

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ &
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ – ΕΙΔΙΚΗ
ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ κ. ΑΝΤΩΝΗΣ ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ
ΚΑΡΑΓΚΟΥΝΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ
ΠΑΠΑΔΟΓΙΩΡΓΑΚΗ ΕΛΕΝΗ

2.6	Οι Νομαρχιακές Επιτροπές Τουριστικής Προβολής Της Κρήτης	95
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ		
2.7	Προτεινόμενα Μέτρα Για Την Πιο Οργανωμένη Προβολή Του	
	ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	
	Τουριστικού Προϊόντος	96
2.8	ΗΒΟΛΟΓΟΣ	
	Διαφημιστική Καμπάνια 2007	96
ΜΕΡΟΣ Α' - Η ΕΛΛΑΔΑ		
Κεφάλαιο 3ο		
3.1	Εποχικότητα, Ένα Μεγάλο Πρόβλημα Για Τον Τουρισμό	100
3.2	Κεφάλαιο 1ο Ιστορική Αναδρομή του Διεθνούς Τουρισμού	3
1.2	Κεφάλαιο 2ο Οι Ειδικοί Για Την Ανάπτυξη Του Χειμερινού Τουρισμού	101
3.3	1.2 Οι Κριτικότεροι Λόγοι που Επέδρασαν Στην Ανάπτυξη Του Διεθνούς Τουρισμού	102
3.4	3.3 Ανάγκη Για Την Εποχική Εξομάλυνση Του Κρητικού Τουρισμού	104
2.1	Κεφάλαιο 2ο Υλοποίηση Του Προγράμματός «Κρήτη, 12 Μήνες Τουρισμός»	104
4.1	Κεφάλαιο 4ο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης & Ε.Ο.Τ.	6
4.2	4.1 Η Ελλάδα Με Αριθμούς	106
4.3	4.2 Κοινωνικές Καί Πολιτιστικές Επιπτώσεις	106
4.4	4.3 Μετρήσιμα Αποτελέσματα Από Τους Επιχειρηματίες	107
2.5	4.4 Το Μερίδιο Της Ελλάδας Στην Παγκόσμια Τουριστική Αγορά	42
3.6	2.5 Η Τουριστική Τροφοδότηση Στον Ελληνικό Τουρισμό	42
3.7	3.6 Ο Διεθνής Τουρισμός & Οι Συνέπειές Του Στην Ελληνική Οικονομία	108
3.8	3.7 Η Σημασία Της Προστασίας Του Περιβάλλοντος Για Τον Τουρισμό	109
5.3	3.8 Κατάταξη Κατολιματίων	111
ΜΕΡΟΣ Β' - ΚΡΗΤΗ		
Κεφάλαιο 1ο		
	5.3 Μέτρα Για την Προστασία Του Περιβάλλοντος Σε Τοπικό Επίπεδο	111
	Επίλογος – Συμπεράσματα	114
	1.1 Εισαγωγή	118
	1.2 Οι Βαλκανικές Χώρες	132
	1.3 Το Προφίλ του Νησιού	53
	1.4 Βιβλιογραφία	57
	1.5 Ανάλυση Οικονομικών Μεγεθών	58
	1.6 Ο Τουρισμός Στην Κρήτη	67
	1.7 Βασικά Στατιστικά Στοιχεία Του Τουρισμού Της Κρήτης	76
	1.8 Έργα Υποδομής Για Την Ανάπτυξη του Τουρισμού Στην Κρήτη	84
	1.9 Μέσα Προσέλκυσης Ποιοτικού Διεθνούς Τουρισμού Στην Κρήτη (Εκπαίδευση – Πιστοποιητικά Ποιότητας)	86
	1.10 Εταιρεία Τουρισμού	87
	Κεφάλαιο 2ο	90
	2.1 Η Σημασία Της Τουριστικής Διαφήμισης	93
	2.2 Η Τουριστική Προβολή Του Ελληνικού Τουρισμού Από Τον Ε.Ο.Τ. – ιστορική Ανασκόπηση 1990-98	94
	2.3 Η Τουριστική Πολιτική Του Υπουργείου Ανάπτυξης Για Τη Χρονική Περίοδο 2000-2004	93
	2.4 Συσχέτιση Διαφημιστικών Δαπανών Και Αφίξεων	94
	2.5 Οι Προτοβουλίες Του Σ.Ε.Τ.Ε. Για Την Προβολή Του Ελληνικού Τουρισμού	94

ΜΕΡΟΣ Α΄

Η ΕΛΛΑΔΑ

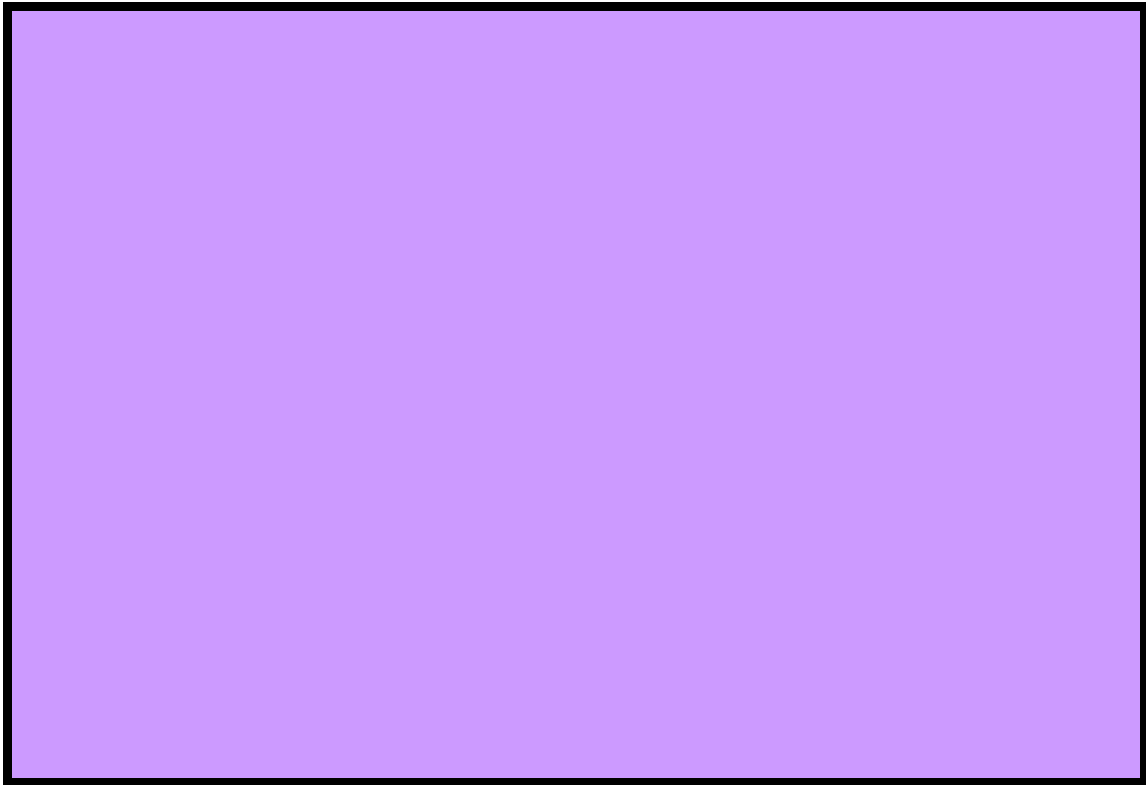




Κεφάλαιο 1^ο

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

**1.2 ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΕΠΕΔΡΑΣΑΝ ΣΤΗΝ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**



1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η Ελλάδα έχει μια μακροχρόνια παράδοση στον τουρισμό και τη φιλοξενία, που οφείλεται κυρίως στην ιστορία και τον αρχαίο πολιτισμό της. Οι αλλοδαποί θεωρήθηκαν ιεροί στην αρχαία Ελλάδα. Ο Ξένιος Δίας, ο πατέρας των Θεών, έγινε επίσης ο Θεός της φιλοξενίας, για να προστατεύσει τους αλλοδαπούς και να εμπνεύσει τους ντόπιους για να φροντίσουν τους επισκέπτες τους. Μια χώρα με πλούσια οικονομία, θρησκευτική και διανοητική δραστηριότητα, για περισσότερες από τρεις χιλιάδες. Γεωγραφικά απλωμένη σε ένα αρχιπέλαγος με περισσότερα από 2.500 νησιά, τοποθετημένη στην νοτιοανατολική γωνία της Ευρώπης. Σε ένα σταυροδρόμι με την Αφρική και την Ασία, αναπόφευκτα καταγράφεται η μεγαλύτερη ταξιδιωτική δραστηριότητα, από την αρχή της καταγεγραμμένης ιστορίας. Ο διεθνής τουρισμός πέρασε από πολλές φάσεις εξέλιξης για να φτάσει στην σημερινή του μορφή. Μια από τις σημαντικότερες φάσεις του είναι αυτή του εκδημοκρατισμού, που τοποθετείται χρονολογικά, αμέσως μετά το τέλος του Β΄ Παγκόσμιου Πολέμου.

Στη σύγχρονη εποχή, η επιστημονική τεκμηρίωση του τουρισμού στην Ελλάδα άρχισε, επίσης, μετά από το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ενώ σημαντική ανάπτυξη του τουρισμού άρχισε στα μισά της δεκαετίας του 1970, όταν η μη δημοτικότητα των ισπανικών θερέτρων υποκίνησε τη ζήτηση για τους εναλλακτικούς μεσογειακούς προορισμούς. Μια δραματική αύξηση των ροών τουρισμού στην Ελλάδα παρατηρήθηκε προς το τέλος της δεκαετίας του '70 και της δεκαετίας του '80, διευκολυμένη από την αφθονία των φυσικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών πόρων της υπάρχουσας υποδομής αερολιμένων σε σημαντικά νησιά, και του χαμηλότερου κόστους ζωής σε σύγκριση με το μεγαλύτερο μέρος της Ευρώπης. Τα ελληνικά θέρετρα έχουν διαφορετικά σχεδιαγράμματα προϊόντων και αγοράς, που τα καθιστούν ικανά να ικανοποιήσουν μια μεγάλη ποικιλομορφία της ζήτησης τουρισμού. Η βιομηχανία του τουρισμού αυξήθηκε ραγδαία, ειδικά στους προορισμούς νησιών και τις περιοχές με τα ιστορικά μνημεία, όπως καταδεικνύονται

μέσα από τη χωρική ανάλυση του τουρισμού.

Η Ελλάδα είναι μια από τις πιο απομακρυσμένες, νησιωτικές και φτωχές οικονομικά περιοχές της ΕΕ. Ο τουρισμός της απαιτεί την άμεση στρατηγική διοικητική δραστηριοποίηση, προκειμένου να ανταγωνιστεί με τους εναλλακτικούς προορισμούς και να μεγιστοποιηθεί η ευημερία του πληθυσμού οικοδεσποτών. Παρόμοιες στρατηγικές ασκήσεις αναλαμβάνονται από τους ανταγωνιστικούς προορισμούς σε όλη την υδρόγειο, δεδομένου ότι προετοιμάζονται να αντιμετωπίσουν τις νέες επιχειρησιακές πραγματικότητες.

Η μεταπολεμική εποχή, εκτός από το γεγονός ότι έκανε τον τουρισμό ως φαινόμενο, πιο δημοκρατικό και προσιτό ακόμα και στις λαϊκές μάζες, δηλαδή των πολλών ατόμων, έκανε τους ανθρώπους πιο ανοιχτόμυαλους και πρακτικούς, καθώς με τα ταξίδια ξεκούραζαν και ανανέωναν τις σωματικές και ψυχικές τους δυνάμεις.

Αποτέλεσμα του εκδημοκρατισμού είναι, ο τουρισμός να έχει πάρει ένα πιο μαζικό χαρακτήρα, γεγονός που τον διαφοροποιεί από τις παλαιότερες μορφές που αφορούσαν μόνο τους πλούσιους και τους αριστοκράτες, δηλαδή τους λίγους. Παρ' όλα αυτά, ο τρόπος με τον οποίον εκδηλώνεται, δηλαδή με την μετακίνηση των ανθρώπων από τον τόπο διαμονής τους σε κάποιον άλλον, παραμένει ο ίδιος όπως ακριβώς πριν 100 ή 1000 χρόνια. Η διαφορά των παλαιότερων μορφών τουρισμού και των σημερινών είναι οπωσδήποτε τόσο η ποσότητα όσο και η ποιότητα.

1.2 ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΕΠΕΔΡΑΣΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Ο τουρισμός θεωρείται, όλο και περισσότερο, ως το όργανο για πολιτικές τοπικής ανάπτυξης, ειδικά για τις προβληματικές και σε κοινωνικοοικονομική ύφεση περιοχές. Συμβάλλει στην ανάπτυξη των μη-ευνοημένων περιοχών και ειδικά των νησιωτικών περιοχών, οι οποίες έχουν λίγη δυνατότητα να αναπτύξουν την τοπική βιοτεχνία και άλλες βιομηχανίες χωρίς τουριστική ζήτηση. Συνεπώς, στην περίοδο 1965 – 1980, ο πολλαπλασιαστής παραγωγής τουρισμού στην Ελλάδα υπολογίστηκε ότι ήταν 1,52. Ο εσωτερικός τουρισμός διευκολύνει, επίσης, έναν ορισμένο βαθμό ανακατανομής του πλούτου μεταξύ των μητροπολιτικών και των απομακρυσμένων περιοχών. Όχι μόνο ο ρυθμός αποδημίας από τα νησιά μειώθηκε, ειδικά των νέων, αλλά και μια τάση για επαναπατρισμό στα νησιά είναι εμφανής στην τελευταία δεκαετία, καθώς νέες ευκαιρίες εργασίας έχουν προκύψει. Ο τουρισμός υποκινεί, επίσης, την εποχιακή μετανάστευση των επαγγελματιών σε διάφορους προορισμούς, οι οποίοι λειτουργούν στην περιοχή για αρκετούς μήνες κάθε έτος. Ο τουρισμός είναι επίσης ένας μεγάλος εργοδότης, δεδομένου ότι υπολογίζεται ότι η απασχόληση στον τομέα του τουρισμού είναι 10% (6,1% άμεση απασχόληση και 3,9% έμμεση) της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα.

Οι σημαντικότεροι λόγοι που έπαιξαν λόγο στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού είναι οι εξής:

α) Η ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας και επικοινωνίας.

Χάρη στην ανάπτυξη της συγκοινωνίας, η διακίνηση των τουριστών έγινε πιο άνετη, πιο γρήγορη, πιο απλή, αλλά και πιο οικονομική. Η βελτίωση των διαφόρων συγκοινωνιακών μέσων (όπως σιδηρόδρομοι, επιβατηγών πλοίων, αεροσκαφών και αυτοκινήτων), η επέκταση των οδικών δικτύων, η μείωση των ναύλων, ιδιαίτερα

όσον αφορά στο νησί της Κρήτης, η δρομολόγηση υπερσύγχρονων και ταχύτατων πλοίων στις γραμμές Χανιά – Πειραιάς και Ηράκλειο – Πειραιάς σε 6 ώρες, όπως και η χρησιμοποίηση ιδιωτικής χρήσεως αυτοκινήτου, συνέβαλαν στην ποσοτική αύξηση του τουριστικού πλήθους και της τουριστικής κίνησης.

Επίσης, ένας άλλος παράγοντας που συνέβαλε στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού, είναι η επέκταση και η τελειοποίηση των συστημάτων επικοινωνίας με fax, χρήση σταθερού και κινητού τηλεφώνου, internet, που έχουν κατά τρόπο εκμηδενίσει τις αποστάσεις ώστε η συμβολή τους στην ανάπτυξη του κλάδου να είναι μεγάλη.

β) Η βελτίωση των ατομικών εισοδημάτων των εργαζομένων.

Ο προσανατολισμός της οικονομίας μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, σε διάφορες χώρες, ως προς την εφαρμογή της οικονομικής ανάπτυξης, οδήγησαν στην αύξηση του κατά κεφαλήν εθνικού εισοδήματος, στην αύξηση των μισθών και του βιοτικού επιπέδου των εργαζομένων. Το γεγονός αυτό ήταν και ο βασικός λόγος για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και την αύξηση των διεθνών τουριστικών ρευμάτων.

γ) Η άνοδος του πολιτιστικού επιπέδου των λαών.

Η αναβάθμιση του μορφωτικού επιπέδου των λαών, όλο και περισσότερο, και η σαφέστερη γνώση για τον κόσμο και της ιστορίας του, βοήθησαν στην εξέλιξη του τουριστικού ενστίκτου για την ανάγκη των ανθρώπων να επισκεφθούν άλλους κόσμους και άλλων ειδών κουλτούρες.

Συνέπεια όλων αυτών των οικονομικών και κοινωνικών μεταβολών και της αύξησης του πολιτιστικού επιπέδου των λαών, ήταν η καθοριστική συμβολή τους στην αύξηση της τουριστικής κίνησης.

δ) Η εξασφάλιση κοινωνικών παροχών στις οικονομικά ασθενέστερες τάξεις.

Με την παροχή κοινωνικής ασφάλισης, όπως συντάξεις, ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, επιδόματα αδειάς κ.α. βοηθήθηκε, σημαντικά, η βελτίωση της οικονομικής κατάστασης των εργαζομένων, με αποτέλεσμα να είναι ευκολότερο για αυτούς να κάνουν διακοπές. Η επέκταση του θεσμού των αδειών αναπαύσεως συνέβαλε στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης για ανάπτυξη και τέρψη των ομάδων των εργαζομένων. Τέλος, με την αύξηση του ελεύθερου χρόνου, λόγω της ανάπτυξης της τεχνολογίας και της ταυτόχρονης μείωσης των ωρών εργασίας των εργαζομένων, αυξήθηκε η τουριστική ζήτηση, ως αποτέλεσμα της ανάγκης να καλυφθεί ο ελεύθερος χρόνος, αξιοποιώντας τον με ατομικά ή ομαδικά τουριστικά ταξίδια.

ε) Η πληρότητα της ενημέρωσης.

Η συστηματική, δηλαδή, και οργανωμένη ενημέρωση των ατόμων από τον Τύπο, την τηλεόραση, διαφημιστικά φυλλάδια, τοιχοκολλήσεις, ειδικές εκδόσεις κλπ., συμβάλει στην έμμεση γνωριμία του χώρου, βοηθώντας στην άμεση λήψη της απόφασης για τουριστική διακίνηση.

στ) Ο αστυκεντρισμός.

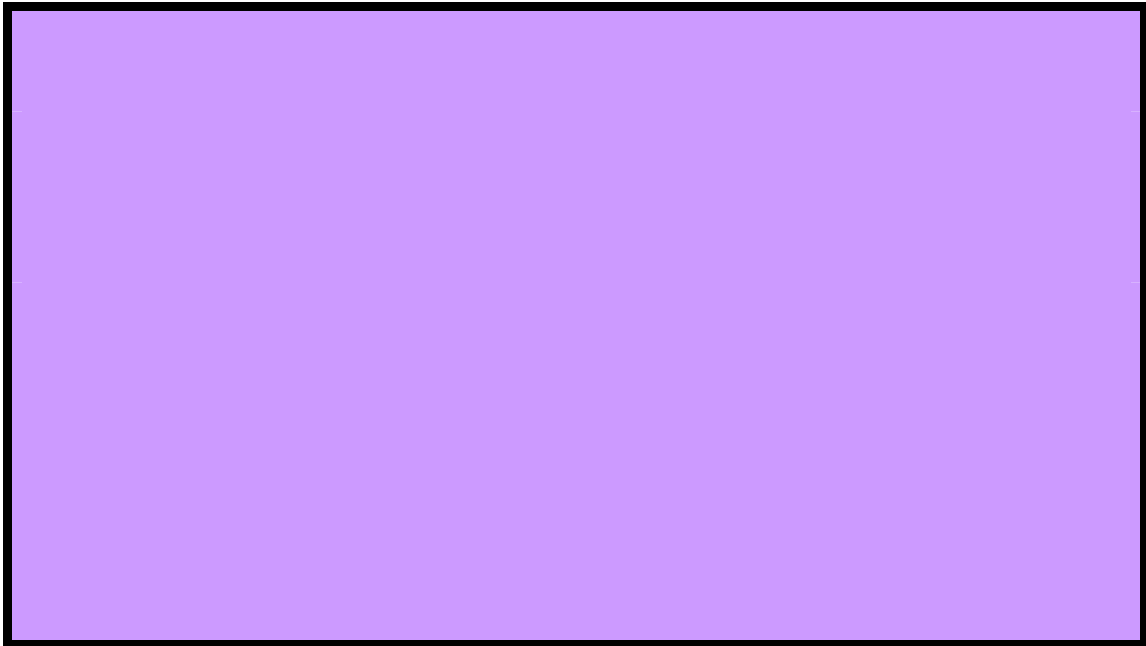
Η εξέλιξη του επέδρασε θετικά στην ανάπτυξη του τουρισμού. Πραγματικά, η κοινωνικοποίηση του τουρισμού και ο εκδημοκρατισμός του, επιβεβαιώνουν την άποψη ότι «η ανάπτυξη του σύγχρονου τουρισμού είναι στενά συνδεδεμένη με την ανάπτυξη της βιομηχανίας και της αστυφιλίας».

ζ) Άλλοι λόγοι.

Είναι η δικαιότερη κατανομή του εθνικού εισοδήματος και του πλούτου, η ανάπτυξη κέντρων, η ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων, η διεθνοποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η μόδα, κ.α.

Κεφάλαιο 2^ο

- 2.1 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ Ε.Ο.Τ.**
- 2.2 Η ΕΛΛΑΔΑ ΜΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ**
- 2.3 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**
- 2.4 ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ**
- 2.5 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**
- 2.6 Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**
- 2.7 ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ**



2.1 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ Ε.Ο.Τ.

Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης ανασυστάθηκε με το Προεδρικό Διάταγμα 122/2004 (ΦΕΚ 85/Α/17.03.04) και έχει τις αρμοδιότητες που ορίζονται από τον ν.3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004). Στο Π.Δ. 149/2005 (ΦΕΚ 211/Α/22.08.05) ορίζεται ο οργανισμός του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, καθώς και η διάρθρωση και οι αρμοδιότητες των υπηρεσιών του.

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου υπό την εποπτεία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης. Ο Ε.Ο.Τ. ιδρύθηκε το 1950 με τον Α.Ν. 1565/50, που κυρώθηκε με τον ν.1624/51, και έκτοτε αποτελεί τον βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα. Σύμφωνα με τον ν.3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004) ο Ε.Ο.Τ. διαρθρώνεται σε Κεντρική Υπηρεσία, με έδρα την Αθήνα και σε Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (Π.Υ.Τ.) από 1.1.2005 . Η διάρθρωση των υπηρεσιών του Ε.Ο.Τ. και οι αρμοδιότητες της κάθε υπηρεσιακής μονάδας περιλαμβάνονται στο Π.Δ. 343/2001 (ΦΕΚ 231 Α). Άλλοι φορείς εποπτευόμενοι από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, ν.3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004) είναι:

- ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ.)
- η Ανώνυμη Εταιρεία «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα» (Ε.Τ.Α. Α.Ε.), η οποία μετονομάζεται σε «Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης Α.Ε.» (Ε.Τ.Α. Α.Ε.)
- το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.).
- τα Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου (Ν.Π.Ι.Δ.) που εκ της υφιστάμενης νομοθεσίας εποπτεύονται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης
- οι εταιρείες και κάθε είδους επιχειρήσεις, στις οποίες τα άνω νομικά πρόσωπα είναι αποκλειστικοί μέτοχοι ή μέτοχοι πλειοψηφίας.

Η εφαρμογή της ελληνικής εθνικής τουριστικής πολιτικής εποπτεύεται από

τον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) και το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Οι δύο οργανώσεις μοιράζονται τις ευθύνες για τον προγραμματισμό, την εφαρμογή και την προώθηση του ελληνικού τουρισμού, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, καθώς επίσης, και συντονίζοντας τη συμμετοχή του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα σε όλες τις δραστηριότητες τουρισμού. Η δημόσια επένδυση στις εμπορικές εγκαταστάσεις χρησιμοποιήθηκε τις πρώτες ημέρες του ελληνικού τουρισμού για να υποκινήσει και τη ζήτηση τουρισμού και την εμπιστοσύνη του ιδιωτικού τομέα για να επενδύσει. Ο ΕΟΤ διευθύνει σήμερα 24 περιφερειακά εκ των οποίων 3 βρίσκονται στην Κρήτη (Ηράκλειο, Ρέθυμνο και Χανιά) και 25 υπερπόντια γραφεία σε 22 χώρες παγκοσμίως.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν διανέμεται στη διεθνή αγορά, κυρίως, μέσω των ευρωπαϊκών οργανωτών ταξιδιών, οι οποίοι οργανώνουν πακέτα οργανωμένων διακοπών και περιλαμβάνουν τα ελληνικά θέρετρα στα προγράμματά τους. Περίπου 800 tour operators διανέμουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Περισσότερα από 7.000 εισερχόμενα γραφεία ταξιδιών ενεργούν, συχνά ως εκπρόσωποι των tour operators, παρέχοντας ποικίλες υπηρεσίες τουρισμού, όπως η οργάνωση εξορμήσεων, η ανταλλαγή νομίσματος, και οι κρατήσεις στέγασης άμεσα στους καταναλωτές. Συμμετέχουν συνήθως στις διαπραγματεύσεις μεταξύ των tour operators και των καταλυμάτων, καθώς επίσης και συνεργάζονται με τους αντιπροσώπους των tour operators στους προορισμούς. Επιπλέον, ο ΕΟΤ έχει δημιουργήσει διάφορα γραφεία πληροφοριών σε σημαντικά θέρετρα, ενώ διάφορες τοπικές αρχές παρέχουν πληροφορίες στους τουρίστες καθώς επίσης και διανέμουν διαφημιστικό υλικό και κάνουν τοπικές κρατήσεις. Το παγκόσμιο δίκτυο του ΕΟΤ διανέμει υλικό πληροφοριών σε υποψήφιους τουρίστες, καθώς επίσης και αναλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες στον τομέα του μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων, τόσο για τους μεμονωμένους όσο και για τους θεσμικούς πελάτες.

Ο τουρισμός χρειάζεται μία συνολική νομοθετική παρέμβαση, ανάλογη με το πλαίσιο που θεσπίστηκε για την αξιοποίηση των Ολυμπιακών Εγκαταστάσεων, βάσει της οποίας όλες οι απαιτούμενες άδειες, είτε αφορούν νέες επενδύσεις είτε υφιστάμενες, θα δίνονται από έναν μόνο φορέα και εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος. Η διαπίστωση αυτή αντικατοπτρίζει τις δυσκολίες και τα σύνθετα προβλήματα –και λόγω συναρμοδιοτήτων σχεδόν με κάθε άλλο βασικό υπουργείο– που συναντά η προσπάθεια υλοποίησης συγκροτημένης τουριστικής πολιτικής, διαδικασία χρονοβόρος και επίπονη.

Ήδη κάποια μέτρα προς αυτή την κατεύθυνση έχουν αρχίσει να λαμβάνονται, από την πλευρά του υπουργείου. Το υπουργείο Μεταφορών και η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας θα επεκτείνουν σε 24ωρη τη λειτουργία αρκετών αεροδρομίων της περιφέρειας. Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης έχει ζητήσει την έγκαιρη πρόσληψη του εποχιακού προσωπικού, καθώς και την εξεύρεση πρακτικών λύσεων (π.χ. κλιματιζόμενα στέγαστρα, περισσότερα γκισέ κ.λπ.) για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επιβατών στα αεροδρόμια που παρουσιάζουν προβλήματα την περίοδο αιχμής.

Για την προσέλκυση αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους γίνονται αυτό το διάστημα συζητήσεις με ορισμένες από αυτές, όπως η easyjet, η Ryanair και η Germanwings. Ειδικά η Ryanair, έχει ζητήσει και έχει λάβει πληθώρα στοιχείων και εκπονεί μελέτη για την αγορά της Ελλάδας.

Υπεγράφη η πρώτη Υπουργική Απόφαση στο πλαίσιο της εφαρμογής του νέου Νόμου για τον Ιαματικό Τουρισμό και έπονται οι υπόλοιπες, καθώς και τα σχετικά Π.Δ.. Ήδη, ειδική επιστημονική ομάδα που συγκρότησε το υπουργείο επισκέπτεται τις ιαματικές πηγές της Β. Ελλάδας και άρχισε την καταγραφή τους.

Οι διαδικασίες χορήγησης Βίζα στη Μόσχα έχουν βελτιωθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό και η Ελλάδα θεωρείται πλέον σήμερα ταχύτερη στις σχετικές διαδικασίες μεταξύ των άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Ωστόσο, όπου υπάρχουν ακόμα προβλήματα σε άλλες περιοχές, των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης, θα αντιμετωπιστούν σε συνεργασία με το υπουργείο Εξωτερικών.

Η ίδρυση Πανεπιστημίου Τουρισμού προχωρεί, και τώρα βρίσκεται σε εξέλιξη η κατάρτιση του γνωστικού αντικειμένου. Το Υπουργείο Παιδείας θεωρεί ότι θα πρέπει να αποτελεί Παράρτημα υφιστάμενου πανεπιστημίου, για να υπάρχουν οι σχετικές υποδομές.

Ο θεσμός της Τουριστικής Κατοικίας βρίσκεται στο στάδιο της μελέτης και επεξεργασίας. Εξετάζονται τα μοντέλα που αναπτύχθηκαν σε άλλα κράτη, και κυρίως στα ανταγωνιστικά, και θα διαμορφωθεί ένα πλαίσιο που θα αξιοποιεί τα θετικά στοιχεία και θα παραλείπει τα αρνητικά.

Δε μπορεί αυτή τη στιγμή να υπάρξει χρονική δέσμευση από την πλευρά του υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης για το θέμα της διευθέτησης των πολεοδομικών εκκρεμοτήτων των ξενοδοχείων αποτελεί, πάντως ένα ζήτημα που απασχολεί την κυβέρνηση. Παράλληλα, για το θέμα της «απόσυρσης» ξενοδοχείων εξετάζονται οι περιπτώσεις ξενοδοχείων εκτός σχεδίου, αλλά προκύπτουν πολύ σοβαρές δυσκολίες και νομικά ζητήματα.

Από την πλευρά των ιδιωτών, των επαγγελματιών του κλάδου, σε επίπεδο Ομοσπονδίας Ξενοδοχειακών Ενώσεων, αναλαμβάνονται οι εξής σημαντικές πρωτοβουλίες:

Πρώτον, η συμφωνία στρατηγικής συνεργασίας με τον κορυφαίο παγκοσμίως όμιλο τουριστικών ηλεκτρονικών πωλήσεων και κρατήσεων Expedia, η οποία ανακοινώθηκε επισήμως και άρχισε να υλοποιείται από τα τέλη του 2006. Θα ακολουθήσουν ανάλογες δράσεις και με άλλες εταιρείες με τις οποίες η Ομοσπονδία βρίσκεται σε συζητήσεις.

Δεύτερον, η δημιουργία επαγγελματικής κάρτας (Business to Business) αποκλειστικά για ξενοδόχους και με ευνοϊκούς όρους για όσους την αποκτήσουν, καθώς οι διαπραγματεύσεις για σύναψη σχετικής συμφωνίας με τον τραπεζικό Όμιλο Eurobank βρίσκονται στο τελικό τους στάδιο.

Τρίτον, η δημιουργία και λειτουργία portal της Ομοσπονδίας στο διαδίκτυο. Οι διαπραγματεύσεις με τις μεγαλύτερες εταιρείες του χώρου, ολοκληρώνονται και σύντομα η Ομοσπονδία θα καταλήξει στην ανάθεση του portal. Σημειώνεται ότι έχει, ήδη, κατοχυρωθεί η διεύθυνση www.hhf.gr (Hellenic Hotel Federation).

Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού

1. ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ και ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANIZATION.
2. ΑΥΣΤΡΙΑ - GRIECHISCHE ZENTRALE FÜR FREMDENVERKEHR
3. ΒΕΛΓΙΟ - OFFICE NATIONAL HELLENIQUE DU TOURISME
4. ΓΑΛΛΙΑ - OFFICE NATIONAL HELLENIQUE DU TOURISME
5. ΓΕΡΜΑΝΙΑ
 - i. GRIECHISCHE ZENTRALE FÜR FREMDENVERKEHR DIREKTION FÜR DEUTSCHLAND
 - ii. GRIECHISCHE ZENTRALE FÜR FREMDENVERKEHR BÜRO BERLIN
 - iii. GRIECHISCHE ZENTRALE FÜR FREMDENVERKEHR BÜRO HAMBURG
 - iv. GRIECHISCHE ZENTRALE FÜR FREMDENVERKEHR BÜRO MÜNCHEN
6. ΔΑΝΙΑ - DEN GRAESKE STATS TURISTBUREAU
7. ΕΛΒΕΤΙΑ - GRIECHISCHE ZENTRALE FÜR FREMDENVERKEHR
8. ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ - GREEK NATIONAL

TOURISM ORGANIZATION

9. ΙΑΠΩΝΙΑ - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANIZATION
10. ΙΣΠΑΝΙΑ - ORGANISMO NACIONAL HELÉNICO DE TURISMO
11. ΙΣΡΑΗΛ - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANIZATION
12. ΙΤΑΛΙΑ
 - i. MILANO - ENTE NAZIONALE ELLENICO PER IL TURISMO
 - ii. ROME - ENTE NAZIONALE ELLENICO PER IL TURISMO
13. ΚΑΝΑΔΑΣ - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANIZATION
14. ΚΙΝΑ - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANIZATION BEIJING OFFICE
15. ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ & ΙΡΛΑΝΔΙΑ - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANIZATION
16. ΟΛΛΑΝΔΙΑ - GRIEKSE NATIONALE ORGANIZATIE VOOR TOERISME
17. ΡΩΣΙΑ - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANIZATION
18. ΣΟΥΗΔΙΑ - GREKISKA STATENS TURISTBYRA
19. ΤΣΕΧΙΑ - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANIZATION
20. ΦΙΛΑΝΔΙΑ - KREIKAN VALTION MATKAILUTOIMISTO

Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού

ΑΘΗΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ
Τσόχα 24, 11521 Αθήνα
Τηλ. : 210 8707000
Fax : 210 6434054

ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Προβλήτα Τελωνείου - 28100
Αργοστόλι
Τηλ. : 26710 22248
Fax : 26710 24466

ΑΡΤΑ ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Πλ. Κρυστάλλη (Πλησίον ΚΤΕΛ) -
47100 Αρτα
Τηλ. : 26810 78551
Fax : 26810 78551
E-mail : eotartas@otenet.gr

ΒΟΛΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
Πλατεία Ρήγα Φεραίου , 38334
ΒΟΛΟΣ
Τηλ. : 24210 23500, 24915, 37417,
36233
Fax : 24210 24750
E-mail : pereoth@otenet.gr

**ΓΥΘΕΙΟ
ΛΑΚΩΝΙΑΣ** ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Βασ. Γεωργίου 20 - 23200 Γύθειο
Λακωνίας
Τηλ. : 27330 24484

ΖΑΚΥΝΘΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Ζακύνθου (εντός
κτιρίου υπηρεσιών λιμένος
Ζακύνθου)
Μόλος Αγ. Διονυσίου Τ.Κ. 29100
Τηλ. : 26950 25428

ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(Χώρος Τελωνείου) - 46100
Ηγουμενίτσα
Τηλ. : 26650 22227

Fax : 26650 24963

ΗΡΑΚΛΕΙΟ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΡΗΤΗΣ
-Γραφεία Διεύθυνσης Τουρισμού
Πάπα Αλέξανδρου Ε' 16 , 71 202
ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
Τηλ. : (+30) 2810 246106
Fax : (+30) 2810 246105
E-mail : dtkritis@otenet.gr

- Γραφείο πληροφοριών
Τηλ. : 2810 246299
Fax : 2810 246295
E-mail : dtkritis@otenet.gr

- Γραφείο Πληροφοριών
Αερολιμένα "Ν.
ΚΑΖΑΝΤΖΑΚΗΣ"
Αίθουσα Αφίξεων
Τηλ. : 2810 397305

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
-Γραφεία Διεύθυνσης Τουρισμού
Τσιμισκή 136 (νέο κτίριο
Χ.Α.Ν.Θ.)- 54621 Θεσσαλονίκη
Τ.Θ. 50213 - 54013 Θεσσαλονίκη
Τηλ. κέντρο : 2310 252170
Διευθυντής : 2310 254810
Τμήμα Τουρ. Εγκ/σεων : 2310
254834
Fax Δ/σης : 2310 251621

- Γραφείο πληροφοριών
Τηλ. : 2310 221100
Fax : 2310 221380
E-mail : tour-the@otenet.gr

- Γραφείο Πληροφοριών
Αερολιμένα "ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ"
Αίθουσα Αφίξεων Εσωτερικού,
55103 Αερολιμένας
Τηλ. & Fax : 2310 471170

**ΘΗΡΑ
(ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ)**

ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Φηρά, 84 700 ΘΗΡΑ

ΙΘΑΚΗ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΙΘΑΚΗΣ, (υπό κατασκευή)
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΗΠΕΙΡΟΥ Δωδώνης 39, 45221 ΙΩΑΝΝΙΝΑ Τηλ. : 26510 41868, 48442, 48866 Fax : 26510 49139 E-mail : mailto:etioan@otenet.gr
ΚΑΒΑΛΑ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Εθνικής Αντιστάσεως 2, 65 110 Καβάλα Τηλ. : 2510 231653, 227409 Fax : 2510 223885
ΚΑΛΑΜΑΤΑ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Αριστομένους και Πολυβίου 6 - 1ος όροφος - 24100 Καλαμάτα Τηλ. : 27210 86868
ΚΕΡΚΥΡΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ Αλυκές Ποταμού, Τ.Θ. 467, 49100 ΚΕΡΚΥΡΑ Τηλ. : Πληροφορίες : 26610 37520 Τηλ. κέντρο : 26610 37638-40 Διευθυντής :26610 46141 Τεχνικό Τμήμα : 26610 39422 Fax : 26610 30298 E-mail : eotcorfu@otenet.gr
	ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΤΗΣ Π.Υ.Τ. ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ Ευαγγελιστρίας 4, 49100 Κέρκυρα Τηλ. : 2661037520
	- Γραφείο πληροφοριών Λευκάδας Τηλ. : 26450 25292 Fax : 26450 25292
ΚΟΖΑΝΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ Περιοχή Ζ.Ε.Π., 501 00 Κοζάνη

Τηλ. : 24610 53807
Fax : 24610 53810
E-mail : dtour@pdm.gr

ΚΟΜΟΤΗΝΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ Ν. Παπανικολάου 1 - 69100 Κομοτηνή Τηλ. : 25310 82886, 70996, 82878 Fax : 25310 70995 E-mail : touremth@otenet.gr
ΚΩΣ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΩ Αρτεμησίας 2 & Γ. Ιωαννίδη 85300 Κως(υπό κατασκευή)
ΛΑΜΙΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ Καλυβίων 14, 35100 ΛΑΜΙΑ Τηλ. : 22310 66050, 31988 Fax : 22310 66059
ΛΑΡΙΣΑ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Ηπείρου 58 - 41222 Λάρισα Τηλ. : 2410 618189, 2410 670437 Fax : 2410 670453
ΛΕΥΚΑΔΑ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΛΕΥΚΑΔΑΣ (εντός εγκαταστάσεων μαρίνας Λευκάδας) Μαρίνα Λευκάδας 31100 Τηλ. : 26450 25292
ΜΥΚΟΝΟΣ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΜΥΚΟΝΟΥ (εντός Δημαρχείου) Παραλία Μυκόνου, 84600 ΜΥΚΟΝΟΣ Τηλ. : 22890 25250
ΜΥΤΙΛΗΝΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ Τζέημς Αριστάρχου 6, Τ.Θ. 37, 81100 ΜΥΤΙΛΗΝΗ Τηλ. : 22510 42512, 42513 Fax : 22510 42512-3 E-mail : eotpytva@otenet.gr

ΠΑΡΟΣ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΠΑΡΟΥ (έμπροσθεν λιμένος Παροικιάς) Παροικία ,Πάρος 84400
ΠΑΤΡΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ Φιλοποίμενος 26, 26221 ΠΑΤΡΑ Τηλ. : 2610 620353 , 621891 Fax : 2610 620125 E-mail : eotpytde@otenet.gr
ΡΕΘΥΜΝΟ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Σοφοκλή Βενιζέλου - Κτίριο Δελφίνι - 74100 Ρέθυμνο Τηλ. : 28310 29148 Fax : 28310 56350
ΡΟΔΟΣ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ Αρχιεπισκόπου Μακαρίου και Παπάγου , 85100 ΡΟΔΟΣ Τηλ. : 22410 44330 (κέντρο), 44335, 44336 Fax : 22410 26955 E-mail : eotrodos@otenet.gr
ΣΑΜΟΣ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Θεμιστοκλή Σοφούλη 107 - 83100 Σάμος Τηλ. : 22730 28582 Fax : 22730 28530 E-mail :
ΣΥΡΟΣ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΥΚΛΑΔΩΝ Θυμάτων Σπερχειού 11 - 84100 Σύρος Τηλ. : 22810 86725, 82375 Fax : 22810 85275 E-mail : pna@notioaigaio.gov.gr
ΤΡΙΠΟΛΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ Εθνικής Αντιστάσεως 87, 22100

Τρίπολη
Τηλ. : 2710 238009
Fax : 2710 230287
E-mail : pyt_tripolis@gnto.gr

ΧΑΝΙΑ ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Κριάρη 40 - Μέγαρο Πάνθεον -
73100 Χανιά
Τηλ. : 28210 92943
Fax : 28210 92624

ΧΙΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΧΙΟΥ
Δημοκρατίας 6- 8, 82100 Χίος

Τουριστική Αστυνομία

Η Τουριστική Αστυνομία, αποτελεί Υπηρεσία της Ελληνικής Αστυνομίας και στελεχώνεται με ειδικά εκπαιδευμένο ξενόγλωσσο προσωπικό. Στα πλαίσια της λειτουργίας της, παρέχει τις παρακάτω υπηρεσίες:

- Εξυπηρετεί ημεδαπούς και αλλοδαπούς τουρίστες, σε θέματα πληροφοριών, διευκολύνσεων και επίλυσης των θεμάτων που ανακύπτουν με τις τουριστικές επιχειρήσεις.
- Συνεργάζεται με τις κατά τόπους αρμόδιες Διευθύνσεις Τουρισμού και τους Ο.Τ.Α., για την αντιμετώπιση θεμάτων τουρισμού.
- Εφαρμόζει την ισχύουσα τουριστική νομοθεσία σε επιχειρήσεις, μέσα και χώρους τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και δωμάτια, τουριστικά καταστήματα, τουριστικά γραφεία και λεωφορεία, καταστήματα εκμίσθωσης Ι.Χ. αυτοκινήτων και μοτο/των, αρχαιολογικούς χώρους, ξεναγούς, χιονοδρομικά κέντρα, λουτροπόλεις, σταθμούς μαζικής άφιξης και αναχώρησης επιβατών, καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος που λειτουργούν σε τουριστικές επιχειρήσεις, σε χώρους ελεύθερης κατασκήνωσης κ.λπ. και
- Διενεργεί ελέγχους σε τουριστικές επιχειρήσεις, με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση και προστασία των τουριστών.

Τα αναγνωριστικά **διακριτικά** των Αστυνομικών που υπηρετούν στην Τουριστική Αστυνομία είναι:

- Το λευκό επικάλυμμα του καπέλου τους,
- Η λευκή ζώνη,
- Τα λευκά γάντια και
- Το διακριτικό σήμα με τον τίτλο “TOURIST POLICE” που φέρουν στο στήθος τους.

Η Τουριστική Αστυνομία διαθέτει 64 σταθμούς σε όλη την επικράτεια, τηλεφωνικό κέντρο με αριθμό κλήσης “171”, το οποίο λειτουργεί σε 24ωρη βάση και παρέχει πάσης φύσεως πληροφορίες και κατευθύνσεις, στην **ελληνική, αγγλική** ,

γαλλική και γερμανική γλώσσα, για την άμεση επίλυση προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι τουρίστες.

2.2 Η ΕΛΛΑΔΑ ΜΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Η Ελλάδα μετά από πολλές συμφορές και όλα τα δεινά που αντιμετώπισε καθ' όλη την πορεία της μέσα στην ιστορία, έχει πλέον να επιδείξει πολύ υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, ειδικότερα από το β' μισό του περασμένου αιώνα και μετά. Έχει αγγίξει σχεδόν τα 11 εκατομμύρια, μόνιμους και νόμιμους, κατοίκους. Από αυτά, τα 5.427.682 αποτελούν τον ανδρικό πληθυσμό και τα 5.536.338 το γυναικείο πληθυσμό. Τα 5.738.416 είναι άνθρωποι νεαρής ηλικίας, κάτω των 40 ετών, περισσότεροι, δηλαδή, από τους μισούς του συνολικού πληθυσμού (ΕΣΥΕ, απογραφή πληθυσμού 2001).

Συγκοινωνίες

Τις τελευταίες δεκαετίες, το συγκοινωνιακό δίκτυο της χώρας εκσυγχρονίστηκε και αναβαθμίστηκε εντυπωσιακά, με αποτέλεσμα η Ελλάδα να έχει σήμερα μια ολοκληρωμένη δομή συγκοινωνιών που επιτρέπει τη γρήγορη και ασφαλή μετακίνηση σε όλα τα σημεία της επικράτειας. Παράλληλα, νέα έργα εντάσσονται συνεχώς στο πρόγραμμα, ώστε οι υποδομές του συγκοινωνιακού πλέγματος της χώρας να γίνονται ολοένα και πιο αξιόπιστες. Μεγάλης σημασίας για τη βελτίωση της οδικής συγκοινωνίας στον ελλαδικό χώρο είναι η λειτουργία της γέφυρας Ρίου-Αντιρρίου (που συνδέει τη δυτική Πελοπόννησο με τη δυτική Στερεά Ελλάδα), η οποία είναι η μεγαλύτερη καλωδιακή γέφυρα στην Ευρώπη. Σε εξέλιξη βρίσκεται, ακόμα, η κατασκευή τμημάτων του κλειστού αυτοκινητόδρομου της «Εγνατίας Οδού» στη Βόρεια Ελλάδα (συνολικού μήκους 680 χλμ.), ενώ ιδιαίτερα σημαντικές είναι οι παρεμβάσεις για την ανάπτυξη του κεντρικού οδικού άξονα της χώρας Π.Α.Θ.Ε. (που συνδέει τις πόλεις της Πάτρας, της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης).

Παράλληλα, στον τομέα των ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών, προχώρησαν οι εργασίες βελτίωσης των υπάρχοντων υποδομών σε πολλά λιμάνια της χώρας και ειδικά σε αυτά του Πειραιά και της Ραφήνας, που είναι τα δύο βασικότερα λιμάνια για τη σύνδεση της ηπειρωτικής Ελλάδας με τα νησιά του Αιγαίου και την Κρήτη. Επιπλέον, εκσυγχρονίστηκαν αποφασιστικά και τα αεροδρόμια της χώρας, όπως επίσης και το σιδηροδρομικό δίκτυο, με την αναβάθμιση των υπάρχουσών γραμμών και τη δημιουργία νέων αλλά και τη δρομολόγηση εξαιρετικά σύγχρονων και ταχέων αμαξοστοιχιών.

Εξάλλου, με την ευκαιρία των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το 2004, μια σειρά μεγάλων συγκοινωνιακών έργων σχεδιάστηκαν και ολοκληρώθηκαν στο νομό Αττικής. Η κατασκευή της Αττικής Οδού μετέβαλε ουσιαστικά το συγκοινωνιακό χάρτη της περιοχής. Στην πόλη της Αθήνας αναβαθμίστηκαν οι δημόσιες συγκοινωνίες και βελτιώθηκε η ποιότητα ζωής με την κατασκευή και λειτουργία του μητροπολιτικού σιδηρόδρομου (μετρό), του προαστιακού σιδηρόδρομου και του τραμ. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε σημαντική αναβάθμιση των υπάρχοντων μέσων μαζικής μεταφοράς με την ανανέωση του στόλου λεωφορείων και τρόλεϊ και την ανακαίνιση των σταθμών του ηλεκτρικού σιδηρόδρομου Αθήνας-Πειραιά. Η σύνδεση του τελευταίου με το μητροπολιτικό και τον προαστιακό σιδηρόδρομο, αλλά και με το εθνικό δίκτυο σιδηροδρόμων, δημιούργησε ένα λειτουργικό πλέγμα συγκοινωνιών. Τέλος, σημαντικό σταθμό για τη βελτίωση των αεροπορικών ταξιδιών στη χώρα, αποτέλεσε η κατασκευή και λειτουργία του νέου σύγχρονου αεροδρομίου Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», στην περιοχή των Σπάτων Αττικής.

Οδικές συνδέσεις

Το οδικό δίκτυο της Ελλάδας έχει συνολικό μήκος περίπου 117.000 χλμ., διασχίζει τόσο το ηπειρωτικό όσο και το νησιωτικό τμήμα της και κατανέμεται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Αυτοκινητόδρομοι
- Εθνικές οδοί και λεωφόροι
- Κύριο οδικό δίκτυο (συνδέσεις νομών)
- Ασφαλτόδρομοι
- Κύριοι χωματόδρομοι (συνδέσεις κοινοτήτων)
- Λοιποί χωματόδρομοι (δασικοί δρόμοι, δρόμοι κακής βατότητας, δευτερεύουσες συνδέσεις)

Οι κύριοι οδικοί άξονες είναι οι παρακάτω (σε παρένθεση ο αριθμός Ευρωπαϊκής Οδού):

- Αθήνα - Θεσσαλονίκη (E 75)
- Αθήνα - Κόρινθος (E 94)
- Κόρινθος - Πάτρα (E 65)
- Κόρινθος - Τρίπολη - Καλαμάτα (E 65)
- Πάτρα - Πύργος - Ολυμπία (E 55)
- Θεσσαλονίκη - Καβάλα - Αλεξανδρούπολη (E 90)
- Ηγουμενίτσα - Αλεξανδρούπολη (Εγνατία Οδός)
- Χανιά - Άγιος Νικόλαος (Κρήτη - E 75)

Οι πρωτεύουσες των περισσότερων νομών συνδέονται μεταξύ τους με ένα πυκνό δίκτυο δρομολογίων από τα υπεραστικά λεωφορεία (ΚΤΕΛ), που πληρούν όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές για την ασφαλέστερη και πιο ευχάριστη μετακίνηση των επιβατών.

Σιδηροδρομικό δίκτυο

Το σιδηροδρομικό δίκτυο της χώρας έχει μήκος περίπου 2.500 χλμ., καλύπτει μεγάλο μέρος της ηπειρωτικής Ελλάδας και συνδέει τη χώρα με την κεντρική Ευρώπη και την Τουρκία. Η μεταφορά επιβατών, αποσκευών και συνοδευόμενων αυτοκινήτων γίνεται με τακτικά ημερήσια δρομολόγια, τα οποία καθορίζονται κατ' έτος και εξασφαλίζονται με τρένα υψηλών προδιαγραφών τύπου Intercity (εξπρές και απλά) και με κοινές αμαξοστοιχίες (ταχείες, υπερταχείες κ.λπ.). Όταν ταξιδεύετε με το τρένο, αξίζει να παρατηρήσετε την αρχιτεκτονική των παλιών σταθμών του δικτύου, οι περισσότεροι από τους οποίους είναι κατασκευασμένοι στα τέλη του 19ου και αποτελούν πραγματικά κομψοτεχνήματα πρώιμης βιομηχανικής αρχιτεκτονικής.

*Γραφικές διαδρομές Ο.Σ.Ε.: Το ελληνικό σιδηροδρομικό δίκτυο σε πολλά του σημεία διέρχεται από τοπία σπάνιας ομορφιάς. Τα περισσότερα μάλιστα είναι αποκλειστικό προνόμιο των επιβατών του Ο.Σ.Ε. καθώς από εκεί περνάει μόνο το τρένο. Εκτός από τα τακτικά δρομολόγια των αμαξοστοιχιών του Ο.Σ.Ε., πραγματοποιούνται και ειδικά δρομολόγια με εκδρομικές αμαξοστοιχίες (συμβατικές ή μουσειακές ατμήλατες κατόπιν ειδικής συνεννόησης), με τα οποία μπορεί κάποιος να περιηγηθεί στην πανέμορφη ελληνική ενδοχώρα. Οι διαδρομές αυτές είναι:

- [Διακοφτό - Καλάβρυτα \(Πελοπόννησος\)](#)
- [Πήλιο \(Θεσσαλία\)](#)
- [Νέστος \(Ανατολική Μακεδονία\)](#)

Θαλάσσιες συγκοινωνίες

Το ακτοπλοϊκό δίκτυο στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα εκτεταμένο και εξασφαλίζει τη μεταφορά σε όλα τα [νησιά](#) της ελληνικής επικράτειας, τους περισσότερους παραθαλάσσιους προορισμούς της ηπειρωτικής χώρας, καθώς και λιμάνια του εξωτερικού. Ο στόλος των πλοίων όλων των τύπων (επιβατηγά, οχηματαγωγά, ανοικτού τύπου, flying dolphins κ.λπ.), που πραγματοποιούν τα δρομολόγια εσωτερικού και εξωτερικού, έχει εκσυγχρονιστεί εντυπωσιακά και προσφέρει γρήγορη, αξιόπιστη και ευχάριστη μετακίνηση σε κάθε προορισμό.

- **Εσωτερικές Συνδέσεις**

**Εσωτερικές παράκτιες συνδέσεις
Δρομολόγια με επιβατηγά/οχηματαγωγά πλοία**

Αττική	Κρήτη
Στερεά Ελλάδα	Δωδεκάνησα
Θεσσαλία	Βόρειο Αιγαίο
Πελοπόννησος	Κυκλάδες
Μακεδονία	Νησιά Ιονίου
Θράκη	

Η ομορφιά των ελληνικών νησιών, ο ήλιος, οι αμμουδιές και τα κρυστάλλινα νερά, είναι αγαθά προσιτά σε όλους όσους επιλέγουν την Ελλάδα για τις διακοπές τους. Αυτό οφείλεται στο πυκνό δίκτυο ακτοπλοϊκών μεταφορών, που εκτελούνται από σύγχρονα πλοία όλων των κατηγοριών και προς όλους τους προορισμούς.

Δρομολόγια. Τα πολυτελή και γρήγορα ακτοπλοϊκά εκτελούν πολλά τακτικά δρομολόγια, που μειώνουν τις αποστάσεις κέντρου και νησιών. Τα δρομολόγια είναι κατανομημένα έτσι, ώστε να συνδέουν τα κεντρικά λιμάνια της Αττικής, του Πειραιά και της Ραφήνας, με τα νησιά, αλλά και τα νησιά μεταξύ τους. Συγχρόνως, κι άλλα λιμάνια της Αττικής και της ηπειρωτικής Ελλάδας συνδέονται με πλοίο με τα νησιά, ενώ ανάλογα δρομολόγια εκτελούνται και από άλλα σημαντικά λιμάνια της Χώρας, όπως η Πάτρα, η Κυλλήνη, η Θεσσαλονίκη, η Ηγουμενίτσα, η Αλεξανδρούπολη, η Καβάλα, ο Βόλος κ.α προς διάφορα νησιά.

Τα περισσότερα δρομολόγια εκτελούνται κάθε μέρα ολόκληρο το χρόνο. Ορισμένα προβλέπουν αναχώρηση το απόγευμα και ταξίδι ολόκληρη τη νύχτα, ενώ άλλα αναχώρηση νωρίς το πρωί και επιστροφή την ίδια μέρα, μέσω των ίδιων ή άλλων λιμανιών.

Τα δρομολόγια των Δωδεκανήσων, των Κυκλάδων, του Ιονίου και του Ανατολικού Αιγαίου συμπληρώνουν πολλά τοπικά δρομολόγια μικρότερων πλοίων που εξυπηρετούν ακόμη και τα πιο μικρά νησιά. Έτσι, όποιος θέλει να γνωρίσει την Ελλάδα απ' τη μια άκρη στην άλλη, μπορεί να εκμεταλλευτεί τις άπειρες δυνατότητες, που του παρέχει η Ελληνική Ακτοπλοία.

Τα πλοία. Πλοία κάθε τύπου επιβατηγά, επιβατηγά/ οχηματαγωγά, υδροπτέρυγα και καταμαράν διασχίζουν όλα τα πελάγη της χώρας, με συνολική μεταφορική ικανότητα 100.000 άτομα και 20.000 αυτοκίνητα την ημέρα. Ανήκουν σε εταιρείες-μέλη της Ένωσης Εφοπλιστών Ακτοπλοΐας ή της Ένωσης Πορθμείων Εσωτερικού, και είναι νεότευκτα ή πρόσφατα ανακαινισμένα, ώστε να καλύπτουν όλες τις απαιτήσεις των διεθνών συνθηκών, των κοινοτικών διατάξεων και των διατάξεων της εθνικής νομοθεσίας, όσον αφορά στην πυρασφάλεια, την ασφάλεια πλεύσης, την άνεση, την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος κλπ.

Όσον αφορά στους θαλάμους διανυκτέρευσης επιβατών, κοινός στόχος των εταιρειών είναι να εξασφαλίζουν στους επιβάτες συνθήκες διακοπών, απ' τη στιγμή, που θα επιβιβαστούν ως τη στιγμή της αποβίβασης στον τόπο των διακοπών τους και την επιστροφή τους, όταν οι διακοπές τελειώσουν. Όλα τα πλοία έχουν καμπίνες διακεκριμένης και οικονομικής θέσης, μπαρ, εστιατόριο και προσφέρουν και άλλες εξυπηρετήσεις, ανάλογα με τα δρομολόγιά τους, τον τύπο και τη διάρκεια του ταξιδιού.

Η Ελλάδα, υλοποιώντας διεθνείς υποχρεώσεις της και υιοθετώντας τις σύγχρονες κοινωνικές αντιλήψεις, εισήγαγε νομοθετικές ρυθμίσεις και ειδικές προδιαγραφές για τη μεταφορά των ατόμων με ειδικές ανάγκες. Ήδη σε πολλά πλοία εκτελούνται μετατροπές, ώστε να γίνουν γρήγορα προσιτά και στα άτομα αυτά.

Πίνακας 2.2.1: Πλοιοκτήτριες Εταιρείες Εσωτερικών Συνδέσεων

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	ΠΛΟΙΑ	ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ
ΑΓΙΑ ΜΑΡΙΝΑ-ΚΟΙΝΟΠΡ. ΝΕΑ ΣΤΥΡΑ	CHRISTOS T DIAMANTIS MIAOULIS PANAGIA T MARIA P	ΑΓΙΑ ΜΑΡΙΝΑ <-> ΝΕΑ ΣΤΥΡΑ ΑΓΙΑ ΜΑΡΙΝΑ <-> ΑΛΜΥΡΟΠΟΤΑΜΟΣ
ΑΓΟΥΔΙΜΟΣ LINES	PENELOPE A	ΡΑΦΗΝΑ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΚΑΒΑΛΑ - ΛΗΜΝΟ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ - ΧΙΟ - ΣΑΜΟ - ΙΚΑΡΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - ΛΗΜΝΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ - ΧΙΟΣ - ΣΑΜΟΣ
ΑΝΕ ΚΑΛΥΜΝΟΣ (Municipality of Kalimnos)	NISOS KALIMNOS	ΚΑΛΥΜΝΟΣ <-> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ
ΑΝΕΚ LINES S.A.	APTERA ARKADI KRITI KRITI II LATO LISSOS PREVELI	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΡΗΤΗ (ΗΡΑΚΛΕΙΟ) ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΡΗΤΗ (ΡΕΘΥΜΝΟ) ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΡΗΤΗ (ΗΡΑΚΛΕΙΟ) ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΡΗΤΗ (ΧΑΝΙΑ) ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΡΗΤΗ (ΧΑΝΙΑ) ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ ΚΡΗΤΗ & v.v
ΑΝΕΚ LINES	MIRTIDIOTISA MIRTIDIOTISA	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΘΗΡΑ ΑΝΤΙΚΥΘΗΡΑ ΓΥΘΕΙΟ ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΚΙΣΣΑΜΟΣ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΘΗΡΑ ΚΙΣΣΑΜΟΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΓΥΘΕΙΟ
ΑΝΕΣ	SIMI II EGLI PANORMIDIS (catamaran)	ΡΟΔΟΣ <-> ΣΥΜΗ
ΝΑΥΤ. ΕΤΑΙΡΙΑ ΚΑΒ. Α.Ε.	NISOS ΘΑΣΟΣ PLATITERA ΘΑΣΟΥ	ΚΑΒΑΛΑ <-> ΘΑΣΟΣ ΚΕΡΑΜΩΤΗ - ΠΡΙΝΟΣ

	PANAGIA ΘΑΣΟΥ PAPAGEORGIOY IV	
ANMEZ ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΤΗΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	SOLOMOS ΑΝΔ.ΚΑΛΒΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΣ 1 IONIS IONIA STAR - ΠΡΩΤΕΥΣ	ΚΥΛΛΗΝΗ <-> ΖΑΚΥΝΘΟΣ ΚΥΛΛΗΝΗ <-> ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ ΖΑΚΥΝΘΟΣ <-> ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ
AGISTRI - MAMONT - PIRAEUS LINES	KERAVNOS I (catamaran) KERAVNOS II (catamaran)	ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΑΙΓΙΝΑ ΑΓΚΙΣΤΡΙ & v.v
BLUE STAR FERRIES	BLUE STAR ΙΤΗΑΚΙ BLUE STAR PAROS BLUE STAR NAXOS BLUE STAR 2 SUPERFERRY II SEA JET 2	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ- ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΡΑΦΗΝΑ<-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΡΑΦΗΝΑ<-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ
DANE SEA LINES	DIAGORAS PATMOS RODOS	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ
DODEKANISOS SEA WAYS S.A.	DODEKANISOS EXPRESS DODEKANISOS PRIDE	ΡΟΔΟΣ ΣΥΜΗ<-> ΚΩΣ ΚΑΛΥΜΝΟΣ ΛΕΡΟΣ ΛΕΙΨΟΙ ΠΑΤΜΟΣ ΚΑΣΤΕΛΟΡΙΖΟ
DOLPHIN SEA LINES	JET I	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΝΗΣΙΑ ΣΑΡΩΝΙΚΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ
G.A. FERRIES	DALIANA DIMITROULA JET FERRY I MARINA MILENA RODANTHI ROMILNTA	ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ <-> N.E. AEGEAN ISLANDS & v.v ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ ΑΓ.ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ <-> ΣΚΙΑΘΟΣ ΣΚΟΠΕΛΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΣΠΟΡΑΔΕΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟ & v.v ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ & v.v
GERAISTOS S.A.	EVIA STAR	ΡΑΦΗΝΑ <-> ΜΑΡΜΑΡΙ
GOLDEN FERRIES	SANTORINI I	ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΣΥΝΔΕΣΕΙΣ ΜΕΤΑΞΥ ΝΗΣΙΩΝ ΤΩΝ ΚΥΚΛΑΔΩΝ
GOUTOS LINES	MYRINA EXPRESS MACEDONA	ΛΑΥΡΙΟ ΚΕΑ ΚΥΘΝΟΣ & v.v
HELLENIC SEAWAYS	Highspeed 1 Highspeed 2 Highspeed 3 Highspeed 4 Highspeed 5 Flyingcat 1 Flyingcat 2 Flyingcat 3 Flyingcat 4 Flyingcat 5 Flyingcat 6 Flyingdolphin X Flyingdolphin XV Flyingdolphin XVII Flyingdolphin XVIII Flyingdolphin XIX Flyingdolphin XXIII Flyingdolphin XXIX Νήσος Μύκονος Εξηπρές Αθηνά	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΝΗΣΙΑ ΣΑΡΩΝΙΚΟΥ ΚΟΛΠΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΡΑΦΗΝΑ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΣΠΟΡΑΔΕΣ

	Εξηπρές Απόλλων Εξηπρές Αφροδίτη Εξηπρές Πήγασος Εξηπρές Σαντορίνη Εξηπρές Σκιάθος Άρτεμις Νεφέλη Ποσειδών Ελλάς Απόλλων Ελλάς Αίας Σαρωνικός	
KARYSTIA SHIPPING COMPANY	MARMARI EXPRESS ARTEMISIA ΧΡΗΣΤΟΣ Τ.	ΡΑΦΗΝΑ <-> ΜΑΡΜΑΡΙ
KAVEIROS LINES	ΚΑΒΕΙΡΟΣ ARSINOI ΣΑΜΟΘΡΑΚΙ SAOS II	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ <-> ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ <-> ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ ΛΗΜΝΟΣ ΚΑΒΑΛΑ ΑΓ.ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ ΛΑΥΡΙΟ ΜΥΚΟΝΟΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗ ΤΗΝΟΣ ΧΙΟΣ
KERKIRAIKES GRAMMES	AGIOS SPIRIDON AGIA THEODORA	ΚΕΡΚΥΡΑ <-> ΗΓΟΥΕΝΙΤΣΑ & v.v. ΚΕΡΚΥΡΑ <-> ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ ΠΑΞΟΙ & v.v.
KIRIACOULIS MARITIME HOLDING S.A.	SAMOS I SAMOS II SAMOS III SAMOS IV TZINA TZINA II MARILENA II MARILENA GEORGIOS	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ
ΚΟΙΝΟΠΡΑΧΙΑ ΚΕΡΚΙΡΑ-ΙΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	ΕΚΑΤΕΡΙΝΙ PLATITERA PANTOKRATOR ΚΕΡΚΙΡΑ VIVI	ΚΕΡΚΥΡΑ <-> ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ <-> ΠΑΞΟΙ
ΚΟΙΝΟΠΡΑΧΙΑ ΠΛΟΙΟΝ ΖΑΚΙΝΘΟΥ	ΔΙΟΝΙΣΙΟΣ SOLOMOS ANDREAS KALVOS ΖΑΚΙΝΘΟΣ I PROTEUS ΙΟΝΙΟΣ STAR	ΚΥΛΛΗΝΗ <-> ΖΑΚΥΝΘΟΣ ΚΥΛΛΗΝΗ <-> ΚΕΦΑΛΟΝΝΙΑ ΖΑΚΥΝΘΟΣ <-> ΠΑΡΟΣ
L.A.N.E. SEA LINES	ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ L. V. KORNAROS	ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΚΡΗΤΗ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ & v.v ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΚΡΗΤΗ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ & v.v
MARITIME COMPANY OF LESVOS-NEL	ΑΕΟΛΟΣ EXPRESS ΑΕΟΛΟΣ EXPRESS II ALKEOS ΜΥΤΙΛΙΝΙ ΤΑΧΙΑΡΗΙΣ ΤΗΟΦΙΛΟΣ ΚΕΝΔΕΡΙΣ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΒΟΛΟΣ ΑΪ ΣΤΡΑΤΗΣ ΛΗΜΝΟΣ ΛΕΣΒΟΣ & v.v ΡΑΦΗΝΑ ΨΑΡΑ ΑΪ ΣΤΡΑΤΗΣ ΛΗΜΝΟΣ ΚΑΒΑΛΑ & v.v ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΧΙΟΣ ΛΕΣΒΟΣ & v.v ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΧΙΟΣ ΛΕΣΒΟΣ ΛΗΜΝΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ & v.v ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΧΙΟΣ ΛΕΣΒΟΣ ΛΗΜΝΟΣ ΚΑΒΑΛΑ & v.v
HELLENIC SEAWAYS HELLAS FLYING DOLPHINS	ΗΙΟΝΙ ΚΑΡΕΤΑΝ ΣΤΑΜΑΤΙΣ PSARA	ΧΙΟΣ <-> ΨΑΡΑ ΧΙΟΣ <-> ΣΑΜΟΣ ΦΟΥΡΝΟΙ ΙΚΑΡΙΑ ΑΓΑΘΟΝΗΣΙ ΛΕΙΨΟΙ ΠΑΤΜΟΣ ΛΕΡΟΣ ΧΙΟΣ <-> ΤΟΥΡΚΙΑ
MINOAN LINES	FESTOS PALACE	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΡΗΤΗ (ΗΡΑΚΛΕΙΟ)

	KNOSSOS PALACE DAEDALUS	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΚΡΗΤΗ (ΗΡΑΚΛΕΙΟ) ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ<->ΤΗΝΟΣ ΜΥΚΟΝΟΣ ΠΑΡΟΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ ΚΡΗΤΗ(ΗΡΑΚΛΕΙΟ) ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ<->ΣΥΡΟΣ ΜΥΚΟΟΣ ΝΑΞΟΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ ΚΡΗΤΗ(ΗΡΑΚΛΕΙΟ) ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ<->ΣΚΙΑΘΟΣ ΤΗΝΟΣ ΜΥΚΟΝΟΣ ΠΑΡΟΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ ΚΡΗΤΗ(ΗΡΑΚΛΕΙΟ)
PETRAKIS S.A.	SANTA 2 SANTA 3	ΚΕΡΚΥΡΑ <-> ΠΑΞΟΙ, ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ ΚΕΡΚΥΡΑ <-> ΑΛΒΑΝΙΑ
"ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΚΑΤΑΜΑΡΑΝ ΣΑΡΩΝΙΚΟΥ"	SPESES CAT HYDRA CAT	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΑΓΙΑ ΜΑΡΙΝΑ ΑΙΓΙΝΑ
SARONIC DOLPHINS S.A.	EGEO JET 1 DOLPHIN 5 DOLPHIN	ΠΕΙΡΑΙΑΣ <-> ΝΗΣΙΑ ΣΑΡΩΝΙΚΟΥ
SINPLOIOKTIΣΙΑ ΛΑΟΥΜΖΙΣ	NISOS KOS STEFA MAR PETROS LAMDA CHRISTOS LAMDA SEVIMAR LAMDA	ΚΩΣ <-> ΤΟΥΡΚΙΑ ΚΩΣ <-> ΝΙΣΥΡΟΣ ΠΑΤΜΟΣ ΡΟΔΟΣ
SINPLOIOKTITRIA PEPI VALI	GAIOS ASPASIA (only for cruises)	ΠΑΞΟΙ <-> ΠΑΡΓΑ
SKYROS SHIPPING CO S.A COMPANY	LYCOMIDIS AXILLEAS	ΣΚΥΡΟΣ <-> ΚΥΜΗ
IONIAN STAR	D. SOLOMOS IONIS PROTEUS ZAKINTHOS I	ΚΥΛΛΗΝΗ <-> ΖΑΚΥΝΘΟΣ ΚΥΛΛΗΝΗ <-> ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ

- **Διεθνείς Συνδέσεις**

- **Θαλάσσιες συνδέσεις Ελλάδα- Ιταλίας**

- **Δρομολόγια με επιβατηγά/οχηματαγωγά πλοία**

Τα δρομολόγια των επιβατηγών/οχηματαγωγών μπορεί να μεταβάλλονται ανάλογα με τις εποχές και τη ζήτηση.

Ο κύριος όγκος των Ευρωπαίων, που έρχονται στη χώρα με αυτοκίνητο, χρησιμοποιεί τα σύγχρονα οχηματαγωγά, πολλά των οποίων έχουν ναυπηγηθεί πολύ πρόσφατα, και τα οποία εκτελούν δρομολόγια μεταξύ ελληνικών λιμένων και λιμένων της γειτονικής Ιταλίας.

Η γραμμή Πάτρα- Ηγουμενίτσα- Κέρκυρα-Μπρίντιζι ή Μπάρι ή Ανκόνα εκτελείται εδώ και τριάντα σχεδόν χρόνια, ενώνοντας την Ελλάδα με την Κεντρική Ευρώπη και τις Σκανδιναβικές Χώρες. Λειτουργεί ως «γέφυρα» απ' την οποία περνούν κάθε χρόνο αρκετά εκατομμύρια άτομα, και μάλιστα τα τελευταία χρόνια η γραμμή αυτή επεκτάθηκε με αναχωρήσεις για Βενετία και Τεργέστη. Οι γραμμές αυτές που εξυπηρετούνται με νέα πλοία που προσφέρουν όλες τις σύγχρονες ανέσεις και ταχύτητα, με κατάλληλο προγραμματισμό ωραρίων αναχωρήσεων και αφίξεων προσφέρουν πλείστα όσα δρομολόγια από και προς την Ιταλία με συνέπεια οι τουρίστες να έχουν μεγάλο εύρος επιλογών.

Προκειμένου να εξυπηρετείται καλύτερα η αυξανόμενη ζήτηση για μεταφορά τροχόσπιτων, οι πλοιοκτήτριες εταιρείες έχουν δρομολογήσει πλοία με ειδικά διαμορφωμένους χώρους για τροχόσπιτα (αυτοκινούμενα ή ρυμουλκούμενα).

Το ταξίδι με αυτά τα πλοία, η εμπειρία της φιλοξενίας τους και των σύγχρονων εξυπηρετήσεών τους, ο συνδυασμός άνετου και πολιτισμένου περιβάλλοντος, αποτελούν μια απόλαυση σε πολύ λογικές τιμές. Τα πλοία διαθέτουν καμπίνες

διαφόρων κατηγοριών, από τις εξωτερικές καμπίνες με WC και ντους μέχρι τις εσωτερικές οικονομικής κατηγορίας, σε κάθε, όμως, περίπτωση, οι συνθήκες διανυκτέρευσης είναι άνετες. Συνήθως τα πλοία αυτά διαθέτουν κλιματισμό, μπαρ, εστιατόρια και καταστήματα ειδών ένδυσης, όπως επίσης δυνατότητα επικοινωνίας μέσω δορυφόρου (τέλεξ και φαξ), παιχνίδια βίντεο και τυχερά παιχνίδια (μηχανήματα με νομίσματα, καζίνο, αίθουσες για παιχνίδια με τράπουλα), πισίνες, σελφ σέρβις, ντίσκο, αίθουσα κινηματογράφου, παιδότοπο, κυλιόμενες σκάλες, δυνατότητα κατασκήνωσης εν πλω κλπ.

Εκτός από τη διευκόλυνση των καθημερινών αναχωρήσεων, ως επί το πλείστον αργά το βράδυ, και τη δυνατότητα έκδοσης εισιτηρίων μετ' επιστροφής, παρέχουν στους επιβάτες την εξασφάλιση, ότι θα φθάσουν έγκαιρα στον προορισμό τους, προσφέροντάς τους συγχρόνως μια πρόσθετη ημέρα διακοπών.

Τα πλοία, που πραγματοποιούν τα δρομολόγια Ελλάδα-Ιταλία, ανήκουν σε μέλη είτε της Ένωσης Εφοπλιστών Επιβατηγών Πλοίων, είτε της Ένωσης Εφοπλιστών Ακτοπλοΐας.

Οι εταιρείες-μέλη των Ενώσεων βρίσκονται σε άμεση συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες σε πολλές χώρες σ' όλη την Ευρώπη, απ' τους οποίους οι επιβάτες μπορούν να προμηθευθούν εύκολα τα εισιτήριά τους.

Οι εντεταλμένοι ναυτικοί πράκτορες των εταιρειών αυτών διατηρούν γραφεία στα λιμάνια αναχώρησης, ενώ στην Αθήνα λειτουργεί ένα κεντρικό σύστημα κρατήσεων, μέσω του οποίου είναι δυνατό να λάβει κανείς περισσότερες πληροφορίες.

Έλεγχος Διαβατηρίων Επιβατών

Με την έναρξη εφαρμογής στη χώρα μας των όρων της Συνθήκης Σένγκεν, τα επιβατηγά/οχηματαγωγά πλοία, που εκτελούν τακτικά δρομολόγια από την Πάτρα και την Ηγουμενίτσα προς την Ιταλία και αντίστροφα (χωρίς να καταπλέουν σε λιμάνια τρίτων χωρών εκτός Σένγκεν) περιλαμβάνονται στην κατηγορία των πλοίων, που εκτελούν εσωτερικές μεταφορές.

Κατά συνέπεια, οι επιβάτες των πλοίων αυτών, των οποίων μοναδικός προορισμός είναι λιμάνια που βρίσκονται στην Επικράτεια χωρών Σένγκεν, δεν υφίστανται διαβατηριακό έλεγχο

Αεροπορικές συνδέσεις

Στην Ελλάδα λειτουργούν, σήμερα, 44 αεροδρόμια που κατανέμονται σε τρεις κατηγορίες:

- Κρατικοί Αερολιμένες Διεθνών Συγκοινωνιών
- Κρατικοί Αερολιμένες Εσωτερικών Συγκοινωνιών
- Δημοτικοί Αερολιμένες

Διεθνείς Συνδέσεις

Οι 15 Κρατικοί Αερολιμένες Διεθνών Συνδέσεων δέχονται αεροσκάφη τακτικών και έκτακτων αερογραμμών (ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών), καθώς και ναυλωμένων πτήσεων (charter) και υποδέχονται περίπου το 82% των τουριστών, που φθάνουν κατ' έτος στη χώρα μας.

Εσωτερικές Συνδέσεις

Εκτός από τους 15 Κρατικούς Αερολιμένες Διεθνών Συνδέσεων, που εξυπηρετούν και εσωτερικές πτήσεις, υπάρχουν ακόμα 25 Κρατικοί Αερολιμένες Εσωτερικών Συγκοινωνιών σε όλη τη χώρα, που υποδέχονται πτήσεις εσωτερικών

δρομολογίων.

Τα εσωτερικά δρομολόγια πραγματοποιούν οι εταιρείες [Ολυμπιακές Αερογραμμές](#), [Aegean Airlines](#) και [Sky Express](#). Κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, λόγω της αυξημένης κίνησης που παρουσιάζεται, οι προαναφερόμενες εταιρείες πραγματοποιούν έκτακτα δρομολόγια προς τους υφιστάμενους προορισμούς ενώ εντάσσουν στον προγραμματισμό τους και δρομολόγια απευθείας σύνδεσης μεταξύ τουριστικών προορισμών.

Πίνακας 2.2.2: ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ – ΑΝΕΡΓΙΑ

<u>Σε χιλιάδες</u>					
	2000	2001	2002	2003	2004
Εργατικό δυναμικό	4.617,2	4.581,6	4.652,2	4.728,4	4.823,2
Απασχολούμενοι	4.097,9	4.103,2	4.190,2	4.284,6	4.330,5
% επί του εργ. δυναμικού	88,8	89,6	90,1	90,7	89,8,3
<u>Κατά κλάδο</u>					
Εμπόριο, εστιατόρια, ξενοδοχεία	974,9	980,4	1.016,8	1.035,4	1.028,1
Άνεργοι	519,3	478,4	462,1	441,8	492,7
% επί του εργ. δυναμικού	11,2	10,4	9,9	9,3	10,2

ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε., 2006

Πίνακας 2.2.3: ΕΜΠΟΡΙΟ

	2002		2003		2004	
	E.E.	Τρίτες χώρες	E.E.	Τρίτες χώρες	E.E.	Τρίτες χώρες
Εισαγωγές	17.245	16.138	21.554	18.103	24.341	18.134
Εξαγωγές	4.793	6.222	5.726	6.115	6.469	5.771
Ισοζύγιο	-12.452	-9.916	-15.838	-11.988	-17.872	-12.363

ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε., 2006

Πίνακας 2.2.4: ΧΕΡΣΑΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

ΕΠΙΒΑΤΕΣ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ	1971	1981	1991	2001	2002	2003	2004
Σιδηροδρόμων	13.256	10.388	12.253	13.935	14.238	8.884	9.483
Λεωφορείων	1.221.419	1.020.325	902.978	927.354	-	-	-
Αστικών γραμμών	1.661.830	846.252	755.533	795.601	-	-	-

Υπεραστικών	159.589	174.073	147.445	131.753	-	-	-
-------------	---------	---------	---------	---------	---	---	---

ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε., 2006

Πίνακας 2.2.5: ΘΑΛΑΣΣΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

ΔΥΝΑΜΗ ΕΛΛ. ΕΜΠΟΡ. ΣΤΟΛΟΥ:	1971	1981	1991	2001	2002	2003	2004
Πλοία	2.543	3.896	2.062	2.052	2.062	2.092	2.094
Χωρητικότητα	15.441	42.488	24.090	30.623	30.821	33.433	34.332
Επιβάτες (χιλιάδες)	16.252	24.931	32.146	57.655	51.641	52.800	50.980
- Εσωτερικού	15.712	23.779	30.230	54.646	49.479	50.018	48.631
- Εξωτερικού	540	1.152	1.916	3.009	2.162	2.782	2.349
Εμπορεύματα (χιλ. τόνοι)	27.663	68.528	75.981	94.935	110.255	119.963	116.560
- Εσωτερικού	9.078	16.970	19.184	25.985	37.596	41.958	40.174
- Εξωτερικού	18.585	51.558	56.797	68.950	72.659	78.005	76.386

ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε., 2006

Πίνακας 2.2.6: ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ (ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ)

	1971	1981	1991	2001	2002	2003	2004
Επιβάτες (χιλιάδες)	2.022	4.901	4.937	6.129	5.576	5.340	5.727
- Εσωτερικού	1.323	3.234	3.204	3.240	2.883	2.948	3.130
- Εξωτερικού	699	1.667	1.733	2.889	2.693	2.392	2.597

ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε., 2006

Πίνακας 2.2.7: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

	1991	2000	2001	2002	2003	2004
Αφίξεις τουριστών	8.271.258	13.567.453	14.678.688	14.918.177	14.784.560	14.426.430
Ταξιδιωτικό συνάλλαγμα εκατ. USD	2.566,1	9.221,1	9.446	9.740,7	10.057	10.347,8

ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε., 2006

Πίνακας 2.2.8: ΔΗΜΟΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ Έλλειμμα και χρέος Γενικής Κυβέρνησης

ΣΕ ΕΚΑΤ. €	1995	2001	2002	2003	2004
ΑΕΠ σε αγοραίες τιμές	79.927	131.317	141.669	153.427	165.280
Έλλειμμα (-) /πλεόνασμα (+)	-8.118	-4.716	-5.783	-7.934	-10.148

Γεν. Κυβέρνησης					
% επί του ΑΕΠ	-10,2	-3,6	-4,1	-5,2	-6,1
Χρέος Γεν. Κυβέρνησης	86.876	150.695	158.885	167.722	182.702
% επί του ΑΕΠ	108,7	114,8	112,1	109,3	110,5

ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε., 2006

2.3 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Διαμονή

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς, διεθνώς, καθώς ετησίως δέχεται περισσότερους από 14 εκ. τουρίστες, γεγονός που την τοποθετεί στη 15η θέση της παγκόσμιας κατάταξης των χωρών υποδοχής (σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού). Έτσι, τις τελευταίες δεκαετίες έχουν αναπτυχθεί μεγαλύτερης ή μικρότερης κλίμακας, πολύμορφες και σύγχρονες τουριστικές υποδομές, που μπορούν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις και τις ανάγκες διαμονής κάθε επισκέπτη.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανέρχεται σε περίπου 8.900 μονάδες με συνολική δυναμικότητα περίπου 670.000 κλινών, που κατανέμονται σε 352.000 δωμάτια. Επιπλέον, στις περισσότερες τουριστικές περιοχές υπάρχει σημαντικός αριθμός ενοικιαζόμενων δωματίων, που φέρουν το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ., ενώ επίσης σ' όλη τη χώρα λειτουργούν περισσότερα από 340 campings με 30.000 θέσεις κατασκήνωσης και 2.500 οικίσκους.

Τύποι καταλυμάτων

Τα περισσότερα από τα τουριστικά καταλύματα έχουν ανακαινιστεί και εκσυγχρονιστεί πρόσφατα και διαθέτουν σύγχρονες εγκαταστάσεις υψηλών προδιαγραφών. Είναι εφοδιασμένα με το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ. και ανήκουν στους ακόλουθους τύπους:

- Ξενοδοχεία (κλασικού τύπου, παραδοσιακοί ξενώνες, αγροτουριστικά καταλύματα κ.α.).
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια
- Ενοικιαζόμενα διαμερίσματα
- Αυτοτροφοδοτούμενα τουριστικά καταλύματα (τουριστικές κατοικίες και τουριστικές επαύλεις)
- Χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης (camping)
- Ξενώνες νεότητας (youth hostels)

i. Ξενοδοχειακό Δυναμικό

Το δυναμικό των κλινών των ξενοδοχείων στα τελευταία 30 χρόνια αυξήθηκε πάνω από 300% (ίδια περίπου αύξηση παρατηρείται και στα λοιπά καταλύματα), ενώ οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών αυξήθηκαν μόνο κατά 180%. Συντελέστηκε δηλαδή αύξηση της καταλυματικής υποδομής πολύ πέραν των ορίων που προσδιορίζονται από τη δυναμική της ζήτησης και τις τουριστικές υποδομές του δημόσιου τομέα.

Το άνοιγμα του τελευταίου αναπτυξιακού νόμου για τις επιδοτήσεις νέων κλινών υψηλών κατηγοριών και στους καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς της χώρας, προσέλυσε πάνω από 20.000 νέες κλίνες στις αντίστοιχες ανεπτυγμένες περιοχές, ενώ ήδη εγκρίθηκαν από τον ΕΟΤ 77 αρχιτεκτονικά σχέδια μόνο για

ξενοδοχεία 5 αστέρων.

Έτσι τα στοιχεία της ΕΣΥΕ δείχνουν ότι το 2004 στην Ελλάδα, συνολικά, υπήρχαν 8.899 ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα, 331 τουριστικά κάμπινγκ, με συνολική δυναμικότητα κλινών 668.271 και 92.677, αντίστοιχα. Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας δίνει, ανά κατηγορία, τα εξής στοιχεία: 139 ξενοδοχεία 5 αστέρων (51.967 κλίνες), 896 4 αστέρων (168.940 κλίνες), 1.660 3 αστέρων (157.495 κλίνες), 4.473 2 αστέρων (230.281 κλίνες) και 1.731 στην κατηγορία ενός αστεριού (59.588 κλίνες).

ii. Αφίξεις

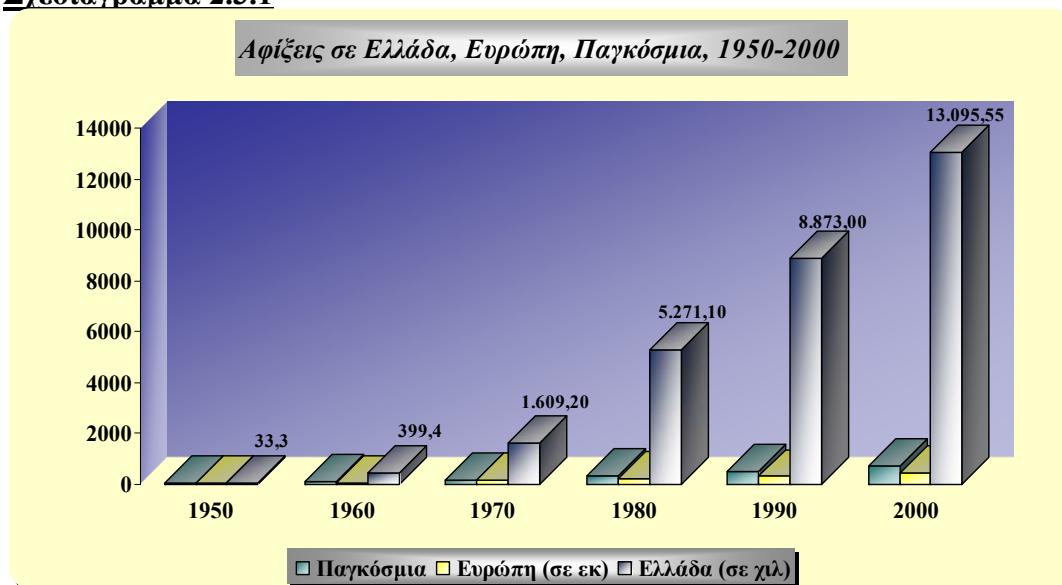
Η Ελλάδα έχει απολαύσει μια συνεχή αύξηση των αφίξεων, από την αρχή της δεκαετίας του '50. Παρατηρώντας τους πίνακες που παρατίθενται, εύκολα εξάγεται το συμπέρασμα ότι η πορεία των αφίξεων διεθνών τουριστών είναι απολύτως αύξουσα, διαγράφοντας εντυπωσιακή ανοδική πορεία. Έτσι, από τις μόλις 33.333 ξένων τουριστών, που πέρασαν τα σύνορα το 1950, φτάσαμε σήμερα να μετράμε περίπου 15 εκατ. αφίξεις.

Πίνακας 2.3.1. Τουριστική προσφορά και ζήτηση για την Ελλάδα, 1950-1999

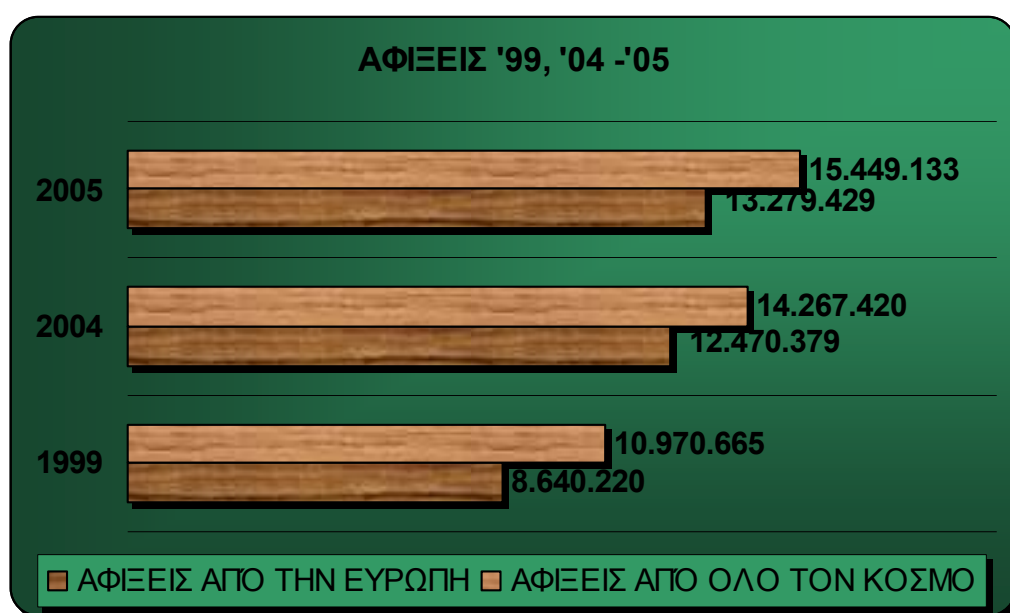
ΕΤΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ	ΚΑΙΝΕΣ	ΔΑΠΑΝΗ (ΕΚΑΤ. \$)	ΔΑΠ. Σε \$ / ΑΤΟΜΟ
1950	33.333	-	-	4.735	142
1951	40.568	-	-	5.933	146
1952	68.184	-	-	9.583	141
1953	94.410	-	-	22.721	241
1954	157.618	1.273.105	-	25.321	161
1955	195.852	1.351.312	-	29.123	149
1956	218.301	1.594.088	-	31.213	152
1957	261.738	2.041.096	-	41.374	166
1958	276.534	2.069.722	-	36.196	142
1959	339.438	2.552.271	-	41.667	138
1960	399.438	2.963.478	-	49.260	141
1961	494.191	3.934.522	57.022	62.469	142
1962	597.924	4.921.803	60.945	75.986	140
1963	741.193	6.129.500	65.604	95.415	142
1964	757.495	5.102.121	71.741	90.800	135
1965	976.125	6.158.300	78.487	107.575	127
1966	1.131.730	8.810.300	85.323	143.458	144
1967	996.473	-	90.362	126.768	149
1968	1.017.621	-	98.631	120.263	137
1969	1.305.951	6.212.000	108.180	140.470	131
1970	1.609.210	7.683.639	118.859	193.556	155
1971	2.257.994	11.224.000	135.103	305.299	171
1972	2.731.587	14.687.325	151.420	392.700	176
1973	3.177.682	15.698.030	166.552	514.900	197
1974	2.188.304	10.214.164	175.161	436.600	253
1975	3.172.968	13.574.801	185.275	643.600	244
1976	4.243.563	19.202.615	213.431	823.225	225
1977	4.597.354	18.714.446	231.797	980.600	248
1978	5.081.033	22.259.598	247.040	1.326.300	293
1979	5.798.360	26.672.482	265.550	1.662.300	318
1980	5.271.115	27.170.344	278.045	1.733.500	361
1981	5.577.109	28.171.610	285.860	1.881.000	369
1982	5.463.060	29.954.664	301.230	1.527.200	303
1983	5.258.372	27.216.605	317.920	1.175.700	246
1984	6.027.266	32.821.789	333.820	1.312.800	238
1985	7.039.428	35.709.851	348.170	1.428.000	217
1986	7.200.000	35.450.027	359.380	1.834.200	261
1987	8.004.000	35.755.308	375.370	2.268.100	297
1988	8.351.182	36.000.000	395.810	2.396.100	305
1989	8.540.962	34.157.667	423.790	1.976.000	245
1990	8.310.492	36.289.604	438.360	2.575.000	290
1991	8.271.258	29.873.046	459.300	2.566.100	319
1992	9.756.012	36.260.299	475.800	3.268.400	350
1993	9.913.267	36.747.968	499.606	3.335.200	354
1994	11.301.722	40.657.544	486.518	3.904.900	346
1995	10.658.114	38.889.975	534.703	4.294.000	403
1996	9.782.061	47.945.506	550.692	3.723.100	381
1997	10.588.489	53.364.507	560.957	3.772.200	356
1998	11.363.822	56.549.442	577.759	5.186.100	456
1999	10.970.665	60.256.902	584.714	NA	NA

Πηγή: Ε.Ο.Τ., Ε.Σ.Υ.Ε

Σχεδιάγραμμα 2.3.1



Σχεδιάγραμμα 2.3.2



Τη δεκαετία του '90, οι περισσότεροι επισκέπτες (93,2%) προέρχονταν από την Ευρώπη και το 70,2% αυτών από την ΕΕ. Πιο συγκεκριμένα, Βρετανοί, Γερμανοί, Σουηδοί, Φιλανδοί, Ολλανδοί και Αυστριακοί κατέκλεισαν την ελληνική αγορά. Ως εκ τούτου, αυτές ήταν οι κυρίαρχες αγορές, με τους Βρετανούς και τους Γερμανούς να συμβάλουν σχεδόν τις μισές από όλες τις αφίξεις. Περίπου 77,7% ήρθαν με το αεροπλάνο της γραμμής και 60,5% με ναυλωμένες πτήσεις. Αν και οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα είχε προβλεφθεί ότι θα άγγιζαν τα 20 εκατομμύρια, μέχρι το 2000, κάτι τέτοιο δεν επιτεύχθηκε, καθώς το 2005 οι συνολικές αφίξεις τουριστών έφτασαν τα 15.449.133.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει την κίνηση των αφίξεων στα συλλογικά τουριστικά καταλύματα κατά χώρα μόνιμης διαμονής. Παρατηρούμε ότι, όπως και τα προηγούμενα χρόνια έτσι και το 2004, το 68, 55% των αφίξεων διέμεναν μόνιμα σε κάποια από τις χώρες της Ε.Ε., ενώ το 48,20% αυτών ήταν από κράτη-μέλη της Ευρώ-Ζώνης. Οι γερμανική αγορά, για ακόμα μια φορά αποτελεί σημαντική πηγή τροφοδότησης της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας, με ποσοστό 17,45% και αντίστοιχα το Ην. Βασίλειο με 15,64%. Σημαντικό μερίδιο κατέχουν και οι λοιπές χώρες της Ευρώπης (Τουρκία, Σλοβακία, Τσεχία* κ.λπ.), με ποσοστό 10,85%, περίπου 685 χιλ. αφίξεις.

