

Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πτυχιακή Εργασία

Του σπουδαστή Τελλή Κωνσταντίνου

Θέμα:

Ο Αστικός Τουρισμός Στο Νησί της Κω

Υπεύθυνη καθηγήτρια:
Αλεξανδράκη Ροδάνθη

Περιεχόμενα

Σελίδα

Εισαγωγή 3

Κεφάλαιο Πρώτο

1.1 *Η έννοια του τουρισμού* 4

1.2 *Οι Διακρίσεις του τουρισμού* 6

1.3 *Ο τουρισμός στη χώρα μας* 8

1.4 *Ο αστικός τουρισμός* 12

Κεφάλαιο Δεύτερο

2.1 *Το νησί Κως* 14

2.2 *Αρχαιολογικά μνημεία και αξιοθέατα* 15

2.3 *Ο Αστικός τουρισμός στην Κω* 17

Κεφάλαιο Τρίτο

3.1 *Προβλήματα σε εθνικό επίπεδο που ζητούν λύση* 23

3.2 *Προβλήματα σε τοπικό επίπεδο που ζητούν λύση* 27

Κεφάλαιο Τέταρτο

Επίλογος 30

Βιβλιογραφία 32

Εισαγωγή

Στις σελίδες που ακολουθούν παρουσιάζεται και εξηγείται το τουριστικό φαινόμενο και οι διάφορες μορφές του. Έχει δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στον κλάδο του αστικού τουρισμού και συγκεκριμένα στον αστικό τουρισμό που υποδέχεται το νησί της Κω. Ακολουθεί μια σύντομη παρουσίαση του νησιού και των τουριστικών του χώρων, και των συνθηκών που επικρατούν γενικότερα.

Παρουσιάζονται διάφορες στατιστικές και αναλύσεις προκειμένου να υπάρξει η δυνατότητα σύγκρισης καθώς και τεκμηρίωσης όλων των στοιχείων. Στη συνέχεια εκτίθενται τα προβλήματα που προκύπτουν αλλά και τα προβλήματα που προϋπάρχουν όσον αφορά το συγκεκριμένο τομέα του τουρισμού, καθώς επίσης και οι λύσεις που θα μπορούσαν να δοθούν.

Κεφάλαιο Πρώτο

1.1 Η έννοια του τουρισμού

Ο τουρισμός, σε υποτυπώδη τουλάχιστον μορφή, είναι αρχαίος όσο και ο πολιτισμός. Σε κάθε εποχή υπήρχε η τάση για μετακίνηση και ψυχαγωγία ή απόκτηση γνώσεων. Οι μετακινήσεις αυτές μέχρι το τέλος του 19^{ου} αιώνα ήταν σχεδόν αποκλειστικό προνόμιο των εύπορων τάξεων. Από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα και ιδιαίτερα μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ο τουρισμός έγινε ομαδικό φαινόμενο όλων των κοινωνικών στρωμάτων. Βασικοί λόγοι της ανάπτυξης αυτής ήταν η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου σε πολλές χώρες, η σχετική ασφάλεια των ταξιδιών και η βελτίωση των μεταφορικών μέσων και των οδικών δικτύων.

Στην έννοια του τουρισμού έχουν αποδοθεί πολλές ερμηνείες. Το βέβαιο είναι πως η λέξη τουρισμός προήλθε από τη γαλλική λέξη *tour*, η οποία σημαίνει γύρος, και την αγγλική λέξη *touring*, η οποία σημαίνει τριγυρίζω διάφορες περιοχές για επίσκεψη αξιοθεάτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι και οι δύο αυτές λέξεις προέρχονται από τη λατινική *tornus*. Πάντως η λέξη *touring* είναι γενικότερη της ελληνικής λέξης περιηγητισμός και γι' αυτό σήμερα έχει επικρατήσει η λέξη τουρισμός.

Η *Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού* ορίζει ως τουρισμό το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίησή του, σε διάφορους βαθμούς και κατά διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου της απόδρασης.

Οι καθηγητές *W. Hunziker* και *K. Krapf* γράφουν ότι τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και εκδηλώσεων, οι οποίες γεννιούνται από τη διαμονή των ξένων, όταν αυτή δεν καλύπτεται κατά το μεγαλύτερο μέρος της από κάποια απασχόληση κερδοσκοπικής μορφής.

Κατά τον *Jacques Gouet*, τουρισμός είναι ο τρόπος του να ταξιδεύεις, ο οποίος συνδυάζει σε διάφορες αναλογίες κατά τα άτομα, την περιέργεια του πνεύματος, μαζί με τον πόθο να προσαρμοστεί κάποιος στα ξένα ήθη και έθιμα.

Στο βιβλίο του "*Revue de deux mondes*", ο *Jean Medecin* αναφέρει πως τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να διατρίβει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του, για διασκέδαση, ανάπαυση, πλουτισμό της πείρας του, για ανύψωση του μορφωτικού επιπέδου από την παρουσία νέων μορφών της ανθρώπινης δράσης και από της εικόνες μιας άγνωστης φύσης.

Ο τουρισμός θα μπορούσε να οριστεί, επίσης, σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αμοιβαία επίδραση τουριστών, τουριστικών επιχειρήσεων, τουριστικών προορισμών και διοικήσεων τουριστικών προορισμών στη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών και εκδρομέων.

Ο ορισμός αυτός μπορεί να είναι πολύ γενικός, θα πρέπει όμως να ληφθεί υπόψη ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων, που προσφέρει μια τουριστική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους και ταξιδεύουν για να επισκεφθούν κάποιο τουριστικό προορισμό με σκοπό να ικανοποιήσουν τις

τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Δηλαδή ο τουρισμός συμπεριλαμβάνει όλους τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων, αλλά και εκείνους που αν και δεν μπορούν να χαρακτηριστούν έτσι, τα προϊόντα που προσφέρουν είναι εξίσου απαραίτητα στους τουρίστες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι ο τουρισμός είναι ολόκληρος ο κόσμος της τουριστικής βιομηχανίας, δηλαδή των θελγέτρων, των καταλυμάτων, των μεταφορικών μέσων και γενικότερα όλων των υλικών ή άυλων προϊόντων που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων. Ακόμα, αποτελεί το αθροιστικό σύνολο των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται μέσα στα όρια μιας χώρας ή μιας διοικητικής της υποδιαίρεσης.

Με βάση όλα όσα ειπώθηκαν μέχρι τώρα, θα επιχειρηθεί να δοθεί ένας ορισμός του τουρισμού, που να είναι όσο το δυνατό πιο συνοπτικός, μα πάνω απ' όλα ολοκληρωμένος από πλευράς εννοιολογικού περιεχομένου. Έτσι λοιπόν, ο τουρισμός με τη σύγχρονη μορφή του μπορεί να οριστεί ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλον, με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων.

Ο τουρισμός σήμερα εξελίσσεται σε βασικό πυλώνα της εθνικής μας οικονομίας σε μια περίοδο που στην ευρωζώνη η ανταγωνιστικότητα και η πραγματική σύγκλιση αναδεικνύονται πλέον σαν πρώτης προτεραιότητας στόχοι. Στην νέα τουριστική εποχή που εισερχόμαστε (και λόγω της οικονομικής ύφεσης & ενδεχομένων νέων εξωγενών γεγονότων) ο ανταγωνισμός εντείνεται στην λεκάνη της Μεσογείου ιδιαίτερα από τις εξωκοινοτικές χώρες.

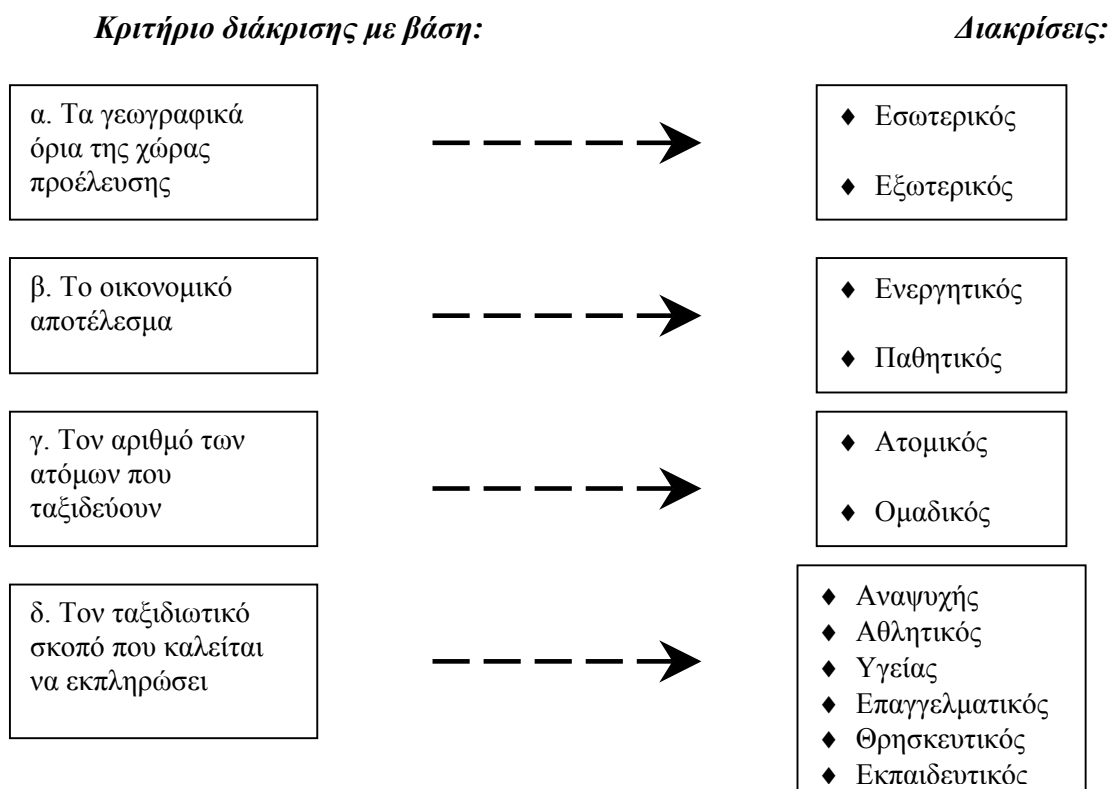
1.2 Διακρίσεις του τουρισμού

Ο τουρισμός, σαν κλάδος της οικονομίας, έχει την ιδιότητα να επηρεάζει και κυρίως να επηρεάζεται από άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Αλληλεπίδραση όμως δεν υφίσταται μόνο στο οικονομικό πεδίο, αλλά και στο γενικότερο περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί και αναπτύσσεται (κοινωνικό, πολιτιστικό, πολιτικό, κτλ.).

