Μ. Αγ. Σπυρίδωνος	ΠΡΟΜΥΡΙ
68	Ι.Ν. Αγ. Αποστόλων	ΠΡΟΜΥΡΙ
69	Ναΐσκος Θεοτόκου	ΠΡΟΜΥΡΙ
70	Ι.Ν. Εισοδίων - Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΠΡΟΜΥΡΙ
71	Σκεπαστή θολωτή βρύση	ΠΡΟΜΥΡΙ
72	Οικία οπλαρχηγού Φιλαρέτου	ΠΡΟΜΥΡΙ
73	Ερείπια βυζαντινού ναού	ΠΡΟΜΥΡΙ
74	Ι.Ν. Γενεσίου Θεοτόκου	ΠΡΟΜΥΡΙ
75	Ι.Μ. Τιμίου Προδρόμου	ΣΥΚΗ
76	Αρχαία και μεσαιωνικά λείψανα	ΤΡΙΚΕΡΙ (ΝΗΣΙ)
77	Όρμος "Τσουκάλια"	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
78	Αγ. Δημήτριος	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
79	Ι.Ν. Αγ. Αναργύρων	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ (ΒΟΡ. ΑΚΤΗ)
80	Ι.Ν. Αγίου Αθανασίου	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
81	Ι.Ν. Αγ. Γεωργίου	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
82	Ι.Ν. Αγ. Δημητρίου	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
83	Ι.Ν. του Χριστού	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
84	Ι.Ν. Παναγίας του Βουνού	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
85	Οικία Σ. Κυριακούλη	ΣΚΙΑΘΟΣ
86	Ερείπια Βασιλικής Αγ. Τριάδος	ΣΚΙΑΘΟΣ
87	Φρούριο Μπούρτζι	ΣΚΙΑΘΟΣ
88	Παλαιοχριστιανική Βασιλική	ΣΚΙΑΘΟΣ (ΤΡΟΥΛΟΣ)
89	Ι.Μ. Ευαγγελιστριάς	ΣΚΙΑΘΟΣ
90	Ι.Μ. Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΣΚΙΑΘΟΣ
91	Ι.Μ. Εισοδίων της Θεοτόκου	ΣΚΙΑΘΟΣ
92	Ι.Μ. Αγ. Χαράλαμπος	ΣΚΙΑΘΟΣ
93	Ι.Μ. Γενεθλίου του Προδρόμου	ΣΚΙΑΘΟΣ
94	Ι.Ν. Παναγίας	ΣΚΙΑΘΟΣ (ΛΗΜΝΙΑ)
95	Ναΐσκος Ζωοδόχου Πηγής	ΣΚΙΑΘΟΣ
96	Ι.Ν. Αγ. Ιωάννου	ΣΚΙΑΘΟΣ

97	Ερείπια οικισμού	ΣΚΙΑΘΟΣ
98	Τουρκικό τέμενος	ΣΚΙΑΘΟΣ
99	Ι.Ν. Ευαγγελίστριας	ΣΚΙΑΘΟΣ
100	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΣΚΙΑΘΟΣ
101	Παλαιά Μητρόπολη	ΣΚΙΑΘΟΣ
102	Ι.Ν. του Χριστού	ΣΚΙΑΘΟΣ
103	Κάστρο Σκιάθου	ΣΚΙΑΘΟΣ
104	Παλαιά Επισκοπή	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
105	Ι.Μ. Αγ. Βαρβάρας	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
106	Ι.Ν. Αγ. Ρηγίνου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
107	Μεσαιωνική οχύρωση Σκοπέλου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
108	Ι.Ν. Αγ. Αθανασίου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
109	Ι.Μ. Ευαγγελισμού	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
110	Ι.Μ. Ευαγγελίστριας Δαπόντε	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
111	Ι.Μ. Μεταμορφώσεως	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
112	Ι.Μ. Προδρόμου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
113	Ερείπια βυζαντινού ναού	ΣΚΟΠΕΛΟΣ (ΠΑΝΟΡΜΟΣ)
114	Ναΐσκος Αγ. Αθανασίου "του εν 'Αθω"	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
115	Αγιοι Απόστολοι του Βράχου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
116	Ι.Ν. Αγ. Γεωργίου του Κυρατσού	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
117	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου του Βράχου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
118	Αγιος Δημήτριος	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
119	Αγιος Ιωάννης ο Θεολόγος	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
120	Ι.Ν. Αγ. Μιχαήλ του Συννάδου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
121	Ι.Ν. Εισοδίων Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
122	Ι.Ν. Ευαγγελισμού της Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
123	Ι.Ν. Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
124	Ι.Ν. Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
125	Ι.Ν. Γεννήσεως Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
126	Ι.Ν. Φανερωμένης Σκοπέλου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
127	Οικισμός Σκοπέλου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
128	Ερείπια βυζαντινού ναού Αγ. Σοφίας	ΣΚΟΠΕΛΟΣ

Πηγή: 7^η Εφορία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων

Γ. Νεώτερα Μνημεία στο Νομό Μαγνησίας

A/A	ΜΝΗΜΕΙΟ	ΠΟΛΗ 'Η ΧΩΡΙΟ
1.	Αρχοντικό Ιωαννίδη	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ
2.	Αρχοντικό Τριανταφύλλου - Σακκατζή	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
3.	Οικία Τζωρτζή	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
4.	Παλιό Σχολαρχείο & Δημοτ. Σχολείο	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
5.	Αρχοντικό Κύρου	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
6.	Κρήνη Ψ" ΜΕΝ	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
7.	Αρχοντικό "ΧΑΤΖΗΝΙΚΟΛΑΟΥ"	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
8.	Αρχοντικό Α. Στέλλου	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ

9.	Αρχοντικό Κανταρτζή	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
10.	Παλιό Ξενοδοχείο Λιάντζουρα	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
11.	Αρχοντικό Γκλαβάνη	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
12.	Αρχοντικό Γ. Ζαφειρίου	ΑΓ. ΟΝΟΥΦΡΙΟΣ
13.	Φούρνος Βελέντζα	ΑΛΛΗ ΜΕΡΙΑ
14.	Αρχοντικό Χατζηαργύρη	ΑΛΛΗ ΜΕΡΙΑ
15.	Γυμνάσιο Αλμυρού	ΑΛΜΥΡΟΣ
16.	Μουσείο	ΑΛΜΥΡΟΣ
17.	Γεφύρι Καραγιώργου	ΑΝΑΒΡΑ
18.	Οικία Χ. Κοντού	ΑΝΑΚΑΣΙΑ
19.	Αρχοντικό Τζοάνου	ΑΝΑΚΑΣΙΑ
20.	Πυργόσπιτο Μαργαρίτη	ΑΝΩ ΒΟΛΟΣ
21.	Βίλλα Κοντού	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
22.	Βίλα Χατζηκυριαζή	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
23.	Παλιό Παρθεναγωγείο	ΑΡΓΑΛΑΣΤΗ
24.	Αρχοντικό Θεοδώρου	ΑΦΕΤΕΣ
25.	Λύκειο Ελληνίδων	ΒΟΛΟΣ
26.	Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο Βόλου	ΒΟΛΟΣ
27.	Κινηματοθέατρο "Αχιλλειον"	ΒΟΛΟΣ
28.	Κτήριο "Κίτρινης Αποθήκης"	ΒΟΛΟΣ
29.	Εργατικό Κέντρο Βόλου	ΒΟΛΟΣ
30.	Πλινθοκεραμοποιείο Τσαλαπάτα	ΒΟΛΟΣ
31.	Μέγαρο Σαφαροπούλου	ΒΟΛΟΣ
32.	Νεκροταφείο Ταξιαρχών Βόλου - Ν. Ιωνίας	ΒΟΛΟΣ
33.	Αρχοντικό Κωνσταντινίδη	ΒΥΖΙΤΣΑ
34.	Αρχοντικό Ψυχούλη	ΒΥΖΙΤΣΑ
35.	Αρχοντικό Αλεξόπουλου	ΒΥΖΙΤΣΑ
36.	(10 σπίτια) Αρχοντικό Καραγιαννόπουλου	ΒΥΖΙΤΣΑ
37.	Αρχοντικό Κοντού	ΒΥΖΙΤΣΑ
38.	Αρχοντικό Βαφειάδη	ΒΥΖΙΤΣΑ
39.	Αρχοντικό Κατσιαδάμου – Αλπάκη	ΒΥΖΙΤΣΑ
40.	Οικία Καμηλάρη	ΒΥΖΙΤΣΑ
41.	Φάρος	ΓΛΩΣΣΑ ΣΚΟΠΕΛΟΥ
42.	Αρχοντικό Τριανταφύλλου	ΔΡΑΚΕΙΑ
43.	Αρχοντικό Α. & Κ. Κωνσταντινίδη	ΖΑΓΟΡΑ
44.	Αρχοντικό Κασσαβέτη	ΖΑΓΟΡΑ
45.	Αρχοντικό Φρόνιμου	ΖΑΓΟΡΑ
46.	Τσιτσιλιάνειο Νοσοκομείο	ΚΑΛΑ ΝΕΡΑ
47.	Κρήνη Κεντρικής Πλατείας	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
48.	Αρχοντικό Τοπάλη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
49.	Αρχοντικό Γουργιώτη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
50.	Αρχοντικό Καραβέργου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
51.	Αρχοντικό Βατσαρέα	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
52.	Αρχοντικό Βλαχλή	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ

53.	Αρχοντικό Χατζηκώστα	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
54.	Αρχοντικό Αξέλου - Σιτσιλιάνου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
55.	Αρχοντικό Ξηραδάκη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
56.	Αρχοντικό Μουσλή	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
57.	Αρχοντικό Τσιμπούκη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
58.	Κτήριο Μαυράκη – Βατσαρέα	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
59.	Αρχοντικό Μαύρου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
60.	Αρχοντικό Φαραντάτου ή Φιλιππίδη	ΜΗΛΙΕΣ
61.	Αρχοντικό Ιωαννίδη	ΜΗΛΙΕΣ
62.	Αρχοντικό Ευαγγελινάκη	ΜΗΛΙΕΣ
63.	Γραινάκι Πηλίου	ΠΗΛΙΟ
64.	Κρήνη "Νεοκλασική"	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
65.	Αρχοντικό Κολιαϊδή	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
66.	Αρχοντικό Ξηραδάκη	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
67.	Αρχοντικό Σαραφόπουλου	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
68.	"ΘΕΟΞΕΝΕΙΑ"	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
69.	Αρχοντικό Γ. Ζούλια	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
70.	Αρχοντικό Τσιμώνου	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
71.	Αρχοντικό Κανταρτζή	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
72.	Αρχοντικό Ζησάκη	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
73.	Οικία Α. Παπαδιαμάντη	ΣΚΙΑΘΟΣ
74.	Οικία Ν. Παπατζανάκη	ΣΚΙΑΘΟΣ
75.	Οικία Π. Νιρβάνα	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
76.	Τούρκικοι Στρατώνες	ΣΟΥΡΠΗ
77.	Ελλ. Στρατώνας Σούρπης	ΣΟΥΡΠΗ
78.	Αρχοντικό Φορτούνα	ΤΡΙΚΕΡΙ
79.	Αρχοντικό Νιζάμη	ΤΡΙΚΕΡΙ
80.	Πύργος Κρασά	ΤΡΙΚΕΡΙ
81.	Αρχοντικό Βογιατζή	ΤΡΙΚΕΡΙ
82.	Αρχοντικό Κουτουμάνη	ΤΡΙΚΕΡΙ
83.	Αχιλλοπούλειος Εμπορική Σχολή	ΤΣΑΓΚΑΡΑΔΑ
84.	Καρτάλειο Δημοτικό Σχολείο	ΤΣΑΓΚΑΡΑΔΑ
85.	Νανοπούλειος Σχολή	ΤΣΑΓΚΑΡΑΔΑ
86.	Αρχοντικό Ξηραδάκη	ΤΣΑΓΚΑΡΑΔΑ
87.	Κρήνη "Θόλου" Αγ. Παρασκευής	ΤΣΑΓΚΑΡΑΔΑ

Πηγή: 5^η Εφορία Νεωτέρων Μνημείων

Αξιζει να σημειωθεί πως στο Πολεοδομικό Συγκροτημα του Βόλου έχει αναπτυχθεί ένα σημαντικό δίκτυο πολιτισμού, βασικά στοιχεία του οποίου είναι: Το Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο (Γραπτές στήλες της Δημητριάδος και νεολιθικής περιόδου ευρήματα, κυρίως από το Σέσκλο και το Διμήνι), το τραινάκι