Πίνακας 2.3.2: Αφίξεις κατά χώρα μόνιμης διαμονής, 2004

ΧΩΡΑ ΜΟΝΙΜΗΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ		Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	Σύνολο
A001	Γενικό Σύνολο	6.313.228	147.834	6.461.062
EUROZ	Κράτη Ευρω-ζώνης	3.043.525	119.341	3.162.866
EU15	Κράτη Ευρωπαϊκής Ένωσης	4.328.295	126.051	4.454.346
BEL	Βέλγιο	192.954	2.960	195.914
DNK	Δανία	113.549	1.712	115.261
DEU	Γερμανία	1.101.739	44.417	1.146.156
GRC	Ελλάδα			
ESP	Ισπανία	96.521	1.249	96.770
FRA	Γαλλία	497.392	23.197	520.589
IRL	Ιρλανδία	37.029	275	37.304
ITA	Ιταλία	548.283	18.936	567.219
LUX	Λουξεμβούργο			
NLD	Ολλανδία	251.215	18.679	269.894
AUT	Αυστρία	209.754	9.213	218.967
PRT	Πορτογαλία	13.382	142	13.524
FIN	Φινλανδία	96.256	273	96.529
SWE	Σουηδία	183.705	479	184.184
GBR	Ηνωμένο Βασίλειο	987.516	4.519	992.035
EFTA	Σύνολο ΕΖΕΣ	277.583	5.711	283.294
ISL	Ισλανδία			
NOR	Νορβηγία	140.666	185	140.851
CHE	Ελβετία (και Λιχτενστάιν)	136.917	5.526	142.443
EEA	Ε.Ο.Χ. - Σύνολο Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (EU15 + ΕΖΕΣ - Ελβετία)	4.468.961	126.236	4.595.197
EUCO	Σύνολο λοιπών Ευρωπαϊκών χωρών	686.512	12.248	697.760
TUR	Τουρκία	46.550	129	46.679
POL	Πολωνία	75.175	2.407	77.582
CZE	Δημοκρατία της Τσεχίας	69.610	1.320	70.930
SVK	Σλοβακία	24.683	381	25.064
HUN	Ουγγαρία	33.359	1.198	34.557
OTHE	Λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες μ.α.κ.	437.135	6.813	443.948
AFRC	Σύνολο Αφρικής	30.852	121	30.973
NAMR	Βόρειας Αμερική	434.348	1.055	435.401
USA	ΗΠΑ	372.469	674	373.143
CAN	Καναδάς	61.877	381	62.258
SCAM	Σύνολο Νότιας και Κεντρικής Αμερικής	46.268	196	46.464
ASIA	Σύνολο Ασίας	409.012	668	409.680
JPN	Ιαπωνία	96.073	135	96.208
OTHA	Λοιπές χώρες Ασίας	312.939	533	313.472
AOCT	Ωκεανία	72.629	1.755	74.384
AUS	Αυστραλία			
NZL	Νέα Ζηλανδία			
OCOT	Λοιπές χώρες Ωκεανίας			
AAAA	Δε δήλωσαν χώρα μόνιμης διαμονής	29.731	29	29.760

Πηγή: Eurostat, 2005

iii. Διανυκτερεύσεις

Το 2004, περίπου 39 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις διεθνών τουριστών καταγράφηκαν σε όλους τους τύπους καταλυμάτων. Παρόμοια με τις αφίξεις, η

μεγάλη πλειοψηφία των διανυκτερεύσεων που έγιναν στη χώρα ήταν από τους Ευρωπαίους, ειδικότερα Βρετανούς 19,41%, Γερμανούς 24,24%, Σουηδοί, Φιλανδοί, Ολλανδοί και Αυστριακοί. Ως εκ τούτου, αυτές οι υπηκοότητες είναι οι κυρίαρχες αγορές, που αποτελούν περισσότερο από τα τρία τέταρτα των διανυκτερεύσεων, με τους Βρετανούς και τους Γερμανούς να πραγματοποιούν σχεδόν τις μισές από όλες τις διανυκτερεύσεις.

Πίνακας 2.3.3: Διανυκτερεύσεις κατά χώρα μόνιμης διαμονής, 2004

ΧΩΡΑ ΜΟΝΙΜΗΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ		Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	Σύνολο
A001	Γενικό Σύνολο	38.309.783	486.413	38.796.196
EUROZ	Κράτη Ευρω-ζώνης	20.252.928	378.022	20.630.950
EU15	Κράτη Ευρωπαϊκής Ένωσης	29.819.346	404.578	30.223.924
BEL	Βέλγιο	1.386.037	8.038	1.394.075
DNK	Δανία	751.124	7.834	758.958
DEU	Γερμανία	9.233.860	173.729	9.407.589
GRC	Ελλάδα			
ESP	Ισπανία	252.648	2.503	255.151
FRA	Γαλλία	2.262.547	45.651	2.308.198
IRL	Ιρλανδία	267.236	1.018	268.254
ITA	Ιταλία	2.623.686	52.610	2.676.296
LUX	Λουξεμβούργο			
NLD	Ολλανδία	1.803.155	58.936	1.862.091
AUT	Αυστρία	1.681.903	34.386	1.716.289
PRT	Πορτογαλία	65.366	415	65.781
FIN	Φινλανδία	676.490	736	677.226
SWE	Σουηδία	1.301.040	1.664	1.302.704
GBR	Ηνωμένο Βασίλειο	7.514.254	17.058	7.531.312
EFTA	Σύνολο ΕΖΕΣ	2.153.168	17.130	2.170.298
ISL	Ισλανδία			
NOR	Νορβηγία	1.162.849	588	1.163.437
CHE	Ελβετία (και Λιχτενστάιν)	990.319	16.542	1.006.861
ΕΕΑ	Ε.Ο.Χ. - Σύνολο Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (EU15 + ΕΖΕΣ - Ελβετία)	30.982.195	405.166	31.387.361
EUCO	Σύνολο λοιπών Ευρωπαϊκών χωρών	3.577.605	55.473	3.633.078
TUR	Τουρκία	93.821	397	94.218
POL	Πολωνία	524.806	6.741	531.547
CZE	Δημοκρατία της Τσεχίας	593.061	3.714	596.775
SVK	Σλοβακία	200.951	1.893	202.844
HUN	Ουγγαρία	201.432	4.199	205.631
OTHE	Λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες μ.α.κ.	1.963.534	38.529	2.002.063
AFRC	Σύνολο Αφρικής	104.932	422	105.354
NAMR	Βόρειος Αμερική	1.115.362	2.566	1.117.928
USA	ΗΠΑ	935.213	1.563	936.776
CAN	Καναδάς	180.149	1.003	181.152
SCAM	Σύνολο Νότιας και Κεντρικής Αμερικής	136.897	669	137.566
ASIA	Σύνολο Ασίας	1.126.796	1.358	1.128.154
JPN	Ιαπωνία	212.094	271	212.365
OTHA	Λοιπές χώρες Ασίας	914.702	1.087	915.789
AOCT	Ωκεανία	188.552	4.085	192.637
AUS	Αυστραλία			
NZL	Νέα Ζηλανδία			
OCOT	Λοιπές χώρες Ωκεανίας			
AAAA	Δε δήλωσαν χώρα μόνιμης διαμονής	87.125	132	87.257

Πηγή: Eurostat, 2005

*Η Δημοκρατία της Τσεχίας εισήλθε στην Ε.Ε. το 2006.

Περισσότερο από 69% των τουριστών έφθασε στην Ελλάδα αεροπορικά και 50% του συνόλου έφθασε με ναυλωμένες πτήσεις, λόγω της απόστασης από τη χώρα της αναχώρησης. Το 98,30% των πτήσεων charter ήρθαν από την Ευρώπη, 32,53% από τη Βρετανία και 19,28% από τη Γερμανία. Η δυσκολία των έμμεσων προγραμματισμένων μεταφορών, οι μεγάλες διαφορές ανάμεσα στις δαπάνες για τα group και τους μεμονωμένους πελάτες από τα καταλύματα, η έλλειψη πληροφοριών για το ελληνικό τουριστικό προϊόν όπως και το ανεπαρκές μάρκετινγκ από τις μικρού και μεσαίου μεγέθους τουριστικές επιχειρήσεις, έχει επιτρέψει στους tour operators να ενεργούν ως μεσάζοντες μεταξύ των καταναλωτών και των φορέων και να διαδραματίζουν έναν κυρίαρχο ρόλο στη βιομηχανία του τουρισμού. Εντούτοις, η ανάπτυξη του διαδικτύου επιτρέπει στους ενδεχόμενους επισκέπτες να κάνουν κρατήσεις πακέτων ανεξάρτητα, και να χρησιμοποιούν φτηνότερες αερογραμμές και τιμές διακοπών.

Πίνακας 2.3.4: Αφίξεις κατά μέσο μεταφοράς

	Αργεντινή	Βραζιλία	Μεξικό	Η.Π.Α.	Καναδάς	Α. Αμερική	ΑΜΕΡΙΚΗ	Αυστραλία	Δ. Ωκεανός	ΩΚΕΑΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ
I. ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΣ	1.629	2.719	4.415	125.770	45.960	5.532	186.025	45.520	6.486	52.006	9.973.922		9.973.922
Αλλοδαπόαεροπόλοι	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.590		2.590
Αυτοεθνικές	0	0	0	10	4	1	15	2	2	4	23		23
Αεροδρόμιο	1	0	1	3	1	3	16	4	0	4	27.064		27.064
Ελευθερίας	0	2	4	23	1	15	41	0	4	4	3.435		3.435
Αθήνων	1.352	2.281	4.021	117.295	42.315	4.796	172.060	40.854	4.614	45.468	3.150.467		3.150.467
Ζαχαρίας	0	7	0	41	16	8	72	38	26	64	454.858		454.858
Ηρακλείου	69	108	40	1.891	656	140	2.914	904	424	1.328	1.705.164		1.705.164
Θεσσαλονίκης	31	82	69	1.859	626	104	2.271	747	80	827	504.509		504.509
Θέρμης	13	17	25	136	31	44	266	121	55	176	142.001		142.001
Ιεραπόλεως	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2		2
Καβάλας	0	4	2	98	27	2	133	54	22	76	92.248		92.248
Κορυμφίου	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	44.941		44.941
Καρφύρας	10	20	34	319	263	48	694	320	160	490	753.492		753.492
Κερκυραίων	1	10	1	104	62	1	179	121	80	210	150.412		150.412
Κω	20	44	20	454	251	99	848	432	236	608	583.854		583.854
Μυτιλήνης	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	45.353		45.353
Μυτιλήνης	75	48	127	1.470	870	113	2.203	632	150	892	58.485		58.485
Ναυπλίου (Αθήνας)	0	0	0	11	4	15	11	11	1	12	3.417		3.417
Ναυπλίου	0	0	0	0	7	4	5	9	3	12	68.441		68.441
Πατρών	5	3	0	258	71	15	382	189	127	316	122.433		122.433
Ρόδου	42	69	63	1.212	909	130	2.023	631	301	832	1.098.362		1.098.362
Ρίου	1	0	6	93	37	19	156	43	28	71	117.377		117.377
Σαλαμίνας	4	12	3	120	71	15	223	154	76	230	119.055		119.055
Χανίων	4	11	3	366	123	7	514	219	78	297	482.627		482.627
Χίου	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15.015		15.015
Χίου	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7.657		7.657
Διαστη Σαλαμίνας	1	1	0	18	8	2	36	15	10	25	7.657		7.657
II. ΣΤΑΘΕΡΟΦΩΝΙΚΟΣ	42	35	54	1.308	279	70	1.788	400	77	477	91.612		91.612
Αθηνών	0	0	0	4	1	0	5	2	0	2	4.141		4.141
Βελιγράδι	11	12	31	693	120	22	869	155	34	189	24.113		24.113
Πεκίνο	0	0	2	449	101	5	557	159	18	177	59.953		59.953
Πόλης	31	23	21	162	57	43	387	78	25	103	3.369		3.369
Σ. Καλλιθέας	0	0	0	0	0	0	0	6	0	6	6		6
III. ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ	430	741	1.578	18.830	3.821	2.418	27.818	4.908	1.391	6.299	555.213	954.791	1.510.004
Ελευθερίας	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ηγορήσιου	1	0	0	14	0	1	31	7	0	7	116.413		116.413
Ηρακλείου	2	6	28	893	61	24	714	76	3	79	6.828		6.828
Θεσσαλονίκης	9	19	29	1.084	23	160	1.324	39	44	83	26.497		26.497
Καρφύρας	34	76	233	1.087	124	400	1.954	204	57	291	42.774		42.774
Πατρών	5	7	6	39	11	38	106	11	1	12	264.402		264.402
Πατρών	41	95	400	4.983	599	724	6.842	296	115	411	29.761		29.761
Ρόδου	124	194	435	5.892	1.741	383	8.769	2.170	536	2.706	51.854		51.854
Διαστη Σαλαμίνας	214	344	447	5.138	1.261	674	8.078	2.105	635	2.740	77.269		77.269
IV. ΟΔΙΚΟΣ	96	185	115	15.490	4.106	651	20.643	8.935	728	9.663	2.691.982		2.691.982
Αθηνών	0	0	0	222	99	12	333	165	17	182	72.269		72.269
Βελιγράδι	35	71	13	3.215	1.022	161	6.517	1.582	259	1.841	538.056		538.056
Κορυμφίου	3	9	3	988	367	22	1.392	173	33	206	699.152		699.152
Κορυμφίου	3	10	4	153	68	1	245	72	3	80	22.170		22.170
Κορυμφίου	31	29	34	1.435	377	252	2.158	620	116	706	138.351		138.351
Κορυμφίου	0	19	14	804	209	60	1.196	165	12	177	464.701		464.701
Μαγιάς	4	26	10	1.785	928	33	2.780	4.234	85	4.319	138.584		138.584
Συμάς	1	0	3	158	33	6	201	113	6	119	94.744		94.744
Προμηθέως	19	27	34	4.640	1.003	98	5.821	1.811	192	2.003	583.933		583.933
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	2.197	3.680	6.162	161.398	54.166	8.671	236.274	59.763	8.682	68.445	13.312.629	954.791	14.267.420

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2005

Οι ελληνικές τουριστικές εισπράξεις

Παρακάτω δίνονται στοιχεία αναφορικά με την ανάλυση των αλλοδαπών τουριστικών δαπανών, που πραγματοποιούνται, τόσο στη χώρα τους, όσο και στη διάρκεια της παραμονής τους στην Ελλάδα. Οι αλλοδαπές τουριστικές εισπράξεις αποτελούν σημαντικές οικονομικές εισροές, που στην Ελλάδα δημιουργούν σημαντική οικονομική δραστηριότητα, νέες θέσεις εργασίας και βοηθούν στην περιφερειακή ανάπτυξη και οικονομική σύγκλιση της χώρας. Το μερίδιο του τουρισμού στο Ελληνικό ΑΕΠ ξεπερνά το 15%, ενώ η απασχόληση στον τουρισμό φθάνει τα 700 χιλιάδες άτομα που αντιστοιχεί στο 16,5% του εργατικού δυναμικού.

Σύμφωνα με μία νέα έρευνα που παρουσιάστηκε στο περιθώριο της World Travel Market από την εταιρεία AXA Insurance, η τουριστική αγορά της Μ. Βρετανίας αποτιμάται σε περίπου 160 δις. ευρώ, καθώς αυτό είναι το συνολικό ποσό που φέρονται να δαπανούν οι Βρετανοί φέτος σε ταξίδια, τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα.

Σύμφωνα με την έρευνα, οι Βρετανοί δαπανούν για το κόστος διακοπών τους περίπου 72 δις ευρώ φέτος, ενώ ξόδεψαν ή πρόκειται να ξοδέψουν στις διακοπές τους περί τα 46,4 δις ευρώ. Άλλες σημαντικές κατηγορίες δαπανών τουρισμού για τους Βρετανούς, οι περιηγήσεις και εκδρομές με περίπου 7 δις ευρώ, περίπου 6,5 δις σε ταξιδιωτική ασφάλεια και περίπου 3,5 δις ευρώ για την ενοικίαση αυτοκινήτων. Δημοφιλέστερος προορισμός των Βρετανών για το 2006 είναι η ίδια τους η χώρα και η Ιρλανδία με ποσοστό 68%. Ακολουθούν η Ισπανία με 37%, η Γαλλία με 25%, η Ιταλία με 19%, οι ΗΠΑ με 17%, η Ελλάδα με 13%, η Πορτογαλία με 11% και ο Καναδάς με 10%.

Από την έρευνα προκύπτει επίσης, ότι το 53% των Βρετανών θα πραγματοποιήσει ένα έως τρία ταξίδια διακοπών ενώ το 10% θα πραγματοποιήσει τέσσερα ή πέντε ταξίδια short breaks. Το πλέον δημοφιλές είδος διακοπών είναι ο παραδοσιακός συνδυασμός ξενοδοχείου/διαμερίσματος και θάλασσας, με ποσοστό 65%

Πολύ κοντά στις προτιμήσεις, με ποσοστό 60%, βρίσκεται ο συνδυασμός πόλης και θάλασσας και ακολουθούν οι συνδυασμοί “fly – drive” με 44% και η διαμονή σε βίλες/κατοικίες, με 25%.

Σε συνέχεια των ανωτέρω, ως αγορά προέλευσης επισκεπτών, η Βρετανία κατατάσσεται στις σημαντικότερες του κόσμου. Το 2005, πραγματοποιήθηκαν 66,5 εκατ. ταξίδια Βρετανών στο εξωτερικό, εκ των οποίων, περίπου τα 44,2 εκατ. δηλώθηκαν ως ταξίδια διακοπών. Άλλα 10,6 εκατ. αναφέρθηκαν ως επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους (VFR) και περίπου 8,5 ως ταξίδια επαγγελματικών λόγων. Και οι τρεις επιμέρους κατηγορίες εμφανίζουν σημαντική αύξηση σε σύγκριση με την προηγούμενη διετία 2003-2004. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, στο εξάμηνο Ιανουαρίου – Ιουλίου 2006, καταγράφεται αύξηση των ταξιδιών των Βρετανών στο εξωτερικό κατά 2% σε σύγκριση με την αντίστοιχη του 2005, ενώ αύξηση εμφανίζουν και οι δαπάνες κατά 6%. Το πρώτο τρίμηνο της χρονιάς, όμως, εμφανίζεται μείωση. Σε επίπεδο παγκόσμιας κατάταξης, το 2005, η Μ. Βρετανία ήταν η 6^η από πλευράς αφίξεων με περίπου 30 εκατ. αφίξεις και 5^η από πλευράς εισπράξεων με 30,7 δις δολάρια.

Περίοδος 2000-2001

☞ “REPEATERS”

Τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα των αλλοδαπών τουριστών είναι τα ακόλουθα. Δυο στους τρεις τουρίστες που ήρθαν στην Ελλάδα την περίοδο 2001-2002 είχαν ξαναέρθει, τουλάχιστον μία φορά στο παρελθόν, δεν ήταν η πρώτη τους επίσκεψη, ενώ ένας στους τρεις είχε επισκεφθεί τουλάχιστον μία φορά τη συγκεκριμένη περιοχή της χώρας. Η μεγάλη πλειοψηφία των αλλοδαπών τουριστών που ήρθαν στην Ελλάδα πάνω από μία φορά, πραγματοποίησαν την τελευταία τους επίσκεψη μέσα στην τελευταία πενταετία. Το 52,68% των αλλοδαπών τουριστών που πραγματοποίησαν τουλάχιστον μία προηγούμενη επίσκεψη, ήρθε την περίοδο 1996-2000, ενώ το 30,21% ήρθε το 2001. Κάτω από το 10% πραγματοποίησαν την τελευταία τους επίσκεψη πριν το 1990, ενώ στο πρώτο μισό της δεκαετίας του 1990, πραγματοποίησαν την τελευταία τους επίσκεψη στην Ελλάδα το 17,11% των αλλοδαπών τουριστών που ήρθαν το 2001-2002.

☞ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ

Λιγότερο από το 2% των αλλοδαπών τουριστών, πραγματοποίησαν την προηγούμενη επίσκεψή τους στην Ελλάδα το πρώτο τρίμηνο του έτους. Περίπου το 30% ήρθε στην Ελλάδα την περίοδο Απριλίου-Ιουνίου, αλλά το μερίδιο του Απριλίου είναι μόνο 2,6% στο σύνολο, του Μαΐου 12,68% και του Ιουνίου 16,14%, όσο και του Ιουλίου. Ο πιο δημοφιλής μήνας επίσκεψης είναι ο Αύγουστος που έρχεται περισσότερο από ένας στους τέσσερις αλλοδαπούς τουρίστες ή το 26,98% των συνολικών αφίξεων. Το Σεπτέμβριο, το αντίστοιχο ποσοστό, είναι 15,93%. Για το σύνολο του τρίτου τριμήνου του έτους, το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών αγγίζει το 60% του συνόλου των αφίξεων. Πάνω από το 90% των τουριστών έρχεται την περίοδο Μάιο-Οκτώβριο.

☞ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

Το 17,42% των αλλοδαπών αφίξεων οργανώθηκαν από τους ίδιους τους τουρίστες. Ταξιδιωτικό γραφείο χρησιμοποίησε το 48,16% των τουριστών, ενώ το 28,87% έκανε χρήση ενός πακέτου που προσέφερε ένας οργανωτής ταξιδιών (tour operator). Τέλος, ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 5,55% οργάνωσε το ταξίδι του με κάποιο άλλο τρόπο, π.χ. η επιχείρησή του ή το πανεπιστήμιο.

☞ Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ

Το 14,62% των αλλοδαπών ήρθε μόνο του στην Ελλάδα. Πάνω από τις μισές αλλοδαπές αφίξεις ήταν παρέα δυο ατόμων, συγκεκριμένα το 52,69%. Περίπου το 12% των αφίξεων ήταν παρέες των τριών και τεσσάρων ατόμων, που αντιστοιχεί κυρίως σε οικογένειες με ένα ή δύο παιδιά. Το 77% των αλλοδαπών αφίξεων αφορούσαν ομάδες 2-4 ατόμων. Τέλος, ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 4,35% αφορούσε πάνω από 5 άτομα.

☞ ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗΣ - ΔΙΑΜΟΝΗ

Το 80,59% των τουριστών ήρθε στην Ελλάδα με αεροπλάνο, το 7,18% με αυτοκίνητο και ένα μικρό ποσοστό, της τάξης του 3,49%, έκανε χρήση και των δύο μέσων. Το 8,75% χρησιμοποίησε άλλο μέσο μετακίνησης. Πάνω από τους μισούς αλλοδαπούς τουρίστες έμεινε σε καταλύματα πρώτης και δεύτερης κατηγορίας, ενώ το 39% περίπου έμεινε σε ξενοδοχειακά καταλύματα τρίτης κατηγορίας.

☞ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΔΙΑΚΟΠΩΝ

Τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού δείχνουν ότι οι χώρες που τροφοδοτούν το διεθνή τουρισμό έχουν προσδιορίσει την Ελλάδα ως μέρος διακοπών. Αυτό από μόνο του δεν είναι κακό, αλλά σε συνδυασμό με την εξάρτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από λίγες μόνο χώρες, κυρίως της Βρετανίας και της Γερμανίας, την εποχικότητα (μόνο για καλοκαιρινές διακοπές) και το μαζικό χαρακτήρα του τουρισμού (φθηνός τουρισμός), η Ελλάδα δεν μεγιστοποιεί τα οφέλη που θα μπορούσε από την προσέλκυση αλλοδαπών τουριστών.

Το συμπέρασμα αυτό ενισχύεται και από τα ταξιδιωτικά πακέτα που διαθέτουν οι οργανωτές ταξιδιών στο εξωτερικό που είναι σχεδιασμένα για συγκεκριμένη παραμονή: 7, 10, 14 και 21 ημερών. Οι αλλοδαποί τουρίστες, που προτίμησαν αυτές τις διάρκειες ταξιδιών, αποτελούσαν το 75% του συνόλου των τουριστών που ήρθαν στην Ελλάδα την περίοδο 2001-2002. Η πιο δημοφιλής διάρκεια είναι των 14 ημερών που την προτίμησαν το 38,58% των αλλοδαπών τουριστών. Αν προσθέσουμε και την προτίμηση των 15 ημερών (μισός μήνας) του 4,23%, τότε η δημοφιλής αυτή διάρκεια αγγίζει το 43%. Ακολουθεί το πακέτο των 7 ημερών που το προτίμησαν το 23,99% των τουριστών. Επίσης, σε αυτή τη διάρκεια αν προστεθεί και το οκταήμερο που το προτίμησαν το 4,64% τότε αυτή προτιμήθηκε από το 28,63% των αλλοδαπών τουριστών. Κάτω από 7 ημέρες έμεινε στην Ελλάδα το 6,68% των τουριστών και πάνω από 21 ημέρες το 3,41% των τουριστών. Εξίσου δημοφιλές είναι και το δεκαήμερο, το οποίο περιλαμβάνει δύο σαββατοκύριακα. Τη διάρκεια αυτή προτίμησαν το 7,63% των αλλοδαπών τουριστών. Τρεις βδομάδες έμεινε στην Ελλάδα το 4,36% των τουριστών. Η μέση παραμονή για την περίοδο εξέτασης ανέρχεται στις 12,29 ημέρες.

☞ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΕΙΣ

Ένα σημαντικό συμπέρασμα της μελέτης είναι η επίπτωση που έχει ο αριθμός των δραστηριοτήτων στις τουριστικές δαπάνες. Τα αποτελέσματα δείχνουν, για άλλη μια φορά, ότι οι ξένοι έρχονται στην Ελλάδα για θερινές διακοπές. Το 87,6% των αλλοδαπών «κατανάλωσαν» θάλασσα και ήλιο. Η δεύτερη πιο δημοφιλής δραστηριότητα ήταν το φαγητό εκτός του χώρου διαμονής, που αντιστοιχεί σε ένα ποσοστό της τάξης του 75,9%. Πάντως, το 24,81% των αλλοδαπών τουριστών είχαν προαγοράσει τα τρία ημερήσια γεύματα (πρωινό, μεσημεριανό, δείπνο) στη χώρα προέλευσης, που αντιστοιχεί στο ποσοστό των τουριστών που δεν βγήκαν εκτός του ξενοδοχείου τους. Παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των αλλοδαπών τουριστών που ήρθαν στην Ελλάδα την περίοδο 2001-2002 ανάλογα με τη χώρα προέλευσής τους. Για παράδειγμα, οι Βρετανοί τουρίστες κατά 88,4% τρώνε εκτός του καταλύματός τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι οι Βρετανοί τουρίστες διαμένουν σε χαμηλών κατηγοριών που δε διαθέτουν τέτοιες υπηρεσίες, δηλαδή τρία ημερήσια γεύματα. Τα στοιχεία επιβεβαιώνουν την κοινή αντίληψη ότι οι τουρίστες από τις ΗΠΑ συμμετέχουν σε δραστηριότητες με μεγάλη προστιθέμενη αξία για την τοπική οικονομία. Οι τουρίστες από τις ΗΠΑ έχουν την πρωτιά στα ψώνια, με 82,3% των τουριστών της να συμμετέχει σε αυτή τη δραστηριότητα, στη νυχτερινή διασκέδαση με 57,7%, που είναι υπερδιπλάσιο του μέσου όρου των αλλοδαπών τουριστών που ήρθαν στην Ελλάδα την περίοδο 2001-2002 και στο φαγητό με 75%. Τα στοιχεία του εισοδήματος δείχνουν ότι αυτές οι διαφοροποιήσεις μπορεί να οφείλονται στο υψηλότερο εισόδημα των τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα από τις ΗΠΑ σε σχέση με τουρίστες άλλων χωρών.

ΣΥΝ ΚΑΙ ΠΛΗΝ

Οι αλλοδαποί τουρίστες έμειναν ικανοποιημένοι με τα τοπία, τα ιστορικά μέρη και τον πολιτισμό της Ελλάδας. Το 43,46% των τουριστών έμεινε ικανοποιημένο για τους λόγους αυτούς. Ένα 5,12% των τουριστών ικανοποιήθηκε από τις ξενοδοχειακές υπηρεσίες. Στο 7,86% άρεσε η ελληνική κουζίνα και στο 2,47% η νυχτερινή ζωή. Μόνο στο 0,84% άρεσε η ελληνική αγορά για να κάνουν τα ψώνια τους. Ένα μικρό ποσοστό των τουριστών ικανοποιήθηκε από την φιλοξενία, μόνο το 1,95%. Μόνο το 7% των αλλοδαπών είχε να αναφέρει τρία στοιχεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος που τον δυσαρέστησαν. Το 45% δεν ανέφερε κανένα αρνητικό στοιχείο, ενώ το 17% ανέφερε τουλάχιστον δύο αρνητικά σημεία. Το 3,67% των αλλοδαπών τουριστών βρήκε την Ελλάδα ακριβή. Το δεύτερο στοιχείο που τους προκάλεσε δυσαρέσκεια ήταν οι ξενοδοχειακές υπηρεσίες όπου το 3,58% των αλλοδαπών τις βρήκε κακές. Το κυκλοφοριακό είναι το επόμενο στον κατάλογο των στοιχείων που προκάλεσαν δυσαρέσκεια (2,49%) και ακολουθεί η μόλυνση του περιβάλλοντος (2,22%).

Περίοδος 2001-2002

Σ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ

Βασικός στόχος της έρευνας που δημοσίευσε το 2003 το ΙΤΕΠ είναι ο προσδιορισμός, η ανάλυση και η διάρθρωση του συνολικού κόστους του ταξιδιού του αλλοδαπού τουρίστα. Το κόστος (η τιμή του ταξιδιού) αποτελεί τον πιο σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της επιλογής της Ελλάδος ως χώρας προορισμού, κυρίως, όταν ο σκοπός του ταξιδιού αφορά την αναψυχή και τη διασκέδαση. Πολλές μελέτες της τουριστικής ζήτησης έχουν αναδείξει το εισόδημα και την τιμή ως πολύ σημαντικούς προσδιοριστικούς παράγοντες. Η δειγματοληψία της έρευνας επιτρέπει την ανάλυση του συνολικού κόστους σε πληρωμή που πραγματοποιήθηκε στη χώρα προέλευσης και σε πληρωμή που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα (χώρα προορισμού).

Ο πίνακας 1 δίνει τα αποτελέσματα της δειγματοληψίας και αφορούν τα δύο έτη, 2001-2002, της δειγματοληψίας και ξεχωριστά για κάθε έτος. Το μέσο κόστος κάθε ταξιδιού ανήλθε στα 1.277€, με 813€ να πληρώνονται στη χώρα προέλευσης και 464 ευρώ στην Ελλάδα. Το 2001 οι συνολικές εισπράξεις από αλλοδαπούς τουρίστες στην Ελλάδα ήταν περίπου 3,6%. Συνεπώς, σε πραγματικές τιμές του 2001, οι συνολικές εισπράξεις μειώθηκαν από 1.264 το 2001 σε 1.249 ευρώ το 2002, περί το 1,2%.