Η έντονη αυτή αλληλεπίδραση, οι πολλαπλές πτυχές και ιδιομορφίες του τουριστικού φαινομένου, προβλημάτισαν αυτούς που ενέμειναν στον κλασικό ορισμό που χαρακτήριζε τη βιομηχανία και τα προϊόντα της, για το αν είναι δόκιμος ή όχι ο όρος «τουριστική βιομηχανία». Σήμερα, ο τουρισμός, εφόσον αναπτυχθεί σωστά, προσδίδει ταχεία οικονομική άνοδο στη χώρα υποδοχής του.

Ανάλογα με την οπτική γωνία που κάθε φορά εξετάζουμε το τουριστικό φαινόμενο, ανάλογα δηλαδή με τα προσδιοριστικά κριτήρια που χρησιμοποιούμε για να το χαρακτηρίσουμε, έχουμε και τους αντίστοιχους τύπους ή μορφές τουρισμού.

Διακρίσεις μορφών τουρισμού



Πίνακας 1.1

α. Ανάλογα με τα γεωγραφικά όρια της χώρας προέλευσης των τουριστών διακρίνουμε τον εσωτερικό και τον εξωτερικό τουρισμό. Ο εσωτερικός τουρισμός έχει αρκετά πλεονεκτήματα. Τεράστιο μέρος συναλλάγματος διοχετεύεται στην εγχώρια οικονομία και δεν δαπανείται στο εξωτερικό. Επίσης ο τουρίστας δεν έχει να αντιμετωπίσει τις δυσκολίες που δημιουργεί η άγνοια της γλώσσας.

β. Ανάλογα με το οικονομικό του αποτέλεσμα, ο τουρισμός διακρίνεται σε ενεργητικό και παθητικό. Κύριο χαρακτηριστικό του ενεργητικού τουρισμού είναι η εισαγωγή ξένου συναλλάγματος, για το οποίο κυρίως ενδιαφέρονται όλες οι χώρες. Ο παθητικός δεν είναι απόλυτα επιζήμιος, γιατί αυτοί που ταξιδεύουν στις προηγούμενες χώρες αποκομίζουν ωφέλειες, όπως η παρακολούθηση της τεχνικής προόδου και της εξέλιξης των χωρών, οι οποίες τελικά ζωογονούν ολόκληρο το έθνος.

γ. Όσον αφορά τον αριθμό ατόμων που ταξιδεύουν, έχουμε τον μεμονωμένο και τον ομαδικό τουρισμό. Ο μεμονωμένος τουρισμός έχει το πλεονέκτημα της πλήρους ελευθερίας κινήσεων του ατόμου (καθώς δεν εξαρτάται από την ομάδα), έχει όμως το μειονέκτημα ότι δεν υπάρχουν άλλες εξυπηρετήσεις (π.χ. στο συνάλλαγμα, στη γλώσσα, στη διαμονή, στο θέμα των μετακινήσεων, της ξενάγησης, κτλ.). Ο ομαδικός τουρισμός πραγματοποιείται από πολλά άτομα με βάση γνωστό πρόγραμμα. Οργανώνεται κυρίως από διάφορα ταξιδιωτικά γραφεία, παρουσιάζει πλεονεκτήματα για τους περιηγητές, όχι όμως και για την χώρα στην οποία ενεργείται. Αυτό γιατί οι δαπάνες του ταξιδιού είναι αρκετά μειωμένες, λόγω των επιτυγχανόμενων εκπτώσεων στα μέσα συγκοινωνίας, διαμονής, κτλ.

δ. Ανάλογα με τον ταξιδιωτικό σκοπό που καλείται να εκπληρώσει ο τουρίστας, υπάρχουν πολλές διακρίσεις. Ορισμένες είναι ο τουρισμός αναψυχής, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο επαγγελματικός, ο θρησκευτικός και ο εκπαιδευτικός. Πολλά άτομα ταξιδεύουν για χάρη αναψυχής, ή για επίσκεψη και περιήγηση ιστορικών χώρων και αξιοθέατων, ή για θρησκευτικούς λόγους ή λόγους υγείας κτλ. Πολλοί τουρίστες συνδυάζουν πολλές ανάγκες μαζί και ταυτόχρονα εξυπηρετούνται και εμπορικά (π.χ. προμήθεια διαφόρων ειδών).

1.3 Ο τουρισμός στη χώρα μας

Ο τουρισμός στη χώρα μας έχει οδηγηθεί πλέον σε μια νέα πορεία προς την ανάδειξη της Ελλάδας ως πρώτου προορισμού υψηλής ποιότητας τουρισμού παγκόσμια .

Οι βασικοί στόχοι της τουριστικής πολιτικής που υλοποιείται σήμερα, εντοπίζονται στην αναβάθμιση της ποιότητας καθώς και στη διεύρυνση και στον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος . Ο ζωντανός πολιτισμός του λαού μας , όπως έχει διαμορφωθεί μέσα από την ιστορία και τις εμπειρίες , θα πρέπει να εκφραστούν και να προσδώσουν την ιδιαιτερότητα στο τουριστικό μας προϊόν . Τρεις είναι οι πυλώνες της κυβερνητικής μας πολιτικής για τον τουρισμό: ανάπτυξη – πολιτισμός - περιβάλλον.

Η νέα τουριστική πολιτική με ριζική αναδιάρθρωση , αναδεικνύει μια νέα τουριστική ταυτότητα που κατοχυρώνει τη μοναδικότητα των ελληνικών προορισμών και εξασφαλίζει τη διεθνή αναγνωρισιμότητά τους .

Σήμερα, οι τοπικές κοινωνίες σέβονται τον επισκέπτη και οι τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις αναβαθμίζουν ποιοτικά τις υπηρεσίες τους και επανασυνθέτουν την προσφορά τους. Προσπαθούμε να ενισχύουμε την ανταγωνιστικότητά μας, γεγονός που προϋποθέτει ποιότητα, υποδομές και ζεστή φιλοξενία. Προσπαθούμε να προωθούμε όχι απλά διακοπές αλλά "μοναδικές εμπειρίες" που θα μετατρέψουν ακόμη και τον πλέον σκεπτικιστή επισκέπτη σε θαυμαστή της χώρας μας.

Ο παράγοντας των Ολυμπιακών αγώνων επηρέασε και επηρεάζει την προοπτική του Ελληνικού Τουρισμού . Το κορυφαίο αυτό αθλητικό γεγονός αξιοποιείται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης τουριστικά, με ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα συστηματικής παρέμβασης για μεγάλο χρονικό διάστημα, που περιλαμβάνει την αξιοποίηση της τεράστιας δημοσιότητας και προβολής υπέρ του τουριστικού μας προϊόντος με νέους τρόπους και μεθόδους, παράλληλα με τα κλασικά μέσα, καθώς και την διαμόρφωση και υλοποίηση ειδικών προγραμμάτων marketing για την προβολή των τουριστικών μας πόρων.

Η Ελλάδα σήμερα εκσυγχρονίζει τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα εκτιμώντας ότι μπορούν να δημιουργηθούν νέα δεδομένα στον έντονο ανταγωνισμό που υφίσταται ο τουριστικός τομέας, υλοποιώντας δράσεις όπως :

- Επαναπροσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ανά περιφέρεια, νομό και περιοχή, ώστε κάθε περιοχή να αναπτύξει εκείνο το εξειδικευμένο και ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν που της αρμόζει καλύτερα με την δική της ενιαία ταυτότητα αναγνώρισης και προβολής .

- Με την άμεση επένδυση πάνω από 60 εκατ. ευρώ στη διαφήμιση και προβολή της Ελλάδας (με νέο δημιουργικό και λογότυπο), ένα ποσό τέσσερις φορές μεγαλύτερο από κάθε παλαιότερη κυβερνητική επένδυση (από τις δημόσιες επενδύσει) πάνω στη διαφήμιση. Έγκαιρη κύρια εκστρατεία για τη μέγιστη αξιοποίηση της μεταολυμπιακής περιόδου με συγκεκριμένη στόχευση σε όλες τις κύριες αγορές και εκθέσεις του πλανήτη, καθώς και σε νέες αναπτυσσόμενες αγορές

(Κίνα). Συμπληρωματικές δράσεις προβολής στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού (Μένουμε Ελλάδα) και σε συγκεκριμένους στόχους όπως ο συνεδριακός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός κ.α. Αναβαθμισμένη και εντυπωσιακή παρουσία της χώρας μας στις Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις με θετικά μηνύματα και επαίνους από όλους τους τουριστικούς φορείς της χώρας . Αυξήσαμε την επιχορήγηση στις νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις κατά 50% σε σχέση με πέρυσι, ενώ ήδη έχει ξεκινήσει η προετοιμασία για τον διαγωνισμό της διαφημιστικής εκστρατείας για το 2007. Η επικοινωνιακή πολιτική προχωρά πλέον με ένα συγκροτημένο τρόπο και για τον λόγο αυτό προκηρύχθηκε διαγωνισμός για διεθνή στρατηγικό σύμβουλο marketing του τουρισμού καθώς και διαγωνισμός για την σχεδίαση και κατασκευή σύγχρονης διαδικτυακής πύλης (portal), η οποία θα παρέχει ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών και υπηρεσιών .

Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι εκτός από τις επιχειρήσεις του κλάδου από την διαφημιστική μας καμπάνια ωφελούνται χιλιάδες ΜΜΕ και εκατοντάδες χιλιάδες εργαζόμενοι στον τουρισμό που δραστηριοποιούνται στην Ελληνική Περιφέρεια στηρίζοντας την οικονομικά.

- Ένα σύγχρονο πλαίσιο υποστήριξης των πρωτοβουλιών του ιδιωτικού τομέα μέσω του νέου Αναπτυξιακού Νόμου που ήδη έχει ενεργοποιηθεί, με προμετωπίδα την αναβάθμιση της ποιότητας των καταλυμάτων, την διεύρυνση του φάσματος των τουριστικών επιχειρήσεων που ενισχύονται, την ενίσχυση των ειδικών μορφών τουρισμού και την απλούστευση των διαδικασιών ένταξης .

Ήδη παρατηρείται ιδιαίτερη κινητικότητα στον επενδυτικό τομέα και αυξημένο ενδιαφέρον σε τομείς, όπως είναι τα νέα ξενοδοχεία, η θαλασσοθεραπεία, οι ιαματικές πηγές, το γκολφ, οι μαρίνες.

Με βάση τα τελευταία στοιχεία του ΥΠΟΙΟ, περίπου το 28% των εγκεκριμένων επενδυτικών έργων που υπάγονται στον Αναπτυξιακό Νόμο αφορούν τουριστικές επενδύσεις, επιβραβεύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τον άριστο σχεδιασμό που έγινε από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.