του Πηλίου, η αρχαία πόλη στο λόφο της Γορίτσας, οι νεολιθικοί οικισμοί στο Σέσκλο και το Διμήνι, το ανάκτορο, τα τείχη και το Θέατρο της αρχαίας Δημητριάδας, το Δημαρχείο Βόλου, το Δημοτικό Θέατρο, το Δημοτικό Ωδείο, το Κέντρο Τέχνης, το κτίριο Σπίρερ, το κτήριο της Κίτρινης Αποθήκης, το κινηματοθέατρο Αχίλλειον, το Πνευματικό Κέντρο της Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος και το Μουσείο Κίτσου Μακρή. Αν και επαρχιακή πόλη κάθε χρόνο δίνει το δικό της στίγμα στα πολιτισμικά δρώμενα της χώρας, καθώς διαθέτει μια από τις πιο γνωστές ορχήστρες κλασικής και μικρασιάτικης μουσικής. Εξάλλου, είναι γνωστό ότι ο Βόλος και δη ο Δήμος Νέας Ιωνίας υπήρξε καταφύγιο για τους χιλιάδες μικρασιάτες του 1922, γεγονός που του προσδίδει τη δυνατότητα ύπαρξης μια ιδιότυπης πολιτισμικής κουλτούρας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 4^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. Γεωργόπουλος Ν., Στρατηγικό Μάνατζμεντ, εκδ. Μπένου, Αθήνα, 2002.
2. Δ.Κ.Ι.Τ.Β (Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας & Τεκμηρίωσης Βόλου), Μνημεία της Μαγνησίας, Πρακτικά συνεδρίου: «Ανάδειξη του διαχρονικού μνημειακού πλούτου του Βόλου και της ευρύτερης περιοχής», εκδ. Βόλος, 2002.
3. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Περιφερειακό Περιβαλλοντικό Σχέδιο Αειφόρου Τουρισμού (ΠΠΣΑΤ), Βόλος 2000
4. Παπαδάκης Β., Στρατηγική των επιχειρήσεων, Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία, εκδ. Μπένου, Αθήνα, 1999.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ – ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΟ ΝΟΜΟ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ

5.1 Στόχοι τουριστικής πολιτικής για το Νομό Μαγνησίας

Οι στρατηγικές επιλογές που θα ακολουθήσει ο κάθε νομός διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση, στην οργάνωση και στην εφαρμογή ενός πλαισίου δράσης που θα καθιστά τον τουρισμό κινητήριο μοχλό ανάπτυξης και ευημερίας. Ο Νομός Μαγνησίας θα πρέπει λοιπόν να προσαρμοστεί στην υφιστάμενη κατάσταση του τουριστικού τομέα καταγράφοντας πλήρως τους άξονες παρέμβασης, ώστε να επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή εκμετάλλευση της τουριστικής δραστηριότητας στην περιοχή (Τουρισμός & Οικονομία, Νοέμβριος 2002).

Οι στρατηγικές επιλογές που θα μπορούσε να ακολουθήσει μία ουσιαστική τουριστική πολιτική για το νομό συνοψίζονται παρακάτω:

- Επέκταση της τουριστική περιόδου μέσω της προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός των πρωτογενών παρεχομένων υπηρεσιών (κλίνες, πύλες εισόδου, διαχείριση ακτών, κ.ά).

- Δημιουργία κατάλληλων φορέων για την παρακολούθηση, τον σχεδιασμό και την προώθηση της οργανωμένης προβολής του Νομού τόσο σε νομαρχιακό όσο και σε τοπικό επίπεδο.
- Εξασφάλιση της περιβαλλοντικής ισορροπίας και της σταθερότητας του μαζικού τουρισμού.
- Σταδιακή διείσδυση σε νέες αγορές, ώστε ο εσωτερικός τουρισμός να μην αποτελεί τη μοναδική –κυρίως τους χειμερινούς μήνες- πηγή εσόδων και τουριστικής προοπτικής.

5.2 Άξονες παρέμβασης

Οι άξονες παρέμβασης είναι οι ενέργειες εκείνες που πρέπει να πραγματοποιηθούν, ώστε να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή αξιοποίηση του τουριστικού φαινομένου στην περιοχή.

5.2.1 Βασικές υποδομές τουριστικής προτεραιότητας

Υποδομές

- Ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, οδικές συνδέσεις – οδοποιία, περιβαλλοντικές επεμβάσεις, ύδρευση – αποχέτευση.

Πύλες εισόδου

- Βελτίωση των λιμανιών Βόλου, Σκοπέλου, Σκιάθου και Αλοννήσου. Λειτουργία του αεροδρομίου της Αγχιάλου ως πολιτικού σε ετήσια βάση και ανακαίνιση του ήδη υπάρχοντος στη Σκιάθο, καθώς οι εγκαταστάσεις και οι παροχές υπηρεσιών που προσφέρονται στους επιβάτες είναι χαμηλότερης ποιότητας από αυτές άλλων ανταγωνιστικών περιοχών (Μύκονος, Ηράκλειο, κ.ά).

5.2.2 Προστασία και αναβάθμιση του περιβάλλοντος

Βιώσιμη – Αειφόρος ανάπτυξη

- Πρόγραμμα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.
- Πρόγραμμα διαχείρισης βελτίωσης ποιότητας ακτών και ανάδειξη νέων περιοχών και προστασία των ήδη βεβαρημένων τουριστικών ζωνών.

5.2.3 Ειδικές μορφές τουρισμού

- Συσχέτιση της βιώσιμης ανάπτυξης με την οργάνωση υποδομών και δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες αποτελούν και τη βάση πάνω στην οποία στηρίζεται αυτός ο τύπος ανάπτυξης.

- Ποιοτικός τουρισμός και ήπιες μορφές τουρισμού που θα προσελκύσουν νέες ομάδες πελατών- τουριστών (αγροτουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, κ.ά).

5.2.4 Πρόγραμμα επέκτασης τουριστικής περιόδου – Προβολή

- Δημιουργία νέου τουριστικού προϊόντος με βάση τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ώστε το πακέτο να μπορεί να προωθηθεί από το υπάρχον τουριστικό δίκτυο.
- Δημιουργία νέων φορέων προβολής, ώστε η διαφήμιση να μην περιορίζεται στα στενά όρια του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γερμανίας.
- Σχεδιασμός διαφημιστικής καμπάνιας που να καλύπτει σε ετήσια βάση τις ανάγκες του νομού.

5.2.5 Κατάρτιση – Επιμόρφωση Ανθρώπινου Δυναμικού

- Επιμόρφωση και κατάρτιση του ήδη υπάρχοντος ανθρώπινου δυναμικού με τις νέες τεχνολογίες.

- Δημιουργία σχολής τουριστικής εκπαίδευσης κατώτερων, μεσαίων και ανώτατων στελεχών.

5.3 Αναβάθμιση ξενοδοχειακού δυναμικού

Οι εγκαταστάσεις και οι παροχές υπηρεσιών που προσφέρονται στους επισκέπτες του Νομού Μαγνησίας είναι ποιοτικά χαμηλότερες με τις άλλες ανταγωνιστικές περιοχές και ιδίως το φαινόμενο οξύνεται στα ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Η αναβάθμιση και ο εκσυγχρονισμός του ξενοδοχειακού δυναμικού και κυρίως των ενοικιαζόμενων δωματίων είναι επιτακτική. Όπως έχει ήδη παρατεθεί σε πίνακα του 4^{ου} κεφαλαίου 175 από τις 363 ξενοδοχειακές μονάδες του νομού ανήκουν στη Γ' κατηγορία.

Αναμφίβολα, σε ένα ευρύ φάσμα κλινών απαιτείται ο εκσυγχρονισμός των συστημάτων οργάνωσης, κυρίως στις επισιτιστικές υπηρεσίες και σ' αυτές της αναψυχής, ώστε να μπορέσουν να είναι ανταγωνιστικές στις διεθνείς συνθήκες. Επιπλέον, θα πρέπει να εκσυγχρονιστούν - και σε πολλές περιπτώσεις να δημιουργηθούν εκ νέου - οι ειδικές υποδομές που θα

μπορέσουν να υποδεχτούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Η παροχή υπηρεσιών αναψυχής και αθλητισμού μέσω των ξενοδοχειακών συγκροτημάτων πρέπει να είναι πολυδιάστατη, ώστε να είναι συμπληρωματικές των κλασικών διακοπών και να καλύπτουν τον ελεύθερο χρόνο των τουριστών. Είναι καταγεγραμμένο γεγονός ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες του Νομού Μαγνησίας - με εξαίρεση κάποιες της Σκιάθου - δεν διαθέτουν ούτε μία αθλητική μονάδα (γήπεδο τένις, μπάσκετ, γκολφ, θαλάσσιο σκι, κ.ά) και εν γένει δεν μπορούν να απευθυνθούν σε τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης, οι οποίοι ασκούν κάποια αθλητική δραστηριότητα.

5.3.1 Αναβάθμιση κατασκηνωτικών υποδομών

Αναμφίβολα, οι κατασκηνώσεις (camping) αποτελούν μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που στην Ελλάδα είναι ακόμη αρκετά παρεξηγημένη. Οι οργανωμένες κατασκηνώσεις της Μαγνησίας είναι 7 αλλά κάποιες από αυτές (παρόλο που ο ΕΟΤ δε διευκρινίζει) δεν τηρούν τις βασικές προϋποθέσεις λειτουργίας, ενώ κάποιες δεν διαθέτουν σήμα λειτουργίας.

Ο κατασκηνωτικός τουρισμός δεν έχει τη μέριμνα που θα έπρεπε να λαμβάνει, παρόλο που πολλοί αλλοδαποί κυρίως τουρίστες τον προτιμούν για τις διακοπές τους κατά τους θερινούς μήνες. Μέχρι τώρα δεν έχει δημιουργηθεί μία βάση δεδομένων που θα καταγράφει τις βασικές ανάγκες που θα πρέπει να εξυπηρετεί κάθε κατασκηνωτική μονάδα.

Η Μαγνησία όπως προαναφέρθηκε διαθέτει 7 κατασκηνωτικές μονάδες εκ των οποίων οι 4 βρίσκονται στη χερσαία Μαγνησία. Οι μονάδες αυτές διαθέτουν τις στοιχειώδεις συνθήκες υγιεινής, ενώ ο περιβάλλον χώρος τους δεν είναι διαμορφωμένος και οροθετημένος.

Είναι επιτακτική η ανάγκη αναβάθμισης των κατασκηνώσεων τόσο στους περιβάλλοντες χώρους όσο και στις ευρύτερες μονάδες υποδομής. Παρακάτω παρατίθενται κάποια μέτρα που θα μπορούσαν να ληφθούν, ώστε να υπάρχει ουσιαστική αναβάθμιση του κατασκηνωτικού τουρισμού:

- Αποψίλωση ελαιόδεντρων που διατηρούν τη ζέστη και φύτευση δέντρων που δημιουργούν ίσκιο.
- Δημιουργία διαχωριστικών διαζωμάτων και σχεδιασμός θέσεων για κάθε κατασκηνωτή.
- Διαμόρφωση παραλίας λουομένων με πρόβλεψη καθαρισμού της.
- Σχεδιασμός αποχετευτικών εγκαταστάσεων βάσει κανόνων υγιεινής και προστασίας του περιβάλλοντος.
- Διαμόρφωση χώρων ασφαλούς στάθμευσης.

- Κατασκευή μονάδων αυτοεξυπηρέτησης (χώρος πλυντηρίου, σιδερωτήριου, σίτισης, κ.ά)
- Παροχή 24ωρης φύλαξης και δημιουργία αποθηκευτικών χώρων φύλαξης.
- Δημιουργία συστημάτων κράτησης και προβολής μέσω διαδικτύου.

5.4 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Είναι πλέον αναμφισβήτητο γεγονός ότι ζητούνται υπηρεσίες ποιότητας που σέβονται το περιβάλλον με βασικό στόχο τη γνωριμία του ανθρώπου με το πολιτιστικό, κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον της εκάστοτε περιοχής. Οι ήπιες μορφές τουρισμού αποτελούν τη βάση και τον ουσιαστικό συντελεστή της αειφορίας, καθώς αποτελούν τη στρατηγική επιλογή για μια ορθολογική ανάπτυξη.

Στα παρακάτω υποκεφάλαια παρατίθενται οι δυνατότητες ανάπτυξης της Μαγνησίας βάσει των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που θα υποβοηθήσουν τόσο την οικονομική κρίση που περνάει ο νομός όσο και το πλάνο επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου «ΜΑΓΝΗΣΙΑ 12 ΜΗΝΕΣ» (Τουρισμός & Οικονομία, Νοέμβριος 2002).

5.4.1 Πολιτιστικός τουρισμός

Το να προσδώσει κανείς έναν ορισμό για το τι ακριβώς είναι ο «πολιτιστικός τουρισμός» είναι πολλές φορές άτοπο, καθώς οι εκφάνσεις του πολιτιστικού φαινομένου καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα της καθημερινότητας μας.