Πίνακας 2.3.5.1: Τουριστική Πληρωμή, 2001-2002 (σε ευρώ)

Περίοδος	Ταξιδιωτική πληρωμή στον τόπο προέλευσης	Ταξιδιωτική πληρωμή στην Ελλάδα	Συνολικό κόστος ταξιδιού
2001	771	493	1.264
2002	851	443	1.294
2002 (σταθερές τιμές)	821	428	1.294
% μεταβολής 2002-2001	6,48%	-13,18%	-1,19%
2001-2002 (Μέσος Όρος)	813	464	1.277

ΠΗΓΗ: ΙΤΕΠ 2003

Τα ποσοστά μεταβολής διαφοροποιούνται σε ό,τι αφορά τον τόπο πραγματοποίησης της πληρωμής. Η είσπραξη στον τόπο προέλευσης του αλλοδαπού τουρίστα αυξήθηκε σε πραγματικές τιμές κατά 6,48% ενώ μειώθηκε σημαντικά η είσπραξη που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα κατά 13,18%.

Μεγάλο ενδιαφέρον, από πλευράς άσκησης τουριστικής πολιτικής, έχουν οι τυχόν διαφοροποιήσεις, τόσο σε ό,τι αφορά τις χώρες προέλευσης των αλλοδαπών τουριστών της Ελλάδας, όσο και τα διάφορα γεωγραφικά μέρη προορισμού της Ελλάδας. Στον πίνακα 2 δίνονται, για το σύνολο της περιόδου εξέτασης, το συνολικό κόστος του ταξιδιού, σύμφωνα με τις βασικές χώρες προέλευσης των αλλοδαπών τουριστών της Ελλάδας. Η ανάλυση στηρίζεται στο σύνολο της περιόδου του δείγματος που αποτελεί και μία εξομάλυνση για τυχόν συγκυριακές επιδράσεις. Ο πίνακας 2 δεν διαψεύδει την κοινή αντίληψη ότι οι τουρίστες που προέρχονται από τις ΗΠΑ δαπανούν περισσότερα από κάθε άλλο επισκέπτη. Η πληρωμή στην Ελλάδα είναι υπερδιπλάσια του συνόλου των αλλοδαπών τουριστών. Πάντως, αυτό οφείλεται και στο γεγονός ότι οι τουρίστες από τις ΗΠΑ μένουν περισσότερο στην Ελλάδα. Η μέση διαμονή ενός τουρίστα από τις ΗΠΑ είναι 17,8 ημέρες, 5,5 μέρες παραπάνω από το μέσο όρο.

Πίνακας 2.3.5.2: Τουριστική Πληρωμή ανά Κύρια Χώρα Προέλευσης (σε ευρώ)

Χώρα Προέλευσης	Μέση Διαμονή (μέρες)	Ταξιδιωτική Πληρωμή στον Τόπο Προέλευσης	Ταξιδιωτική Πληρωμή στην Ελλάδα	Συνολικό Κόστος Ταξιδιού	Μέση Ημερήσια Πληρωμή	Διαφορά από το Σύνολο (%)
Μ. Βρετανία	11,2	699	472	1.171	105	-8,30%
Γερμανία	13,7	738	343	1.081	79	-15,35%
Ιταλία	11,7	760	420	1.180	101	-7,60%
Γαλλία	10,7	791	420	1.211	113	-5,17%
ΗΠΑ	17,8	1.658	977	2.635	148	106,34%
Σύνολο	12,3	813	464	1.277	104	0,00%

ΠΗΓΗ: ΙΤΕΠ 2003

Σε ό,τι αφορά την ημερήσια τουριστική πληρωμή που πραγματοποιείται άμεσα στην Ελλάδα, ο τουρίστας από τις ΗΠΑ πληρώνει 55 ευρώ, ο Βρετανός 42, ο Γερμανός 25, ο Ιταλός 36 και ο Γάλλος 39 ευρώ. Στο σύνολο των αλλοδαπών, η ημερήσια πληρωμή ανέρχεται στα 38 ευρώ. Οι διαφοροποιήσεις οφείλονται στον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται το ταξίδι, δηλαδή το ποσοστό των τουριστικών υπηρεσιών που αγοράζονται στη χώρα προέλευσης. Για το σύνολο της πληρωμής του αλλοδαπού ταξιδιού, τη μεγαλύτερη πληρωμή πραγματοποιεί ο τουρίστας από τις ΗΠΑ με 138 ευρώ, ενώ τη μικρότερη ο Γερμανός με 79 ευρώ ημερήσια πληρωμή. Η μέση ημερήσια πληρωμή είναι 104 ευρώ.

Εξίσου σημαντικές είναι και οι διαφοροποιήσεις που παρατηρούνται στις τουριστικές πληρωμές ανά γεωγραφική περιοχή προορισμού στην Ελλάδα. Όπως προκύπτει από τον Πίνακα 3, η Αθήνα είναι η περιοχή προορισμού όπου ο αλλοδαπός τουρίστας πληρώνει τα περισσότερα και έχει μάλιστα τη δεύτερη μεγαλύτερη μέση διαμονή με 13,3 μέρες (ΞΕΕ). Η πληρωμή αυτή αφορά και τις δύο κατηγορίες πληρωμών, στον τρόπο προέλευσης (1.104 ευρώ) και στην Αθήνα (654 ευρώ). Ανάλογα είναι και τα ποσά για τη Θεσσαλονίκη, με μικρότερο κόστος στη χώρα προέλευσης, που δεν αποτελεί έκπληξη, αφού η πόλη δέχεται τουρίστες από γειτονικές χώρες που έχουν μικρότερο κόστος μετακίνησης. Πάντως, η μεγάλη σχετική πληρωμή που πραγματοποιείται στις δύο μεγάλες πόλεις δείχνει τη δυνατότητα που προσφέρουν αυτοί οι δύο προορισμοί για μεγαλύτερη πώληση

τουριστικών υπηρεσιών, κυρίως στην κατηγορία των αγορών (ψώνια) και της διασκέδασης. Εξίσου μεγάλο με την Αθήνα είναι και το κόστος ταξιδιού για τις Κυκλάδες με το μεγαλύτερο μέρος της πληρωμής να πραγματοποιείται στον τόπο προέλευσης. Στη Χαλκιδική και στην Κρήτη η μέση πληρωμή που πραγματοποιείται άμεσα στην περιοχή είναι χαμηλότερη του ελληνικού μέσου όρου.

Πίνακας 2.3.5.3: Τουριστική Πληρωμή ανά Γεωγραφική Περιοχή Προορισμού (σε ευρώ)

Προορισμός	Μέση Διαμονή (μέρες)	Ταξιδιωτική Πληρωμή στον Τόπο Προέλευσης	Ταξιδιωτική Πληρωμή στην Ελλάδα	Συνολικό Κόστος Ταξιδιού	Διαφορά από το Σύνολο (%)
Αθήνα	13,3	1.104	654	1.785	38%
Θεσσαλονίκη	9,6	827	538	1.365	7%
Χαλκιδική	12,0	651	374	1.026	-20%
Ρόδος	12,4	765	468	1.233	-3%
Κρήτη	12,7	857	449	1.306	2%
Κυκλάδες	11,4	1.080	480	1.560	22%
Ιόνια Νησιά	12,7	776	535	1.311	3%
Βόρειο Αιγαίο	13,5	754	481	1.235	-3%
Σύνολο	12,3	813	464	1.277	0%

ΠΗΓΗ: ΙΤΕΠ

Η τουριστική πληρωμή διαφοροποιείται σημαντικά, όπως είναι αναμενόμενο άλλωστε, ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου που διαμένει ο αλλοδαπός τουρίστας. Στον Πίνακα 4 δίνονται οι τρεις κατηγορίες τουριστικών πληρωμών – τόπο προέλευσης, Ελλάδα και συνολικές – ανά κατηγορία ξενοδοχείου. Μία σειρά από παρατηρήσεις αξίζουν να επισημανθούν. Πρώτον, η μέση διαμονή δεν διαφοροποιείται ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου. Τα πρώτης και δεύτερης κατηγορίας ξενοδοχεία βρίσκονται ακριβώς στο μέσο όρο του συνόλου, με 12 μέρες παραπάνω διαμονή, και 13 μέρες αντίστοιχα. Τα τέταρτης και πέμπτης κατηγορίας ξενοδοχεία είναι κάτω του μέσου όρου, με μέση διαμονή τις 10,1 και 11,6 μέρες αντίστοιχα.

Το συνολικό κόστος ταξιδιού διαφοροποιείται ανάλογα με την κατηγορία ξενοδοχείου, με εξαίρεση τα πέμπτης και τέταρτης κατηγορίας ξενοδοχεία, τα οποία έχουν ακριβώς το ίδιο συνολικό κόστος για τον αλλοδαπό τουρίστα, τα 1.075 ευρώ. Σε ό,τι αφορά την τουριστική πληρωμή στον τόπο προέλευσης, αυτή αυξάνεται ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου, με εξαίρεση τα πέμπτης κατηγορίας ξενοδοχεία που έχουν πληρωμή μεγαλύτερη από τα τέταρτης κατηγορίας ξενοδοχεία. Η μεγάλη διαφορά που παρατηρείται μπορεί να οφείλεται και στον πολύ μικρό αριθμό ξενοδοχείων πέμπτης και τέταρτης κατηγορίας στο σύνολο του δείγματος, μόνο 2,5% και 12% αντίστοιχα. Η διαφορά μεταξύ τρίτης και πρώτης κατηγορίας ξενοδοχείων είναι περίπου 200 ευρώ ανά τουριστική άφιξη. Στα πρώτης κατηγορίας ξενοδοχεία, η τουριστική πληρωμή στον τόπο προέλευσης είναι 969 ευρώ, ενώ για τα δεύτερης κατηγορίας είναι 832 ευρώ και για τα τρίτης 764 ευρώ.

Η εικόνα αλλάζει σημαντικά για τις τουριστικές πληρωμές που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα από τους ίδιους τους τουρίστες. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 4, η ημερήσια τουριστική πληρωμή των πελατών της τρίτης κατηγορίας είναι 37,48 ευρώ, έναντι 39 και 39,1 ευρώ των πρώτης και δεύτερης κατηγορίας ξενοδοχείων αντίστοιχα. Την υψηλότερη ημερήσια πληρωμή στην Ελλάδα την έχουν οι τουρίστες της τέταρτης κατηγορίας ξενοδοχείων, με μέση πληρωμή τα 46,9 ευρώ, ενώ των πέμπτης κατηγορίας η αντίστοιχη ημερήσια

πληρωμή είναι 37,7 ευρώ. Η εξήγηση είναι απλή και έχει να κάνει με τις υπηρεσίες που προσφέρει ένα μεγάλης κατηγορίας ξενοδοχείο, τις οποίες ο αλλοδαπός τουρίστας μπορεί να προπληρώνει στη χώρα του, δηλαδή να συμπεριλαμβάνεται στο συνολικό τουριστικό πακέτο, το οποίο προεισπράττεται στη χώρα του.

Πίνακας 2.3.5.3: Τουριστική Πληρωμή ανά Κατηγορία Ξενοδοχείου (σε ευρώ)

Κατηγορία Ξενοδοχείου	Μέση Διαμονή (μέρες)	Ταξιδιωτική Πληρωμή στον Τόπο Προέλευσης	Ταξιδιωτική Πληρωμή στην Ελλάδα	Μέση Ημερήσια Πληρωμή	Συνολικό Κόστος Ταξιδιού	Διαφορά από το Σύνολο (%)
A	12,1	969	472	118	1.431	12,1%
B	12,2	832	477	107	1.309	2,5%
Γ	13,0	764	491	97	1.255	-1,8%
Δ	10,1	601	474	106	1.075	-15,8%
E	11,6	708	367	93	1.075	-15,8%
Σύνολο	12,3	813	464	104	1.277	0%

ΠΗΓΗ: ΙΤΕΠ 2003

Για το σύνολο της ημερήσιας τουριστικής πληρωμής, μόνο τα ξενοδοχεία τέταρτης κατηγορίας ξεφεύγουν από ότι κανείς θα περίμενε, όσο αυξάνεται η κατηγορία του ξενοδοχείου να αυξάνεται και η μέση ημερήσια πληρωμή. Η μικρότερη πληρωμή πραγματοποιείται από τους πελάτες των πέμπτης κατηγορίας ξενοδοχείων με 93 ευρώ, ακολουθούν τα τρίτης κατηγορίας με μέση τιμή τα 97 ευρώ. Οι δύο μεγάλες κατηγορίες ξενοδοχείων έχουν μέση πληρωμή 107 ευρώ για τα δεύτερης κατηγορίας, και 118 ευρώ για τα πρώτης κατηγορίας.

Ο τρόπος οργάνωσης του ταξιδιού είναι μία άλλη επιλογή που έχει ο αλλοδαπός τουρίστας και επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό, τόσο τη συνολική πληρωμή, όσο και τον επιμερισμό μεταξύ χώρας προέλευσης και Ελλάδας. Στον Πίνακα 5 δίνονται οι τουριστικές πληρωμές, ανάλογα με τον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού. Διακρίνονται τέσσερις τρόποι. Πρώτον, ο αλλοδαπός τουρίστας οργανώνει μόνος του το ταξίδι. Το 17,42% των αλλοδαπών τουριστών οργάνωσαν το ταξίδι τους στην Ελλάδα μόνι τους. Το 48,16% χρησιμοποίησε ένα ταξιδιωτικό γραφείο και το 28,87% αγόρασε ένα οργανωμένο πακέτο που του προσέφερε ένας οργανωτής ταξιδιών (tour operator). Τέλος, ένα 5,55% χρησιμοποίησε κάποιον άλλο τρόπο, όπως μέσω φίλων, συναδέλφων και φορέων (π.χ. πανεπιστήμια).

Το οργανωμένο ταξίδι ρίχνει το συνολικό κόστος κατά 7,91% περίπου. Εκείνο, όμως, που είναι πολύ σημαντικό είναι ότι η πληρωμή στην Ελλάδα περιορίζεται στα 398 ευρώ έναντι 611 ευρώ που είναι, όταν κάποιος οργανώνει το ταξίδι μόνος του. Εδώ εστιάζεται και ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού: η μεγάλη του εξάρτηση από τα γραφεία ταξιδιών και τους οργανωτές ταξιδιών.

Ένα σημαντικό ερώτημα είναι τι ποσοστό της πληρωμής που πραγματοποιήθηκε στη χώρα προέλευσης καταλήγει στην Ελλάδα και τι ποσοστό παραμένει στο εξωτερικό. Το πρόβλημα είναι σύνθετο, διότι ένα μέρος της τουριστικής πληρωμής που πραγματοποιείται στην Ελλάδα μπορεί να διαρρέει στο εξωτερικό, αν ο αλλοδαπός τουρίστας καταναλώνει στην Ελλάδα προϊόντα που προέρχονται από το εξωτερικό. Η κατανάλωση αυτή αφορά κυρίως το φαγητό και το ποτό και σχεδόν καθόλου τις υπηρεσίες. Η εκτίμηση των συνολικών ελληνικών εισπράξεων από τον τουρισμό εξετάζονται παρακάτω. Πρώτα, όμως, θα πρέπει να εξετασθούν οι διάφορες κατηγορίες πληρωμών, που το ύψος τους θα φανεί χρήσιμο στον υπολογισμό των τουριστικών εισπράξεων. Η ανάλυση αυτή γίνεται στο επόμενο μέρος του κεφαλαίου.

Πίνακας 2.3.5.4: Τουριστική Πληρωμή Ανάλογα με τον Τρόπο Οργάνωσης του Ταξιδιού (σε €)

Τρόπος Οργάνωσης	Ποσοστό επί του Συνόλου	Μέση Διαμονή (μέρες)	Ταξ/κή Πληρωμή στον Τόπο Προέλευσης	Ταξ/κή Πληρωμή στην Ελλάδα	Μέση Ημερήσια Πληρωμή	Συνολικό Κόστος Ταξιδιού	Διαφορά από το Σύνολο (%)
Μόνος	17,42	14,59	722	611	90	1.320	3,36%
Ταξ. Γραφείο	48,16	11,87	870	482	112	1.329	4,07%
Tour Operator	28,87	11,65	796	398	101	1.176	-7,91%
Άλλος Τρόπος	5,55	12,44	619	487	97	1.211	-5,17%
Σύνολο		12,31	813	464	104	1.277	0%

ΠΗΓΗ: ΙΤΕΠ 2003

Το 87% και το 77% των αλλοδαπών τουριστών που ήρθαν στην Ελλάδα την περίοδο 2001-2002 είχαν προ-αγοράσει στη χώρα τους τη μεταφορά και τη διαμονή τους. Πάνω από τους μισούς αγόρασαν πακέτο και δύο ημερήσια γεύματα (πρωινό, μεσημεριανό, βραδινό). Από τις επτά κατηγορίες πληρωμών που πραγματοποίησαν οι αλλοδαποί τουρίστες άμεσα στην Ελλάδα, η μεγαλύτερη πληρωμή αντιστοιχεί στο φαγητό εκτός καταλύματος με 31,06% ή 138 ευρώ. Η δεύτερη πιο σημαντική πληρωμή αντιστοιχεί στη διαμονή που αγόρασαν οι ίδιοι οι τουρίστες στην Ελλάδα με 23,48% ή 104 ευρώ ανά άφιξη. Το 14,56% της πληρωμής αντιστοιχούσε σε ψώνια ή 77 ευρώ ανά άφιξη. Το 14,56% της πληρωμής αφορούσε διασκέδαση και επισκέψεις σε τουριστικά μέρη ή 65 ευρώ ανά άφιξη. Η τοπική μεταφορά στοίχισε στον αλλοδαπό τουρίστα 31,4 ευρώ σε όλη τη διάρκεια της παραμονής του στην Ελλάδα ή 7,09% της συνολικής του πληρωμής που πραγματοποίησε στην Ελλάδα. Η ενοικίαση ή χρήση αυτοκινήτου (π.χ. πληρωμές για βενζίνη) στοίχισε 14 ευρώ ανά άφιξη ή 3,13% της συνολικής πληρωμής. Τέλος, ένα ποσό της τάξης του 3,35% διατέθηκε για άλλες κατηγορίες πληρωμών.

Η δειγματοληψία επιτρέπει την εκτίμηση του κόστους μεταφοράς και καταλύματος. Κατά μέσο όρο, η εκτίμηση της έρευνας είναι ότι το κόστος της διεθνούς μεταφοράς είναι περίπου 93 ευρώ ανά άφιξη ή το 11,5% του συνολικού ποσού που πληρώνει κάποιος στον τόπο προέλευσής του. Το ποσό για το κατάλυμά του στην Ελλάδα είναι 252 ευρώ που αντιστοιχεί στο 31% της πληρωμής που πραγματοποιεί πριν έρθει στην Ελλάδα.

Ένα μεγάλο ποσοστό αλλοδαπών τουριστών (το 67%), όταν βρίσκεται στην Ελλάδα τρώει εκτός καταλύματος, ψωνίζει (το 61% των αλλοδαπών τουριστών), διασκεδάζει το βράδυ και επισκέπτεται τουριστικά αξιοθέατα (54%). Μεγάλο μέρος των αλλοδαπών τουριστών (το 46%) κάνει χρήση των τοπικών μέσων μεταφοράς (ταξί, ενοικίαση αυτοκινήτου, μέσα μαζικής μεταφοράς).

Η εκτίμηση της μελέτης είναι ότι το 2002 οι τουριστικές εισπράξεις ανήλθαν στο ποσό των 11.859 εκατομμυρίων ευρώ, που είναι κατά 15% μεγαλύτερες από τις επίσημες εκτιμήσεις της Τράπεζας της Ελλάδος. Από αυτές οι 5.807 πραγματοποιήθηκε πριν το ταξίδι τους στη χώρα προέλευσης και το 6.052 στην Ελλάδα. Από τις πληρωμές στην Ελλάδα, τα 1.880 εκατομμύρια ευρώ διατέθηκαν σε εστιατόρια, 1.421 σε κατάλυμα, 1.049 σε ψώνια, 881 σε διασκέδαση, 429 σε τοπικές μεταφορές, 189 για τη χρήση αυτοκινήτου και 203 για άλλες κατηγορίες πληρωμών.

Η οικονομετρική διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν τις τουριστικές εισπράξεις -συνολικά στη χώρα προέλευσης και στην Ελλάδα- δείχνει ότι πολύ σημαντικές μεταβλητές που καθορίζουν το ύψος της πληρωμής είναι η επιλογή της κατηγορίας του ξενοδοχείου, ο αριθμός των ανθρώπων που συνταξιδεύουν και ο

αριθμός των ημερών που παραμένουν στην Ελλάδα. Το πιο σημαντικό, ίσως εύρημα της στατιστικής ανάλυσης είναι η αρνητική επίδραση που έχει η κατηγορία του ξενοδοχείου στις πληρωμές που πραγματοποιούνται από τους τουρίστες κατευθείαν στην Ελλάδα και όχι με προ-αγορά στη χώρα προέλευσής τους. Όσο μεγαλύτερη είναι η κατηγορία που διαμένει ο αλλοδαπός τουρίστας, τόσο μικρότερη είναι η πληρωμή όταν βρίσκεται στην Ελλάδα. Εξίσου σημαντικές μεταβλητές είναι το είδος της κράτησης, η χώρα προέλευσης και ο τόπος προορισμού μέσα στην Ελλάδα.

ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Η τουριστική πολιτική δεν μπορεί να είναι ανεξάρτητη από το γενικότερο πλαίσιο της ελληνικής οικονομικής πολιτικής. Πολιτικές παρέμβασης που αφορούν τον αναπτυξιακό νόμο, τις φορολογικές ρυθμίσεις, τις χρηματοοικονομικές διευθετήσεις (π.χ. πανωτόκια) και τις πολιτικές εκπαίδευσης και κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τις επιπτώσεις που έχουν στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, κυρίως σε ότι αφορά τη διεθνή τους ανταγωνιστικότητα. Πολιτικές παρέμβασης στο πλαίσιο του Γ' και Δ' ΚΠΣ θα πρέπει να αντανακλούν τη σπουδαιότητα που έχει ο τουρισμός για την ελληνική οικονομία.

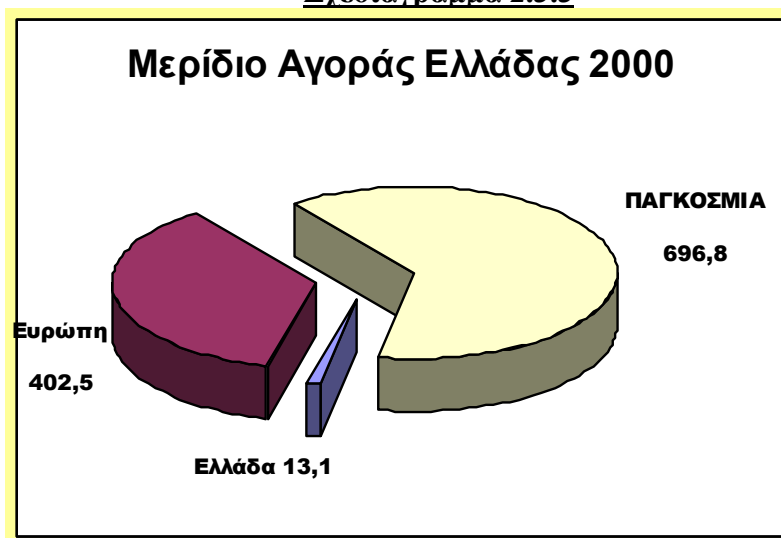
Σκοπός της μελέτης δεν ήταν η διαμόρφωση μιας γενικότερης ή εξειδικευμένης τουριστικής πολιτικής. Παρόλα αυτά, τα ευρήματα της μελέτης μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη διαμόρφωση μιας πολιτικής προσέλκυσης αλλοδαπών τουριστών. Η πολιτική αυτή θα πρέπει να εστιαστεί στην ανάπτυξη του τουρισμού και σε μορφές που δεν μπορούν να ελεγχθούν από τους παγκόσμιους τουριστικούς μεσάζοντες, να επικεντρωθούν σε χώρες που μεγιστοποιούν τις τουριστικές εισπράξεις και να προβάλλουν περιοχές της χώρας που αποφέρουν τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις. Επισημάνθηκε στη μελέτη η ανάγκη μιας συνολικής τουριστικής πολιτικής και αναφέρθηκαν οι αναλύσεις που απαιτούνται για την στήριξη μιας τέτοιας πολιτικής.

2.4 ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

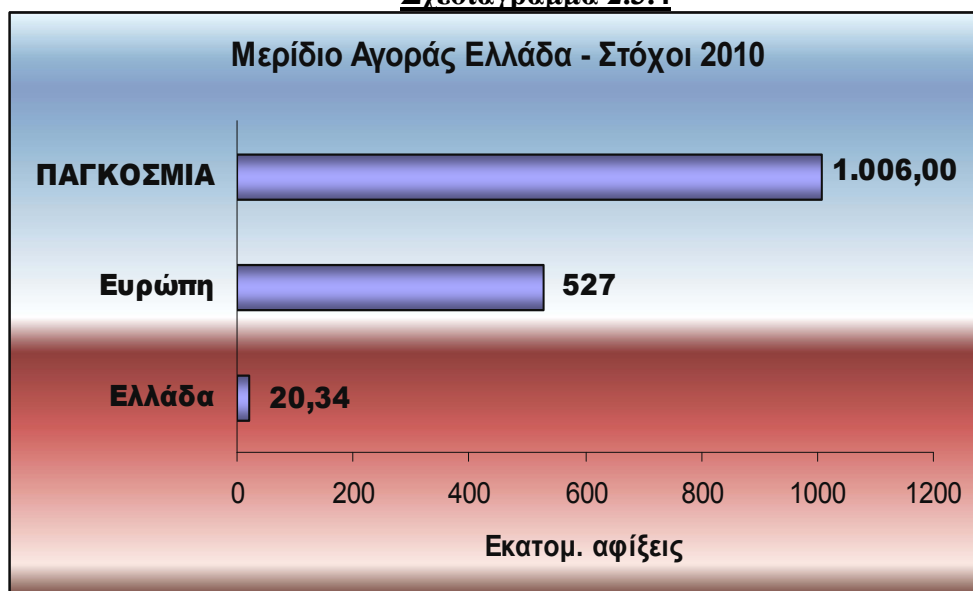
Η ελληνική τουριστική βιομηχανία είναι μια από τις μεγαλύτερες του κόσμου, κατέχοντας το 2000 την 15^η θέση. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα συνεχώς αυξάνουν, από σχεδόν ανύπαρκτες το 1950 στα 13 εκατομμύρια το 2001. Περισσότεροι από το 90% των αλλοδαπών τουριστών προέρχονται από την Ευρώπη. Χαρακτηριστικά, το 2005, καταγράφηκαν 13.279.429 αφίξεις τουριστών, μόνο από χώρες της Ευρώπης, και 9.634.177 αποκλειστικά από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σύμφωνα με μελέτη του Ι.Τ.Ε.Π., προβλεπόταν ότι οι διεθνείς αφίξεις θα φθάσουν τα 15 εκατομμύρια το 2010, πρόβλεψη η οποία ξεπεράστηκε το 2005, οπότε και αφίξεις τουριστών από όλο τον κόσμο έφτασαν τα 15.499.133 (ΕΣΥΕ, 2006). Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004, από την Αθήνα, διαμόρφωσε νέες συνθήκες ανάπτυξης της Ελλάδας, ως βασικού τουριστικού προορισμού. Το ανανεωμένο, ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας είναι σήμερα 693.252 κλίνες σε 9.111 ξενοδοχειακές μονάδες σε όλη την επικράτεια (ΞΕΕ, Μάρτιος 2007). Υπάρχουν ακόμη 30.643 θέσεις κατασκήνωσης και 949 οικίσκοι σε 351 κάμπινγκ.

Σχεδιάγραμμα 2.3.3



Σχεδιάγραμμα 2.3.4



2.5 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μια σύγχρονη βιομηχανία έχει προκύψει, από τη δεκαετία του '50, για να φροντίσει για τη ζήτηση τουρισμού. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ένα αμάλγαμα της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς σε όλη τη χώρα, καθώς επίσης και μια ευρεία ποικιλία των υπηρεσιών που προσφέρονται, κυρίως από τις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις. Επιπλέον, 15.000 μίλια ακτογραμμής, περισσότερα από 2500 νησιά, ένας μέσος όρος 300 ηλιόλουστων ημερών ετησίως, μια μοναδική πανίδα και χλωρίδα, όπως και η κλιματολογική ανωτερότητα, με τους ήπιους χειμώνες και τα θερμά καλοκαίρια, είναι μερικές από τις φυσικές έλξεις του.

Ο ελληνικός πολιτισμός, πάνω από 3.500 ετών, παρέχει επίσης άφθονη πολιτιστική κληρονομιά σε όλη τη χώρα. Περίπου 25.000 καταχωρηθέντα και προστατευόμενα μνημεία και αρχαιολογικές περιοχές, πολυάριθμα μουσεία και περίπου 500 χαρακτηριστικοί, παραδοσιακοί οικισμοί, προσφέρουν ένα μοναδικό μίγμα των τουριστικών αξιοθέατων. Όσον αφορά στα θέλγητρα, ένας μεγάλος αριθμός μικρού και μεσαίου μεγέθους τουριστικών επιχειρήσεων παρέχει μια μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών.

Το 2004, καταγράφονται επίσημα, συνολικά 8.899 ξενοδοχεία και ομοειδή τουριστικά καταλύματα με συνολική δυναμικότητα σχεδόν 670.000 κλίνες. Επιπλέον, 11.000 κρεβάτια σε σκάφη της γραμμής και 12.000 σε κρουαζιερόπλοια, καθώς επίσης και 331 camping με 92.677 θέσεις και 83.000 διαστήματα στρατοπέδευσης, εξυπηρετούν όλους τους τύπους απαιτήσεων. Η EUROSTAT υπολογίζει ότι περίπου 20.000 εστιατόρια λειτουργούν στην Ελλάδα, ενώ ένας αμέτρητος αριθμός επιχειρήσεων εστίασεως και ψυχαγωγίας προσφέρονται. Επιπλέον, περίπου 7.000 γραφεία ταξιδίων, 1.500 ενοικίασεως λεωφορείων και 4.000 εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων υπολογίζονται ότι λειτουργούν σε όλη τη χώρα .

Η δυνατότητα πρόσβασης διευκολύνεται μέσω 32 αερολιμένων, οι περισσότεροι από τους οποίους μπορούν να δεχθούν άμεσες διεθνείς ναυλωμένες πτήσεις. Ένα εκτενές εσωτερικό δίκτυο τακτικών πτήσεων παρέχεται από την Ολυμπιακή Αεροπορία, καθώς επίσης και από τους πρόσφατα ιδρυθέντες ιδιωτικούς μεταφορείς που εκμεταλλεύονται όλο και περισσότερο την απελευθερωμένη αγορά των αερομεταφορών. Ο πολλαπλασιασμός των ιδιωτικών αερογραμμών [π.χ. Aegean Airlines, (παλαιότερα: Cronus, Axon, Air Greece)] κατά τη διάρκεια των τελευταίων πέντε ετών της δεκαετίας του '90 και οι πόλεμοι τιμών με την κρατική Ολυμπιακή Αεροπορία, έχουν αυξήσει την εσωτερική και διεθνή κυκλοφορία.

Επιπλέον, ένα σύνθετο δίκτυο θαλάσσιων, καθώς επίσης οδικών και σιδηροδρομικών μεταφορών επιτρέπει τη μεταφορά επιβατών σε όλη τη χώρα. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90 υπήρξε μια αξιοπρόσεκτη βελτίωση στην ποιότητα και τη δυνατότητα των σκαφών, καθώς η ελληνική ναυπηγική βιομηχανία προετοιμαζόταν για την κατάργηση του "cabotage" των ενδομεταφορών, το 2002, γεγονός που θα επιτρέψει στις ευρωπαϊκές ακτοπλοϊκές γραμμές να λειτουργήσουν στις ελληνικές διαδρομές. Εντούτοις, πρόσφατες τραγωδίες, που αφορούν παλαιότερα ελληνικά πλοία, άσκησαν πίεση στο Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας να λάβει μέτρα, προκειμένου να βελτιωθεί η ασφάλεια και η προστασία των σκαφών και για να εξασφαλιστεί η επαρκής κατάρτιση των πληρωμάτων. Επιπλέον, ο λιμένας του Πειραιά χρειάζεται την ανάπτυξη ενός σύγχρονου τερματικού σταθμού επιβατών για να παρέχει επαρκείς υπηρεσίες.