Άμεσα εκδίδεται ΚΥΑ με το Υπουργείο Οικονομικών, με την οποία θα άρονται τα εμπόδια που σχετίζονται με γεωγραφικούς περιορισμούς για την ίδρυση και επέκταση ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων. Παράλληλα το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, βάζει τις προδιαγραφές για την ανάπτυξη των τουριστικών εγκαταστάσεων ειδικών μορφών τουρισμού όπως θεματικά πάρκα, προπονητικά κέντρα, κ.λ.π.

- Η οριζόντια συνεργασία και συνέργεια με τα άλλα αρμόδια Υπουργεία μέσω επιτροπών (που προβλέψαμε στον Τουριστικό Νόμο της ίδρυσης του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης) για τις εμπλεκόμενες αρμοδιότητες που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν και απαιτούν διευθετήσεις όπως π.χ., των υφισταμένων πολεοδομικών εκκρεμοτήτων των ξενοδοχείων, της απλούστευσης της διαδικασίας έκδοσης αδειών των τουριστικών καταλυμάτων με μείωση των δικαιολογητικών, της απόσυρσης παλαιών μονάδων και αλλαγής χρήσης, τις τουριστικές κατοικίες, την στρατηγική αερομεταφορών, τις κολυμβητικές δεξαμενές, την χρήση στρατιωτικών αεροδρομίων για τουριστικές πτήσεις charter, την αναβάθμιση της τουριστικής

εκπαίδευσης και την νομοθετική τακτοποίηση όλων των εκκρεμοτήτων. Παράλληλα διαμορφώνουμε τα εναλλακτικά τουριστικά προϊόντα σε συνεργασία με τα άλλα Υπουργεία, καθώς κανείς μέχρι σήμερα δεν είχε επεξεργασθεί το πλαίσιο εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ως παράδειγμα αναφέρουμε τα προγράμματα Leader που και είχαν περάσει 3, ποτέ δεν καθορίστηκαν οι προδιαγραφές και η πιστοποίηση για αγροτουριστικές δραστηριότητες .

Σήμερα έχουμε έτοιμο το νομοσχέδιο για τον αγροτουρισμό και τον τουρισμό Υπαίθρου, κατατέθηκε εντός του Οκτωβρίου το νομοσχέδιο για τον ιαματικό τουρισμό, ενώ και πάλι σε συνεργασία με τις διϋπουργικές επιτροπές επεξεργαζόμαστε το θεσμικό πλαίσιο για τον αθλητικό τουρισμό , τον ιατρικό-θεραπευτικό τουρισμό και τον πολιτιστικό τουρισμό.

Πρόσφατα ψηφίστηκε το νομοσχέδιο για τον καταδυτικό τουρισμό αποτέλεσμα της συνέργειας αυτής .

- Η δημιουργία με Νόμο Επιτροπής ανάπτυξης συνεργιών με τις Περιφέρειες και με τις διοικήσεις της ΕΝΑΕ και της ΚΕΔΚΕ για την καλύτερη συνεργασία και συντονισμό δράσεων στην προβολή και αντιμετώπιση άλλων βασικών θεμάτων του τουρισμού . Ο κατακεραματισμός της διαφημιστικής προβολής και η ανυπαρξία συντονισμού των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων στα τουριστικά δρώμενα, επέβαλλε την δημιουργία αυτής της επιτροπής καθώς και την νομοθετική ρύθμιση ενιαίας τουριστικής προβολής και πολιτικής με τις Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις . Παράλληλα δημιουργήθηκε η εκτελεστική γραμματεία του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού μια μεγάλη εκπροσώπηση των τουριστικών φορέων η οποία με την θεσμική της ιδιότητα παρεμβαίνει με συμβουλευτικό ρόλο στην διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης . Ήδη έχουν δημιουργηθεί θεματικές ομάδες εργασίας της Εκτελεστικής Γραμματείας του εθνικού συμβουλίου τουρισμού και του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και έχουν πραγματοποιηθεί συσκέψεις εργασίας με την επιτροπή τουρισμού της ΕΝΑΕ & ΚΕΔΚΕ ενώ προγραμματίστηκε συνάντηση της από κοινού με την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης με τους Γενικούς Γραμματείς των Περιφερειών στις 21 Οκτωβρίου .

- Δημιουργήθηκαν οι νέες οργανωτικές και διοικητικές δομές του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης . Με τον νέο οργανισμό του Υπουργείου , δημιουργήθηκε η νέα Διεύθυνση Τουριστικών Επενδύσεων καθώς και η Διεύθυνση Χωροταξικού Σχεδιασμού προκειμένου να εφαρμοσθούν σύγχρονοι μηχανισμοί εξυπηρέτησης στους ενδιαφερόμενους επενδυτές και να επιβάλλονται οι αναγκαίες ρυθμίσεις και η λήψη σχετικών μέτρων για την άρση διοικητικών εμποδίων και αντικινήτρων για τις επενδύσεις στον τουριστικό τομέα . Ειδικότερα με το νέο τμήμα Ειδικών Μορφών Τουρισμού που δημιουργήθηκε , μπαίνει για πρώτη φορά σε λειτουργία ο διοικητικός μηχανισμός του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης για την εισήγηση των αναγκαίων μέτρων , ενεργειών και παρεμβάσεων για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού όπως του θαλάσσιου τουρισμού, του τουρισμού υγείας , του αθλητικού τουρισμού , του θρησκευτικού τουρισμού κ.α. και η αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου .

- Συστάθηκαν σε κάθε Περιφέρεια, Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (ΠΥΤ) υπό τον ΕΟΤ με όλες τις αρμοδιότητες που μεταβιβάστηκαν από τα Γραφεία Υποστήριξης Τουρισμού των Περιφερειών, υλοποιείται επίσης η δυνατότητα να ανοίξουν Γραφεία Τουρισμού σε όλες τις πόλεις και τους τουριστικούς προορισμούς όπου δεν υπάρχουν. Τα αποτελέσματα αυτής της πολιτικής είναι ήδη ορατά. Νέα ανακαινισμένα γραφεία στην Θεσσαλονίκη στην Τρίπολη και στις άλλες πόλεις της Ελλάδας βρίσκονται στην εξυπηρέτηση του κάθε ενδιαφερόμενου, διεκπεραιώνοντας εκκρεμείς υποθέσεις και χρονίζοντες φακέλους.

- Η Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων μέσω του ΕΠΑΝ με την προκήρυξη νέων προγραμμάτων συνολικής δαπάνης 67 εκατ. Ευρώ τα οποία αφορούν νέες δράσεις κατάρτισης, ανταλλαγές ξενοδοχειακών υπαλλήλων, στη δημιουργία τουριστικών clusters, στην προώθηση της ελληνικής κουζίνας, στο τουριστικό επάγγελμα συνοδών. Αναμόρφωση του ΕΠΑΝ με την εξειδίκευση και στόχευση των μέτρων σε νέες μορφές τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, ιαματικός, θαλάσσιος, αστικός τουρισμός). Συνολικά τα ενταγμένα έργα στην ενίσχυση των ΜΜΕ, εξελίσσονται με ταχύτατους ρυθμούς με σημαντικότερη αύξηση στο ποσοστό εντάξεων 106%, μεγαλύτερο από τον συνολικό προϋπολογισμό του έργου (40 εκ ευρώ).

Στις ιδιωτικές επενδύσεις εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής έχουμε εντάξεις που φτάνουν το 94%, ενώ και στις άλλες δράσεις σημειώνεται ουσιαστική άνοδος από πλευράς απορρόφησης. Με ταχύτατες διαδικασίες καταφέραμε να ξεπεράσουμε τα προβλήματα που υπήρχαν στο πρόγραμμα Ελληνική Κουζίνα και πλέον με την νέα πρόσκληση που θα βγει πριν το τέλος του έτους, οι επιχειρηματίες θα μπορούν να συμμετάσχουν και να πιστοποιηθούν με το ειδικό σήμα του ΕΟΤ, αλλά και να προβούν σε δαπάνες με στόχο την βελτίωση των επιχειρήσεων τους. Τέλος στα πλαίσια του θαλάσσιου τουρισμού διαπιστώνουμε σημαντική πρόοδο στην κατασκευή 10 τουριστικών αγκυροβολίων συνολικού προϋπολογισμού 27 εκατ. Ευρώ.

- Η Σύσταση επιτροπής για τον εκσυγχρονισμό του πλαισίου τουριστικής κατάρτισης και εκπαίδευσης καθώς και η Ένταξη νέων ειδικοτήσεων και σχολών. Δημιουργήθηκαν νέα ΙΕΚ Θαλασσοθεραπείας - SPA, ορεινού τουρισμού και Λουτροθεραπείας για ειδικότητες Συνοδού Βουνού, Ειδικών Λουτροθεραπείας και Θαλασσοθεραπείας καθώς και τεχνικούς Μαγειρικής Τέχνης στην Κέρκυρα, Ρόδο, Ανδρίτσαινα, Καστανιά Ιταμού, Καρδίτσας, Σταυρούπολη Ξάνθης, Σάμο, Αιδηψό και Ανάβυσσο Αττικής. Τέλος αναβαθμίζεται η τουριστική εκπαίδευση με την ίδρυση πανεπιστημιακής πλέον Τουριστικής Σχολής μετά από απόφαση της κυβερνητικής επιτροπής.

- Η Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης ολοκλήρωσε το στρατηγικό σχέδιο για τον επιχειρησιακό σχεδιασμό των ετών 2005-2006. Στόχος είναι η διασφάλιση ενιαίας τουριστικής πολιτικής της χώρας, κάτω από τον άξονα της πολιτικής του Υπουργείου και της κυβέρνησης, για την αξιοποίηση της τουριστικής περιουσίας

του κράτους, που οδηγεί στην τουριστική ανάπτυξη με επενδύσεις, προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού και ειδικών υποδομών.

1.4 Ο αστικός τουρισμός

Μία από τις πλέον γνωστές μορφές του σύγχρονου τουρισμού είναι και ο εναλλακτικός τουρισμός. Δεν εντάσσεται σε καμία από τις παραπάνω κατηγορίες, αποτελεί ένα ξεχωριστό κομμάτι που συμπληρώνει το σύνολο, το αποκαλούμενο τουρισμό. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει τα είδη του τουρισμού που δεν εντάσσονται σε κατηγορίες λόγω της φύσης τους, μερικά από τα οποία είναι:

- ο αγροτουρισμός
- ο οικοτουρισμός
- ο τουρισμός περιπέτειας
- ο θαλάσσιος
- ο αστικός τουρισμός

Αστικό τουρισμό αποκαλούμε κάθε τουριστική δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα μέσα στα γεωγραφικά πλαίσια μιας πόλης. Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού θα το συναντήσουμε μόνο στα αστικά κέντρα κάθε περιοχής. Ο τουρίστας έχει την δυνατότητα να επισκεφτεί τα αρχαιολογικά μνημεία, τους ιστορικής σημασίας τόπους ή οτιδήποτε άλλο επιθυμεί στην εκάστοτε πόλη που τον φιλοξενεί.