Η Μαγνησία έχει τη δυνατότητα να υποστηρίξει αυτή τη μορφή τουρισμού, καθώς η ιστορία της ξεκινά από την Αργοναυτική εκστρατεία και φτάνει ως τις ημέρες μας. Ως νομός διαθέτει μια πληθώρα πολιτιστικών μνημείων που προκαλούν το ενδιαφέρον του κάθε επισκέπτη, αφού η ιστορία του είναι παράλληλη με το πέρασμα του χρόνου. Είναι ήδη καταγεγραμμένα 245 ιστορικά μνημεία σε όλη τη χερσαία και νησιωτική Μαγνησία, γεγονός που δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη σε 12μηνη βάση να έρθει σε επαφή με τον πολιτισμό της περιοχής (Δ.Κ.Ι.Τ.Β., 2002).

Η πολιτική προώθησης της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού θα αποτελέσει το εφαλτήριο για την ανάπτυξη του 12μηνου τουρισμού, καθώς η επίσκεψη των συγκεκριμένων μνημείων είναι ανεξάρτητη των καιρικών συνθηκών που επηρεάζουν άμεσα άλλες μορφές τουρισμού (π.χ θαλάσσιος). Επιπλέον, η συγκεκριμένη μορφή εντείνει την προσέλκυση του εσωτερικού τουρισμού, καθώς υποβοηθά τη δημιουργία ομάδων (μαθητές, φοιτητές, οικογένειες, Γ' ηλικία κ.ά) που με τον τρόπο τους συμβάλλουν στην αύξηση του τοπικού εισοδήματος.

Ήδη γίνεται μια προσπάθεια – μέσω της ΔΗ.Τ.Ε.Β (Δημοτική Τουριστική Επιχείρηση Βόλου) προβολής της τουριστικής κληρονομιάς τόσο του Βόλου όσο και της υπόλοιπης Μαγνησίας με την κατασκευή ενός μουσείου τρισδιάστατης απεικόνισης της Αργοναυτικής εκστρατείας, καθώς και η ίδρυση ναυπηγοκατασκευαστικής ζώνης στην περιοχή όπου φημολογείται ότι ναυπηγήθηκε η «Αργώ». Οι συγκεκριμένες δράσεις –όπως και οι ήδη υπάρχουσες-αναμένονται να προσελκύσουν χιλιάδες επισκέπτες στον νομό.

5.4.1.1 Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί ουσιαστικό υποκλάδο της πολιτιστικής τουριστικής ανάπτυξης που θα πρέπει να αναπτυχθεί στο νομό, καθώς υπάρχει πληθώρα δραστηριοτήτων που μπορεί να πραγματοποιήσει ο θρησκευόμενος επισκέπτης.

Οι θρησκευτικές πανηγύρεις είναι αλληλένδετα συνδεδεμένες με τον τοπικό χαρακτήρα του νομού. Έτσι, τα βυζαντινά μνημεία σε συνδυασμό με τις τοπικές γιορτές γευσιγνωσίας θα μπορούσαν να αποτελέσουν βασικό πόλο έλξης για ημεδαπούς και αλλοδαπούς. Ειδικότερα, ο νομός είναι γνωστός για τα βυζαντινά του μνημεία που αριθμούν τα 128 και είναι ιδιαίτερα γνωστά ο ναός των Ταξιαρχών στις Μηλιές, όπου η ακουστική του ναού οφείλεται σε

κιούπια εγκατεστημένα στο έδαφος και η συγκεκριμένη εκκλησία είναι μια από τις παλαιότερες σε όλη την επικράτεια.

Τα πανηγύρια με τοπικούς χορούς σε πλατείες των χωριών του νομού και η παρουσίαση γαστρονομικών εδεσμάτων από συνεταιριστικές οργανώσεις της εκάστοτε περιοχής θα μπορούσαν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο για την ανάπτυξη μιας δημοφιλέστατης μορφής τουρισμού που λαμβάνει χώρα σε μεγάλες ευρωπαϊκές και μη πόλεις (π.χ Dijon – Γαλλίας γιορτή κρασιού και μουστάρδας, προσκύνημα στο Σινά, προσκύνημα στην Αγία Σοφία στην Κωνσταντινούπολη).

5.4.2 Θαλάσσιος Τουρισμός

Σε μια περιοχή όπως η Μαγνησία, η ενασχόληση με το υγρό στοιχείο είναι σύνθηρες φαινόμενο. Επίσημα καταγεγραμμένοι φορείς ενασχόλησης με την προώθηση του θαλάσσιου τουρισμού είναι 6 (4 σχολές ελεύθερης ιστιοπλοΐας και 2 ελεύθερων καταδύσεων), καθώς η μορφή δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη. Εντούτοις, η ουσιαστική προώθηση αυτής της ήπιας μορφής τουρισμού θα τονώσει ιδιαίτερα την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, καθώς αθλήματα όπως η ιστιοπλοΐα, το θαλάσσιο ski, η ιστιοσανίδα και το scuba diving είναι αρκετά δαπανηρά και προσελκύουν άτομα με ιδιαίτερη οικονομική ευρωστία. Οι υποδομές για την ολοκληρωμένη παροχή των

παραπάνω δραστηριοτήτων υπάρχει (μαρίνες, οργανωμένες πλαζ, εκπαιδευμένο προσωπικό) με εξαίρεση την επέκταση που πρέπει να γίνει στις προβλήτες των νησιών.

Βέβαια, θαλάσσιος τουρισμός για την περιοχή νοείται και η ενασχόληση με προγράμματα οικολογικής παιδείας που πραγματοποιούνται στην Αλόνησο και δη στο οικολογικό πάρκο. Επειδή είναι ένα από τα θαλάσσια πάρκα που φιλοξενεί το υπό εξαφάνιση είδος *monachus* – *monachus* και χελώνες *careta* – *careta* θα μπορούσαν να το εκμεταλλευτούν οι φορείς, ώστε να δημιουργηθούν προγράμματα εθελοντικής εργασίας που τονώνουν με τον δικό τους τρόπο την πληρότητα του νησιού τόσο το καλοκαίρι όσο και το χειμώνα.

5.4.3 Αθλητικός τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός είναι μια ήπια μορφή τουρισμού που απαιτεί τη ύπαρξη εγκαταστάσεων. Η Μαγνησία έχοντας το προνόμιο φιλοξενίας των Ολυμπιακών Αγώνων έχει αποκτήσει αρκετές αθλητικές υποδομές, ώστε να επιτύχει το μακροπρόθεσμο στόχο του αθλητικού τουρισμού.

Επιπλέον, ο νομός έχει τη δυνατότητα να παρέχει αθλητικές εγκαταστάσεις τόσο για τα χειμερινά σπορ όσο και για τις θαλάσσιες δραστηριότητες. Έτσι,

τα τελευταία 5 χρόνια παρατηρείται μια εντατική προσπάθεια βελτίωσης των ήδη υπαρχόντων εγκαταστάσεων (κολυμβητήριο, σκοπευτήριο, κλειστό γήπεδο καλαθοσφαίρισης, κ.ά), καθώς και δημιουργία νέων (γήπεδα ποδοσφαίρου 5x5, γήπεδο γκολφ, εγκαταστάσεις ιππικών αγώνων, κ.ά).

Αναμφίβολα, η προώθηση του αθλητικού τουρισμού θα αποφέρει ουσιαστικές μεταβολές στο τουριστικό προϊόν της Μαγνησίας, αφού θα δοθεί η δυνατότητα στο νομό να φιλοξενήσει ακόμη και διεθνείς συναντήσεις. Επιπλέον, ο νομός θα μπορέσει να καταξιωθεί και ως κέντρο προετοιμασίας και προπονητικού τουρισμού, γεγονός που θα τονώσει την περιοχή τόσο σε επίπεδο προβολής όσο και οικονομίας.

5.4.3.1 Τουρισμός περιπέτειας

Η συγκεκριμένη μορφή αποτελεί υποκλάδο του αθλητικού τουρισμού. Πρόκειται για μια μορφή που ενδείκνυται για το νομό, καθώς είναι ήδη αναπτυγμένα η ορειβάσια, οι χιονοδρομικές δραστηριότητες, η αναρρίχηση αλλά και διάφορες άλλες μορφές (π.χ αγώνες ταχύτητας «Ράλι Πηλίου»).

Ήδη κατά τη διάρκεια του 2003 εφαρμόσθηκε πιλοτικά το πρόγραμμα «Λευκές και Πράσινες ημέρες», όπου μαθητές απ όλη την Ελλάδα είχαν τη δυνατότητα να ενασχοληθούν είτε σε χιονοδρομικές δραστηριότητες είτε με

την αναρρίχηση και την πεζοπορία σε μονοπάτια/καλντερίμια του Πηλίου (Α.Ν.Ε.Μ.,2003).

5.4.4 Συνεδριακός τουρισμός

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού δεν είναι καθόλου διαδεδομένη στη Μαγνησία, καθώς δεν υπάρχουν βασικές υποδομές φιλοξενίας συνεδρίων. Τα συνέδρια που λαμβάνουν χώρα στην περιοχή περιορίζονται στα αμφιθέατρα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, στο χώρο του Δημοτικού Θεάτρου Βόλου, στο Τεχνικό Επιμελητήριο και Πνευματικό Κέντρο Δημητριάδος.

Είναι λοιπόν επιτακτική η ανάγκη δημιουργίας ενός συνεδριακού χώρου που να εξυπηρετεί τις ανάγκες ενός συνεδρίου. Παράλληλα, θα πρέπει να ιδρυθεί ένας φορέας που θα έχει βασικό αντικείμενο την προσέλκυση συνεδρίων στο νομό, καθώς η κατανομή των συνεδρίων γίνεται στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη. Βέβαια, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού απαιτεί τη δημιουργία όλων των προαναφερθέντων βασικών υποδομών (αεροδρόμιο, συνεδριακός χώρος, φορέας προσέλκυσης).

5.4.5 Αγροτουρισμός

Η χωρική κατανομή και ο πλούτος του τουριστικού προϊόντος της Μαγνησίας ευνοεί την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Ο νομός έχει μια πλούσια αγροτική παράδοση τόσο στα πεδινά του (Αλμυρός, Αγχίαλος, Βελεστίνο) όσο και στα ορεινά (Πήλιο) και δύναται να αναπτύξει τη μορφή αυτή σε περιοχές που είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς στο ευρύ κοινό. Μ' αυτό τον τρόπο θα επιτευχθεί η τοπική οικονομική ανάπτυξη, η διαφύλαξη της ποιότητας του περιβάλλοντος και η ανάδειξη των φυσικών πλεονεκτημάτων της εκάστοτε περιοχής. Πιλοτικά εφαρμόστηκαν στο νομό τα προγράμματα Leader II με τη συνδρομή της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου όχι και τόσο οικονομικά εύρωστες περιοχές απέκτησαν μονάδες αγροτουριστικού ενδιαφέροντος.

5.5. Τουριστική εκπαίδευση

Η τουριστική εκπαίδευση σε μια περιοχή που ευημερεί από τον τουρισμό θεωρείται επιτακτική. Εντούτοις, η Μαγνησία δε διαθέτει ούτε μία σχολή τουριστικής εκπαίδευσης (Σ.Τ.Ε), γεγονός που την καθιστά στο σύνολό της πολύ πίσω στην παροχή εξειδικευμένων και ουσιαστικών τουριστικών υπηρεσιών.

Ο ερασιτεχνισμός και η καλή διάθεση των ανθρώπων που διαχειρίζονται τον μαγνησιακό τουρισμό έχουν επιτελέσει μέχρι στιγμής το βασικό πλαίσιο δράσης. Επομένως, η ίδρυση και η λειτουργία μιας σχολής τουριστικής εκπαίδευσης θα αποτελέσει το εφελτήριο βελτίωσης της παροχής των βασικών τουριστικών υπηρεσιών στα χαμηλόβαθμα στελέχη (καμαριέρες, σερβιτόροι, βοηθοί μαγειρείου, κ.ά). Βέβαια, ο τουρισμός τόσο σε τοπικό όσο και σε πανελλαδικό επίπεδο θα πρέπει να απαρτίζεται και από άκρως καταρτισμένα υψηλόβαθμα στελέχη, γεγονός που αποδεικνύει πως η χώρα μας είναι πολύ πίσω, καθώς τα στάδια τουριστικής εκπαίδευσης παρουσιάζουν κενά, κυρίως, στην πανεπιστημιακή εκπαίδευση.

Η Μαγνησία θα μπορούσε να διεκδικήσει την ίδρυση ενός πανεπιστημιακού τμήματος τουριστικής εκπαίδευσης, ώστε να μπορέσει να έχει και τα πρώτα στελέχη που θα μπορούσαν να σχεδιάσουν μια πιο ουσιαστική πολιτική ανάπτυξης του τουρισμού στην περιοχή και όχι μόνο. Παρόλα αυτά η ίδρυση μιας σχολής κατάρτισης των πιο χαμηλόβαθμων στελεχών είναι πιο επιτακτική. Παράλληλα, θα πρέπει οι τοπικοί φορείς που ενασχολούνται με τον τουρισμό (ΔΗ.Τ.Ε.Β, ΑΝ.Ε.Μ, Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, κ.ά) να επιδιώξουν τη δημιουργία σεμιναρίων και ημερίδων, ώστε να υπάρχει μια συνεχής κατάρτιση και ενημέρωση τόσο των τουριστικών στελεχών όσο και των απλών πολιτών για το τουριστικό φαινόμενο και τις τάσεις που επικρατούν.