Δυστυχώς, η ελληνική υποδομή είναι ανίκανη να υποστηρίξει την αύξηση εποικοδομημάτων του τουρισμού των τελευταίων δεκαετιών, και έτσι, οι τηλεπικοινωνίες, οι μεταφορές, οι αστυνομικές και οι υγειονομικές υπηρεσίες, η παροχή νερού, και τα συστήματα λυμάτων είναι υπό μεγάλη πίεση, κατά τους θερινούς, κυρίως, μήνες ώστε να ικανοποιηθεί η τεράστια ζήτηση. Εντούτοις, τα τελευταία χρόνια διάφορα σημαντικά προγράμματα έχουν αρχίσει ή έχουν ήδη ολοκληρωθεί και παραδοθεί προς χρήση στο κοινό, συμπεριλαμβανομένου του Μετρό και του νέου αερολιμένα στην Αθήνα, ενός ευρέος δικτύου αυτοκινητόδρομων και της βαθμιαίας ανάπτυξης της σιδηροδρομικής γραμμής. Αυτές οι εξελίξεις θα αλλάξουν ολόκληρη την υποδομή της χώρας.

2.6 Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο τουρισμός, ως οικονομικό φαινόμενο, συμβάλλει θετικά αλλά και αρνητικά στην ανάπτυξη της οικονομίας.

Στις θετικές επιδράσεις του ανήκει η αύξηση του Α.Ε.Π.(βλ. κεφάλαιο 2^ο, παρ. 2.3), η δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης, ο περιορισμός στο άνοιγμα του

ισοζυγίου εξωτερικών πληρωμών, η οικονομική ενίσχυση της περιφέρειας, η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας όλων εκείνων που παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες για τις τουριστικές ανάγκες των ανθρώπων. Υπολογίζεται δε, ότι συνολικά 690.000 άτομα απασχολούνται στον τουρισμό, εάν συμπεριλάβουμε τα άτομα που ασχολούνται έμμεσα με τον τουρισμό, με το 35% να απασχολείται σε μόνιμη βάση, το 40% για 6 – 8 μήνες και 25% μόνο κατά τη διάρκεια της μέγιστης εποχής για 2 – 3 μήνες. Περίπου 74% του εργατικού δυναμικού απασχολείται στα τουριστικά καταλύματα, 21% στα γραφεία ταξιδίων, τις μεταφορές και το δημόσιο τομέα, ενώ ένα επιπλέον 5% απασχολείται στις θαλάσσιες μεταφορές. Ευκαιρίες για εργασία παρέχονται κυρίως για τους νέους και για τις γυναίκες, που είναι, συχνά, αυτοαπασχολούμενες στο σπίτι. Εντούτοις, η συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση διακυβεύεται, δεδομένου ότι όλο και περισσότερο η βιομηχανία χρησιμοποιεί το self-catering και τη self-service στέγαση και τροφοδότηση.

Κανένας δεν ξέρει την ακριβή συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, κυρίως επειδή δεν υπάρχει επαρκής έρευνα γύρω από τις δαπάνες, τις ροές του εισοδήματος και τους εθνικούς απολογισμούς. Ο τουρισμός είναι μια σημαντική εξαγωγή και συνεισφέρει τόσο στο ακαθάριστο εθνικό προϊόν (ΑΕΠ) όσο και στο ισοζύγιο πληρωμών. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) σημειώνει ότι η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ υπολογίζεται έως και 7%. Οι απολαβές από τον τουρισμό το 1998 ήταν 5.186 εκατομμύρια δολάρια, καλύπτοντας το 29,3% του ελλείμματος στο ισοζύγιο πληρωμών και 39,83% των εξαγωγών των υπηρεσιών. Υπολογίζεται ότι το 1994 το ξένο νόμισμα που κερδήθηκε από τον εισερχόμενο τουρισμό ήταν \$9δισ, παρέχοντας 18–20% του ΑΕΠ, ενώ το 2003 το ταξιδιωτικό συνάλλαγμα έφτασε τα 10.057 εκατ. \$ (βλ. κεφάλαιο 2^ο, παρ. 2.2). Το εισόδημα τουρισμού είναι 2,5 φορές περισσότερο από το εισόδημα που παράγεται από τα βιομηχανικά προϊόντα και 1,8 φορές περισσότερο από τις συνολικές εξαγωγές. Εντούτοις, αυτοί οι αριθμοί δεν περιλαμβάνουν την προαγορά της δραχμής από τους τουρίστες στο εξωτερικό, τις πληρωμές με πιστωτική κάρτα, τις πληρωμές για τις κρουαζιέρες και άλλες αποδοχές, η οποία έχει υπολογιστεί ότι αυξάνει τις συνολικές απολαβές μέχρι και 80%. Ο τουρισμός συμπεριλαμβάνεται στους ελληνικούς εθνικούς απολογισμούς ως άορατη απολαβή, και από το 1989 είναι μόνο δεύτερος των καθαρών συνεισφορών της ΕΕ, προσπερνώντας τόσο τις συνεισφορές της ναυτιλίας όσο και των συνεισφορών των μεταναστών, οι οποίες κυριαρχούσαν στο παρελθόν.

Σύμφωνα, όμως, με μελέτη του Ι.Τ.Ε.Π (Μελέτη 7 – 1999), για το μέγεθος και τη δυναμική του τουριστικού τομέα, ο τουριστικός κλάδος της Ελλάδας δημιουργεί προστιθέμενη αξία της τάξης του 18-20% του ΑΕΠ, που αντιστοιχεί σε 690 χιλιάδες θέσεις το 1994. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια απασχολείται το 6% του εργατικού δυναμικού της Ελλάδος, περί τις 230 χιλιάδες εργαζομένους. Στα ελληνικά ξενοδοχεία απασχολούνταν κατά μέσο όρο 11,5 άτομα, δηλαδή περί τις 100 χιλιάδες εργαζομένους το 1998. Ενώ, στις αρχές 2006, η EUROSTAT έδωσε στη δημοσιότητα τους παρακάτω πίνακες, που σχετίζονται με την αγορά εργασίας και τον τουρισμό στην Ελλάδα, και σύμφωνα με τους οποίους, οι άμεσα και έμμεσα εξαρτώμενοι ή απασχολούμενοι αγγίζουν το 16,5% του συνόλου του ενεργού εργατικού δυναμικού της χώρας, περίπου 700 χιλ. εργαζόμενοι.

Πίνακας 2.6.1: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – 2005

σε χιλιάδες	¼ '05	2/4 '05	¾ '05	4/4 '05	Μ.Ο. '05
Ενεργ. Πληθυσμός	4.385	4.382	4.386	4.383	4.384
Υπάλληλοι	2.734	2.785	2.796	2.799	2.778,5
Ελ. Επαγγ.	1.591	1.597	1.589	–	1.592

Αυτοαπασχολ.	1.318	1.320	1.308	1.303	1.312
Οικογ. Επιχ/σεις	273	277	281	281	278

ΠΗΓΗ: EUROSTAT, 2006

Πίνακας 2.6.2: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ-ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ-2005

σε χιλιάδες	¼ '05	2/4 '05	¾ '05	4/4 '05	Μ.Ο. '05
Ενεργ. Πληθυσμός	269	304	319	298	297,5
Υπάλληλοι	146	178	190	169	170,75
Ελ. Επαγγ.	123	127	129	–	126,3
Αυτοαπασχολ.	93	95	97	98	95,7
Οικογ. Επιχ/σεις	30	31	32	31	31

ΠΗΓΗ: EUROSTAT, 2006

Στην πραγματικότητα, η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, είναι ουσιαστικά μεγαλύτερη, δεδομένου ότι οι επίσημοι αριθμοί αγνοούν την «παραοικονομία» (μαύρη ή παράλληλη οικονομία), που υπολογίζεται να είναι τόσο υψηλή που αγγίζει το 28 – 50% του επίσημου ΑΕΠ. Ο τουρισμός, όντας μια εποχιακή δραστηριότητα, συμπληρώνει, συχνά, άλλες οικονομικές δραστηριότητες, όπως η γεωργία και η εκπαίδευση, και επομένως η παραοικονομία στον τουρισμό είναι ακόμα μεγαλύτερη από ότι σε άλλες βιομηχανίες. Η παραοικονομία περιλαμβάνει και τις διεθνείς μεταφορές των κεφαλαίων για τα προϊόντα τουρισμού που προσφέρονται μέσα στη χώρα, καθώς επίσης και την παράνομη εξαγωγή του τουριστικού συναλλάγματος, που επανεξάγεται χωρίς επεξεργασία μέσω του ελληνικού οικονομικού συστήματος. Κατά συνέπεια, οι πραγματικές επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία είναι κατά ένα μεγάλο μέρος άγνωστες.

Η τουριστική βιομηχανία συνδέεται και με άλλους κλάδους της οικονομίας (όπως αγροτικό τομέα, οικονομία μεταφορών, ναυτική οικονομία, κατασκευαστικές εταιρίες, επιχειρήσεις εξοπλισμών ξενοδοχείων, επιχειρήσεις ηλεκτρισμού, τηλεπικοινωνιών, ύδρευσης κ.α. δημόσιες και ιδιωτικές επιχειρήσεις). Μια σύνδεση απαραίτητη για την παροχή όλων των απαιτούμενων υπηρεσιών, για τη μέγιστη δυνατή κάλυψη των αναγκών των τουριστών, αλλά και την ποιοτική αναβάθμισή τους (ποιοτικός τουρισμός, τουρισμός πολυτελείας).

Οι ανάγκες του ανθρώπου διαρκώς εξελίσσονται και πολλαπλασιάζονται, έτσι και οι τουριστικές ανάγκες μεταβάλλονται συνεχώς. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, ταυτόχρονα με τον τουριστικό κλάδο, να επηρεάζονται και άλλοι παραγωγικοί κλάδοι, με συνέπεια ο τουρισμός να επηρεάζει θετικά τους δείκτες της οικονομίας και άλλων κλάδων εκτός του τουριστικού. Η ελληνική οικονομία επικρίνεται συχνά για την αποτυχία να αναπτυχθούν οι ισχυροί βιομηχανικοί τομείς και να καθιερωθούν οι κατάλληλοι δίαυλοι διανομής για την εξαγωγή γεωργίας. Ο τουρισμός συνεισφέρει σημαντικά στο ισοζύγιο πληρωμών, ενώ είναι μια από τις λίγες δραστηριότητες που θα επέτρεπαν στην Ελλάδα να επιτύχει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, μέσω της ανακατανομής της εργασίας μέσα στην Ευρώπη. Κατά συνέπεια, είναι ζωτικής σημασίας υποκινητής της ελληνικής οικονομίας, που μειώνει το έλλειμμα του ισοζυγίου πληρωμών, που ωθεί την απασχόληση, που παράγει το εισόδημα, και που συμβάλλει στην περιφερειακή ανάπτυξη.

Αρνητική επίδραση μπορεί να θεωρηθεί ο αποπροσανατολισμός της επενδυτικής δραστηριότητας, η εξαφάνιση των ηθικών αξιών στις μικρές, κλειστές, παραδοσιακές κοινωνίες, και η δημιουργία πληθωριστικών πιέσεων, λόγω του ότι οι τουρίστες ξοδεύουν περισσότερα χρήματα με συνέπεια την αύξηση της ζήτησης και εν συνεχεία την αύξηση των τιμών. Η μόλυνση του περιβάλλοντος και η αύξηση της εγκληματικότητας συμπεριλαμβάνονται, επίσης, στις πολύ αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Η ανάπτυξη του κλάδου θα πρέπει να είναι προγραμματισμένη και ελεγχόμενη, για την αποφυγή των αρνητικών αυτών επιπτώσεων του τουρισμού και της θέσης που κατέχει ανάμεσα στους άλλους κλάδους της οικονομίας, ώστε να μην αποδυναμώνει τις άλλες παραγωγικές δραστηριότητες, αλλά να αναπτύσσεται και να προωθείται ταυτόχρονα.

2.7 ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

Ύστερα από πειραματισμούς και αποσπασματικές λύσεις αρκετών χρόνων, οι οποίες κατέληξαν προ τριετίας στην παγκόσμια πρωτοτυπία «αυτοκατάταξης», το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης επιχειρεί μια ολοκληρωμένη παρέμβαση προκειμένου να διευθετηθεί αξιόπιστα και εις βάθος χρόνου το χρόνιο αυτό ζήτημα. Βασικά χαρακτηριστικά αυτής της προσέγγισης είναι η διεξαγωγή ενός πολυσύνθετου διαγωνισμού για την επιλογή συμβούλων οι οποίοι θα αναλάβουν, μεταξύ άλλων, να αποτυπώσουν την υφιστάμενη κατάσταση, να υποβάλλουν εισηγήσεις και προτάσεις για την τροποποίηση των σχετικών Προεδρικών Διαταγμάτων, να δημιουργήσουν όλη την υποδομή (βάσεις δεδομένων, εγχειρίδια εφαρμογής, νομική υποστήριξη κ.λπ.) και να διαμορφώσουν τα «πρότυπα» βάσει των οποίων, θα γίνει η ταξινόμηση των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων της χώρας με το σύστημα των «Αστεριών» και «Κλειδιών».

Για όλο το πρόγραμμα έχουν διασφαλιστεί κονδύλια ύψους 10 εκατ. ευρώ, από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΕΠΑΝ. Στο πλαίσιο αυτό, προκηρύχθηκαν δυο διαγωνισμοί. Ο πρώτος, με προϋπολογισμό έργου 700.000 ευρώ, αφορά στην επιλογή «οριζόντιου» συμβούλου που θα διαμορφώσει τις βασικές προτάσεις δημιουργίας των Προτύπων. Ο δεύτερος, με προϋπολογισμό έργου 9,270 εκατ. ευρώ, αφορά στην επιλογή συμβούλων υποστήριξης για την ανάθεση του έργου ανά Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού, δηλαδή, αφορά συνολικά 14 συμβάσεις.

Σύμφωνα με την πρώτη προκήρυξη ο ανάδοχος θα υλοποιήσει τις ακόλουθες εργασίες:

✓ Αποτύπωση των χαρακτηριστικών και της παρούσας λειτουργικής κατάστασης των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων της χώρας, σε σχέση με τις διεθνείς πρακτικές και πραγματικότητα, μετά από αντιπροσωπευτική δειγματοληπτική έρευνα στο 2% των εν λόγω καταλυμάτων (στα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα το δείγμα θα αναφέρεται κατά 60% στα παραθεριστικά και κατά 40% στα συνεχούς λειτουργίας καταλύματα).

✓ Διατύπωση προτάσεων βελτίωσης του υφιστάμενου Π.Δ.43/2002, με στόχο τη δημιουργία κειμένου αναφοράς για διαβούλευση, που θα οδηγήσει στη δημιουργία του πρώτου Ελληνικού Προτύπου για την ταξινόμηση των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων με το σύστημα των «Αστεριών» και «Κλειδιών». Διατύπωση τελικού σχεδίου Προτύπου, βάσει και των αποτελεσμάτων σχετικής διαβούλευσης.

✓ Παροχή νομικής υποστήριξης για την, σύμφωνα με το ανωτέρω σχέδιο Προτύπου, αναθεώρηση της κείμενης νομοθεσίας, σχετικά με την ταξινόμηση/πιστοποίηση των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων.

✓ Δημιουργία επεξηγηματικού εγχειριδίου για χρήση από τους επιχειρηματίες των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων,

αναφορικά με τις πολιτικές και πρακτικές που πρέπει να εφαρμόσουν, ούτως ώστε να αιτηθούν κατάταξη σύμφωνα με το ανωτέρω σχέδιο Προτύπου.

✓ Δημιουργία εγχειριδίου, για χρήση από τις Υπηρεσίες Τουριστικής Ανάπτυξης που είναι επιφορτισμένες για την εποπτεία της τουριστικής αγοράς, με στόχο τη διασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας αυτής.

✓ Εκπαίδευση (με την υλοποίηση τεσσάρων σεμιναρίων) τόσο των μηχανισμών εποπτείας της αγοράς όσο και των συντελεστών παροχής τουριστικών υπηρεσιών για τα τουριστικά καταλύματα της χώρας, αναφορικά με τους κανόνες και διαδικασίες για την προώθηση της ταξινόμησης των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων με το σύστημα των «Αστεριών» και «Κλειδιών».

✓ Μελέτη κάλυψης αστικής ευθύνης των τουριστικών καταλυμάτων.

Δικαίωμα συμμετοχής στο διαγωνισμό έχουν:

✓ Κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο (οικονομικός φορέας) που λειτουργεί νόμιμα στην Ελλάδα ή σε άλλο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου ή τρίτες χώρες που έχουν υπογράψει τη Συμφωνία Δημοσίων Συμβάσεων του Παγκοσμίου Οργανισμού Εμπορίου, που ασχολείται νόμιμα στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό με την παροχή υπηρεσιών, σχετικών με το αντικείμενο του διαγωνισμού.

✓ Ενώσεις οικονομικών φορέων ή συνεταιρισμοί που λειτουργούν νόμιμα στην Ελλάδα ή σε άλλο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου ή τρίτες χώρες που έχουν υπογράψει τη Συμφωνία Δημοσίων Συμβάσεων του Παγκοσμίου Οργανισμού Εμπορίου, που ασχολείται νόμιμα στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό με την παροχή υπηρεσιών, σχετικών με το αντικείμενο του διαγωνισμού, οι οποίοι υποβάλλουν κοινή προσφορά.

Κάθε υποψήφιος, οφείλει να πληροί τα εξής:

✓ Να διαθέτει ευρεία εμπειρία/τεχνογνωσία σε ό,τι αφορά τα επί μέρους γνωστικά και τεχνικά αντικείμενα του έργου και ειδικότερα σχετικά με : υπηρεσίες λειτουργικής αξιολόγησης επιχειρήσεων ή πιστοποίησης ποιότητας, ή πιστοποίησης συστημάτων διοίκησης σε διεθνές επίπεδο (η υλοποίηση τέτοιων υπηρεσιών σε άλλες χώρες – εκτός της Ελλάδας – είναι υποχρεωτική), υπηρεσίες σε τουριστικά καταλύματα, επεξεργασία προτάσεων νομοθετικού περιεχομένου, μελέτες προσδιορισμού και κάλυψης αστικής ευθύνης.

✓ Να έχει υπό οποιαδήποτε μορφή κατά τα τελευταία τρία χρόνια σχετικές με το έργο υπηρεσίες.

Στην περίπτωση των ενώσεων, ο οικονομικός φορέας (ή οι οικονομικοί φορείς) που φέρει στην ένωση τη ζητούμενη εμπειρία/τεχνογνωσία σε διεθνές επίπεδο, πρέπει να συμμετέχει με ποσοστό μεγαλύτερο του 20%.

Ο δεύτερος διαγωνισμός επιλογής συμβούλων υποστήριξης για τις 14 περιφερειακές συμβάσεις, είναι συνολικού προϋπολογισμού 9,270 εκατ. ευρώ, επιμερισμένα κατ' αναλογία στις 14 περιοχές που περιλαμβάνονται στη διαδικασία.

Αντικείμενο αυτού του διαγωνισμού είναι η Αποτύπωση των χαρακτηριστικών καθώς και των λειτουργικών και λοιπών ποιοτικών στοιχείων των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων στις 14 περιοχές της χώρας, που αντιστοιχούν στις 14 Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (ΠΥΤ), τα οποία προβλέπονται στο Π.Δ. 43/2002, για τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, και στο Π.Δ. 337/2000, για τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα.

Επίσης, η συμβολή στη διαδικασία διαβούλευσης σχετικά με την κατάρτιση ενός Προτύπου για την ταξινόμηση των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων της χώρας με το σύστημα των «Αστεριών» και «Κλειδιών».

Ειδικότερα, το αντικείμενο των επιμέρους τμημάτων του διαγωνισμού (και των

συμβάσεων που θα προκύψουν από αυτόν) είναι:

1. Τμήμα περιοχής ΠΥΤ Αττικής. Η σύμβαση που αντιστοιχεί στο τμήμα αυτό περιλαμβάνει:

- Τη σύνταξη ενός εγχειριδίου (Manual) καταγραφής των χαρακτηριστικών καθώς και των λειτουργικών και λοιπών ποιοτικών στοιχείων των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων.

- Το σχεδιασμό και κατασκευή Βάσης Δεδομένων (Β.Δ) και λογισμικού διαχείρισής της. Θα δημιουργηθούν 14 όμοιες Β.Δ. (μία για κάθε Περιοχή αρμοδιότητας Περιφερειακής Υπηρεσίας Τουρισμού) και μια συνολική (με τα στοιχεία από όλες τις ανωτέρω 14 Β.Δ.) καθώς και 15 αντίγραφα του λογισμικού διαχείρισης των ανωτέρω Β.Δ.

- Την οργάνωση και υλοποίηση ενός σεμιναρίου κατάρτισης στα θέματα του ως άνω Εγχειριδίου και ενός δεύτερου στη χρήση του λογισμικού και της Βάσης Δεδομένων.

- Την κατάρτιση ενός ερωτηματολογίου, που, σύμφωνα με τις υποδείξεις της Υπηρεσίας, θα αποσταλεί στους ενδιαφερόμενους, για τη διατύπωση από αυτούς παρατηρήσεων, προτάσεων κ.λπ. επί του σχεδίου Προτύπου ταξινόμησης των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων.

- Την καταγραφή των χαρακτηριστικών καθώς και των λειτουργικών και λοιπών ποιοτικών στοιχείων των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων της περιοχής αρμοδιότητας της Περιφερειακής Υπηρεσίας Τουρισμού Αττικής και την καταχώρηση των στοιχείων αυτών στη βάση δεδομένων.

- Την υποστήριξη της διαβούλευσης επί του σχεδίου Προτύπου ταξινόμησης των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων (το οποίο θα ετοιμαστεί από έναν άλλο Σύμβουλο, πέραν των δεκατεσσάρων Συμβούλων, που θα επιλεγούν με τον παρόντα διαγωνισμό), με τη συλλογή των απόψεων των επιχειρηματιών και λοιπών ενδιαφερομένων και την επεξεργασία και σύνοψή τους.

- Υποβολή (τεχνική/νομική) του Υπουργείου ή/και της αρμόδιας ΠΥΤ σε οποιαδήποτε άλλη εργασία σχετική με το ανωτέρω αντικείμενό του.

2. Λοιπά τμήματα (λοιπές 13 ΠΥΤ, εκτός Αττικής)

Κάθε μία από τις 13 χωριστές συμβάσεις, μία για κάθε περιοχή αρμοδιότητας των δεκατριών άλλων ΠΥΤ της χώρας, θα περιλαμβάνει:

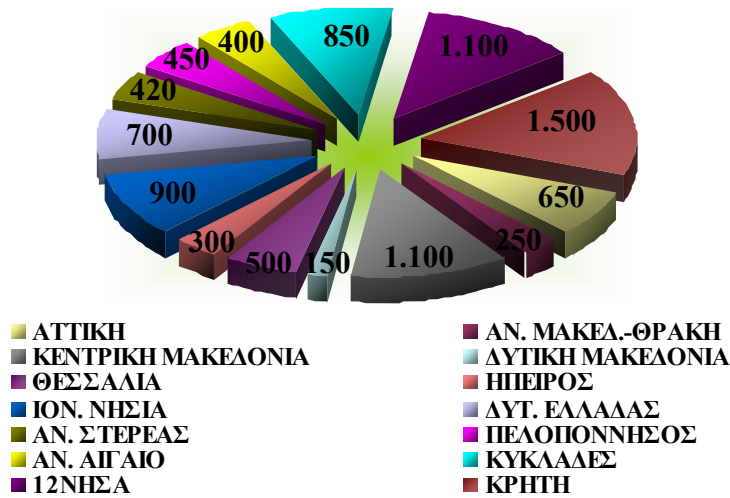
- Την καταγραφή των χαρακτηριστικών καθώς και των λειτουργικών και λοιπών ποιοτικών στοιχείων των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων της περιοχής αρμοδιότητας της Περιφερειακής Υπηρεσίας Τουρισμού Αττικής και την καταχώρηση των στοιχείων αυτών στη βάση δεδομένων.

- Την υποστήριξη της διαβούλευσης επί του σχεδίου Προτύπου ταξινόμησης των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων (το οποίο θα ετοιμαστεί από έναν άλλο Σύμβουλο, πέραν των δεκατεσσάρων Συμβούλων, που θα επιλεγούν με τον παρόντα διαγωνισμό), με τη συλλογή των απόψεων των επιχειρηματιών και λοιπών ενδιαφερομένων και την επεξεργασία και σύνοψή τους.

- Υποβολή (τεχνική/νομική) του Υπουργείου ή/και της αρμόδιας ΠΥΤ σε οποιαδήποτε άλλη εργασία σχετική με το ανωτέρω αντικείμενό του.

Η αποδοχή των Διαγωνιζομένων στον παρόντα διαγωνισμό και η περαιτέρω αξιολόγηση των τεχνικών και οικονομικών προσφορών τους θα γίνει εφόσον πληρούν τα ζητούμενα στην Προκήρυξη.

ΔΑΠΑΝΗ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΥΤ (σε χιλ €) 2007



Πηγή: Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης

Τα ξενοδοχεία, όπως και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, υπόκεινται σε διαβαθμίσεις που καθορίζονται από τον Ε.Ο.Τ. και κατατάσσονται σε:

- Τάξεις (παλιό σύστημα κατάταξης): Lux, A, B, Γ, Δ, E
- Αστέρια (νέο σύστημα κατάταξης): 5*****, 4*****, 3****, 2**, 1*
- Σημειώνεται ότι από τη σκοπιά των τεχνικών προδιαγραφών τα ξενοδοχεία τάξης Lux αντιστοιχούν σε 5*****, τα A σε 4*****, τα B σε 3****, τα Γ σε 2** και τα Δ και E σε 1*.
- Μέχρι να ολοκληρωθεί η σχετική διαδικασία κατάταξης με το νέο σύστημα, ορισμένα ξενοδοχεία θα εμφανίζονται να έχουν την παλαιά κατάταξη σε τάξεις (Lux, A, B, Γ, Δ και E) και ορισμένα τη νέα σε αστέρια (5*****, 4*****, 3****, 2**, 1*). Έτσι, κάποιος που επιθυμεί να αναζητήσει ξενοδοχείο της ανώτατης βαθμίδας θα πρέπει να το αναζητήσει και στα Lux και στα 5*****.

ΜΕΡΟΣ Β΄



Η ΚΡΗΤΗ

Κεφάλαιο 1^ο

- 1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**
- 1.2 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ**
- 1.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ**
- 1.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**
- 1.5 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ**
- 1.6 ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**
- 1.7 ΜΕΣΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ (ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ – ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ)**
- 1.8 ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα νησιά αποτελούν το κύριο μορφολογικό γνώρισμα του ελληνικού χώρου και συστατικό τμήμα του πολιτισμού και της παράδοσης της χώρας. Η ελληνική επικράτεια περιλαμβάνει 6.000 νησιά και νησίδες, διάσπαρτα στα πελάγη του Αιγαίου και του Ιονίου, μοναδικό φαινόμενο στην ευρωπαϊκή ήπειρο, εκ των οποίων μόνο τα 227 είναι κατοικημένα.

Το ελληνικό αρχιπέλαγος έχει 7.500 χλμ. ακτών - από τα συνολικώς 16.000 χλμ που διαθέτει η χώρα - που παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλομορφία. Εκτός από τις ατέλειωτες παραλίες και τις γαλάζιες σημαίες, στα νησιά αυτά αναπτύχθηκαν μερικοί από τους παλαιότερους ευρωπαϊκούς πολιτισμούς (Κυκλαδικός, Μινωικός κ.λπ.). Για το λόγο αυτό διαθέτουν μοναδικούς αρχαιολογικούς χώρους, ξεχωριστή αρχιτεκτονική κληρονομιά και γοητευτικές τοπικές παραδόσεις ενός πολύχρονου και πολυπρόσωπου πολιτισμού. Εξάλλου, σε αυτά είναι συγκεντρωμένο το 58,5% του συνολικού αριθμού των ξενοδοχειακών μονάδων και το 62,6% των ξενοδοχειακών κλινών όλης της χώρας (2003). Τα στοιχεία αυτά σε συνδυασμό με το εξαιρετικό κλίμα, την ασφάλεια των ελληνικών θαλασσών και τις μικρές αποστάσεις μεταξύ λιμανιών και ακτών, έχουν κάνει τα ελληνικά νησιά διάσημα και εξαιρετικά δημοφιλή στους Έλληνες και ξένους επισκέπτες.

Τα περισσότερα νησιά βρίσκονται στο χώρο του **Αιγαίου Πελάγους** και χωρίζονται σε 7 συμπλέγματα (από Βορρά προς Νότο):

- **Νησιά Βορειανατολικού Αιγαίου:** Άγιος Ευστράτιος, Θάσος, Ικαρία, Λέσβος, Λήμνος, Οινούσες, Σάμος, Σαμοθράκη, Χίος, Ψαρά.
- **Σποράδες:** Αλόνησος, Σκιάθος, Σκόπελος, Σκύρος.
- **Εύβοια.**
- **Νησιά Αργοσαρωνικού Κόλπου:** Αγκίστρι, Αίγινα, Πόρος, Σαλαμίνα, Σπέτσες, Ύδρα και η παραθαλάσσια περιοχή των Μεθάνων.
- **Κυκλάδες:** Σύμπλεγμα 56 νησιών με κυριότερα τα: Αμοργός, Ανάφη, Άνδρος, Αντίπαρος, Δήλος, Ίος, Τζιά, Κίμωλος, Κύθνος, Μήλος, Μύκονος, Νάξος, Πάρος, Σαντορίνη, Σέριφος, Σίκινος, Σίφνος, Σύρος, Τήνος, Φολέγανδρος και τις «Μικρές Κυκλάδες», που αποτελούνται από τα νησιά Δονούσα, Ηρακλεία, Κουφονήσια και Σχοινούσα.
- **Δωδεκάνησα:** Αστυπάλαια, Κάλυμνος, Κάρπαθος, Κάσος, Καστελόριζο, Κως, Λειψοί, Λέρος, Νίσυρος, Πάτμος, Ρόδος, Σύμη, Τήλος, Χάλκη.
- **Κρήτη**

Στο **Ιόνιο Πέλαγος** βρίσκεται ένα και μοναδικό νησιώτικο σύμπλεγμα:

- **Ιόνια Νησιά:** Ζάκυνθος, Ιθάκη, Κέρκυρα, Κεφαλλονιά, Λευκάδα, Παξοί, Αντίπαξοι, Ερεικούσα, Μαθράκι, Μεγανήσι, Οθωνοί, Στροφάδες.

Τα νησιά αυτά, μαζί με τα Κύθηρα, που όμως βρίσκονται απέναντι από τη νότια Πελοπόννησο (Λακωνία), καθώς και τα γειτονικά τους Αντικύθηρα αποτελούν τα **Επτάνησα**.

Εκτός νησιωτικών συμπλεγμάτων, αλλά με απaráμιλλες φυσικές ομορφίες, είναι τα νησιά Γαύδος (νότια της Κρήτης), Ελαφώνησος (στον Λακωνικό κόλπο) και Τριζόνια (στον Κορινθιακό κόλπο).