Μία πόλη για να έχει τη δυνατότητα να υποδέχεται τουρίστες και να τους φιλοξενεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο θα πρέπει να έχει κάποια προσόντα τουριστικής σημασίας. Σημαντικό ρόλο παίζει η γεωγραφική της θέση, το καλό κλίμα, οι φυσικές ομορφιές. Επιπλέον θα πρέπει να υπάρχουν οι ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι, να προβάλλονται τα τοπικά ήθη και έθιμα και να υπάρχουν τόποι παραθερισμού και διασκέδασης.

Απλά και μόνο η ύπαρξη αυτών των προσόντων σε μια πόλη, όπως είναι ευνόητο, δεν αρκεί για να εξασφαλίζεται η επιθυμητή τουριστική κίνηση. Θα πρέπει οπωσδήποτε να λαμβάνονται ορισμένα μέτρα για την αξιοποίηση των περισσότερων τουριστικών προσόντων. Ενδεικτικά αναφέρονται ορισμένα:

- Η άψογη καθαριότητα ολόκληρης της περιοχής στην οποία διέρχονται οι περιηγητές.
- Η προσθήκη νέων τουριστικών προσόντων στα ήδη υπάρχοντα.
- Η έντεχνη διαφήμιση.
- Η διαφύλαξη των τουριστικών προσόντων από καταστροφές, αρπαγές ή κλοπές.

- Η επίδειξη σεβασμού και εκτίμησης από όλους τους πολίτες προς τα τουριστικά προσόντα της πόλης.

Ο αστικός τουρισμός σήμερα βρίσκεται σε ανοδική πορεία εξέλιξης. Γι' αυτό το αποτέλεσμα έχουν συνδράμει αρκετοί λόγοι, οι οποίοι παραθέτονται ως εξής:

- Ο εκσυγχρονισμός και η βελτίωση των εθνικών οδικών δικτύων έγιναν ταχύτατα και σε μία χρονική στιγμή που η παγκόσμια αγορά το επέβαλλε.

- Η αεροπορική συγκοινωνία προς και από τις μεγάλες πόλεις ανά την υφήλιο αναπτύχθηκε και εξελίχθηκε με ραγδαίο ρυθμό, λόγω της μεγάλης αύξησης του διεθνούς τουρισμού.

- Η συγκοινωνία με θαλάσσια μέσα επίσης πήρε πολύ μεγάλη ανάπτυξη και παρατηρείται η βελτίωση των συνθηκών εν πλω, καθώς και μεγάλη συντόμευση των ταξιδιών.

Κεφάλαιο Δεύτερο

2.1 Το νησί Κως

Η Κως είναι νησί των Δωδεκανήσων, τοποθετημένο στο Νοτιοανατολικό Αιγαίο πέλαγος, πολύ κοντά στις τουρκικές ακτές και σε μικρή απόσταση από τις Κυκλάδες και την Κρήτη. Έχει συνολική έκταση 290 τ. χλμ. και με περίμετρο 104 τ. χλμ. Οι μόνιμοι κάτοικοι του νησιού ανέρχονται στους 31.200 περίπου, αριθμός ο οποίος κατά την τουριστική περίοδο μπορεί να αυξηθεί έως και έξι φορές.

Δεύτερο σε μέγεθος νησί των Δωδεκανήσων, με έντονη βλάστηση και πολύχρωμα τοπία, πατρίδα του Ιπποκράτη, η Κως αποτελεί αναμφίβολα ένα προορισμό που έχει πολλά να δώσει στον επισκέπτη.

Το νησί πρωτοκατοικήθηκε περίπου το 3000 π.Χ. και όπως γίνεται φανερό η Ιστορία του αποτελεί ένα ψηφιδωτό της παρουσίας πολλών πολιτισμών σ' αυτό, κατά την πάροδο των χιλιετιών.

Πρωτεύουσα είναι η ομώνυμη πόλη με 18.946 κατοίκους και βρίσκεται στο βορειοανατολικό τμήμα του νησιού. Χτίστηκε το 1933 (έπειτα από ολοκληρωτική καταστροφή της παλιάς πόλης από σεισμό) και αποτελεί το εμπορικό κέντρο του νησιού και της επαρχίας Κω, στην οποία υπάγεται ακόμη και το νησί της Νισύρου.

Πέρα από την πόλη, στο νησί της Κω υπάρχουν άλλα δώδεκα χωριά, το καθένα με διαφορετικό πληθυσμό, έκταση και λαογραφικό χαρακτήρα.

Η Κως αποτελεί πατρίδα του πατέρα της Ιατρικής επιστήμης, Ιπποκράτη, ο οποίος γεννήθηκε το 460 π.χ. στο νησί. Ο Ιπποκράτης έζησε 82 χρόνια και είναι ο πρώτος που έβγαλε την Ιατρική από τα θεοκρατικά σκοτάδια της εποχής του και την τοποθέτησε σε γενικά σωστές και ανθρωπιστικές βάσεις.



εικόνα 2.1

2.2 Αρχαιολογικά μνημεία και αξιοθέατα

Στην Κω συναντιούνται αρχιτεκτονικά μνημεία διαφόρων εποχών και τεχνοτροπιών, που δίνουν ανάγλυφη την ιστορική πορεία του νησιού. Παράλληλα όμως υπάρχουν τόποι άνευ ιστορικής σημασίας, ζωτικοί όμως για την “καλλιέργεια” και ανάπτυξη του τουρισμού.

Υπάρχουν αρχαία ελληνικά και ρωμαϊκά ερείπια, φράγκικα οχυρωματικά έργα και απομεινάρια της τουρκικής κυριαρχίας.

Το σημαντικότερο και πιο ενδιαφέρον από αυτά είναι αναμφισβήτητα το Ασκληπιείο, του οποίου τα ερείπια βρίσκονται τρία χιλιόμετρα περίπου από την πόλη της Κω. Στην

αρχαιότητα ήταν ναός της Ιατρικής επιστήμης, ο οποίος καταστράφηκε με τον σεισμό του 554 μ.Χ. και χάθηκε μέσα στη γη. Τα ερείπιά του βρέθηκαν το 1901 και αποτελούν πλέον κέντρο επιστημονικού και τουριστικού ενδιαφέροντος.

- Αξιόλογα είναι τα ερείπια της αρχαίας αγοράς και του μικρού αρχαίου θεάτρου. Η Casa Romana, ένα παραδοσιακό σπίτι από τα ρωμαϊκά χρόνια διατηρημένο όσο το δυνατό καλύτερα και διακοσμημένο με αντικείμενα της εποχής.



- Ο πλάτανος στη σκιά του οποίου δίδασκε ο Ιπποκράτης, είναι ακόμα στη θέση του, έπειτα από τη φροντίδα πολλών ετών και προσελκύει μεγάλο τουριστικό ενδιαφέρον.

- Μεταξύ των βυζαντινών χτισμάτων παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και η παλαιοχριστιανική εκκλησία του Αγίου Στεφάνου.

- Τα επιβλητικά μεσαιωνικά τείχη του νησιού, τα οποία εκτείνονται κατά μήκος του λιμανιού, καθώς και μια σειρά άλλα χτίσματα της εποχής των Φράγκων.

- Το τούρκικο τζαμί, το οποίο βρίσκεται κοντά στο κέντρο της πόλης, διατηρείται από την εποχή της Τουρκοκρατίας.

- Τα Θερμά, μία περιοχή περίπου δύο χιλιόμετρα από την πόλη της Κω, με ιαματικά λουτρά υψηλών θερμοκρασιών, μαγνήτης τουριστικού ενδιαφέροντος από άτομα κάθε ηλικίας.

- Ο Ναός του Ηρακλή, στον οποίο βρέθηκε η προβιά του λιονταριού της Νεμέας, που σήμερα είναι εντοιχισμένη στη βορειοδυτική πλευρά του τζαμιού.

- Η Αγορά, η οποία αποτελούσε το εμπορικό, οικονομικό και κοινωνικό κέντρο της πόλης και που ήταν, βάσει έρευνας, από τις μεγαλύτερες αγορές του αρχαίου κόσμου.
- Ο βωμός του Διονύσου, ο οποίος βρίσκεται λίγα μέτρα βορειοανατολικά της Casa Romana.
- Το Αρχαιολογικό Μουσείο στην πόλη της Κω, με ευρήματα της ελληνιστικής και της ρωμαϊκής εποχής. Ανάμεσα στα εκθέματα βρίσκεται ένας ανδριάντας του Ιπποκράτη και ψηφιδωτά με τις μορφές του Ασκληπιού, του Ορφέα και του Ηρακλή.
- Τα ερείπια Ρωμαϊκής εποχής στην πόλη.



εικόνα 2.3

2.3 Ο αστικός τουρισμός στην Κω

Η Κως παρουσιάζει αξιόλογη τουριστική ανάπτυξη και εύρωστη οικονομική ζωή. Ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί πολύ τα τελευταία είκοσι χρόνια, με αποτέλεσμα κατά τους θερινούς μήνες το νησί να κατακλύζεται από χιλιάδες τουρίστες. Κατατάσσεται στην τρίτη θέση, ως τουριστικός προορισμός από πλευράς αφίξεων σε ολόκληρη τη χώρα.

Όπως όλα τα νησιά που αποτελούν δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, η Κως εμφανίζει τα εξής χαρακτηριστικά σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα, όσον αφορά τον αστικό τουρισμό:

- Αυτονομία στον χειρισμό των τουριστικών πόρων και υπηρεσιών, ταυτόχρονα όμως και μια εξάρτηση από την υπόλοιπη Ελλάδα και τα όργανα που ελέγχουν τον εγχώριο και παγκόσμιο τουρισμό.
- Μία ποικιλότητα στις υπηρεσίες, καθώς οι δυνατότητες που προσφέρει ένα νησί που συνδιάζει βουνό και θάλασσα είναι απεριόριστες.
- Είναι ευάλωτη στις ιδιοτροπίες του τουρισμού καθεαυτού, λόγω της αυτονομίας που έχει.



εικόνα 2.4

Η κίνηση, ωστόσο, των τουριστών στο νησί είναι ολοένα αυξανόμενη, πράγμα που δείχνει ότι ο τουρισμός στην Κω δεν έχει ακόμα φτάσει στο στάδιο του κορεσμού, όπως συμβαίνει με άλλα ελληνικά νησιά.