5.6 Τουριστική Προβολή – Επέκταση Τουριστικής Περιόδου

Η Μαγνησία λόγω της ιδιομορφίας της έχει καταφέρει να έχει κατ' επίφαση 12μηνο τουρισμό. Ο συνδυασμός βουνού και θάλασσας την καθιστούν ιδανική περίπτωση για την υλοποίηση του φιλόδοξου σχεδίου της ετήσιας τουριστικής περιόδου. Βέβαια, η πραγμάτωση της παραπάνω φιλοδοξίας απαιτεί συστηματική προβολή της περιοχής και προγραμματισμό, ώστε σταδιακά ο νομός να μπορεί να φιλοξενήσει τους επισκέπτες και των τεσσάρων εποχών (Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας, 1999).

Όλα αυτά απαιτούν τη δημιουργία, την ανάπτυξη και την τοποθέτηση στην αγορά συμπληρωματικών προϊόντων που έλκουν τον τουρίστα και τον καθιστούν πιο «ενεργητικό». Για να επιτευχθεί η διεύρυνση της τουριστικής περιόδου επιβάλλεται να προωθηθούν οι ειδικές μορφές τουρισμού. Οι ενέργειες που είναι απαραίτητες προς αυτή την κατεύθυνση είναι: η παρουσίαση και η εκμετάλλευση των πολιτιστικών και οικολογικών πόρων, η οργάνωση γαστρονομικών συναντήσεων, συνεδρίων και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, κ.ά.

Επιπλέον, η προβολή του νομού θα πρέπει να έχει ως στόχο την ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων της περιοχής, γεγονός που θα επιτευχθεί είτε με τη συμμετοχή στη διαφημιστή καμπάνια του ΕΟΤ, είτε με ενέργειες έμμεσης

διαφήμισης με Tour Operators, είτε με συμμετοχή στις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις. Αυτή τη στιγμή το σχεδιασμό και την υλοποίηση της διαφημιστικής προβολής του νομού την έχει αναλάβει η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση και συγκεκριμένα η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής Μαγνησίας (Ν.Ε.Τ.Π.Μ)· ο φορέας αυτός αν και τα τελευταία χρόνια καταβάλει προσπάθειες συντονισμού και υλοποίησης ενός προγράμματος προβολής της περιοχής, εντούτοις ο προϋπολογισμός που διαθέτει δεν είναι ο απαιτούμενος, καθώς οι υπόλοιποι τουριστικοί φορείς δρουν μεμονωμένα με αποτέλεσμα να μην υπάρχει η ουσιαστική διαφήμιση του νομού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 5^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. Αναπτυξιακή Εταιρεία Μαγνησίας, Πρόγραμμα «Λευκές και Πράσινες Ημέρες», Βόλος 2003.
2. Δ.Κ.Ι.Τ.Β (Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας & Τεκμηρίωσης Βόλου), Μνημεία της Μαγνησίας, Πρακτικά συνεδρίου: «Ανάδειξη του διαχρονικού μνημειακού πλούτου του Βόλου και της ευρύτερης περιοχής», εκδ. Βόλος, 2002.
3. Ένωση Ξενοδόχων Ν. Μαγνησίας, Μαγνησία, Βόλος – Πήλιο «12 μήνες τουρισμός», Καλοκαίρι – Φθινόπωρο 1999.
4. «Μαγνησία, 12 μήνες ποιοτικός τουρισμός», Τουρισμός & Οικονομία, τ.276, Νοέμβριος 2002.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ

6.1 Βιώσιμος, Αστικός, Εναλλακτικός τουρισμός

Στο πλαίσιο της εξελικτικής πορείας του τουριστικού φαινομένου η στρατηγική της βιώσιμης ανάπτυξης αποτελεί την καλύτερη δυνατή προσέγγιση στο πρόβλημα αυτό. Η λειτουργική διασύνδεση της τουριστικής ανάπτυξης με τους άλλους παραγωγικούς κλάδους της περιοχής, η συσχέτιση της βιώσιμης ανάπτυξης με την οργάνωση υποδομών εναλλακτικού τουρισμού και η προώθηση σχημάτων ανατροφοδότησης του τουρισμού αποτελούν τον άξονα βασικών χαρακτηριστικών της προαναφερθείσας ανάπτυξης.

Το φαινόμενο του βιώσιμου τουρισμού (sustainable tourism) εστιάζεται στη διατήρηση μακροχρόνιας τουριστικής δραστηριότητας και επικεντρώνεται σε πτυχές του περιβάλλοντος. Έτσι η προσέγγιση αυτή αναγνωρίζει την προστασία του περιβάλλοντος ως την απαραίτητη προϋπόθεση για την τουριστική ανάπτυξη.

Ουσιαστικά το μοντέλο του βιώσιμου τουρισμού επιδιώκει:

- Οριοθέτηση και καταγραφή των τουριστικών πόρων.

- Σεβασμό και προστασία της τοπικής, κοινωνικής, οικονομικής και περιβαλλοντικής δομής.
- Προώθηση ήπιων μορφών τουρισμού, οι οποίες σέβονται το περιβάλλον.
- Έμφαση στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης με θέσπιση αυστηρών κανόνων περιβαλλοντικής προστασίας και συμμετοχή των κατοίκων στα διαδικασίες λήψης αποφάσεων για την τοπική ανάπτυξη.
- Επιμόρφωση των εργαζομένων σε όλες τις βαθμίδες της τουριστικής δραστηριότητας.

Ο αστικός τουρισμός από την πλευρά του παρουσιάζεται ως τάση τα τελευταία χρόνια, γεγονός που οφείλεται στην αύξηση των επαγγελματικών ταξιδιών και των συνεδρίων, καθώς και στην αναζήτηση πολιτιστικών δραστηριοτήτων (Page S., London, 1995).

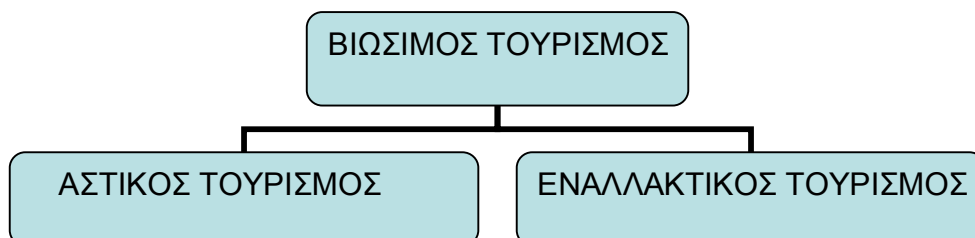
Η Μαγνησία λόγω της γεωγραφικής της θέσης μπορεί να στηριχθεί στη εσωτερική αγορά με την προϋπόθεση ύπαρξης κατάλληλων υποδομών (συνεδριακό κέντρο) και προγραμματισμού για την έγκαιρη προβολή της περιοχής.

Ο εναλλακτικός τουρισμός σηματοδοτεί μία νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης, καθώς μπορεί να γίνει σημαντικός μοχλός ευημερίας και τουριστικής επέκτασης. Η ανάπτυξη διάφορων «ήπιων» μορφών τουρισμού απαιτεί μια επιθετική πολιτική μέσω της οποίας θα ιδρυθούν ευέλικτα τοπικά επιχειρηματικά σχήματα

με υποδομές υψηλών προδιαγραφών, ενώ παράλληλα θα γίνει μια συντονισμένη προσπάθεια στροφής της νέας γενιάς αγροτών ή και των παλαιότερων σε δραστηριότητες που άπτονται των παραδοσιακών μεθόδων καλλιέργειας. Μ' αυτό τον τρόπο θα επιτευχθεί η άμβλυση της χωρικής συγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας, αλλά και ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος.

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό πως ο εναλλακτικός και ο αστικός τουρισμός ως υποδιαιρέσεις του μοντέλου βιώσιμου – αειφόρου ανάπτυξης θα μπορέσουν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στην περαιτέρω εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου στη Μαγνησία.

ΥΠΟΔΙΑΙΡΕΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



(ίδια επεξεργασία)

6.2 Ανταγωνιστικότητα

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Μαγνησίας ως προς τους υπόλοιπους τουριστικούς προορισμούς, θα πρέπει να συνοδεύεται από ενέργειες διαφοροποίησης και εμπλουτισμού του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, ώστε να αναδεικνύονται οι ιδιαιτερότητες του νομού. Η διαφοροποίηση του προϊόντος θα διευκολύνει την ανάπτυξη συνδυασμένων διακοπών και θα πρέπει να στηρίζεται στην αξιοποίηση των υφιστάμενων φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Μαγνησίας (Ε.Ο.Τ.,2003).

Η Μαγνησία έχει την δυνατότητα να είναι ανταγωνιστική εάν και εφόσον επιδιώξει την αναβάθμιση των συνοδευτικών υπηρεσιών και την προώθηση και προβολή του νομού. Έτσι, η αναβάθμιση των υποδομών της Μαγνησίας και η ενεργοποίηση της καμπάνιας θα διευρύνουν την πρόσβαση σε νέες αγορές.

Ο παραδοσιακός μαζικός τουρισμός που προσφέρει σε μεγάλο ποσοστό ο νομός Μαγνησίας θα πρέπει σταδιακά να περιοριστεί, ώστε να επιτευχθεί το άνοιγμα σε νέες αγορές και η επεκτατική ανάπτυξη των υπάρχοντων αγορών (Ην. Βασίλειο, Γερμανία, Γαλλία).

6.3 Επιλογές και στόχοι

Ένα αποτελεσματικό και εφαρμόσιμο σχέδιο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη του νομού Μαγνησίας θα πρέπει να καταστήσει συμβατή την τουριστική ανάπτυξη με την προετοιμασία του φυσικού, κοινωνικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, ώστε να προκύψουν τα μέγιστα οικονομικά οφέλη.

Ειδικότερα, οι στόχοι της τουριστικής πολιτικής θα μπορούσαν να είναι:

- Βελτίωση της ελκυστικότητας της περιοχής.

Η εφαρμογή ενός σχεδίου προβολής θα συμβάλλει στην ελκυστικότητα της περιοχής και στην αύξηση της εισροής επισκεπτών, συνειδητοποιημένων ως προς τις περιβαλλοντικές, πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες τις οποίες θα ακολουθούν.

- Ποιοτική τουριστική ανάπτυξη.

Ουσιαστικά ο συγκεκριμένος στόχος αφορά στην βελτίωση της τουριστικής προσφοράς. Ποιοτικός τουρισμός σημαίνει διατήρηση της ποιότητας του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

- Διερεύνηση και διατήρηση των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων.

Η Μαγνησία όπως ήδη έχει παρουσιαστεί σε προηγούμενα κεφάλαια, χαρακτηρίζεται από έναν πλουραλισμό τουριστικών πότων. Στην περιοχή

μπορούν να αναπτυχθούν όλα τα είδη εναλλακτικού τουρισμού, γεγονός που θα συμβάλλει στην πλήρη αξιοποίηση των τουριστικών πλεονεκτημάτων της περιοχής. Μέσω της ανάπτυξης όλων των μορφών τουρισμού αφενός θα αυξηθεί η απασχόληση και το εισόδημα του νομού, αφετέρου θα είναι εφικτή η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε 12 μήνες.

- Ενεργοποίηση και ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών.

Η συμμετοχή, ο σχεδιασμός και η εφαρμογή ενός σχεδίου αειφόρου ανάπτυξης δεν απαιτεί μόνο την εμπλοκή των τουριστικών φορέων της περιοχής, αλλά και αυτή των πολιτών που θα συμβάλλουν στην αλλαγή συμπεριφοράς σχετικά με την φύλαξη και την ανάδειξη του φυσικού, πολιτιστικού και κοινωνικού περιβάλλοντος.

- Εκπαίδευση και κατάρτιση.

Η κατάρτιση και η εκπαίδευση αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για την εφαρμογή ενός αειφόρου σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης. Η συγκεκριμένη παράμετρος ισχύει τόσο για υψηλόβαθμα στελέχη όσο και για οποιοδήποτε εμπλεκόμενο φορέα (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, Αναπτυξιακές εταιρείες, Δήμοι, Ξενοδοχειακά επιμελητήρια, Σύλλογοι ενοικιαζόμενων δωματίων, Τουριστικά πρακτορεία, πολίτες κ.α.). Εξάλλου, είναι γνωστό πως οι τουρίστες χρειάζονται εξειδικευμένη και λεπτομερή πληροφόρηση που μόνο ουσιαστικά καταρτισμένα άτομα μπορούν να την προσφέρουν.