1.2 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ

α) Γεωγραφική θέση

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο σε επιφάνεια ελληνικό νησί. Η έκτασή του είναι 8.336 τετραγωνικά χιλιόμετρα και είναι πέμπτο ανάμεσα στα νησιά της Μεσογείου, καταλαμβάνει το νότιο τμήμα του Αιγαίου Πελάγους. Μόνιμοι κάτοικοι του νησιού είναι περίπου 600.000, ενώ κατά την περασμένη δεκαετία σημειώθηκαν ευνοϊκές δημογραφικές εξελίξεις. Παρουσίασε ένα από τα υψηλότερα ποσοστά γεννητικότητας στη χώρα και έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς αύξησης του πληθυσμού (0,67% ετησίως, έναντι 0,53% μέσου όρου της χώρας). Απέχει 100 χιλιόμετρα περίπου από τη νοτιότερη άκρη της Πελοποννήσου, 175 χιλιόμετρα από τις ακτές της Μικράς Ασίας και 800 χιλιόμετρα από τη βόρειο Αφρική. Το μήκος των ακτών της φθάνει τα 1.306 χιλιόμετρα. Η περιφέρεια της Κρήτης χωρίζεται σε τέσσερις (4) νομούς, του Ηρακλείου, του Λασιθίου, των Χανίων, του Ρεθύμνου [με πρωτεύουσα του νησιού το Ηράκλειο (με 19 επαρχίες, 42 καποδιστριακούς δήμους και 2 κοινότητες)]. Σύμφωνα με την μυθολογία, στην Κρήτη γεννήθηκε ο Δίας, ο πατέρας των ολύμπιων θεών και πατέρας της φιλοξενίας. Τόπος στον οποίο αναπτύχθηκε ο πρώτος ευρωπαϊκός πολιτισμός του Μίνωα και της Αριάδνης, Πατρίδα του Θεοτοκόπουλου, του Καζαντζάκη, του Ερωτόκριτου και της Αρετούσας.

β) Κλιματολογικές συνθήκες

Η Κρήτη έχει ένα θαυμάσιο μεσογειακό κλίμα, με δροσερά και ήπια καλοκαίρια, αλλά και βροχερούς χειμώνες, οι οποίοι ευνοούν την ανάπτυξη ευπαθών καλλιεργειών (ελιές, αμπέλια, νωπά κηπευτικά κ.α.). Η θερμοκρασία κυμαίνεται από 9-10°C τον Φεβρουάριο και φθάνει μέχρι και τους 40°C τον Αύγουστο. Η πτώση του χιονιού παρατηρείται μόνο στις κορυφές των βουνών, ενώ στις παραλιακές περιοχές είχε να σημειωθεί χιονόπτωση από το 1985 και χιόνισε ξανά το χειμώνα του 2003.

γ) Γεωλογία

Ορεινοί όγκοι καταλαμβάνουν το 48% του εδάφους της Κρήτης. Τρεις μεγάλες οροσειρές υψώνονται σε όλη την επιφάνειά της, με κορυφές που φθάνουν τα 2.500 μέτρα περίπου. Αυτές είναι τα Λευκά Όρη, οι Μαδάρες στο δυτικό τμήμα του νησιού, η Ίδη ή Ψηλορείτης στην κεντρική Κρήτη και η Δίκτη ή Λασιθιώτικα Βουνά στα ανατολικά. Μεταξύ των ορεινών όγκων του νησιού δημιουργούνται εύφορες πεδιάδες, που απαρτίζουν το 23% των εδαφών της και το υπόλοιπο 29% είναι ημιορεινό. Οι ακτές της έχουν μήκος 1.306 χλμ (7,8% της χώρας) και οι αξιόλογες παραλίες της αντιπροσωπεύουν το 9% της χώρας.

i. Οροπέδια

Η Κρήτη έχει αρκετά οροπέδια που σχηματίζονται ανάμεσα στις βουνοκορφές. Τα σημαντικότερα είναι το οροπέδιο του Λασιθίου, του Ομαλού και της Νίδας. Έχει εύπορο έδαφος, αρκετά νερά και πλούσιες καλλιέργειες.

ii. Λίμνες και ποτάμια

Λίγα και μικρά είναι τα ποτάμια της και έχει δύο μόνο λίμνες. Η μία είναι η λίμνη του Κουρνά, στα ΒΔ του χωριού Κουρνάς (επαρχία Αποκορώνου, 48 χλμ. από τα Χανιά). Στο χωριό Κουρνάς σώζεται η εκκλησία του Αγίου Γεωργίου με αξιόλογες τοιχογραφίες 12^{ου}, 13^{ου} και 14^{ου} αιώνα. Το όνομα της λίμνης στην αρχαιότητα ήταν Κορησσία Αθηνά, όπως αναφέρει ο Στέφανος Βυζάντιος. Σύμφωνα με άλλη ετυμολογία το τοπωνύμιο προέρχεται από την αραβική λέξη «κουρνά» που σημαίνει λίμνη.

Η δεύτερη λίμνη βρίσκεται στον Άγιο Νικόλαο, είναι χροανοειδής στο κέντρο

της πόλης (64 μέτρα βάθος), γνωστή στους μεσαιωνικούς χρόνους ως Μαντράκι (κλειστό λιμάνι). Σήμερα ενώνεται με τη θάλασσα με διώρυγα που ανοίχτηκε από τον Αδοσίδη πασά, στο δεύτερο μισό του περασμένου αιώνα (61 μ. μήκος, 12 μ. πλάτος). Γέφυρα ενώνει τα δύο τμήματα της πόλης. Ο μύθος λέει ότι σε αυτή τη λίμνη έκαναν το μπάνιο τους η θεά Αθηνά και η Άρτεμις Βριτομάρτις. Στο νότιο τμήμα της υπάρχει ζωολογικός κήπος. Τέλος, υπάρχει και μια τεχνητή λίμνη στο δάσος του Ζαρού.

iii. Σπήλαια

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του νησιού είναι η ύπαρξη πολλών σπηλαίων, που σχηματίστηκαν λόγω της μακράιωνης κραστικής διεργασίας του νερού πάνω στα ασβεστολιθικά πετρώματα. Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης έχει καταγράψει συνολικά 21 σπήλαια σε όλο το νησί.

Ξεκινώντας από τα Χανιά συναντούμε στην Αγία Μαρίνα το σπήλαιο της Νεροσπηλιάς, στο Ακρωτήρι το σπήλαιο Αρκουδιώτισσα, στη Γεωργιούπολη το σπήλαιο του Κουρνά, στο Θέρισσο το σπήλαιο Σαρακήνα, στη Μαλάξα τις σπηλιές Αχλοδολάκκι και Γραι Σπήλε, στην Παλαιόχωρα τις σπηλιές Ζουρές και Χάρακας, στις Φουνές τη σπηλιά Χοιρόσπηλιος και στη Χώρα των Σφακίων στο Φραγκοκάστελλο τη σπηλιά Δασκαλογιάννη, η οποία είναι προσιτή μόνο με βάρκα.

Στο νομό Ρεθύμνου υπάρχουν τρία σπήλαια. Το πρώτο βρίσκεται 6 χλμ. δυτικά της πόλης του Ρεθύμνου που λέγεται Γεράνι. Στα Ζωνιανά υπάρχει το σπήλαιο Σφεντόνι (κι όχι Σεντόνι που επιμένουν οι ντόπιοι) και, τέλος, το σπήλαιο του Μελιδονίου ή αλλιώς Γερόσπηλιος ή Γεροντόσπηλος.

Στο Αρκαλοχώρι, στο νομό Ηρακλείου, βρίσκεται το Μινωικό Ιερό Σπήλαιο. Στις Επάνω Αρχάνες υπάρχει το σπήλαιο Χωστό Νερό, στην ομώνυμη περιοχή. Στην περιοχή Ασίτες το σπήλαιο Σάρχου ή Χώνος ή Νυχτεριδόσπηλιο. Στην Άνω Βιάννο το σπήλαιο της Βίγλας. Στο Ζαρό, στην περιοχή Καμάρες βρίσκεται το σπήλαιο των Καμάρων. Στον Καρτερό, στην Αμνισό βρίσκεται το σπήλαιο της Ειλειθυίας, θεάς των τοκετών. Μέχρι το τέλος του περασμένου αιώνα ήταν γνωστό με το όνομα Νεραϊδόσπηλιος. Τέλος, στα Μάταλα είναι οι πασίγνωστες σπηλιές των παιδιών των λουλουδιών.

Στο Λασιθί βρίσκουμε δύο σπήλαια, το ένα βρίσκεται στη Μίλατο και το δεύτερο στο Οροπέδιο του Λασιθίου (Τζερμιάδο) το σπήλαιο της Τράπεζας ή Κρόνειος.

iv. Φαράγγια

Η Κρήτη έχει, επίσης, σύμφωνα με τον ΕΟΤ (www.eot.gr) πολλά φαράγγια. Το μεγαλύτερο είναι το παγκοσμίου φήμης φαράγγι της Σαμαριάς, στα Χανιά. Άλλα, μικρότερα φαράγγια στο νομό είναι του Νιμπρού στη Γεωργιούπολη, το καταπράσινο φαράγγι της Αγίας Ειρήνης στο Επανωχώρι, το φαράγγι του Ελευθερίου Βενιζέλου στο Θέρισσο, το Μικρό Φαράγγι στη Μαλάξα, το φαράγγι Άνυδροι-Γιανισκάρη στην Παλαιόχωρα. Το τοπολιανό φαράγγι στα Τοπόλια και το φαράγγι ανάμεσα στην Ανώπολη και στην Αράδαινα.

Στο Ρέθυμνο υπάρχει μόνο ένα φαράγγι. Το επιβλητικό φαράγγι Κουρταλιώτικο στον Κοζαρέ. Στενό, με άγρια ομορφιά. Οι πλαγιές του είναι γεμάτες πηγές και σπηλιές, όταν φυσά άνεμος ακούγονται ήχοι σαν χειροκροτήματα – κούρταλα, όπως λέγονται στην τοπική διάλεκτο, από τα οποία και πήρε το όνομα του το φαράγγι.

Στο Ηράκλειο είναι ένα φαράγγι στο Ζαρό – Καμάρες κι άλλο ένα στην Άνω Βιάννο, το φαράγγι Βιάννου – Αμιρά.

Και, τέλος, στο Λασιθί υπάρχει το μοναδικό φαράγγι του νομού στο Οροπέδιο Λασιθίου, το φαράγγι του Χαβγά.

v. Παραλίες

Η Κρήτη έχει πολλές παραλίες με βότσαλα ή με άμμο που χρησιμοποιούνται από ημεδαπούς και αλλοδαπούς για θαλάσσια μπάνια, κυρίως κατά την θερινή περίοδο. Η πιο διάσημη παραλία είναι εκείνη της επαρχίας της Σητείας και ονομάζεται Βάι, διάσημη και για το φοινικόδασος με το μοναδικό σπάνιο είδος φοίνικα *Phoenix Theophrastii*. Από τις 404 συνολικά βραβευμένες με γαλάζια σημαία παραλίες της Ελλάδας, οι 102 βρίσκονται στην Κρήτη. Συγκεκριμένα 21 στο νομό Χανίων, 17 στο νομό Ρεθύμνης, 16 στο νομό Ηρακλείου και 38 στο νομό Λασιθίου. Στην ιστοσελίδα του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης www.gnto.gr/pages, δίνονται αναλυτικά όλα τα ονόματα των δήμων και κοινοτήτων που έχουν βραβευθεί με γαλάζια σημαία.

δ) Αρχαιολογία

i. Μουσεία

Στην Κρήτη είχε αναπτυχθεί ένας από τους σημαντικότερους πολιτισμούς στον κόσμο, ο Μινωικός Πολιτισμός που είναι παλαιότερος από τον Αθηναϊκό. Η Κρήτη έχει πολλά μουσεία, σε πολλές πόλεις της, με πολλά αρχαιολογικά ευρήματα από την μινωική εποχή και το περίφημο παλάτι του μυθικού βασιλιά Μίνωα στην Κνωσό. Συνολικά 8 μουσεία του κράτους και 9 μη δημόσια μουσεία βρίσκονται σε όλη την Κρήτη (www.culture.gr). Το Αρχαιολογικό Μουσείο του Ηρακλείου είναι το 2^ο μεγαλύτερο και 2^ο σπουδαιότερο μουσείο της Ελλάδας μετά από αυτό της Ακρόπολης των Αθηνών.

ii. Αρχαιολογικοί χώροι.

Επίσης, η Κρήτη έχει πολλούς αρχαιολογικούς χώρους, σύμφωνα με το Υπουργείο Πολιτισμού συνολικά 40, που είναι πόλος έλξης για τους τουρίστες, όπως: το παλάτι της Κνωσού, η Μονή Αρκαδίου, το ανάκτορο της Φαιστού, το παλάτι της Τυλίσσου, το Ενετικό Φρούριο Κούλε, Γόρτυνας, το Ανάκτορο των Μαλλίων και άλλα.

iii. Μνημεία

Το νησί αριθμεί και 24 μνημεία, που αξίζει κανείς να επισκεφθεί, μεταξύ των οποίων τα μινωικά Ανάκτορα της Κνωσού και της Φαιστού, η Δημοτική Αγορά των Χανίων, το Μέγαρο Φυτάκη στο Ηράκλειο, καθώς επίσης και το Νομαρχιακό Μέγαρο του Ηρακλείου και των Χανίων και η Οικία του Ελευθερίου Βενιζέλου στα Χανιά.

1.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ

α) Οικονομικό προφίλ της περιφέρειας

Το Ακαθάριστο Περιφερειακό Προϊόν (ΑΠΠ) της Κρήτης το 2001 αντιστοιχούσε στο 5,5% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (ΑΕΠ), παρουσιάζοντας αύξηση από το ποσοστό του 5,1% το 1990. Πιο αναλυτικά, στον πρωτογενή τομέα παράγεται το 12%, στον δευτερογενή το 15% και στον τριτογενή το 72% του ΑΠΠ, ενώ αντίστοιχα ποσοστά στο ΑΕΠ της χώρας από τους τρεις παραγωγικούς τομείς είναι 8%, 24% και 69% αντίστοιχα. Το μεγαλύτερο μέρος του ΑΕΠ της Περιφέρειας Κρήτης παράγεται στο νομό Ηρακλείου (46,9%), ενώ ακολουθούν οι νομοί Χανίων (24,4%), Λασιθίου (15,7%) και Ρεθύμνης (13%) Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Περιφέρειας Κρήτης ανέρχεται στο 100,7% του κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας για το έτος 2001, παρουσιάζοντας μια ελαφρά βελτίωση σε

σχέση με το έτος 1990 που ήταν 96,1%. Σε απόλυτες τιμές, το κατά κεφαλήν εισόδημα ανήλθε σε 12.014€ έναντι 11.933€ στη χώρα το 2001. Μεταξύ των τεσσάρων νομών, το υψηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα καταγράφηκε στο Νομό Λασιθίου με €14.955, ενώ δεν υπήρξαν σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των άλλων τριών νομών.

Το κατά κεφαλή ΑΕΠ της Περιφέρειας αντιστοιχεί στο 75% του μέσου κατά κεφαλή ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 1996 και έτσι κατατάσσεται στις φτωχές Περιφέρειες της Ε.Ε., βελτιώνοντας όμως τη θέση της σε σχέση με το έτος 1986, που ανερχόταν στο 57% του μέσου κατά κεφαλή ΑΕΠ της Ένωσης και βρισκόταν στην 21η θέση μεταξύ των Περιφερειών με το χαμηλότερο κατά κεφαλή ΑΕΠ. Η παραγωγικότητα της Περιφέρειας βρίσκεται στο ίδιο ακριβώς επίπεδο με την παραγωγικότητα της χώρας, αλλά υστερεί σε σχέση με την παραγωγικότητα της Ε.Ε. Συγκεκριμένα, το έτος 1996 η παραγωγικότητα της Κρήτης καλύπτει το 72% του μ.ο. της Ε.Ε. (Μ.Ο. Ελλάδα = 72%), παρουσιάζοντας όμως συνεχή βελτίωση τα τελευταία χρόνια (το 1993 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 69%, ενώ το 1988 ήταν 64%).

β) Πρωτογενής τομέας

Ο αγροτικός τομέας χάρη στην μορφολογική και κλιματική ποικιλομορφία της Κρήτης καλύπτει μεγάλο εύρος των μεσογειακών προϊόντων, ωστόσο επικεντρώνεται περισσότερο στο ελαιόλαδο, στα εσπεριδοειδή και στην τυροκομία. Όσον αφορά τις καλλιέργειες στην Περιφέρεια αναδεικνύεται η εξειδίκευση σε παραδοσιακές καλλιέργειες όπως η ελαιοκαλλιέργεια και η αμπελοργία. Η Κρήτη είναι η δεύτερη παραγωγός περιφέρεια της χώρας σε ελαιόλαδο. Τα κηπευτικά καλύπτουν μόλις το 3% της συνολικής καλλιεργούμενης έκτασης, παρότι στην Κρήτη συγκεντρώνεται περίπου το 50% των θερμοκηπίων της χώρας ενώ στα εσπεριδοειδή η Περιφέρεια συμμετέχει κατά 11% στην εγχώρια παραγωγή. Σημειώνεται πως η Περιφέρεια διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα στην παραγωγή νωπών λαχανικών και ανθέων.

Η κτηνοτροφία στην Κρήτη έχει κατά κύριο λόγο εκτατικό χαρακτήρα, με μικρό αριθμό οργανωμένων κτηνοτροφικών μονάδων. Το μεγαλύτερο τμήμα ζωικού κεφαλαίου αποτελείται από αιγοπρόβατα ελευθέρως βοσκής. Σημαντικές είναι οι προϋποθέσεις ανάπτυξης στην παραγωγή σκληρών τυριών, όπου συμμετέχει κατά 25% στην εγχώρια παραγωγή ενώ συνολικά στην τυροκομία συμμετέχει κατά 9%. Παρά το νησιωτικό χαρακτήρα της Περιφέρειας, η αλιεία αντιμετωπίζει προβλήματα που εντοπίζονται κυρίως στην έλλειψη υποδομών, διαχείρισης και εμπορίας των αλιευμάτων και εκσυγχρονισμού και αναδιάρθρωσης του αλιευτικού στόλου και των μεθόδων αλιείας. Τέλος, η Κρήτη παρουσιάζει πλεονέκτημα στη μελισσοκομία λόγω κλίματος και υπάρχουσας μελισσοκομικής χλωρίδας

γ) Δευτερογενής τομέας

Σημαντικότερος κλάδος του δευτερογενή τομέα είναι η μεταποίηση η οποία συνδέεται κύρια με την επεξεργασία προϊόντων του πρωτογενή (τρόφιμα - ποτά), αλλά και με τους κλάδους των δομικών υλικών και των πλαστικών. Η συμμετοχή της ανέρχεται περίπου στο 5,3% του συνολικού ΑΠΠ για το 1994.

Οι επιχειρήσεις της μεταποίησης είναι σχετικά μικρού μεγέθους με εξαίρεση τις συνεταιριστικές. Η Κρήτη συγκεντρώνει μόνο το 1,8% των καταστημάτων της μεγάλης βιομηχανίας και μόνο 25 μονάδες έχουν κύκλο εργασιών που υπερβαίνει το 1 δις δρχ. Η μεταποίηση των προϊόντων του πρωτογενή τομέα εμφανίζει προβλήματα οργάνωσης, ποιότητας, σχεδιασμού και τυποποίησης, καθώς και εκσυγχρονισμού των παραγωγικών υποδομών. Τα προβλήματα συνδέονται επίσης και με την αδυναμία οργάνωσης εμπορικών δικτύων για την προώθηση της τοπικής παραγωγής στις διεθνείς αγορές. Η σύνδεση μεταποίησης και υπηρεσιών, η δικτύωση καθώς και η διασύνδεση με τα ερευνητικά κέντρα βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα. Ανεπαρκής είναι η χωροταξική / πολεοδομική οργάνωση της μεταποίησης, με αποτέλεσμα να προκαλεί περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις και να δέχεται πιέσεις από την οικιστική

επέκταση και την ανάπτυξη των άλλων τομέων της τοπικής οικονομίας. Στην Περιφέρεια υφίστανται η Βιομηχανική Περιοχή (ΒΙ.ΠΕ.) Ηρακλείου και το Βιοτεχνικό Πάρκο (ΒΙΟ.ΠΑ.) Χανίων, ενώ στο ΠΕΠ 1994-99 προετοιμάστηκε η υλοποίηση των ΒΙΟ.ΠΑ. Λασιθίου, Ρεθύμνου και Ηρακλείου. Η λειτουργία της ΒΙΠΕ Ηρακλείου και του ΒΙΟ.ΠΑ Χανίων έχουν θετικά αποτελέσματα

δ) Τριτογενής τομέας

Οι υπηρεσίες αποτελούν τον μεγαλύτερο και δυναμικότερο τομέα της κρητικής οικονομίας και συμβάλλουν στο ΑΠΠ κατά περίπου 70%. Κινητήριος μοχλός είναι φυσικά ο τουρισμός και οι συνδεδεμένες με αυτόν υπηρεσίες. Οι διοικητικές, εκπαιδευτικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, καθώς και οι υπηρεσίες μεταφορών είναι συγκεντρωμένες κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα. Σε μικρότερο βαθμό το ίδιο ισχύει και για το εμπόριο. Αντίθετα οι υπηρεσίες τουρισμού είναι κατανομημένες σε σχεδόν όλες τις παραθαλάσσιες περιοχές και λιγότερο στα αστικά κέντρα, αν και παρουσιάζουν ιδιαίτερη συγκέντρωση σε συγκεκριμένα σημεία.

Ο τουριστικός τομέας στην Κρήτη είναι ο πιο δυναμικά αναπτυσσόμενος κλάδος της τοπικής οικονομίας. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 20%-25% των επισκεπτών στη χώρα μας κατευθύνεται στην Κρήτη. Από πλευράς αριθμού επιχειρήσεων, όσο και από πλευράς ύψους κεφαλαίων, ο τουριστικός τομέας αντιπροσωπεύει το 43,2% του συνόλου των ΑΕ και ΕΠΕ και το 30,8% των συνολικών κεφαλαίων της Περιφέρειας. Όσον αφορά την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών τα τελευταία χρόνια πραγματοποιήθηκαν σημαντικές επενδύσεις σε ξενοδοχειακές μονάδες, με αποτέλεσμα την ποσοτική και ποιοτική αναβάθμιση της ξενοδοχειακής υποδομής. Ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων της Κρήτης αυξήθηκε περίπου κατά 12% το διάστημα 1991-2000, από 1.143 το 1991 σε 1.278 το 2000, αντιπροσωπεύοντας το 16% του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας. Ο αριθμός των κλινών αυξήθηκε με ταχύτερο ρυθμό, σχεδόν 39%, με αποτέλεσμα ο μέσος αριθμός κλινών ανά μονάδα να αυξηθεί από 73 το 1991 σε 90 το 2000. Οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες άνω των 100 κλινών βρίσκονται στον Νομό Ηρακλείου με ποσοστό 38.4% επί του συνόλου και ακολουθεί ο Νομός Χανίων με ποσοστό 23.9%.

Ο τουριστικός κλάδος ωστόσο αντιμετωπίζει και σήμερα αρκετά προβλήματα και προκλήσεις. Πέρα από τον έντονο και συνεχώς αυξανόμενο ανταγωνισμό σε Μεσογειακό, Ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, οι τουριστικοί φορείς και επιχειρήσεις καλούνται να δώσουν λύσεις σε ζητήματα όπως την εποχικότητα που οδηγεί σε αδράνεια το κεφαλαιουχικό και ανθρώπινο δυναμικό, την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, την ανάπτυξη νέων τουριστικών υπηρεσιών (π.χ. αγροτουρισμός), την μη ισόρροπη ανάπτυξη του τουρισμού στο νότιο και στο βόρειο άξονα του νησιού και την περαιτέρω ανάπτυξη των κρατικών υποδομών μεταφορών (λιμάνια, αεροδρόμια).

ε) Άλλα χαρακτηριστικά

Συνολικά η Κρήτη συμμετέχει στο ακαθάριστο εθνικό προϊόν (ΑΕΠ) της χώρας με ποσοστό 6,0%, το 5,5% του πληθυσμού της χώρας κατοικεί στο νησί, καταλαμβάνει την 3^η θέση στην κατάταξη των περιφερειών με βάση το κατά κεφαλήν εισόδημα. Έχει το χαμηλότερο ποσοστό ανεργίας στη χώρα (4,6% το 1997) και παρουσιάζει ένα από τα υψηλότερα ποσοστά γεννητικότητας (12,7%) και έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς αύξησης του πληθυσμού 3,5% (ΕΣΥΕ, 2001). Το 8% των καλλιεργούμενων εκτάσεων στην χώρα, το 32% της συνολικής παραγωγής ελαιόλαδου και 28% των τυροκομικών ειδών και το 31,78% των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στην χώρα (ΥΠ. ΓΕΩΡΓΙΑΣ, ΕΣΥΕ - 2004). Παρά τις σχετικά ικανοποιητικές αναπτυξιακές επιδόσεις της Περιφέρειας, η μέχρι τώρα ανάπτυξη της φαίνεται, ότι σε μεγάλο βαθμό δεν έγινε ορθολογικά, αφού δεν στηρίχθηκε σε ένα μακροπρόθεσμο σχεδιασμό με παράλληλη ανάπτυξη των απαραίτητων υποδοχών. Έτσι η Περιφέρεια Κρήτης έχει θέσει βασικούς στρατηγικούς στόχους, τους οποίους

υλοποιεί, διαχρονικά, με τη βοήθεια όλων των Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης από το 1989 έως και σήμερα. Η προσπάθεια των αρχών του νησιού έγκειται στα εξής:

Την ανάδειξη της Κρήτης σε οικονομικό, ερευνητικό και πολιτιστικό κέντρο στο χώρο της Ν.Α. Μεσογείου. Η ολοκληρωμένη ανάπτυξη των τομέων της κρητικής οικονομίας με έμφαση στην ορθολογική αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του πρωτογενούς και του τριτογενούς τομέα. Η εφαρμογή περιβαλλοντικής πολιτικής και η βελτίωση της ποιότητας ζωής. Οι ανωτέρω στρατηγικού στόχοι επιδιώκεται να υλοποιηθούν με μια συνολική προσπάθεια που κινείται γύρω από επτά αναπτυξιακούς άξονες:

1. Ενίσχυση της έρευνας και αξιοποίησή της στην παραγωγή.

Γίνεται προσπάθεια να αξιοποιηθεί το συγκριτικό πλεονέκτημα της Κρήτης με το πλούσιο δυναμικό έρευνας και τεχνολογίας που έχει αναπτυχθεί τόσο στο Πανεπιστήμιο όσο και σε ερευνητικά ιδρύματα. Ήδη έχουν υλοποιηθεί οι κτηριακές εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός του Πανεπιστημίου και Πολυτεχνείου Κρήτης, του Ιδρύματος Έρευνας και Τεχνολογίας και του Ινστιτούτου Θαλάσσιας Βιολογίας, ενώ έχει δημιουργηθεί το Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης και πρόσφατα άρχισε να λειτουργεί και το Ενυδρείο της Κρήτης «Θαλασσόκοσμος».

2. Τουριστική αναβάθμιση.

Η προσπάθεια στοχεύει στην πιο ισόρροπη γεωγραφικά και εποχιακά, κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, η αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, η ανάπτυξη σχετικών υποδομών και η ανάδειξη του πολιτιστικού στοιχείου. Για τη στήριξη του τουρισμού δημιουργήθηκαν μαρίνες (Αγ. Νικόλαος, Αγ.Γαλήνη, Χανιά) ενώ προγραμματίζονται στο Ρέθυμνο και τα Μάλλια, καθώς και η τουριστική αξιοποίηση του λιμένα Αγ. Νικολάου. Κατασκευάστηκαν συνεδριακά κέντρα (Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων, Ορθόδοξη Ακαδημία Κρήτης, Ακαδημαϊκό Χωριό Ανωγείων). Πραγματοποιήθηκαν ή είναι σε εξέλιξη ή προβλέπονται αναπλάσεις των παλαιών πόλεων Ρεθύμνης, Χανίων και Αρχανών. Ενισχύθηκαν αναστηλώσεις βυζαντινών μοναστηριών, αναγεννησιακών μνημείων και παραδοσιακών οικισμών και αναδείχθηκε η Ιερά Μονή Αρκαδίου ως πανευρωπαϊκό σύμβολο ελευθερίας. Δημιουργήθηκε τράπεζα πληροφοριών για την τουριστική οικονομία της Κρήτης και σύστημα προβολής με πολλαπλά μέσα πληροφόρησης (ηλεκτρονικός χάρτης), ενώ γεγονός είναι και η δημιουργία φορέα τουρισμού και περιβάλλοντος. Προωθούνται δράσεις ανάπτυξης του αγροτουρισμού από το πρόγραμμα LEADER, ένα πρόγραμμα επέκτασης της τουριστικής περιόδου και η δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών.

3. Βελτίωση οικονομικών και κοινωνικών υποδομών.

Στις υποδομές χερσαίων μεταφορών προτεραιότητα δίνεται στην ολοκλήρωση του βόρειου οδικού άξονα, στην προώθηση έργων στο νότιο άξονα, στους συνδετήριους άξονες του Βόρειου με το Νότιο άξονα και στις παρακάμψεις των μεγάλων αστικών κέντρων (Χανιά, Ρέθυμνο).

Στις θαλάσσιες μεταφορές προωθείται η ολοκλήρωση έργων υποδομής που θα ανάγουν την Κρήτη σε διεθνές διαμετακομιστικό κέντρο, όπως τα έργα στο λιμάνι του Ηρακλείου, αλλά και στα λιμάνια Χανίων, Ρεθύμνου, Σητείας και Κισσάμου.

Στην κοινωνική υποδομή συνεχίζεται κατασκευή πολλών κτιρίων πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ στον τομέα υγείας κατασκευάστηκαν νέες νοσοκομειακές μονάδες στα μικρά νομαρχιακά κέντρα (Σητεία – Ιεράπετρα – Νεάπολη), ενώ επεκτάσεις σε υφιστάμενα νοσοκομεία προβλέπονται ή υλοποιούνται ήδη.

4. Αγροτική και τοπική ανάπτυξη.

Με στόχο την καλύτερη χρησιμοποίηση των υδάτινων πόρων προωθούνται

έργα όπως το αρδευτικό του Κουρταλιώτικου Ρεθύμνου, το φράγμα Αποσελέμη, καθώς και η ολοκλήρωση – αξιοποίηση ενός αριθμού λιμνοδεξαμενών. Ενισχύεται η γεωργική έρευνα, η εφαρμογή νέων τεχνολογιών και ενισχύσεις για την αξιοποίηση ήπιων μορφών ενέργειας στα θερμοκήπια.

Στα πλαίσια του προγράμματος LEADER προωθούνται δράσεις για τον αγροτουρισμό, την προώθηση – εμπορία αγροτικών προϊόντων καθώς και μηχανισμοί στήριξης των αγροτικών προϊόντων.

5. Ενίσχυση του συμπληρωματικού χαρακτήρα του δευτερογενή τομέα.

Παράλληλα αναπτύσσονται υποδομές όπως αγροτική οδοποιία, αγροτικός εξηλεκτρισμός, αλιευτικά καταφύγια και σημαντικά δασικά έργα. Ενίσχυση του συμπληρωματικού χαρακτήρα του δευτερογενούς τομέα. Για την επίτευξη του στόχου αυτού προβλέπονται: η ανάπτυξη οργανωμένων χώρων για τη συγκέντρωση των βιοτεχνικών (ΒΙΟΠΑ) προκειμένου να τους δοθεί η δυνατότητα εκσυγχρονισμού (ΒΙΟΠΑ Χανίων, ΒΙΠΕ Ηρακλείου). Η παροχή κινήτρων και ενισχύσεων για την ανάπτυξη νέων και τον εκσυγχρονισμό υφιστάμενων βιομηχανικών επιχειρήσεων σε επιλεγμένους κλάδους. Η ανάπτυξη σύγχρονων μηχανισμών προώθησης των κρητικών προϊόντων σε νέες αγορές, η δημιουργία του Εκθεσιακού Κέντρου Ηρακλείου και η ενίσχυση της αναγκαίας για το λόγο αυτό υποδομής στα λιμάνια και τα αεροδρόμια της περιφέρειας.

6. Προστασία και ανάδειξη του δομημένου περιβάλλοντος.