Η τουριστική κίνηση φαίνεται και από την κίνηση των αεροσκαφών στο αεροδρόμιο του νησιού. Ο τουρισμός δεν περιορίζεται στους θερινούς μήνες, αντίθετα υπάρχει μια μικρή μερίδα τουριστών που επισκέπτονται το νησί όλους τους μήνες του χρόνου. Από τους παρακάτω πίνακες φαίνεται αναλυτικά η συγκεντρωτική κίνηση τουριστικών και εμπορικών αεροσκαφών, καθώς και η γενική κίνηση το έτος 2006.

	Ιανουάριος			Φεβρουάριος			Μάρτιος			Απρίλιος		
	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%
Εμπορική	340	370	8,82	298	326	9,4	338	360	6,51	381	482	26,5
Εμπορευματ.	46	36	-21,7	42	66	57,1	56	74	32,1	46	52	13
Γενική	28	8	-71,4	24	25	4,17	34	29	-14,7	47	45	-4,2
Σύνολο	414	414	0,00	364	417	14,5	428	463	8,18	474	579	22,1
	Μάιος			Ιούνιος			Ιούλιος			Αύγουστος		
	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%
Εμπορική	1181	1341	13,55	1642	1689	2,86	1917	2140	11,63	2087	2337	11,9
Εμπορευματ.	34	64	88,24	43	68	58,1	43	40	-6,98	38	66	73,6
Γενική	79	62	-21,5	93	44	-52,6	77	103	33,77	185	135	-27,0
Σύνολο	1294	1467	13,37	1778	1801	1,29	2037	2283	12,08	2310	2538	9,87
	Σεπτέμβριος			Οκτώβριος			Νοέμβριος			Δεκέμβριος		
	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%
Εμπορική	1738	1832	5,41	1239	1298	4,76	326	338	3,68	362	342	-5,52
Εμπορευματ.	42	64	52,38	34	64	88,2	36	68	88,8	34	60	76,4
Γενική	72	44	-38,8	42	32	-23,8	26	20	-23,08	22	20	-9,09
Σύνολο	1852	1940	4,75	1315	1394	6,01	388	426	9,79	418	422	0,96
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ												
					2005	2006	%					
Εμπορική					11849	12855	8,49					
Εμπορευματική					494	722	46,15					
Γενική					729	567	-22,22					
Σύνολο					13072	14144	8,20					

Πίνακας 2.1
(Πηγή: Υ.Π.Α. Αεροδρομίου Κω 'Ίπποκράτης')

Αναλυτικότερα παρουσιάζονται παρακάτω οι αφίξεις τουριστών μηνιαίως, συγκριτικά με τον προηγούμενο χρόνο, ανά εθνικότητα καθώς και οι αριθμοί του εσωτερικού τουρισμού, που αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι του συνόλου.

Κράτος	Ιανουάριος			Φεβρουάριος			Μάρτιος			Απρίλιος		
	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%
Αγγλία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	253	0	-100
Αυστρία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	132	0	-100
Βέλγιο	0	0	0	0	0	0	0	0	0	258	746	189,1
Γαλλία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Γερμανία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1900	1380	-27,3
Δανία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ελβετία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ιρλανδία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ισραήλ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Κύπρος	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ιταλία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	41	156	180,4
Λουξεμβούργο	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Νορβηγία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ολλανδία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1994	3487	74,87
Ουγγαρία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Πολωνία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	159	100
Ρωσία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1083	100
Σερβία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σλοβενία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σλοβακία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σουηδία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Τσεχία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Φινλανδία	0	0	0	0	0	0	0	0	0	223	0	-100
ΣΥΝΟΛΟ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4801	7011	46,03
Εσωτερικού	7838	7869	0,4	6853	7038	2,70	8320	7891	-5,1	10606	11066	4,3
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	7838	7869	0,4	6853	7038	2,70	8320	7891	-5,1	15407	18077	17,3

Πίνακας 2.2
(Πηγή: Υ.Π.Α. Αεροδρομίου Κω 'Ιπποκράτης')

Κράτος	Μάιος			Ιούνιος			Ιούλιος			Αύγουστος		
	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%
Αγγλία	27129	25322	-6,6	39199	33404	-	41945	37540	-	40554	41433	2,1
Αυστρία	3459	4533	31,05	7218	9132	26,52	9929	12941	30,3	12079	12495	3,4
Βέλγιο	3915	3999	2,15	4282	4597	-	6281	7909	25,9	5428	7615	40,2
Γαλλία	590	652	10,5	1378	920	-	1682	710	-	1658	681	-58,9
Γερμανία	20153	21321	5,8	23308	21265	-8,7	24590	26279	6,8	27903	28859	3,4
Δανία	1285	1367	6,38	1934	2656	37,3	2361	2276	-3,6	1908	2024	6,08
Ελβετία	3040	5040	65,7	4487	5946	32,5	6971	8324	19,4	5346	6227	16,4
Ιρλανδία	0	191	100	189	748	295,7	744	718	-3,4	907	663	-26,9
Ισραήλ	0	0	0	0	282	100	1044	1267	21,3	848	1394	64,3
Κύπρος	0	0	0	162	89	0	301	263	-	857	481	0
Ιταλία	1163	2435	109,3	6124	8667	41,5	9502	12556	32,1	12694	17904	41,04
Λουξεμβούργο	420	385	-8,3	473	505	6,7	565	979	73,2	688	1128	63,9
Νορβηγία	630	636	0,95	1180	1434	21,5	1877	1369	-	845	894	5,8
Ολλανδία	11285	11403	1,05	10048	12679	26,1	14803	20017	35,2	12297	18267	48,5
Ουγγαρία	0	0	0	924	1340	21,5	1147	2405	109,6	1361	1881	38,2
Πολωνία	153	649	324,1	584	1352	131,5	571	1692	196,3	690	1256	82,03
Ρωσία	0	101	100	0	385	100	0	238	100	0	563	100
Σερβία	0	0	0	0	0	0	0	134	100	0	121	100
Σλοβενία	0	0	0	596	1044	75,1	978	1511	54,5	1244	1794	44,2
Σλοβακία	0	0	0	751	1128	50,2	1827	1475	-	1567	1605	2,4
Σουηδία	212	204	-3,7	1659	939	-	1447	749	-	664	631	-4,9
Τσεχία	414	659	59,1	1397	2568	83,8	1772	2976	67,9	1890	3301	74,6
Φινλανδία	1052	808	-23,1	1182	1365	15,4	1398	1127	-	877	944	7,6
ΣΥΝΟΛΟ	74900	79705	6,4	107075	112445	5,02	131735	145455	10,4	132305	152161	15,01
Εσωτερικού	9298	11803	26,9	11297	10625	-5,9	17407	16441	-5,5	16856	15900	-5,67
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	84198	91508	8,68	118372	123070	3,9	149142	161896	8,5	149161	168061	12,6

Πίνακας 2.3
(Πηγή: Υ.Π.Α. Αεροδρομίου Κω 'Ίπποκράτης')

Κράτος	Σεπτέμβριος			Οκτώβριος			Νοέμβριος			Δεκέμβριος		
	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%	2005	2006	%
Αγγλία	38652	31984	-17,2	18635	16961	-8,9	237	237	0	0	0	0
Αυστρία	7196	8411	16,8	946	1222	29,1	0	0	0	0	0	0
Βέλγιο	4152	4321	4,07	1196	1483	24	0	0	0	0	0	0
Γαλλία	1835	443	-75,8	438	68	-84,4	0	0	0	0	0	0
Γερμανία	25057	26816	7,02	13072	14916	14,1	169	0	-100	0	0	0
Δανία	1858	2405	29,4	400	292	-27	0	0	0	0	0	0
Ελβετία	5947	6798	14,3	4501	3903	-13,2	0	0	0	0	0	0
Ιρλανδία	552	282	-48,9	2	0	-100	0	0	0	0	0	0
Ισραήλ	2	1102	551	148	614	314,8	0	0	0	0	0	0
Κύπρος	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ιταλία	2824	5937	110,2	0	25	100	0	0	0	0	0	0
Λουξεμβούργο	480	868	80,8	181	222	6,7	0	0	0	0	0	0
Νορβηγία	996	957	-3,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ολλανδία	11455	12003	4,7	6660	7703	15,6	0	0	0	0	0	0
Ουγγαρία	1122	1501	33,7	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Πολωνία	576	1330	130,9	0	323	100	0	0	0	0	0	0
Ρωσία	0	605	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σερβία	0	36	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σλοβενία	764	955	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σλοβακία	735	1174	59,7	17	12	-29,4	0	0	0	0	0	0
Σουηδία	929	1104	18,8	175	0	-100	0	0	0	0	0	0
Τσεχία	1870	3088	65,1	229	176	-23,1	0	0	0	0	0	0
Φινλανδία	1453	1586	9,1	889	1089	22,5	0	0	0	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ	108455	113706	4,8	47489	49009	3,2	406	237	-41,6	0	0	0
Εσωτερικού	11116	9074	-18,3	8216	8488	3,3	6709	6517	-2,8	7398	6750	-8,7
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	119571	122780	2,6	55705	57497	3,2	7115	6754	-5,07	7398	6750	-8,7

Πίνακας 2.4
(Πηγή: Υ.Π.Α. Αεροδρομίου Κω 'Ιπποκράτης')

Σύνολο			
Κράτος	2005	2006	%
Αγγλία	206604	186881	-9,55
Αυστρία	40959	48734	18,98
Βέλγιο	25512	30670	20,22
Γαλλία	7581	3474	-54,17
Γερμανία	136152	140836	3,44
Δανία	9746	11020	13,07
Ελβετία	30292	36238	19,63
Ιρλανδία	2394	2602	8,69
Ισραήλ	2042	4659	128,16
Κύπρος	1320	833	-36,89
Ιταλία	32348	47680	47,40
Λουξεμβούργο	2807	4087	45,60
Νορβηγία	5528	5290	-4,31
Ολλανδία	68542	85559	24,83
Ουγγαρία	4554	7127	56,50
Πολωνία	2574	6761	162,67
Ρωσία	0	2975	100
Σερβία	0	291	100
Σλοβενία	3582	5304	48,07
Σλοβακία	4897	5394	10,15
Σουηδία	5086	3627	-28,69
Τσεχία	7572	12768	68,62
Φινλανδία	7074	6919	-2,19
ΣΥΝΟΛΟ	607166	659729	8,66
Εσωτερικού	121914	119462	-2,01
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	729080	779191	6,87

Πίνακας 2.5
(Πηγή: Υ.Π.Α. Αεροδρομίου Κω 'Ιπποκράτης')

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

3.1 Προβλήματα σε εθνικό επίπεδο που ζητούν λύση

- **Αύξηση δαπανών**

Αν ο τουρισμός είναι ο δυναμικότερος και ανταγωνιστικότερος κλάδος της ελληνικής οικονομίας σε διεθνές επίπεδο, όπως έχει ήδη διατυπωθεί κατά τον πλέον επίσημο τρόπο από το Υπουργείο Ανάπτυξης το 2004, αναρωτιέται κανείς για πιο λόγο δεν έχει αποφασίσει το κράτος να τον ενισχύσει περισσότερο, ώστε να καλυφθούν τα τεράστια κενά του, να ξεπεραστεί η πρόσκαιρη (?) κρίση του και να αποδώσει ως κλάδος ακόμα περισσότερο προς όφελος της ελληνικής οικονομίας. Μήπως δεν θα αποτελούσε κοινωνικό έργο η αύξηση της απασχόλησης που θα πετυχαίναμε με την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη; Ή μήπως δεν έχει γίνει αντιληπτό ότι τα τεράστια διαρθρωτικά προβλήματα που έχει ο κλάδος του τουρισμού στη χώρα μας, σε συνδυασμό με τον εντονότατο διεθνή ανταγωνισμό, μπορεί να οδηγήσουν την τουριστική οικονομία σε κατάρρευση;

Αν ο τουρισμός είναι ο δυναμικότερος και ανταγωνιστικότερος κλάδος, είναι ηλίου φαεινότερο ότι στον κλάδο αυτό οφείλουμε να επενδύσουμε περισσότερο, ώστε όχι απλώς να διατηρηθούν τα κεκτημένα που ήδη κινδυνεύουν, αλλά κυρίως να επιτευχθούν μεγαλύτεροι στόχοι, προς όφελος της οικονομίας της χώρας.