Μια από τις επιλογές που θα πρέπει να υιοθετηθεί είναι η επένδυση στην υπεραξία των Ολυμπιακών Αγώνων. Η Μαγνησία λαμβάνοντας μέρος στους Ολυμπιακούς Αγώνες - ως περιοχή φιλοξενίας των προκριματικών αγώνων ποδοσφαίρου - έχει το πλεονέκτημα έμμεσης διαφήμισης και γνωριμίας με τουρίστες νέων αγορών. Παράλληλα, της δίνεται η δυνατότητα να καταρτίσει ένα μετα-ολυμπιακό στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης που θα διασφαλίζει μια νέα δυναμική και μια νέα προοπτική στην τουριστική βιομηχανία.

6.4 Επίλογος

Στην εργασία αυτή έγινε μια προσπάθεια παρουσίασης των δυνατοτήτων του νομού Μαγνησίας στην τουριστική αγορά και κυρίως οι στρατηγικές που πρέπει να ακολουθηθούν, ώστε η περιοχή να είναι ανταγωνιστική στις προκλήσεις του μέλλοντος.

Παράλληλα, εξετάστηκε η έννοια της αιφορίας- βιωσιμότητας ως ουσιαστικού στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης, καθώς καθιστά δυνατή την ένταξη περιβαλλοντικών παραμέτρων στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και σε μορφές τουριστικής κατανάλωσης.

Τέλος, έγινε μια προσπάθεια να καταστεί σαφές πως οι «ήπιες» μορφές τουρισμού αποτελούν το μέλλον της τουριστικής ευημερίας του νομού, καθώς τονίζουν ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά και τονώνουν την έννοια της περιφερειακής ανάπτυξης. Μ' αυτό τον τρόπο γίνεται αντιληπτό στον αναγνώστη η ανάγκη ενίσχυσης της περιφερειακής πολιτικής στον τουρισμό που θα στοχεύει στην ουσιαστική και ποιοτική αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Η νέα εποχή απαιτεί τη συγκροτημένη στρατηγική που σέβεται τις ιδιαιτερότητες του νομού, τη φυσική και πολιτισμική κληρονομιά του. Το γεγονός αυτό καθιστά επιτακτικό το αίτημα για μια ισόρροπη ανάπτυξη που θα έχει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη διάχυση των ωφελειών στην τοπική κοινωνία και συνεπώς στην εικόνα της Μαγνησίας σε πανελλαδικό και παγκόσμιο επίπεδο.

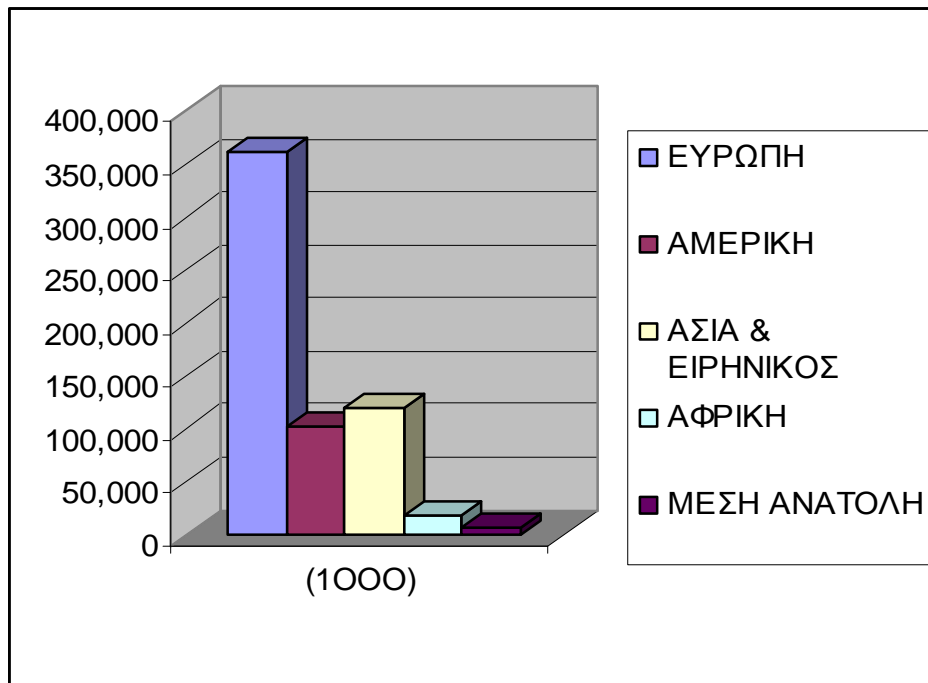
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 6^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. Page S., Urban Tourism, Rontledge, London, 1995.
2. Ε.Ο.Τ., Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Θεσσαλίας, Οκτώβριος 2003.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

(ΠΙΝΑΚΕΣ – ΧΑΡΤΕΣ)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ 2003



Πηγή: W.T.O. (ίδια επεξεργασία)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ (1000)	
Αίγυπτος	4,906
Γαλλία	77,012
Ελλάδα	14,180
Ισπανία	51,748
Ισραήλ	862
Ιταλία	39,799
Κύπρος	2,418
Μάλτα	1,134
Μαρόκο	4,193
Τουρκία	12,782
Τυνησία	5,064
ΣΥΝΟΛΟ	214,098

Πηγή: Ε.Ο.Τ

Αφίξεις Γάλλων τουριστών κατά την τριετία 2000 – 2002

2000	602.353
2001	726.816
2002	735.568

Πηγή: ΕΟΤ (ίδια επεξεργασία)

Αφίξεις Ισπανών τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	115.432
2001	171.450
2002	153.039

Πηγή: ΕΟΤ (ίδια επεξεργασία)

Αφίξεις Τούρκων τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	133.954
2001	114.354
2002	139.018

Πηγή: ΕΟΤ (ίδια επεξεργασία)

Αφίξεις Αιγυπτίων τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	36.711
2001	33.683
2002	30.535

Πηγή: ΕΟΤ (ίδια επεξεργασία)

Αφίξεις Κυπρίων τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	134.753
2001	139.879
2002	139.080

Πηγή: ΕΟΤ (ίδια επεξεργασία)

Αφίξεις Ιταλών τουριστών κατά την τριετία 2000-2002

2000	823.245
2001	889.925
2002	805.008

Πηγή: ΕΟΤ (ίδια επεξεργασία)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟ ΜΕΣΟ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ									
ΣΥΝΟΛΟ ΗΠΕΡΩΝ	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΣ		ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΟΣ		ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ		ΟΔΙΚΟΣ		ΣΥΝΟΛΟ
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	9,864,755	73.80%	84,269	0.60%	720,526	5.40%	2,706,040	20.20%	13,375,590
ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΙΑΣ	292,839	62.20%	2,902	0.60%	50,842	10.80%	123,846	26.30%	470,429
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΡΙΚΗΣ	47,639	90.20%	117	0.20%	4,002	7.60%	1,042	2.00%	52,800
ΣΥΝΟΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	185,681	85.40%	1,500	0.70%	15,130	7.00%	15,058	6.90%	217,369
ΣΥΝΟΛΟ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	46,996	73.60%	466	0.70%	6,517	10.20%	9,832	15.40%	63,811
ΚΡΟΥΑΖΙΕ ΡΕΣ	-	-	-	-	-	-	-	-	738,178
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	10,437,910	69.97%	89,254	0.60%	797,017	5.34%	2,855,818	19.14%	14,918,177

Πηγή: ΕΟΤ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑ

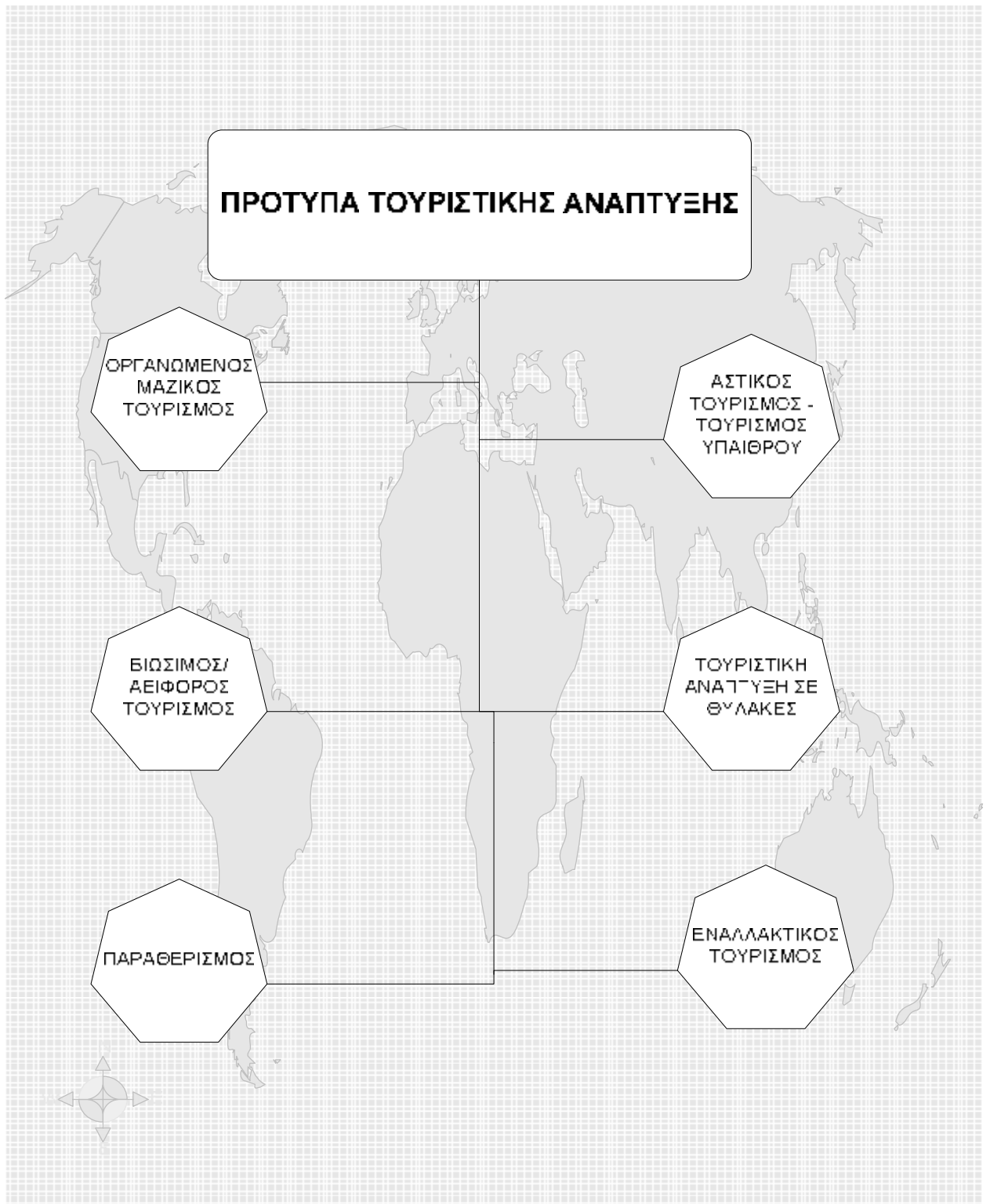
ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑ (top 10) 2000 - 2002				
	ΚΡΑΤΟΣ	2000	2001	2002
1	ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2.772.256	2.932.342	2,858,360
2	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2.395.185	2.345.440	2,510,849
3	ΙΤΑΛΙΑ	823.245	889.925	805.008
4	ΓΑΛΛΙΑ	602.353	726.816	735.568
5	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	655.285	715.926	721.413
6	ΣΟΥΗΔΙΑ	485.749	516.857	465.772
7	ΑΥΣΤΡΙΑ	474.996	495.928	461.672
8	ΒΕΛΓΙΟ-ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	331.942	393.062	358.01
9	ΔΑΝΙΑ	338.603	365.847	342.966
10	FYROM	234.464	281.866	309.607