Οι δημόσιες επενδύσεις συνεπώς θα πρέπει κατά προτεραιότητα να διατεθούν, και με άμεσο τρόπο (προβολή, κίνητρα, εκπαίδευση) και με έμμεσο (υποδομές στις τουριστικές περιοχές, συγκοινωνία), πρωτίστως στον τομέα τουρισμός. Να επενδύσουμε, δηλαδή, εκεί που ξέρουμε ότι θα αποδώσει η επένδυσή μας. Αν αυτό δεν γίνει κατανοητό από την πολιτική ηγεσία, τότε θα συνεχίσουμε ως χώρα στον τομέα του τουρισμού να ακολουθούμε τη μοίρα μας, αντί να τη διαμορφώνουμε.

- **Φιλικό και σταθερό νομοθετικό πλαίσιο για τον τουρισμό και αυστηρή τήρησή του**

Η πολυνομία της χώρας δεν άφησε άθικτο τον τουριστικό τομέα. Αντίθετα η πανσπερμία νόμων και τα περίφημα συναρμόδια Υπουργεία όχι απλά ταλαιπωρούν, αλλά στην κυριολεξία απωθούν όσους αποφασίζουν να ασχοληθούν με τον τουρισμό. Το νομοθετικό περιβάλλον είναι άκρως εχθρικό. Η πολιτεία οφείλει να κάνει κάτι. Να κάνει μια καινούρια αρχή, ξεκινώντας από κάπου. Ας ξεκινήσει από το χώρο της τουριστικής οικονομίας. Άλλωστε πρέπει να συνειδητοποιήσουμε ότι κανέναν δε συμφέρει η έλλειψη νόμων. Τα κενά των νόμων και η πολυνομία δημιουργούν χάος και η χώρα μας, είτε ως χώρα της Ε.Ε. είτε ως χώρα που βρίσκεται ψηλά στην παγκόσμια τουριστική κατάταξη στον τουρισμό, δεν δικαιούται να ζει σε νομικό χάος.

- ***Η χώρα χρειάζεται ανώτατη τουριστική παιδεία, εκπαίδευση και διαρκή επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού της***

Πέρα απ' τον ήλιο, την θάλασσα και την ιστορία μας, ο παράγοντας που υπήρξε καθοριστικός για να διατηρείται η χώρα μας σε περίοπτη θέση επί χρόνια στην παγκόσμια τουριστική κατάταξη είναι το ανθρώπινο δυναμικό μας.

Αποτελούμε δυστυχώς τη μοναδική χώρα που, ενώ βρίσκεται ψηλά στην παγκόσμια τουριστική ανάπτυξη, δε διαθέτει τουριστική παιδεία πανεπιστημιακού επιπέδου. Αφήνουμε έτσι εκατοντάδες νέους να την αναζητήσουν στην Ελβετία, στην Αγγλία, στις Η.Π.Α. και αλλού, ενώ θα έπρεπε να υπάρχουν εδώ πανεπιστημιακές σχολές πρότυπα και πόλο έλξης για νέους από τον υπόλοιπο κόσμο, μια και ο τουρισμός είναι εδώ, στην Ελλάδα. Το ζήτημα της δημιουργίας μιας τέτοιας σχολής ταλανίζει αρκετά χρόνια τον τουριστικό κόσμο, ο οποίος μονίμως το θέτει ως ζήτημα στην εκάστοτε πολιτική ηγεσία. Προσφάτως εκφράστηκε από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης η βούληση για τη δημιουργία της συγκεκριμένης σχολής σε ένα από τα πανεπιστήμια της χώρας. Ανεξαρτήτως από την επιλογή του πανεπιστημίου και του χώρου, όμως, σημασία έχει η κατά το δυνατόν συντομότερη προώθηση του θέματος και η λειτουργία του τμήματος, μια και οι πολιτικές δυνάμεις του τόπου συμφωνούν στην κατεύθυνση αυτή.

Είναι αναγκαίο όλοι οι ασχολούμενοι με τουριστικά επαγγέλματα να παρακολουθούν διαρκώς σεμινάρια, προκειμένου να ενημερώνονται για τις εξελίξεις στον τουρισμό, να επιμορφώνονται για τον τρόπο που πρέπει να παρέχουν τις υπηρεσίες τους και Να ανανεώνουν τις γνώσεις τους διαρκώς, προκειμένου να γίνονται παραγωγικότεροι. Η διαρκής επιμόρφωση θα πρέπει να ενταχθεί σε συγκεκριμένο προγραμματισμό, που θα χαράσσεται από το αρμόδιο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Θα ενισχύεται από τον ΟΑΕΔ και από άλλα προγράμματα, περιλαμβάνοντας τους πάντες εργαζόμενους σε κάθε είδους τουριστικής επιχείρησης. Οφείλουμε δηλαδή, όχι απλά να επεκτείνουμε τα υφιστάμενα προγράμματα επιμόρφωσης, αλλά να γίνει συνείδηση στην τουριστική αγορά η ανάγκη για συνεχή επιμόρφωση.

- ***Έρευνα αγοράς, προβολή και διαφήμιση***

Αποτελεί οικονομικό ατόπημα η μη διενέργεια στη χώρα μας, με ευθύνη του κράτους, στοιχειωδών έστω ερευνών για μια αγορά που προσφέρει σε τόσο σημαντικό βαθμό στο Α.Ε.Π. μας. Δαπανήσαμε και συνεχίζουμε να δαπανούμε τεράστια ποσά για διαφήμιση και προβολή της Ελλάδας χωρίς να έχουμε ένα ξεκάθαρο στόχο, χωρίς να γνωρίζουμε πόσα από τα χρήματα της διαφημιστικής μας δαπάνης θα μας επιστραφούν, αν θα επιστραφούν. Αν δεν κατανοήσουμε ως χώρα ότι απαιτείται επαγγελματισμός, θα συνεχίσουμε να αναρωτιόμαστε για ποιους λόγους αυξάνεται το «all inclusive». Θα συνεχίσουμε να αναζητούμε τον ακριβό τουρίστα, θα συνεχίσουμε να προσφέρουμε περισσότερα από όσα εισπράττουμε. Καμία λοιπόν διαφήμιση και δαπάνη για προβολή, χωρίς προηγούμενη έρευνα. Έρευνα που θα δείξει που πρέπει να στοχεύσουμε και θα δίνει τη δυνατότητα να ελέγχουμε μετά τα αποτελέσματα της καμπάνιας μας.

Τότε ακριβώς έρχεται το κράτος, μαζί με τον ιδιωτικό τομέα, για να προχωρήσει σε μεγαλύτερη και πιο εξειδικευμένη προβολή της Ελλάδας ή περιοχών της, αναλόγως με το τι θα δείξει η έρευνα. Τότε χρειάζεται η διαφήμιση. Θα πρέπει να γίνει συνείδηση ότι δεν

διαθέτεις ούτε ένα ευρώ για προβολή και διαφήμιση αν δεν έχει προηγηθεί σοβαρή έρευνα της αγοράς. Αφού λοιπόν προηγηθούν αυτά, η Ελλάδα είναι υποχρεωμένη πλέον να δαπανήσει σοβαρά ποσά για την προβολή και διαφήμιση. Ποσά τέτοια που πρέπει να αντιστοιχούν στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας και στη μείωση της ανεργίας που επιτυγχάνεται εξαιτίας του τουρισμού.

- ***Να φροντίσουμε τις υποδομές, για να διατηρήσουμε τις ανωδομές***

Είναι αλήθεια ότι το φαινόμενο της τεράστιας διόγκωσης των ανωδομών, χωρίς αντίστοιχη δημιουργία των κατάλληλων υποδομών, δεν είναι μόνο ελληνικό φαινόμενο. Οι υποδομές στον τουρισμό εμφανίζουν συνεχή αδυναμία να παρακολουθήσουν τη δραματική επέκταση των ανωδομών.

Γενικώς στη χώρα μας ο ανορθόδοξος τρόπος δημιουργίας πόλεων και οικισμών αποτελεί τον κανόνα. Πρώτα οικοδομήσαμε χιλιάδες τουριστικές κλίνες και μετά αντιληφθήκαμε ότι τα λύματα κάθε μορφής δεν μπορούν να διοχετεύονται στη θάλασσα. Ακόμα και σήμερα υπάρχουν τουριστικές περιοχές όπου δε λειτουργεί έστω και στοιχειωδώς αποχετευτικό σύστημα, ενώ η έλλειψη ΧΥΤΑ μας οδηγεί σε πληρωμές τεράστιων προστίμων, τα οποία επιβάλλει η Ε.Ε. Δεν απαιτείται άραγε να φροντίσουμε ώστε να μην πνιγούν κάποτε οι τουρίστες στα λύματα; Προφανώς απαιτείται. Όπως απαιτείται να φροντίσουμε ώστε όλες οι τουριστικές περιοχές να αποκτήσουν επαρκές αποχετευτικό σύστημα και βιολογικό καθαρισμό, ΧΥΤΑ, εργοστάσιο ΔΕΗ και νοσοκομείο ή κέντρο υγείας, με ικανό ανθρώπινο δυναμικό, και μηχανολογικό εξοπλισμό που να καλύπτει στοιχειώδεις υπηρεσίες υγείας.

Συνεπώς, στόχος κάθε πολιτικής ηγεσίας οφείλει να είναι η κατά προτεραιότητα λύση όλων των παραπάνω θεμάτων στις τουριστικές περιοχές της χώρας. Άλλωστε, οι προαναφερθείσες περιβαλλοντικές υποδομές αποτελούν και ζήτημα πολιτισμού για τη χώρα μας.

Εκτός από τις περιβαλλοντικές υποδομές, για τον τουρισμό απαιτείται και η βελτίωση μιας σειράς άλλων υποδομών, οι οποίες είναι εντελώς απαραίτητες για την προσέλκυση των τουριστών. Αυτές είναι οι υποδομές που διευκολύνουν την πρόσβαση των τουριστών στον τόπο προορισμού, όπως τα αεροδρόμια, τα λιμάνια, οι μαρίνες και οι επίγειες μεταφορές (ταξί, λεωφορεία, κτλ.).

- ***Νησιώτικες απομακρυσμένες περιοχές: Επιτέλους να υπάρξουν και αντίστοιχες πολιτικές***

Το ελληνικό κράτος δυστυχώς δεν φρόντισε όσο θα έπρεπε τα νησιά μας. Τα παραδείγματα είναι πολλά. Μέσα στο 2006, για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα τα νησιά των δυτικών Κυκλάδων είχαν σχεδόν απομονωθεί και αποκλειστεί από την υπόλοιπη Ελλάδα, εξαιτίας της παντελούς έλλειψης πλοίων που θα προσέγγιζαν τα λιμάνια. Η προσέλευση των πλοίων σε μικρά νησιά όπως οι δυτικές Κυκλάδες και τα άλλα μικρά νησιά του Αιγαίου, αποτελεί αστάθμητο παράγοντα, τόσο σε ότι αφορά τη συχνότητα, όσο και με ό,τι σχετίζεται με τα ωράρια και τη διαθεσιμότητα.

Το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι άλλο. Την ώρα που η πρόσβαση είναι δαπανηρή και δύσκολη για τον ίδιο τον νησιώτη, αντιλαμβανόμαστε τι μπορεί να σημαίνει το ίδιο πρόβλημα αν κληθεί να το αντιμετωπίσει ο τουρίστας. Η φύση δεν κληροδότησε μόνο

ομορφιά στα νησιά μας. Τους κληροδότησε και τα προβλήματα που δημιουργεί η απομόνωση και η απόσταση από τον ηπειρωτικό χώρο. Οφείλουμε να παρέμβουμε για το ξεπέραςμα των προβλημάτων. Ο στόχος θα πρέπει να είναι καθαρός και διεκδικήσιμος. Κάθε νησιώτης θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα κάθε μέρα να επισκέπτεται και όλα τα άλλα νησιά.

Η πολιτική ηγεσία δεν μπορεί να περιμένει άλλο. Ούτε τα νησιά μας έχουμε το δικαίωμα να τα αφήσουμε στη μοίρα τους. Πρέπει να ενεργήσουμε σε δύο επίπεδα: εθνικό και ευρωπαϊκό.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο να προβούμε σε όλες τις επαφές και διαπραγματεύσεις που απαιτούνται, ώστε με συμμάχους που θα αναζητήσουμε, να τεθεί με μεγαλύτερη βαρύτητα το θέμα των νησιών. Να τεθεί όμως με τέτοιον τρόπο, ώστε να οδηγηθούμε σε μια απόφαση η οποία θα δεσμεύει και θα διασφαλίζει κονδύλια και πολιτικές που θα εξυπηρετούν τον στόχο της άρσης των εμποδίων εξαιτίας της «νησιωτικότητας».

Σε εθνικό επίπεδο, γνωρίζοντας ότι οι ρυθμοί της Ε.Ε. δεν είναι οι ταχύτεροι του κόσμου, οφείλουμε ως χώρα να λάβουμε όλα τα απαραίτητα πρώτα μέτρα, τα οποία θα είναι συγκεκριμένα και θα επικεντρώνονται καταρχήν στη λύση του ακτοπλοϊκού προβλήματος, σε κίνητρα για την ανάπτυξη σε μικρά νησιά και σε υιοθέτηση πολιτικών για την αναγέννηση των εγκαταλειμμένων και ερημωμένων νησιών μας.

- ***Ευρωπαϊκή Ένωση και Τουρισμός***

Η σχέση της Ε.Ε. με τον τουρισμό εμφανίζει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα οποία κυρίως σχετίζονται με την έλλειψη βούλησης ορισμένων χωρών-μελών να υιοθετήσει η Ένωση άμεσες πολιτικές για τον τουρισμό.

Η σημαντικότερη μέχρι τώρα προσπάθεια που αναλήφθηκε, προκειμένου η Ε.Ε. να αποκτήσει, μέσω της θέσπισης ενός πολυετούς προγράμματος, τουριστικές πολιτικές με μονιμότερα χαρακτηριστικά και αρχές, έγινε το 1996, με την υποβολή μιας πρότασης με το όνομα “Philoxenia”, η οποία περιελάμβανε ένα πολυετές πρόγραμμα υπέρ του Ευρωπαϊκού τουρισμού.

Γι’ αυτό ως τοπικοί παράγοντες και κατ’ επέκταση ως χώρα, θα πρέπει να σταθούμε περισσότερο. Είμαστε υποχρεωμένοι να μελετήσουμε το θέμα και να έχουμε δικές μας θέσεις, οι οποίες θα απαντούν σε κρίσιμα ερωτήματα που μας αφορούν. Μας συμφέρει, για παράδειγμα, να υιοθετήσει η Ε.Ε. τουριστικά προγράμματα και δράσεις; Αν μας συμφέρει, τότε μας συμφέρει να γίνει αυτό; Αν το επιθυμούμε, σε τι έκταση θέλουμε η Ε.Ε. να έχει προγράμματα τουριστικών δράσεων; Μήπως αντί να κερδίσουμε, βγούμε χαμένοι με την ενίσχυση ανταγωνίστριων χωρών, που μόλις τώρα βαδίζουν τα πρώτα τους τουριστικά βήματα; Ποιές είναι οι πολιτικές που ούτως ή άλλως θα συνέφεραν τη χώρα και δεν θα ενίσχυαν μονομερώς τους άλλους; Μήπως το γεγονός ότι έχουμε ένα τεράστιο ποσοστό μικρομεσαίων επιχειρήσεων στο χώρο αυτό πρέπει να μας οδηγήσει σε υιοθέτηση πολιτικών που θα ενισχύουν αυτού του είδους τις επιχειρήσεις μόνο, προκειμένου να εξελιχθούν και να μεγαλώσουν, μέσα από συνεννοήσεις και αναβαθμίσεις ποιοτικού χαρακτήρα; Το μόνο βέβαιο είναι πως στην Ε.Ε., για να πετύχουμε το καλύτερο δυνατό, οφείλουμε να είμαστε προετοιμασμένοι: να έχουμε θέσεις, να έχουμε επιχειρήματα, και τέλος να έχουμε συμμάχους σε ό,τι θέλουμε να προωθήσουμε. Είναι κρίσιμο θέμα το να ενεργούμε με σχέδιο και στρατηγική, αφού πρώτα θα έχουμε αναλύσει

και συζητήσει το τι ακριβώς θέλουμε. Ενεργώντας με τον τρόπο αυτό θα έχουμε κάνει το πρώτο μεγάλο βήμα για μια πολιτική της χώρας στην Ε.Ε. τέτοια, που να μπορεί να συμβάλει καλύτερα και στο ευρωπαϊκό γίγνεσθαι.

3.2 Προβλήματα σε τοπικό επίπεδο που ζητούν λύση

- ***Η τοπική αυτοδιοίκηση ως βραχίονας της τουριστικής ανάπτυξης***

Ο ρόλος που μπορεί να διαδραματίσει η τοπική αυτοδιοίκηση στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας είναι καθοριστικός. Αρκεί να δοθούν η δυνατότητα, οι αρμοδιότητες και τα μέσα στην τοπική αυτοδιοίκηση για να επιτελέσει έναν τέτοιο ρόλο. Η μέχρι σήμερα παρουσία της δυστυχώς περιορίστηκε σε αποσπασματικές ενέργειες, οι οποίες ουδέποτε αποτέλεσαν μέρος ενός συνολικού σχεδίου για την τουριστική ανάπτυξη. Βασικός υπεύθυνος της μίζερης αυτής κατάστασης ήταν αποκλειστικώς το κράτος, το οποίο ποτέ δεν σχεδίασε μια στοιχειώδη στρατηγική για τον τουρισμό, προκειμένου να εντάξει σ' αυτήν και την τοπική αυτοδιοίκηση. Το πρόβλημα μπορεί να εντοπιστεί σε δύο επίπεδα:

➤ Το πρώτο επίπεδο σχετίζεται με την οργανωτική δομή που επιλέγουμε ως χώρα, ώστε να διεκπεραιώνεται συνολικώς το τουριστικό έργο του κράτους, υπό την ευρεία του έννοια, που συμπεριλαμβάνει και την τοπική αυτοδιοίκηση. Τι γραφεία δηλαδή, τι υπηρεσίες, τι διευθύνσεις, τι τμήματα και τι οργανισμοί δημιουργούνται και από ποιόν ελέγχονται, προκειμένου να λειτουργούν ενταγμένα σε ένα ενιαίο νομοθετικό πλαίσιο, που θα είναι προσανατολισμένο σε μια ενιαία τουριστική πολιτική; Τι σημαίνει γραφείο τουρισμού σε ένα δήμο ή μια νομαρχία, τι σημαίνει τουριστικός οργανισμός, ποιος είναι ο ρόλος των επιμελητηρίων, των ξενοδοχειακών ενώσεων, των υπολοίπων κοινωνικών εταίρων και της κοινωνίας στη χάραξη και στην υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής;

Το αναζήτημενο οργανόγραμμα και οι αρμοδιότητες κάθε εργαζομένου πρέπει να αποτελούν μια πυραμίδα, με κορυφή της το Υπουργείο που σχετίζεται με τον Τουρισμό και βάση της τις τουριστικές υπηρεσίες και τα γραφεία ή τμήματα τουρισμού σε κάθε δήμο που έχει τουριστικό ενδιαφέρον. Στο ενδιάμεσο τοποθετούνται τα αντίστοιχα γραφεία της περιφέρειας και της νομαρχίας, τα οποία βεβαίως θα επιτελούν διαφορετικό ρόλο.

Ο σκοπός μιας τέτοιας πρότασης είναι η διασφάλιση ενιαίας πολιτικής, ενταγμένης σε έναν ενιαίο σχεδιασμό.