Πηγή: ΕΟΤ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2002

Ε.Ο.Τ	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ		ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΣ		ΘΑΛΑΣΣΙΩΣ		ΟΔΙΚΩΣ		ΣΥΝΟΛΟ
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ
ΚΡΑΤΗ									
ΑΛΒΑΝΙΑ	24,773	2.00%	1,924	0.20%	70,307	5.60%	1,158,734	92.30%	1,255,738
ΑΥΣΤΡΙΑ	423,596	91.80%	244	0.10%	23,241	5.00%	14,591	3.20%	461,672
ΒΕΛΓΙΟ - ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	322,613	90.10%	131	0.00%	21,270	5.90%	13,996	3.90%	358,010
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	13,479	2.90%	30,008	6.40%	9,022	1.90%	417,723	88.80%	470,232
ΓΑΛΛΙΑ	627,908	85.40%	1,109	0.20%	75,955	10.30%	30,596	4.20%	735,568
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2,270,017	90.40%	1,895	0.10%	151,312	6.00%	87,625	3.50%	2,510,849
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	13,555	7.10%	5,845	3.10%	1,163	0.60%	170,251	89.20%	190,814
ΓΥΡΟΜ	1,272	0.40%	6,815	2.20%	151	0.00%	301,369	97.30%	309,607
ΔΑΝΙΑ	319,871	93.30%	322	0.10%	15,225	4.40%	7,548	2.20%	342,966
ΕΛΒΕΤΙΑ	218,707	99.20%	57	0.00%	769	0.3	943	0.40%	220,476
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2,779,547	97.20%	1,478	0.10%	68,009	2.40%	9,326	0.30%	2,858,360
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	51,644	88.10%	357	0.60%	5,381	9.20%	1,252	2.10%	58,634
ΙΣΠΑΝΙΑ	129,023	84.30%	1,522	1	19194	12.50%	3,300	2.20%	153,039
ΙΤΑΛΙΑ	616,947	76.60%	857	0.10%	174,967	21.70%	12,237	1.50%	805,008
ΚΥΠΡΟΣ	131,294	94.40%	204	0.10%	4,944	3.60%	2,638	1.90%	139,080
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	171,781	94.70%	114	0.10%	5,056	2.80%	4,432	2.40%	181,383
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	667,203	92.50%	554	0.10%	21,447	3.00%	32,209	4.50%	721,413
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	46,037	31.90%	9,301	6.40%	302	0.20%	88,869	61.50%	144,509
ΡΩΣΙΑ	114,636	84.30%	814	0.60%	7,689	5.70%	12,839	9.40%	135,978
ΠΟΛΩΝΙΑ	94,903	61.80%	1,870	1.20%	3,214	2.10%	53,677	34.90%	153,664
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	3,851	20.30%	329	1.70%	6,341	33.50%	8,406	44.40%	18,927
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	28,355	23.90%	8,668	7.30%	8,911	7.50%	72,951	61.40%	118,885
ΣΟΥΗΔΙΑ	442,775	95.10%	298	0.10%	11,149	2.40%	11,550	2.50%	465,772
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	29,534	37.00%	4,867	6.10%	283	0.40%	45,178	56.60%	79,862
ΤΣΕΧΙΑ	105,579	75.40%	3,013	2.20%	528	0.40%	30,862	22.00%	139,982
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	140,267	95.20%	154	0.10%	3,286	2.20%	3,615	2.50%	147,322
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	66,649	57.60%	1,446	1.20%	12,074	10.40%	35,631	30.80%	115,800
ΣΥΝΟΛΟ Ε.Ε	8,795,262	91.30%	9,250	0.10%	596,777	6.20%	236,251	2.50%	9,637,540
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	9,864,755	73.80%	84,269	0.60%	720,526	5.40%	2,706,040	20.20%	13,375,590
ΙΑΠΩΝΙΑ	67,393	96.70%	345	0.50%	929	1.30%	1,051	1.50%	69,718
ΙΣΡΑΗΛ	109,540	94.70%	81	0.10%	5,274	4.60%	825	0.70%	115,720
ΛΙΒΑΝΟΣ - ΣΥΡΙΑ	20,336	83.50%	208	0.90%	2,822	11.60%	978	4.00%	24,344
ΤΟΥΡΚΙΑ	15,576	11.20%	1,339	1.00%	19,656	14.10%	102,447	73.70%	139,018
ΙΡΑΝ	2,375	55.90%	17	0.40%	214	5.00%	1,646	38.70%	4,252
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗΣ	77,619	66.10%	912	0.80%	21,947	18.70%	16,899	14.40%	117,377
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΣΙΑΣ	52,338	61.40%	488	0.60%	18,668	21.90%	13,754	16.10%	85,248
ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΙΑΣ	292,839	62.20%	2,902	0.60%	50,842	10.80%	123,846	26.30%	470,429
ΑΙΓΥΠΤΟΣ - ΣΟΥΔΑΝ	27,858	91.20%	43	0.10%	2,491	8.20%	143	0.50%	30,535
ΝΟΤΙΟΑΦΡΙΚΑΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ	11,571	94.80%	5	0.00%	540	4.40%	88	0.70%	12,204
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΦΡΙΚΗΣ	8,210	81.60%	69	0.70%	971	9.70%	811	8.10%	10,061
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΡΙΚΗΣ	47,639	90.20%	117	0.20%	4,002	7.60%	1,042	2.00%	52,800
ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	1,169	80.10%	53	3.60%	152	10.40%	86	5.90%	1,460
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	2,067	73.60%	61	2.20%	487	17.30%	193	6.90%	2,808
ΜΕΞΙΚΟ	2,953	66.50%	86	1.90%	1,208	27.20%	191	4.30%	4,438
Η.Π.Α.	125,804	85.70%	926	0.60%	9,246	6.30%	10,778	7.30%	146,754
ΚΑΝΑΔΑΣ	49,742	88.50%	262	0.50%	2,874	5.10%	3,316	5.90%	56,194
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	3,946	69.00%	112	2.00%	1,163	20.30%	494	8.60%	5,715
ΣΥΝΟΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	185,681	85.40%	1,500	0.70%	15,130	7.00%	15,058	6.90%	217,369
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	40,244	73.00%	393	0.70%	5,278	9.60%	9,245	16.80%	55,160
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	6,752	78.00%	73	0.80%	1,239	14.30%	587	6.80%	8,651
ΣΥΝΟΛΟ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	46,996	73.60%	466	0.70%	6,517	10.20%	9,832	15.40%	63,811
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	10,437,910	73.60%	89,254	0.60%	797,017	5.60%	2,855,818	20.10%	14,179,999
ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ	-	-	-	-	-	-	-	-	738,178
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	-	-	-	-	-	-	-	-	14,918,177

Πηγή: ΕΟΤ



(ίδια επεξεργασία)



- Κύριοι Συγκοινωνιακοί Άξονες
- Δευτερεύοντες Συγκοινωνιακοί Άξονες

Πηγή: ΥΠΕΧΩΔΕ

Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ν. Μαγνησίας έτους 2002

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΧΕΡΣ. ΜΑΓΝΗΣΙΑ		ΣΠΟΡΑΔΕΣ		Ν. ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	
	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΚΛΙΝΕΣ
ΠΟΛ	2	47	2	688	4	735
Α	31	564	13	1443	44	2007
Β	28	1666	21	1790	49	3456
Γ	100	3727	75	3806	175	7533
Δ	29	992	14	478	43	1470
Ε	25	576	23	647	48	1223
ΣΥΝΟΛΟ	215	7572	148	8852	363	16424

Πηγή: Γραφείο ΕΟΤ Μαγνησίας

Στατιστικά Ν. Μαγνησίας (Διανυκτερεύσεις)

ΕΤΟΣ	ΧΕΡΣ. ΜΑΓΝΗΣΙΑ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Σύνολο
1992	446565	493285	939.850
1993	461243	560927	1.022.170
1994	523955	679554	1.203.509
1995	501357	573426	1.074.783
1996	491745	591459	1.083.204
1997	511366	601418	1.112.784
1998	540840	538623	1.079.463
1999	546821	556413	1.103.234
2000	474052	589062	1.063.114
2001	549163	602530	1.151.693
2002	573442	566146	1.139.588

Πηγή: Γραφείο ΕΟΤ Μαγνησίας

Τουριστική κίνηση Ν. Μαγνησίας έτους 2002

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
ΒΟΛΟΣ – ΠΕΡΙΧΩΡΑ	178.794	334.142
ΤΣΑΓΚΑΡΑΔΑ – ΑΓ.ΙΩΑΝΝΗΣ- ΖΑΓΟΡΑ	29.339	76.629
ΠΟΡΤΑΡΙΑ – ΜΑΚΡΙΝΙΤΣΑ	46.874	92.307
ΜΗΛΙΕΣ – ΒΥΖΙΤΣΑ	6.552	15.746
ΝΟΤΙΟ ΠΗΛΙΟ	5.492	30.397
ΚΑΛΑ ΝΕΡΑ – ΓΑΝΤΖΕΑ – ΚΟΡΩΠΗ	18.530	29.433
ΣΚΙΑΘΟΣ	64.180	399.856
ΣΚΟΠΕΛΟΣ	21.973	102.833
ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ	8.350	58.245
ΣΥΝΟΛΟ	380.084	1.139.588

Πηγή: Γραφείο ΕΟΤ Μαγνησίας

Α. Κλασικά Μνημεία στο Νομό Μαγνησίας

A/A	ΜΝΗΜΕΙΟ	ΠΟΛΗ 'Η ΧΩΡΙΟ
1	Νεολιθικός οικισμός	ΔΙΜΗΝΙ
2	Μυκηναϊκός οικισμός	ΔΙΜΗΝΙ
3	Νεολιθικός οικισμός	ΣΕΣΚΛΟ
4	Προϊστορικός οικισμός	ΒΟΛΟΣ (ΠΕΥΚΑΚΙΑ)
5	Θέατρο αρχαίας Δημητριάδας	ΒΟΛΟΣ
6	Προϊστορικός οικισμός	ΒΟΛΟΣ (ΠΕΤΡΟΜΑΓΟΥΛΑ)
7	Ανάκτορο αρχαίας Δημητριάδας	ΒΟΛΟΣ
8	Τείχη αρχαίας Δημητριάδας	ΒΟΛΟΣ
9	Ιερό Κυβέλης	ΒΟΛΟΣ
10	Ελληνιστικές και ρωμαϊκές οικίες	ΒΟΛΟΣ
11	Ναός του Απόλλωνα	ΒΟΛΟΣ (ΣΩΡΟΣ)
12	Πόλη 4ου αι. π.Χ.	ΒΟΛΟΣ (ΓΟΡΙΤΣΑ)
13	Αρχαία τείχη	ΓΛΑΦΥΡΕΣ
14	Ναός Θαύλιου Δία	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ
15	Αρχαία τείχη	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ
16	Μυκηναϊκοί τάφοι	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ
17	Ελληνιστική οικία	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ
18	Θολωτοί τάφοι	ΧΛΟΗ
19	Αρχαίο Θέατρο Φθ. Θηβών	ΜΙΚΡΟΘΗΒΕΣ
20	Ναός Ασκληπιού Φθ. Θηβών	ΜΙΚΡΟΘΗΒΕΣ
21	Αρχαία τείχη Φθ. Θηβών	ΜΙΚΡΟΘΗΒΕΣ
22	Οικίες Μεσοελλαδικού οικισμού	ΑΕΡΙΝΟ
23	Τείχη της Ελληνιστικής 'Αλου	ΑΛΜΥΡΟΣ (ΚΕΦΑΛΩΣΗ)
24	Μυκηναϊκοί θολωτοί τάφοι	ΠΤΕΛΕΟΣ (ΓΡΙΤΣΑ)
25	Αρχαία τείχη - Ακρόπολη	ΟΘΡΥΣ (ΤΣΟΥΡΝΑΤΙ)
26	Ασκληπιείο	ΣΚΟΠΕΛΟΣ (ΑΜΠΕΛΙΚΗ)
27	Τείχη αρχαίου Πανόρμου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ (ΠΑΝΟΡΜΟΣ)
28	Αρχαία τείχη	ΣΚΟΠΕΛΟΣ (ΛΟΥΤΡΑΚΙ)
29	Αρχαίο τείχος 'Ικου	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ (ΚΟΚΚΙΝΟΚΑΣΤΡΟ)
30	Κτίριο υστερορωμαϊκών χρόνων	ΣΚΙΑΘΟΣ (ΒΑΣΙΛΙΑΣ)

Πηγή: Π' Εφορία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων

Β. Βυζαντινά Μνημεία στο Νομό Μαγνησίας

A/A	ΜΝΗΜΕΙΟ	ΠΟΛΗ 'Η ΧΩΡΙΟ
1	Παλαιόκαστρο	ΑΓ. ΒΛΑΣΙΟΣ
2	Γέφυρα	ΑΓ. ΒΛΑΣΙΟΣ
3	Μιναρές	ΑΓ. ΒΛΑΣΙΟΣ
4	Ι.Μ. Παμεγίστων Ταξιαρχών	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
5	Ι.Μ. Αγ. Τριάδος	ΑΝΩ ΓΑΤΖΕΑ
6	"Πύργος"	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΦΕΡΩΝ
7	Ι.Ν. Αγ. Γεωργίου	ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
8	Ι.Ν. Παναγίας	ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
9	Ι.Μ. Αγ. Λαυρεντίου	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
10	Ι.Ν. Αγίας Τριάδος	ΑΝΗΛΙΟ