➤ Το δεύτερο επίπεδο σχετίζεται με την έλλειψη πολιτικής σε σχέση με την τοπική αυτοδιοίκηση και την παντελή έλλειψη αρμοδιοτήτων αυτής προκειμένου οι δήμοι να ασκήσουν τουριστική πολιτική. Είναι αδιανόητο να μη διαχειρίζεται, για παράδειγμα, και να μην έχει την ευθύνη της επιχειρηματικής εκμετάλλευσης των αρχαιολογικών χώρων σε κάθε περιοχή ο δήμος, αντί του Υπουργείου Πολιτισμού.

Για τους δήμους αναμφίβολα η εκμετάλλευση των χώρων αυτών θα αποτελούσε ισχυρό κίνητρο. Θα διασφάλιζε θέσεις εργασίας, θα πρόσθετε πόρους, θα αναδείκνυε τα μνημεία και θα προσέλκυε περισσότερους τουρίστες. Ενώ σήμερα οι πάσχουσες από στελέχωση αρχαιολογικές υπηρεσίες πολλές φορές δεν διαθέτουν ούτε καν φύλακες για πολλά αρχαιολογικά μνημεία.

Είναι προφανές ότι η ευθύνη της συντήρησης και των ανασκαφών πρέπει να παραμείνει στο Υπουργείο Πολιτισμού.

Οι αρμοδιότητες όμως που οφείλουν να δοθούν στην τοπική αυτοδιοίκηση δεν περιορίζονται στην παραπάνω πρόταση. Οι τοπικές κοινωνίες πρέπει να αναλάβουν την ευθύνη ευρύτερων αρμοδιοτήτων, ανάμεσα στις οποίες πολλές σχετίζονται με τον τουρισμό.

Όλα αυτά σχετίζονται βέβαια και με το πώς η κάθε κυβέρνηση αντιμετωπίζει το μεγάλο ζήτημα της αποκέντρωσης. Ας ελπίσουμε ότι ακόμα και όσοι δεν βλέπουν με συμπάθεια την εκχώρηση αρμοσιοτήτων στην περιφέρεια, τουλάχιστον στον τομέα του τουρισμού, θα αντιληφθούν την αναγκαιότητα να υπάρξει άλλη αντιμετώπιση. Η τοπική αυτοδιοίκηση και θέλει και μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας. Στην κεντρική εξουσία εναπόκειται να της δώσει τη δυνατότητα αυτή.

- ***Η συμβολή των τοπικών κοινωνιών στην βελτίωση του αστικού τουρισμού***

Για την βελτίωση του αστικού τουρισμού απαραίτητος είναι ο σχεδιασμός. Για να διασφαλιστεί η επιτυχής συμμετοχή και συνεισφορά από τα πρώτα στάδια τουριστικής ανάπτυξης είναι αναγκαίο να διασφαλιστεί η πληροφόριση και διαρκής ενημέρωση.

Επειδή ο αστικός τουρισμός μπορεί να έχει σημαντικές επιπτώσεις σε κάθε πλευρά της καθημερινής ζωής, είναι σημαντικό στον σχεδιασμό, να ληφθούν σοβαρά υπόψη οι στάσεις και οι αντιλήψεις των κατοίκων, σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους επιρρεάζεται η ζωή τους, από την τουριστική δραστηριότητα αλλά και τους ίδιους τους τουρίστες. Οι αντιλήψεις των κοινωνιών κάθε περιοχής για τις επιπτώσεις του τουρισμού είναι σημαντική παράμετρος για την διαμόρφωση των στάσεων τους προς την ανάπτυξη.

Η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας είναι βασική αρχή για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη. Σε κοινωνίες με χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο και απειρία σε θέματα τουρισμού, είναι λογικό και επόμενο να μην εκπληρώνονται οι στόχοι της τοπικής αρχής για τον έλεγχο του αστικού τουρισμού. Επίσης, αν οι τοπικές κοινωνίες νοιώσουν ότι αναμειγνύονται στην εν λόγω μορφή τουρισμού, αναπτύσσουν την

επιθυμία να σχεδιάσουν και να ελέγξουν την μελλοντική ανάπτυξη του αντικειμένου, επωφελώς για τις ίδιες.

Η έννοια της ισότιμης συμμετοχής της τοπικής κοινότητας στην διαδικασία λήψης αποφάσεων για την αστική τουριστική ανάπτυξη, συνεχώς κερδίζει έδαφος και θεωρείται κεντρικό σημείο για την επιτυχία της τουριστικής αειφορίας. Το σημαντικότερο όφελος από αυτή τη διαδικασία, έχει να κάνει με την περισσότερο ισότιμη κατανομή των οικονομικών οφελών που οφείλονται στην τουριστική ανάπτυξη.

Οι κοινωνίες που υποδέχονται τον αστικό τουρισμό προτιμούν μορφές ανάπτυξης που είναι ελεγχόμενες από τις ίδιες. Επιπλέον, μόνο αν δοθεί πραγματική αξία στα άτομα, τις ομάδες και τα πλεονεκτήματα της κοινότητας με τη μορφή της ισότιμης ιδιοκτησίας με την τουριστική βιομηχανία, τότε μπορεί να επιτευχθεί η αποτελεσματική συμμετοχή της τοπικής κοινότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

Επίλογος

Από τα παραπάνω οδηγούμαστε αβιάστως στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός της χώρας μας, για να συνεχίσει με τις ίδιες επιδόσεις και να αναπτυχθεί περαιτέρω, απαιτεί σχέδιο και όραμα. Σε διαφορετική περίπτωση, με μαθηματική ακρίβεια, θα συνεχίζουμε να δουλεύουμε περισσότερο και να κερδίζουμε λιγότερο. Θα συνεχίζουμε να παρακολουθούμε τις εξελίξεις, αναμένοντας να κερδίσουμε από τις ατυχίες των ανταγωνιστών μας, ατυχίες που κανείς δεν εγγυάται ότι δεν θα βρουν και εμάς τους ίδιους.

Θα πρέπει να θέσουμε αρχικά το ερώτημα γιατί ο τουρισμός είναι τόσο σημαντικός για εμάς. Πού βρίσκεται ο τουρισμός μας σήμερα, για ποιους λόγους βρίσκεται στη θέση που είναι; Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν τη θέση που βρισκόμαστε και πού θέλουμε να φτάσει ο τουρισμός μας; Πώς φτάνουμε εκεί; Έχουμε ποτέ θέσει με σοβαρότητα τα παραπάνω ερωτήματα;

Υπάρχει νομός, δήμος, περιφέρεια ή κεντρική υπηρεσία που μπορεί να δώσει απάντηση σ' αυτά τα τόσο σπουδαία ερωτήματα;

Η Ελλάδα έχει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες τουριστικές χώρες, γιατί συνδιάζει τις διαχρονικές αξίες του αρχαίου Ελληνικού πολιτισμού, τις φυσικές ομορφιές, την ιστορία και την φιλοξενία.

Κάθε χρόνο όμως διαπιστώνουμε ότι, ενώ αυξάνονται οι αφίξεις, δεν υπάρχει σε καμία περίπτωση αντίστοιχη αύξηση των κερδών μας. Διαπιστώνουμε ότι μεγάλα διαρθρωτικά προβλήματα στην αγορά του τουρισμού παραμένουν άλυτα.

Η χώρα μας δεν έχει υπολογίσει με σοβαρές μετρήσεις τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομία της και στην ανάπτυξή της.

Θα πρέπει να ξεκινήσει ένας διάλογος σε κάθε δήμο με όλους τους φορείς, σε ένα συνέδριο για τον τουρισμό. Ένας διάλογος που θα καταλήγει στη σύνταξη σχεδίου για το μέλλον του τουρισμού και τους στόχους στο συγκεκριμένο δήμο, ενός σχεδίου που θα μεταφερθεί στο νομό, για να ενταχθεί στο σχεδιασμό ολόκληρου του νομού. Στη συνέχεια η περιφέρεια οφείλει, λαμβάνοντας υπόψη τα σχέδια κάθε νομού της τοπικής της αρμοδιότητας να διαμορφώσει ένα τελικό και ολοκληρωμένο στρατηγικό σχέδιο για τον τουρισμό της περιοχής στην περιοχή της.

Το Υπουργείο θα καταλήξει στα δικά του συμπεράσματα, αφού θα έχει λάβει υπόψη του τους σχεδιασμούς, τις σκέψεις, τις προτάσεις και τις ανάγκες κάθε τουριστικού προορισμού της χώρας, αφού θα έχει λάβει υπόψη του τα στρατηγικά σχέδια κάθε δήμου, κάθε νομού, και κάθε περιφέρειας για τον τουρισμό.

Το Υπουργείο, στο σχεδιασμό του, οφείλει να χαράξει τις κεντρικές πολιτικές για τον τουρισμό μας. Να υιοθετήσει τους τρόπους και τις μεθόδους που χρειάζεται για να αναβαθμιστεί το τουριστικό μας προϊόν, για να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος, να βελτιωθεί η τουριστική παιδεία, να αναμορφωθεί το νομικό πλαίσιο για τον τουρισμό, να αναδείξουμε τον πολιτισμό μας και την ταυτότητα κάθε τόπου, να εξυπηρετούνται τα επιχειρησιακά σχέδια κάθε δήμου, τα οποία θα πρέπει να παραμείνουν ως στόχος στους δήμους, ανεξαρτήτως του βαθμού ικανοποίησης και υλοποίησης τους, καθώς το

μεγάλο ζητούμενο είναι να καταφέρει κάθε δήμος να αναπτύσσεται χωρίς να εξαρτάται από την κεντρική διοίκηση.

Με αυτόν τον τρόπο η χώρα πρέπει να χαράζει στόχους και να δημιουργεί οράματα. Ο κάθε τουριστικός τόπος θα πρέπει να αποκτήσει τον τουρισμό που του ταιριάζει και την ευημερία και ανάπτυξη που του αξίζει.

Βιβλιογραφία

Τουρισμός 12 θέσεις, Δωδεκάνησος 12 όνειρα (Νικητιάδης Γιώργος, 2007)
Σελίδες 35, 42-44, 45, 46-48, 50-51, 65-67, 91-93, 100-102, 136-141, 147-148, 150-153

Επαγγελματικός τουρισμός (Κραβαρίτης Κώστας, 1992)
Σελίδες 23, 28

Αρχές Τουρισμού (Ρούπας Βασίλειος, 1998)
Σελίδες 7-9, 21, 25

Αρχείο Πληροφοριών Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας Κρατικού Αερολιμένα Κω
Παράρτημα Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού στην πόλη της Κω

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία

www.islandsdelegeo.com

www.sete.gr

www.kos.gr

www.anthropos.gr

www.traveltimes.gr

www.prd.uth.gr

www.ekt.gr