11	Επισκοπή Ανω Βόλου	ΑΝΩ ΒΟΛΟΣ
12	Πύργος Σουλειμάν	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
13	Πύργος Κοκοσλή	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
14	Πύργος Ολύμπιου	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
15	Λείψανα παλαιοχριστιανικής βασιλικής	ΠΛΑΤΑΝΙΔΙΑ
16	Βασιλική Β' και τετράκογχος ναός	ΠΛΑΤΑΝΙΔΙΑ
17	Ναΐσκος	ΧΟΡΤΟ - ΜΗΛΙΝΑ
18	Λείψανα βυζαντινών - μεταβυζαντινών χρόνων	ΛΕΦΟΚΑΣΤΡΟ
19	Ι.Ν. Τιμίου Προδρόμου Αφετών	ΑΦΕΤΕΣ
20	Λείψανα Υδραγωγείου	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ (ΚΡΑΝΟΒΟ)
21	Βρύση	ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ (ΚΟΚΚΙΝΑ)
22	Αρχαιολογικός Χώρος Δημητριάδος - Παγασών - Νηλείας	ΠΑΓΑΣΕΣ
23	Παλαιοχριστιανική Βασιλική στα "Παληά"	ΒΟΛΟΣ
24	Λουτρό τουρκοκρατίας (χαμάμ) στα "Παληά"	ΒΟΛΟΣ
25	Βυζαντινός Ναός Ταξιαρχών	ΒΟΛΟΣ
26	Κωδωνοστάσιο Αγ. Νικολάου	ΒΟΛΟΣ
27	Αγία Τριάδα	ΒΟΛΟΣ
28	Ναός Υπαπαντής	ΔΙΜΗΝΙ
29	Πυργόσπιτο ιδιοκτ. Καντόλα	ΔΙΜΗΝΙ
30	Ι.Ν. Ζωοδόχου Πηγής	ΒΥΖΙΤΣΑ
31	Σχολείο του Ρήγα Φεραίου	ΖΑΓΟΡΑ
32	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΧΟΡΕΥΤΟ
33	Κρήνη του "Κράλη"	ΖΑΓΟΡΑ
34	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΚΑΝΑΛΙΑ
35	Ι.Ν. Παναγίας Μεγαλογένης	ΚΑΤΗΧΩΡΙ - ΔΡΑΚΕΙΑ
36	Ι.Ν. Αγ. Αθανασίου	ΚΑΤΗΧΩΡΙ
37	Ι.Μ. Φλαμουρίου	ΚΕΡΑΣΙΑ
38	Ι.Ν. Υπαπαντής	ΒΕΝΕΤΟ
39	Ι.Ν. Αγ. Γεωργίου	ΚΕΡΑΜΙΔΙ
40	Ι.Ν. Αγ. Μαρίας	ΚΙΣΣΟΣ
41	Ι.Μ. Παναγίας Λαμπηδόνας	ΛΑΜΠΙΝΟΥ
42	Ύψωμα "Παλιόκαστρο" ή "Βίγλα"	ΤΡΙΚΕΡΙ (ΙΣΘΜΟΣ)
43	Ι.Μ. Αγ. Αθανασίου	ΛΑΥΚΟΣ (ΚΩΤΙΚΙ)
44	Ι.Ν. Αγ. Ιωάννου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
45	Ι.Ν. Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
46	Παρεκκλήσιο Αγ. Νικολάου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
47	Παρεκκλήσιο Αγ. Μαγδαληνής	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
48	Παρεκκλήσιο Αγ. Πάντων	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
49	Πύργος Σκοτεινότη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
50	Ι.Ν. Παμμεγίστων Ταξιαρχών	ΜΗΛΙΕΣ
51	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΜΗΛΙΕΣ
52	Αρχοντικό πρώην Κορνούτου	ΜΗΛΙΕΣ
53	Ι.Ν. Αγίας Τριάδος	ΜΟΥΡΕΣΙ
54	Βυζαντινό φρούριο	ΝΤΑΜΟΥΧΑΡΗ
55	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΝΤΑΜΟΥΧΑΡΗ
56	Αρχαιολογικός Χώρος	Ν. ΑΓΧΙΑΛΟΣ
57	Ι.Ν. Αγ. Δημητρίου	ΝΕΟΧΩΡΙ
58	Κρήνη	ΝΕΟΧΩΡΙ

59	Ι.Ν. Υψώσεως Τιμίου Σταυρού	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
60	Ι.Μ. Αγ. Κωνσταντίνου	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
61	Ι.Ν. Παναγίας Πορταρέας	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
62	Ι.Ν. Παναγίτσας & Αγ. Συμεώνος	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
63	Βυζαντινά ερείπια	ΠΟΥΡΙ
64	Βασιλική Θεοτόκου	ΠΡΟΜΥΡΙ
65	Παναγία εις Λάι	ΠΡΟΜΥΡΙ
66	Ι.Ν. Αγίας Τριάδος	ΠΡΟΜΥΡΙ
67	Ι.Μ. Αγ. Σπυρίδωνος	ΠΡΟΜΥΡΙ
68	Ι.Ν. Αγ. Αποστόλων	ΠΡΟΜΥΡΙ
69	Ναΐσκος Θεοτόκου	ΠΡΟΜΥΡΙ
70	Ι.Ν. Εισοδίων - Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΠΡΟΜΥΡΙ
71	Σκεπαστή θολωτή βρύση	ΠΡΟΜΥΡΙ
72	Οικία οπλαρχηγού Φιλαρέτου	ΠΡΟΜΥΡΙ
73	Ερείπια βυζαντινού ναού	ΠΡΟΜΥΡΙ
74	Ι.Ν. Γενεσίου Θεοτόκου	ΠΡΟΜΥΡΙ
75	Ι.Μ. Τιμίου Προδρόμου	ΣΥΚΗ
76	Αρχαία και μεσαιωνικά λείψανα	ΤΡΙΚΕΡΙ (ΝΗΣΙ)
77	Όρμος "Γσουκάλια"	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
78	Αγ. Δημήτριος	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
79	Ι.Ν. Αγ. Αναργύρων	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ (ΒΟΡ. ΑΚΤΗ)
80	Ι.Ν. Αγίου Αθανασίου	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
81	Ι.Ν. Αγ. Γεωργίου	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
82	Ι.Ν. Αγ. Δημητρίου	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
83	Ι.Ν. του Χριστού	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
84	Ι.Ν. Παναγίας του Βουνού	ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ
85	Οικία Σ. Κυριακούλη	ΣΚΙΑΘΟΣ
86	Ερείπια Βασιλικής Αγ. Τριάδος	ΣΚΙΑΘΟΣ
87	Φρούριο Μπούρτζι	ΣΚΙΑΘΟΣ
88	Παλαιοχριστιανική Βασιλική	ΣΚΙΑΘΟΣ (ΤΡΟΥΛΟΣ)
89	Ι.Μ. Ευαγγελιστρίας	ΣΚΙΑΘΟΣ
90	Ι.Μ. Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΣΚΙΑΘΟΣ
91	Ι.Μ. Εισοδίων της Θεοτόκου	ΣΚΙΑΘΟΣ
92	Ι.Μ. Αγ. Χαραλάμπους	ΣΚΙΑΘΟΣ
93	Ι.Μ. Γενεθλίου του Προδρόμου	ΣΚΙΑΘΟΣ
94	Ι.Ν. Παναγίας	ΣΚΙΑΘΟΣ (ΛΗΜΝΙΑ)
95	Ναΐσκος Ζωοδόχου Πηγής	ΣΚΙΑΘΟΣ
96	Ι.Ν. Αγ. Ιωάννου	ΣΚΙΑΘΟΣ
97	Ερείπια οικισμού	ΣΚΙΑΘΟΣ
98	Τουρκικό τέμενος	ΣΚΙΑΘΟΣ
99	Ι.Ν. Ευαγγελιστρίας	ΣΚΙΑΘΟΣ
100	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου	ΣΚΙΑΘΟΣ
101	Παλαιά Μητρόπολη	ΣΚΙΑΘΟΣ
102	Ι.Ν. του Χριστού	ΣΚΙΑΘΟΣ
103	Κάστρο Σκιάθου	ΣΚΙΑΘΟΣ
104	Παλαιά Επισκοπή	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
105	Ι.Μ. Αγ. Βαρβάρας	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
106	Ι.Ν. Αγ. Ρηγίνου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ

107	Μεσαιωνική οχύρωση Σκοπέλου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
108	Ι.Ν. Αγ. Αθανασίου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
109	Ι.Μ. Ευαγγελισμού	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
110	Ι.Μ. Ευαγγελιστρίας Δαπόντε	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
111	Ι.Μ. Μεταμορφώσεως	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
112	Ι.Μ. Προδρόμου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
113	Ερείπια βυζαντινού ναού	ΣΚΟΠΕΛΟΣ (ΠΑΝΟΡΜΟΣ)
114	Ναΐσκος Αγ. Αθανασίου "του εν 'Αθω"	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
115	Αγιοι Απόστολοι του Βράχου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
116	Ι.Ν. Αγ. Γεωργίου του Κυρατσού	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
117	Ι.Ν. Αγ. Νικολάου του Βράχου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
118	Αγιος Δημήτριος	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
119	Αγιος Ιωάννης ο Θεολόγος	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
120	Ι.Ν. Αγ. Μιχαήλ του Συννάδου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
121	Ι.Ν. Εισοδίων Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
122	Ι.Ν. Ευαγγελισμού της Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
123	Ι.Ν. Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
124	Ι.Ν. Κοιμήσεως Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
125	Ι.Ν. Γεννήσεως Θεοτόκου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
126	Ι.Ν. Φανερωμένης Σκοπέλου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
127	Οικισμός Σκοπέλου	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
128	Ερείπια βυζαντινού ναού Αγ. Σοφίας	ΣΚΟΠΕΛΟΣ

Πηγή: 7^η Εφορία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων

Γ. Νεότερα Μνημεία στο Νομό Μαγνησίας

Α/Α	ΜΝΗΜΕΙΟ	ΠΟΛΗ Ή ΧΩΡΙΟ
88.	Αρχοντικό Ιωαννίδη	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ
89.	Αρχοντικό Τριανταφύλλου - Σακκατζή	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
90.	Οικία Τζωρτζή	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
91.	Παλιό Σχολαρχείο & Δημοτ. Σχολείο	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
92.	Αρχοντικό Κύρου	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
93.	Κρήνη Ψ" ΜΕΝ	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
94.	Αρχοντικό "ΧΑΤΖΗΝΙΚΟΛΑΟΥ"	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΗΛΕΙΑΣ
95.	Αρχοντικό Α. Στέλλου	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
96.	Αρχοντικό Κανταρτζή	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
97.	Παλιό Ξενοδοχείο Λιάντζουρα	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
98.	Αρχοντικό Γκλαβάνη	ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΣ
99.	Αρχοντικό Γ. Ζαφειρίου	ΑΓ. ΟΝΟΥΦΡΙΟΣ
100.	Φούρνος Βελέντζα	ΑΛΛΗ ΜΕΡΙΑ
101.	Αρχοντικό Χατζηαργύρη	ΑΛΛΗ ΜΕΡΙΑ
102.	Γυμνάσιο Αλμυρού	ΑΛΜΥΡΟΣ
103.	Μουσείο	ΑΛΜΥΡΟΣ
104.	Γεφύρι Καραγιώργου	ΑΝΑΒΡΑ
105.	Οικία Χ. Κοντού	ΑΝΑΚΑΣΙΑ
106.	Αρχοντικό Τζοάνου	ΑΝΑΚΑΣΙΑ
107.	Πυργόσπιτο Μαργαρίτη	ΑΝΩ ΒΟΛΟΣ
108.	Βίλλα Κοντού	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ
109.	Βίλα Χατζηκυριαζή	ΑΝΩ ΛΕΧΩΝΙΑ

110.	Παλιό Παρθεναγωγείο	ΑΡΓΑΛΑΣΤΗ
111.	Αρχοντικό Θεοδώρου	ΑΦΕΤΕΣ
112.	Λύκειο Ελληνίδων	ΒΟΛΟΣ
113.	Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο Βόλου	ΒΟΛΟΣ
114.	Κινηματοθέατρο "Αχιλλειον"	ΒΟΛΟΣ
115.	Κτήριο "Κίτρινης Αποθήκης"	ΒΟΛΟΣ
116.	Εργατικό Κέντρο Βόλου	ΒΟΛΟΣ
117.	Πλινθοκεραμοποιείο Τσαλαπάτα	ΒΟΛΟΣ
118.	Μέγαρο Σαφαροπούλου	ΒΟΛΟΣ
119.	Νεκροταφείο Ταξιαρχών Βόλου - Ν. Ιωνίας	ΒΟΛΟΣ
120.	Αρχοντικό Κωνσταντινίδη	ΒΥΖΙΤΣΑ
121.	Αρχοντικό Ψυχούλη	ΒΥΖΙΤΣΑ
122.	Αρχοντικό Αλεξόπουλου	ΒΥΖΙΤΣΑ
123.	(10 σπίτια) Αρχοντικό Καραγιαννόπουλου	ΒΥΖΙΤΣΑ
124.	Αρχοντικό Κοντού	ΒΥΖΙΤΣΑ
125.	Αρχοντικό Βαφειάδη	ΒΥΖΙΤΣΑ
126.	Αρχοντικό Κατσικαδάμου – Αλπάκη	ΒΥΖΙΤΣΑ
127.	Οικία Καμηλάρη	ΒΥΖΙΤΣΑ
128.	Φάρος	ΓΛΩΣΣΑ ΣΚΟΠΕΛΟΥ
129.	Αρχοντικό Τριανταφύλλου	ΔΡΑΚΕΙΑ
130.	Αρχοντικό Α. & Κ. Κωνσταντινίδη	ΖΑΓΟΡΑ
131.	Αρχοντικό Κασσαβέτη	ΖΑΓΟΡΑ
132.	Αρχοντικό Φρόνιμου	ΖΑΓΟΡΑ
133.	Τσιτσιλιάνειο Νοσοκομείο	ΚΑΛΑ ΝΕΡΑ
134.	Κρήνη Κεντρικής Πλατείας	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
135.	Αρχοντικό Τοπάλη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
136.	Αρχοντικό Γουργιώτη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
137.	Αρχοντικό Καραβέργου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
138.	Αρχοντικό Βατσαρέα	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
139.	Αρχοντικό Βλαχλή	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
140.	Αρχοντικό Χατζηκώστα	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
141.	Αρχοντικό Αξέλου - Σιτσιλιάνου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
142.	Αρχοντικό Ξηραδάκη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
143.	Αρχοντικό Μουσλή	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
144.	Αρχοντικό Τσιμπούκη	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
145.	Κτήριο Μαυράκη – Βατσαρέα	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
146.	Αρχοντικό Μαύρου	ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ
147.	Αρχοντικό Φαραντάτου ή Φιλιππίδη	ΜΗΛΙΕΣ
148.	Αρχοντικό Ιωαννίδη	ΜΗΛΙΕΣ
149.	Αρχοντικό Ευαγγελινάκη	ΜΗΛΙΕΣ
150.	Γρατνάκι Πηλίου	ΠΗΛΙΟ
151.	Κρήνη "Νεοκλασική"	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
152.	Αρχοντικό Κολιαΐδη	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
153.	Αρχοντικό Ξηραδάκη	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
154.	Αρχοντικό Σαραφόπουλου	ΠΙΝΑΚΑΤΕΣ
155.	"ΘΕΟΞΕΝΕΙΑ"	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
156.	Αρχοντικό Γ. Ζούλια	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
157.	Αρχοντικό Τσιμώνου	ΠΟΡΤΑΡΙΑ

158.	Αρχοντικό Κανταρτζή	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
159.	Αρχοντικό Ζησάκη	ΠΟΡΤΑΡΙΑ
160.	Οικία Α. Παπαδιαμάντη	ΣΚΙΑΘΟΣ
161.	Οικία Ν. Παπατζανάκη	ΣΚΙΑΘΟΣ
162.	Οικία Π. Νιρβάνα	ΣΚΟΠΕΛΟΣ
163.	Τούρκικοι Στρατώνες	ΣΟΥΡΠΗ
164.	Ελλ. Στρατώνας Σούρπης	ΣΟΥΡΠΗ
165.	Αρχοντικό Φορτούνα	ΤΡΙΚΕΡΙ
166.	Αρχοντικό Νιζάμη	ΤΡΙΚΕΡΙ
167.	Πύργος Κρασσά	ΤΡΙΚΕΡΙ
168.	Αρχοντικό Βογιατζή	ΤΡΙΚΕΡΙ
169.	Αρχοντικό Κουτουμάνη	ΤΡΙΚΕΡΙ
170.	Αχιλλοπούλειος Εμπορική Σχολή	ΤΣΑΓΚΚΑΡΑΔΑ
171.	Καρτάλειο Δημοτικό Σχολείο	ΤΣΑΓΚΚΑΡΑΔΑ
172.	Νανοπούλειος Σχολή	ΤΣΑΓΚΚΑΡΑΔΑ
173.	Αρχοντικό Ξηραδάκη	ΤΣΑΓΚΚΑΡΑΔΑ
174.	Κρήνη "Θόλου" Αγ. Παρασκευής	ΤΣΑΓΚΚΑΡΑΔΑ

Πηγή: 5^η Εφορία Νεωτέρων Μνημείων

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αραβαντινός Α, Πολυεδαμικός Σχεδιασμός. Για μια Βιώσιμη Ανάπτυξη του Αστικού χώρου, Συμμετρία, Αθήνα 1997.
2. Βαρβαρέσος Σ, Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές, Προπομπός, Αθήνα 2000.
3. Βαρβαρέσος Σ, Τουρισμός: οικονομικές προσεγγίσεις, Προπομπός, Αθήνα 2000.
4. Γαλάνη – Μουτάφη Β, Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο, Προπομπός, Αθήνα 2001.
5. Γεωργόπουλος Ν, Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Μπένου, Αθήνα 2002.
6. Δ.Κ.Ι.Τ.Β (Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας & Τεκμηρίωσης Βόλου), Μνημεία της Μαγνησίας, Πρακτικά συνεδρίου: «Ανάδειξη του διαχρονικού μνημειακού πλούτου του Βόλου και της ευρύτερης περιοχής», Βόλος, Βόλος 2002.
7. Δέφνερ Α. Σχεδιασμός για το Ελεύθερο Χρόνο (Τουρισμός- Πολιτισμός- Αθλητισμός) (Βόλος: ΤΜΧΠΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας). Πανεπιστημιακές παραδόσεις, 1999.
8. Δέφνερ Α, «Πολιτιστικός τουρισμός και δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου: η επίδραση στις λειτουργίες των πόλεων», Η Ανάπτυξη των Ελληνικών Πόλεων: Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις Αστικής Ανάλυσης και Πολιτικής Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας/ Gutenberg, Βόλος/ Αθήνα 1999.
9. Ε.Ο.Τ, Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Θεσσαλίας, Αθήνα, Οκτώβριος 2003.

- 10.Ι.Τ.Ε.Π, (Πατσουράκης), Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα, Αθήνα 2002.
- 11.Ι.Τ.Ε.Π, (Παυλόπουλος, Κουζέλης), Περιφερειακή Ανάπτυξη της Ελλάδος και Τουρισμός, Αθήνα 1998.
- 12.Κ.Ε.Π.Ε, (Κομίλης, Βαγιονής, Κάρμας), Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Ν. Ευβοίας, Αθήνα 2001.
- 13.Καυκαλάς Γρ, «Περιφερειακή Ανάπτυξη και Χωρική Ολοκλήρωση: Θεωρητικές θέσεις και στοιχεία μιας τυπολογίας», Αστική και Περιφερειακή Ανάπτυξη, Θεωρία - Ανάλυση & Πολιτική, Θεμέλιο, Αθήνα 1993.
- 14.Κοκκώσης Χ & Π. Τσάρτας, Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη & Περιβάλλον, Κριτική, Αθήνα 2001.
- 15.Κομίλης Π. & Ν. Βαγιόνης, Τουριστικός Σχεδιασμός: μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, Προπομπός, Αθήνα 1999.
- 16.Μάλλιαρης Γ, Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Β΄ έκδοση, Σταμούλης, Πειραιάς 1990.
- 17.Παπαδάκης Β, Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική & Διεθνής Εμπειρία, Μπένου, Αθήνα 1999.
- 18.Τσάρτας Π, Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό, Εξάντας, Αθήνα 1996.
- 19.Τσάρτας Π., «Αειφορική Ανάπτυξη και Τουρισμός: προβληματισμοί και προτάσεις για ένα διαφορετικό τύπο τουριστικής ανάπτυξης», στο Λάσκαρης Κ. (επιμ), Sustainable Development: Θεωρητικές προσεγγίσεις μιας κρίσιμης έννοιας, Παπασωτηρίου, Αθήνα 1996.
- 20.Τσάρτας, Π, Τουριστική Ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις, Εξάντας, Αθήνα 2000

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

21. Briassoulis. H. & J Van der Straaten, Tourism and the Environment: Regional, Economic and Policy Issues, Kluwer: Dordrecht , 2000
22. Bukart A. J & S. Medlik, Tourism: past, present and future, London: Heinemann, 1981.
23. Coccossis, H, "Tourism and sustainability: perspectives and implications", in Priestley G.K., Edwards J.A & Coccossis H. (eds), Sustainable Tourism? European Experiences, Wallingford: CAB International, pp 1-21, 1996
24. Coccossis, H. & P Nijkamp, Sustainable Tourist Development, London: Avebury, 1995
25. Cook R.A, Yale L.J, Marqua J.J, Tourism "The Business of Travel", New Jersey: Prentice Hall, 1999.
26. Heath E & G Wall, Marketing Tourism Destinations: A strategic planning approach, Canada: John Wiley & Sons. Inc, 1992.
27. Hunger D.J. & T.L Wheelen, Essentials of Strategic Management, New Jersey: Prentice Hall, 2003
28. Inskeep E, Tourism Planning. An Integrated and Sustainable Development Approach, New York: Van Nonstrand Reinhold, 1991.
29. Inskeep E, National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies, London: World Tourism Organization/ Routledge, 1994
30. Kadt Emanuel, Tourism: passport to development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries, New York: Oxford University Press, 1979

31. Kotler P & F.A. Fox, Strategic marketing for educational institutions, New Jersey: Prentice Hall, 1985.
32. Law C.M, Urban Tourism: Attracting visitor to large cities, London: Mansell, 1993.
33. Mathieson, A. and G Wall, Tourism: Economic, Physical and Social Impacts, New York: Longman, 1993.
34. McIntosh R.W & G.R Goeldner, Tourism: principles, practices and philosophies, 4th edition, New York: John Wiley & Sons, Inc, 1984.
35. Morisson A.M, Τουριστικό και Ταξιδιωτικό Μάρκετινγκ, Έλλην, Αθήνα 1996.
36. Page S., Urban Tourism, London: Rontledge, 1995.
37. Pearce, D. Tourist Development, London: Longman, 1981.
38. Shaw, G. and Williams, A. M. Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective, Oxford: Blackwell, 1994.

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ - PAPERS (ΕΛΛΗΝΙΚΑ)

39. Βερνίκος Γ, «Θαλάσσιος Τουρισμός», Έκφραση, τ. Ιούλιος-Αύγουστος, 1998.
40. Γαλάνη-Μουτάφη Β. (1995), «Προσεγγίσεις του τουρισμού: το επινοημένο και το "αυθεντικό"», Σύγχρονα Θέματα, τ. 55, Απρίλιος-Ιούνιος, σσ. 28-38.
41. «Ελληνική Οικονομία & Τουρισμός», Τουριστική Αγορά, τ. 144, Ιανουάριος 2002, σ. 44-47.
42. «ΜΑΓΝΗΣΙΑ, 12 μήνες ποιοτικός τουρισμός», Τουρισμός & Οικονομία, τ. 276, Νοέμβριος 2002, σ. 62-65.

43. «ΝΕΑ ΑΓΧΙΑΛΟΣ: Το αεροδρόμιο, πύλη τουριστών για τη Μαγνησία», Τουρισμός & Οικονομία, τ. 273, Απρίλιος 2002, σ. 66-67.
44. «Στρατηγική για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού», Τουριστική Αγορά, τ. 146, Μάρτης 2002, σ. 54 -91.
45. «Χειμερινός τουρισμός: Ο μεγάλος απών», τ. 144, Τουριστική Αγορά, Ιανουάριος 2002, σ. 56-60.
46. Μαγνησία, Βόλος – Πήλιο «12 μήνες τουρισμός», Καλοκαίρι – Φθινόπωρο '99, Ένωση Ξενοδόχων Ν. Μαγνησίας, Βόλος 1999.
47. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Περιφερειακό Περιβαλλοντικό Σχέδιο Αειφόρου Τουρισμού (ΠΠΣΑΤ), Βόλος 2000.
48. Υπουργείο Ανάπτυξης, Αναπτυξιακός Νόμος 26091/98, «Ενισχύσεις Ιδιωτικών επενδύσεων για την Οικονομική και Περιφερειακή Ανάπτυξη της χώρας και άλλες διατάξεις», Νοέμβριος 2002.
49. Χατζηνικολάου Ε, Η τουριστική προβολή σε επίπεδο νομού, Ε.Ε.Τ.Α.Α, Αθήνα 2000.

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ – PAPERS (ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΑ)

50. Buckley P. J & S. I. Papadopoulos, "Marketing Greek tourism – the planning process", in Tourism Management, 7, 2, 1986.
51. OECD, The Impacts of Tourism on the Environment, Paris: OECD, 1980.
52. Porter M.E, "How competitive forces shape strategy", Harvard Business Review, 57, 2, 1979.
53. Vandermeij A, "Assessing the importance of urban tourism", in Tourism Management, 5, 2, 1982.

54. World Tourism Organization (WTO)/ International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) (1999) Tourism at World Heritage Cultural Sites: The Site Manager's Handbook, Madrid: World Tourism Organization 2000.

SITE INTERNET

1. www.anem.gr
2. www.eurostat.com
3. www.gnto.gr
4. www.greektourism.gr
5. www.statistics.gr
6. www.volos-city.gr
7. www.world-tourism.org