Σημαντικά έργα για την προστασία του δομημένου περιβάλλοντος υλοποιούνται ή προγραμματίζονται όπως: έργα ύδρευσης – αποχέτευσης – βιολογικού καθαρισμού στα μεγάλα αστικά κέντρα (Χανιά, Ρέθυμνο, Ηράκλειο, Αγ. Νικόλαος) και σε τουριστικές περιοχές. Έργα αποχέτευσης βόρειου άξονα Χανίων (Χανιά – Κολυμπάρι) και Σούσα – Μουρνιές. Επεξεργασία λυμάτων Ηρακλείου και διαχείριση απορριμμάτων Ν. Ηρακλείου. Αντιπλημμυρικά έργα στον χείμαρρο Γιόφυρο και έργα στο αρχαιολογικό – οικολογικό πάρκο Γιούχτα κοντά στα Ανάγεια. Μελέτες χωροταξικού – πολεοδομικού σχεδιασμού αστικών κέντρων και τουριστικών περιοχών.

7. Αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού.

Εκτεταμένα προγράμματα κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού χρηματοδοτούνται από το Ευρωπαϊκό Κοινοτικό Ταμείο (ΕΚΤ) με στόχο την προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες, σε μεθόδους παραγωγής και προσφοράς υπηρεσιών, καθώς και την επανειδίκευση εργαζομένων και ανέργων σε τομείς που εξασφαλίζεται η απασχόλησή τους.

1.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Σύμφωνα με μελέτη της ICAP σχετικά με τις προοπτικές του τουρισμού στην Κρήτη, τα αποτελέσματα είναι αισιόδοξα.

Ο αριθμός των ξένων επισκεπτών αναμένεται να φτάσει στα τέλη της δεκαετίας στο ύψος των **3,5 - 4,5 εκατομμυρίων**.

Στα πλεονεκτήματα, βασικό ρόλο θα παίξουν οι προοπτικές ανάπτυξης που τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά θα βοηθηθούν από το Γ' και Δ' ΚΠΣ. Σύμφωνα πάντα με την μελέτη,

- ο το **85%** των επισκεπτών είναι ικανοποιημένοι από τις διακοπές τους στο νησί.
- ο Το **41%** έχουν ξαναεπισκεφθεί το νησί. Το **21%** έχει επισκεφθεί το νησί μόλις τον προηγούμενο χρόνο.
- ο Το **23%** θεωρεί τις διακοπές του στην Κρήτη ως τις καλύτερες που έκανε ποτέ.

- Το **72%** έχει θετική σύγκριση για τις διακοπές του στην Κρήτη.
- Το **55%** διανύει κατά μέσο όρο 500 χλμ. κατά την παραμονή του στην Κρήτη.
- Η **Κνωσός** είναι ο δεύτερος, σε επισκευσιμότητα αρχαιολογικός χώρος, μετά την Ακρόπολη.
- Το μουσείο **Ηρακλείου** έχει τους περισσότερους επισκέπτες στην Ελλάδα.

Τα πλεονεκτήματα της Κρήτης

- Είναι ο μεγαλύτερος τουριστικός προορισμός.
- Έχει πολλούς αρχαιολογικούς χώρους και ιστορικά αξιοθέατα.
- Είναι νησί με πλούσια λαογραφία και παράδοση.
- Έχει πυκνό οδικό δίκτυο.
- Ο καιρός, το φυσικό περιβάλλον.
- Καθαρή θάλασσα, φιλοξενία.
- Ποιότητα υπηρεσιών και ξενοδοχείων.

Τα μειονεκτήματα της Κρήτης

- Η μεγάλη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας στο βόρειο μέρος του νησιού.
- Η μεγάλη επιβάρυνση του αεροδρομίου του Ηρακλείου.
- Κακή σήμανση και καθοδήγηση στο οδικό δίκτυο.
- Μικρή ικανοποίηση από τουριστικές πληροφορίες.
- Σκουπίδια σε δρόμους και παραλίες.
- Περιορισμένη διατήρηση του αρχιτεκτονικού χαρακτήρα των πόλεων και των χωριών.

Μεγαλύτερη απειλή πάντως για την μελλοντική τουριστική ανάπτυξη του νησιού θεωρείται η υποβάθμιση του περιβάλλοντος καθώς επίσης και ο εφησυχασμός, με αποτέλεσμα να μείνει στάσιμη η υποδομή των ξενοδοχείων, δρόμων και αεροδρομίων.

1.5 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Η λεκάνη της Μεσογείου αποτελεί τον τόπο που ξεκίνησε το σύγχρονο φαινόμενο της πρόσκαιρης μετακίνησης των ατόμων για αναψυχή. Σήμερα το 1/3 του ετήσιου αριθμού των τουριστικών αφίξεων παγκοσμίως κινείται στο χώρο της Μεσογείου. Μέσα σε αυτό το τουριστικό χώρο «κολυμπάει» η Κρήτη, που δίκαια χαρακτηρίζεται ως το «αεροπλανοφόρο της Μεσογείου». Η απόσταση της από την Ευρώπη, από την Ασία και από την Αφρική, την καθιστά ως ένα ιδιαίτερο προορισμό. Η Κρήτη είναι το πέμπτο μεγαλύτερο νησί της «γηραιάς» θάλασσας.

Δεν είναι τυχαίο ότι από την Κρήτη ξεκίνησε η μεταπολεμική μορφή του τουρισμού σε όλη την Ελλάδα, όταν το 1964 κατασκευάστηκε στον Άγιο Νικόλαο Λασιθίου το πρώτο ξενοδοχειακό συγκρότημα. Όπως, δεν είναι τυχαίο ότι η Κρήτη καταλαμβάνει μια από τις δημοφιλέστερες θέσεις στις προτιμήσεις των ξένων επισκεπτών. Βασικός παράγοντας της έως τώρα τουριστικής ανάπτυξης της Μεγαλονήσου θεωρείται η γεωμορφολογία της. Η εξαιρετικά πλούσια εναλλαγή

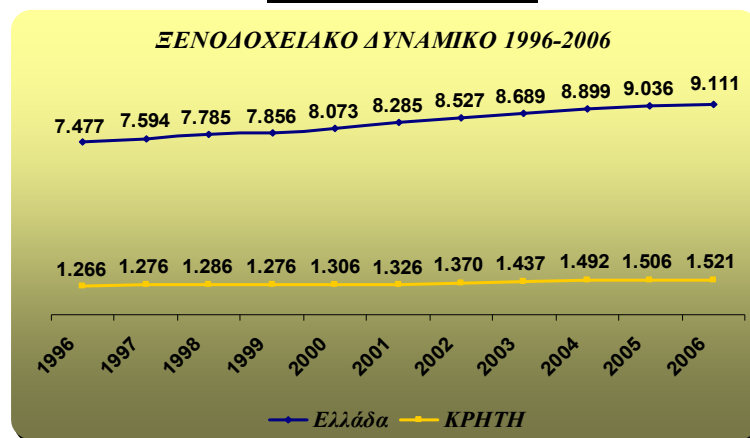
τοπίων (πεδιάδες, λόφους, βουνά, οροπέδια, φαράγγια, χείμαρρους, σπήλαια, αμμουδιές, ακρωτήρια, όρμους, φυσικά λιμάνια κ.α.) τα οποία συνδυάζοντας ιδανικά βουνό και θάλασσα, αποτελούν σαφείς πόλους έλξης, επιδρώντας άμεσα και θετικά στην ψυχολογία των υποψηφίων τουριστών, βοηθώντας τους να εξουδετερώσουν την ένταση του σύγχρονου τρόπου ζωής.

Δεν είναι όμως, μόνο η γεωμορφολογία που της δίνει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων προορισμών, αλλά και η συνύπαρξη αρχαιολογικών μνημείων που το πέρασμα διαφορετικών πολιτισμών άφησε να κείτονται στην κρητική γη. Η Κνωσός, η Φαιστός, η Γόρτυνα, η Ζάκρος κ.α. αποτελούν αδιάψευστους μάρτυρες της προϊστορικής, κλασικής, ελληνιστικής, ρωμαϊκής, βυζαντινής, φράγκικης και τουρκικής περιόδου κατοχής. Σε όλα τα παραπάνω έρχεται να προστεθεί το σημαντικότερο ίσως πλεονέκτημα, αυτό του φιλόξενου και ανυπότακτου κρητικού πνεύματος που καθιστά την Κρήτη ως την «ναυαρχίδα του Ελληνικού τουρισμού».

α) Ξενοδοχειακά καταλύματα.

Αυτή τη στιγμή το 16,69% του συνόλου της προσφοράς ξενοδοχειακών καταλυμάτων της χώρας βρίσκεται στην Κρήτη, με 1.521 συνολικά, καταλύματα όλων των κατηγοριών και στους τέσσερις νομούς, και περίπου 146.073 κλίνες (21,07%) επί συνόλου 693.252 κλινών πανελλαδικά. Κάπου 21,5% περισσότερες από αυτές των Δωδεκανήσων, που είναι η δεύτερη περιφέρεια σε δυναμικότητα κλινών πανελλαδικά.

Σχεδιάγραμμα 1.5.1

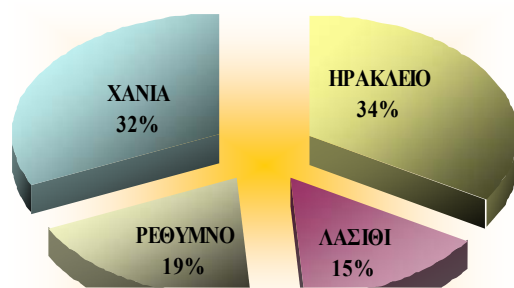


Πηγή: Ε.Ο.Τ., 2006

Το Ηράκλειο αποτελεί τη μεγαλύτερη δύναμη του νησιού. Η δυναμικότητά του φτάνει το 34% του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων της Κρήτης, ενώ τα Χανιά ακολουθούν με πολύ μικρή διαφορά, μόλις 2 μονάδων, στο 32%. Από τα 1.521 ξενοδοχεία της Κρήτης, τα 41 είναι 5 αστέρων, τα 209 4 αστέρων, τα 300 είναι 3 αστέρων, 740 έχουν 2 αστέρια ενώ 231 ανήκουν στην κατηγορία του ενός αστέρα.

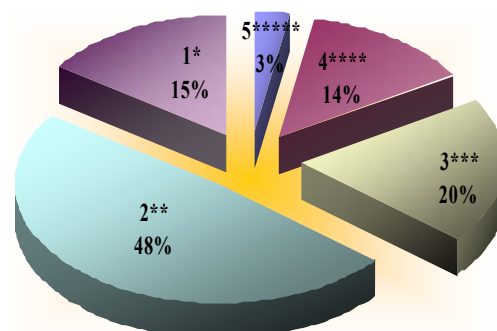
Σχεδιάγραμμα 1.5.2

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ - ΚΡΗΤΗ 2006



Σχεδιάγραμμα 1.5.3

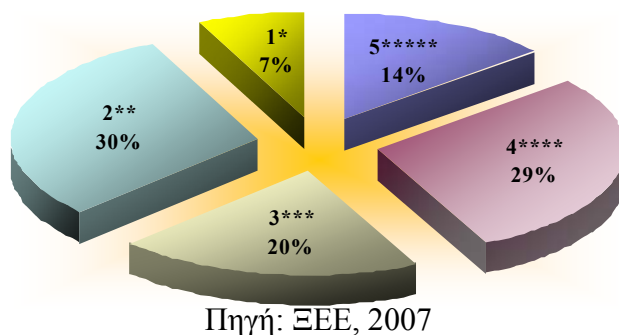
ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ - ΚΡΗΤΗ 2006



Για το 2005 οι ξενοδοχειακοί δυναμικοί είχαν ως μονάδες, 4 αστέρων 200, 3 αστέρων 741 και τέλος 1* 233 ξενοδοχειακές μονάδες. Πηγή: ΞΕΕ, 2007 αντίστοιχοι αριθμοί για το εξής: 5 αστέρων 37 αστέρων 295 μονάδες, 2 αστέρων 741 και τέλος 1* 233 ξενοδοχειακές μονάδες. Παρατηρείται μια αύξηση της τάξεως του 10,81% στις μονάδες 5 αστέρων, γεγονός που υποδηλώνει την προσπάθεια που γίνεται από τους επιχειρηματίες του νησιού για την προσέλκυση περισσότερου «ποιοτικού» τουρισμού.

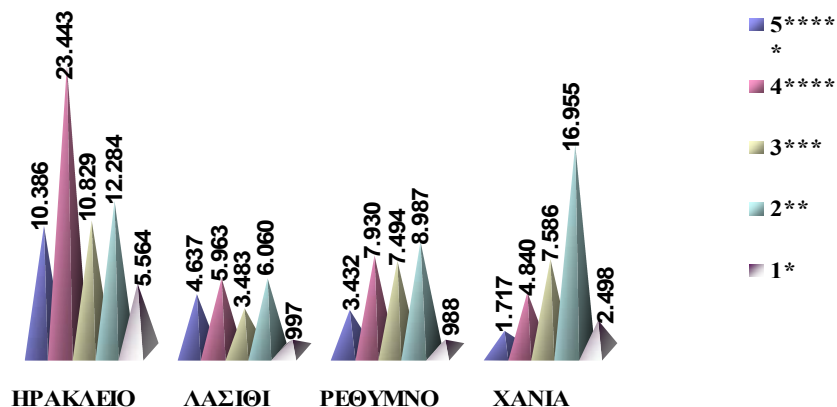
Σχεδιάγραμμα 1.5.4

**ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΑΙΝΩΝ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ - ΚΡΗΤΗ
2006**



Σχεδιάγραμμα 1.5.5

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΑΙΝΩΝ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ



Πηγή: ΞΕΕ, 2007

Οι αφίξεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών για το έτος 2004 ανήλθαν στις 11.880.335 πανελλαδικά. Εξ αυτών το 15,79% κατευθύνθηκε προς την Κρήτη, σε αντίθεση με το 13,10% του 2003. Οι πληρότητες των ξενοδοχείων έπεσαν στο 55,6% συνολικά για την Ελλάδα, για το έτος 2004, από το 60,7% το 2003. Και στην Κρήτη παρατηρήθηκε πτώση στις πληρότητες των ξενοδοχείων, συγκεκριμένα από το 74,4%

το 2003, έπεσαν στο 72,8% το 2004.

Πίνακας 5.5.1: Αφίξεις (πλην camping) 2003 - 2004

	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΑΝ
2003				
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	5.649.512	6.574.470	12.223.982	475.555
ΚΡΗΤΗ	262.842	1.339.259	1.602.101	102.655
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	94.970	640.810	735.780	42.477
ΛΑΣΙΘΙ	38.621	186.898	225.519	18.281
ΡΕΘΥΜΝΟ	30.811	224.914	255.725	16.592
ΧΑΝΙΑ	98.440	286.637	385.077	25.305
2004				
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	5.567.107	6.313.228	11.880.335	471.084
ΚΡΗΤΗ	323.921	1.553.133	1.877.054	98.644
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	115.251	753.143	868.394	41.944
ΛΑΣΙΘΙ	51.274	204.911	256.185	15.641
ΡΕΘΥΜΝΟ	42.153	248.281	290.434	18.159
ΧΑΝΙΑ	115.243	346.798	462.041	22.900

Πηγή: Ε.Ο.Τ., 2005

Τη μερίδα του λέοντος κατέχει ο νομός Ηρακλείου τόσο για τις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών, όσο και για τις διανυκτερεύσεις ημεδαπών. Από τα, περίπου, 51,5 εκατ. διανυκτερεύσεις που σημειώθηκαν στην Ελλάδα το 2004, τα 13 εκατ. σημειώθηκαν στο νησί και από αυτές το 45,23% φιλοξένησε το Ηράκλειο. Η Κρήτη διατηρεί τα υψηλότερα ποσοστά πληρότητας σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα με ποσοστό πληρότητας για το 2004 72,8% έναντι 55,6% της υπόλοιπης Ελλάδας.

Πίνακας 1.5.6: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα (πλην campings) 2003 - 2004

	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΑΝ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %
2003					
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	13.176.146	39.759.557	53.475.703	475.555	60,70%
ΚΡΗΤΗ	836.455	11.165.154	12.001.609	102.655	74,40%
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	288.496	5.375.558	5.664.027	42.477	77,40%
ΛΑΣΙΘΙ	141.726	1.532.934	1.674.660	18.281	63,50%
ΡΕΘΥΜΝΟ	110.338	2.137.140	2.247.478	16.592	78,80%
ΧΑΝΙΑ	295.922	2.119.522	2.415.444	25.305	72,60%
2004					
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	13.280.010	38.309.783	51.589.793	471.084	55,60%
ΚΡΗΤΗ	977.844	12.175.266	13.153.110	98.644	72,80%
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	322.875	5.626.569	5.949.444	41.944	73,30%
ΛΑΣΙΘΙ	172.908	1.624.687	1.797.595	15.641	64,20%
ΡΕΘΥΜΝΟ	134.643	2.297.707	2.432.350	18.159	73,60%
ΧΑΝΙΑ	347.418	2.626.303	2.973.271	22.900	77,30%

Πηγή: Ε.Ο.Τ., Ξ.Ε.Ε., 2005

β) Αστική υποδομή.

Μεγάλες ελλείψεις υπάρχουν στο επίπεδο των αστικών υποδομών (αστικά οδικά δίκτυα, τηλεφωνικά δίκτυα, δίκτυα ύδρευσης, αποχέτευσης, εγκαταστάσεις βιολογικού καθαρισμού, συλλογή και διάθεση απορριμμάτων) με εξαίρεση φυσικά την πόλη του Ηρακλείου, των Χανίων, του Ρεθύμνου και του Λασιθίου. Αν και ένας σημαντικός αριθμός έργων υποδομής έχουν ήδη εκτελεστεί στα πλαίσια των αναπτυξιακών προγραμμάτων, αναμένεται ότι και μετά την ολοκλήρωση των έργων αυτών, οι ελλείψεις θα συνεχίσουν να είναι μεγάλες.

γ) Συγκοινωνίες.

Οι συγκοινωνίες γίνονται με λεωφορεία του ΚΤΕΛ, που έχουν δικτυώσει όλο το νησί και ιδιαίτερα σημαντικούς προορισμούς κατά την περίοδο αιχμής, με πολύ συχνά δρομολόγια. Η χρήση του λεωφορείου είναι αρκετά χρήσιμη αλλά και βολική λόγω της συχνότητας των δρομολογίων. Οι μεγάλες πόλεις έχουν και αστικές συγκοινωνίες που εξυπηρετούν το κοινό.

Επίσης υπάρχει πληθώρα από ταξί (εξαίρεση η πόλη του Ρεθύμνου, στην οποία υπάρχει μικρός αριθμός), αλλά και πολλά γραφεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων και μοτοποδηλάτων τα οποία είναι ανοιχτά κυρίως την θερινή περίοδο.

Το πρόβλημα το οποίο δυσχεραίνει την ομαλή κυκλοφορία των οχημάτων εντός των πόλεων είναι «ο ελλιπής φωτισμός των οδικών αρτηριών», με αποτέλεσμα να καταγράφονται πολλά τροχαία ατυχήματα με τις μηχανές που ενοικιάζουν οι τουρίστες, καθώς δε γνωρίζουν το οδικό δίκτυο της περιοχής που κινούνται, με αποτέλεσμα τη δυσφήμιση του νησιού.

δ) Τα λιμάνια της Κρήτης

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία (Lloyd's, 31-12-05), η Ελλάδα καταλαμβάνει την 5^η θέση στον κόσμο, με βάση τη χωρητικότητα του στόλου (άνω των 100 gt) που ανέρχεται σε 1.491 πλοία υπό ελληνική σημαία, χωρητικότητας 30.744.745 gt. Σύμφωνα με στοιχεία του Institute of Shipping Economics and Logistics της Βρέμης που αφορούν πλοία άνω των 300gt, την 1-1-'06 η χώρα μας κατείχε την 3^η θέση παγκοσμίως όσον αφορά τη χωρητικότητα των πλοίων, με την ελληνική σημαία να είναι υψωμένη σε 1.110 πλοία με 52.474.000 dwt.

Η Κρήτη έχει σε κάθε νομό της και από ένα λιμάνι, με μεγαλύτερα αυτό του Ηρακλείου και εκείνο της Σούδας (Χανίων) και μικρότερα εκείνο του Λασιθίου και του Ρεθύμνου.

i. Το λιμάνι του Ηρακλείου

Το λιμάνι του Ηρακλείου είναι τεχνητό λιμάνι, που δημιουργήθηκε σε βάρος της θάλασσας, με την κατασκευή εξωτερικών βραχιόνων, καθέτων μεταξύ τους, του προσήνεμου μώλου από το Φρούριο Κούλε έως το ακρομάλιο (μήκους 2.330 μέτρων) και την κατασκευή του υπήνεμου μώλου (μήκους 318 μέτρων). Με αυτούς έχουν σχηματισθεί 3 λιμενολεκάνες έκτασης 872.627,12 m² και με χρήσιμα βάθη από 4,00 έως και -11,50 μέτρα.

Στο λιμάνι του Ηρακλείου εκτελούνται κατασκευαστικά έργα για την εκβάθυνσή του και διαμόρφωση του χερσαίου χώρου, συνολικού προϋπολογισμού 20.542.920 ευρώ και πολύ σύντομα θα είναι σε χρήση κρηπιδώματα με βάθος - 14,00μ.. Με το έργο αυτό θα γίνεται ο διαχωρισμός του επιβατικού από τον εμπορικό λιμένα, με αποτέλεσμα τη σημαντική βελτίωση της εξυπηρέτησης, κυρίως, των επιβατών. Οι εσωτερικοί χώροι αποτελούνται από 5 κύριες προβλήτες (I, II, III, IV και V) σε διάταξη χτένας, που συμπληρώνονται με τα εσωτερικά κρηπιδώματα προκυμαίας, συνολικού μήκους 4.730 μ. περίπου. Οι χερσαίοι χώροι έχουν έκταση συνολικά 600.000 m².

Σύμφωνα με την ΕΣΥΕ στο λιμάνι του Ηρακλείου, το 2004, αφίχθησαν 6.026

αλλοδαποί τουρίστες, ποσοστό 1,08 των συνολικών αφίξεων αλλοδαπών τουριστών σε όλα τα λιμάνια της χώρας (555.213 συνολικά), ενώ μέσω κρουαζιέρας ταξίδεψαν στην Ελλάδα 954.791 ξένοι επιβάτες.

ε) Αεροδρόμια – Αερομεταφορές

Η Κρήτη έχει 2 μεγάλα πολυσύχναστα αεροδρόμια και 1 πιο μικρό, το οποίο λειτουργεί πολύ λίγο, συνήθως με ιδιωτικές πτήσεις μικρών αεροπλάνων και βρίσκεται στη Σητεία (Λασιθίου). Τα άλλα δύο, μεγαλύτερα και υπερσύγχρονα βρίσκονται το ένα στο Ηράκλειο και το άλλο στα Χανιά. Η μεγαλύτερη κίνηση παρατηρείται στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου, το οποίο είναι και το 3^ο στην Ελλάδα.

Οι tour operators επισημαίνουν για τα προβλήματα των αεροδρομίων ότι: υπάρχει φτωχή ποιότητα υπηρεσιών στον έλεγχο επιβίβασης, στην διακίνηση αποσκευών, στην καθαριότητα και υγιεινή και σε θέματα ασφάλειας πτήσεων.

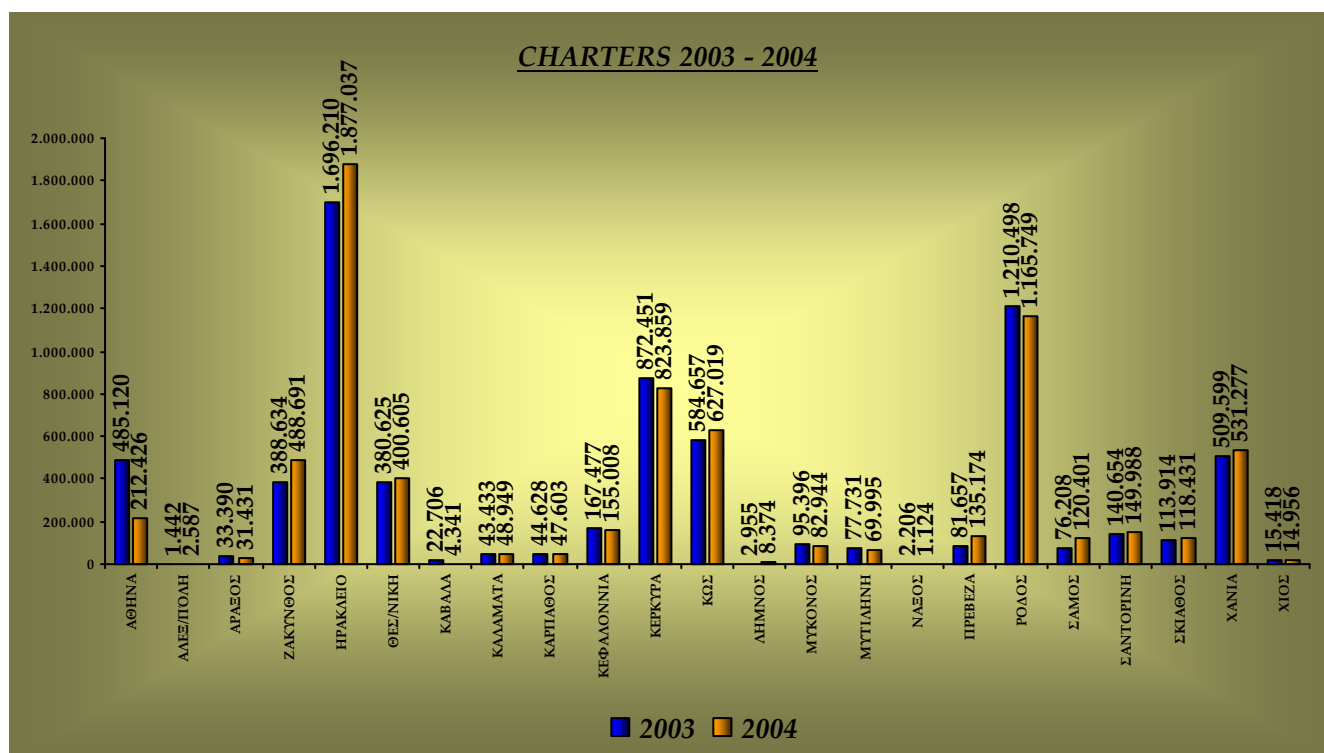
Το αεροδρόμιο του Ηρακλείου έχει πρόβλημα με το αεροϋγειονομείο του. Οι δύο γιατροί που υπάρχουν ήδη δεν είναι αρκετοί. Πρέπει να στελεχωθεί με περισσότερο προσωπικό και με ιατρικό εξοπλισμό.

Στο αεροδρόμιο των Χανίων, πρόσφατα τελείωσε η κατασκευή νέου κτιρίου και του περιβάλλοντος χώρου, συνολικής δαπάνης 17.168.012 ευρώ και έτσι το αεροδρόμιο σήμερα μπορεί να ανταπεξέλθει και σε πιο αυξημένη ζήτηση.

Παρά τα τραγικά γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001, παρατηρείται αύξηση των αφίξεων στα αεροδρόμια της Κρήτης τα τελευταία χρόνια, σε αντίθεση με την αντίστοιχη κίνηση σε αεροδρόμια άλλων χωρών, όπου σημειώνεται δραματική πτώση, συνεπεία της παγκόσμιας μείωσης της κίνησης των αεροπλάνων. Για την αποφυγή παρόμοιων προβλημάτων, λοιπόν, θα πρέπει να παρθούν μέτρα για την εξασφάλιση της ποιότητας στα κρητικά αεροδρόμια και, αυτόματα, την εξασφάλιση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος από τις άλλες χώρες, ειδικότερα σήμερα, μετά την λήξη του πόλεμου στο Ιράκ, κατά τη διάρκεια του οποίου, ουσιαστικά, η χώρα μας τήρησε μια ουδέτερη στάση, και, συνεπώς, έχει το μικρότερο ποσοστό πιθανοτήτων τρομοκρατικού χτυπήματος σε σχέση με τις ανταγωνίστριες τουριστικά χώρες, όπως είναι η Ισπανία και η Ιταλία.

Στον γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η κίνηση των πτήσεων charter κατά περιοχή για τα έτη 2003 - 2004. Παρατηρείται αύξηση της κίνησης στα δύο αεροδρόμια του νησιού της τάξεως του 10,66% για το Ηράκλειο και 4,25% για τα Χανιά.

Σχεδιάγραμμα 1.5.6

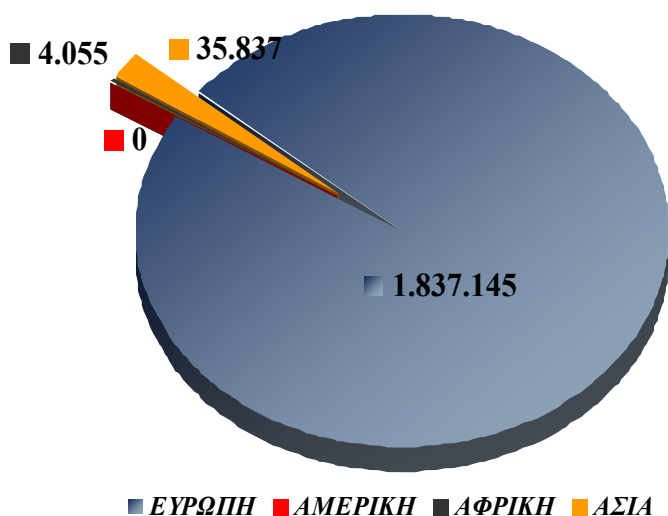


Στην Κρήτη το 2004 προσγειώθηκαν περίπου 2,4 εκατ. ναυλωμένες πτήσεις (33,81% της Ελλάδας). Όπως Πηγή: ΕΣΥΕ, συμβαίνει στις συνολικές πτήσεις charter της Ελλάδας, έτσι και στην Κρήτη πρωταγωνιστούν οι Ευρωπαίοι τουρίστες, οι οποίοι πραγματοποίησαν τις περισσότερες πτήσεις charter προς τα αεροδρόμια της Κρήτης.

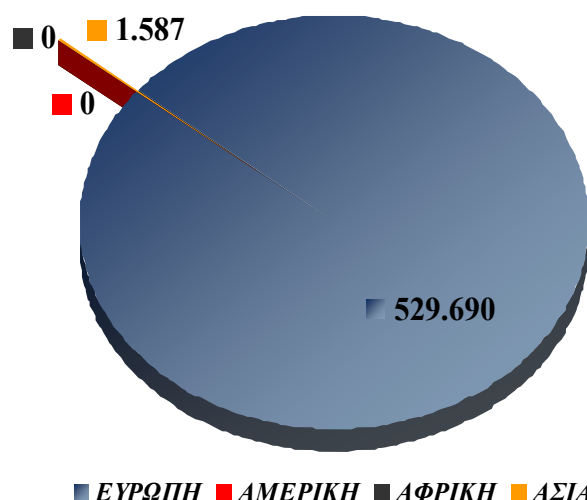
Σχεδιάγραμμα 1.5.7

Σχεδιάγραμμα 1.5.8

CHARTERS - ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2004



CHARTERS - ΧΑΝΙΑ 2004



Πηγή: ΕΣΥΕ, 2005

Στις συνολικές πτήσεις των Ευρωπαίων πρωταγωνιστούν οι Γερμανοί τουρίστες με ποσοστό 33,5% και ακολουθούν οι Βρετανοί και οι Γάλλοι τουρίστες με ποσοστά 27,14% και 13,69% αντίστοιχα. Διαπιστώνεται ότι η Κρήτη για τους 8 μήνες της τουριστικής περιόδου αποτελεί μια «μικρή Ευρωπαϊκή Ένωση», στην οποία συμβιώνουν πολίτες όλων των λαών και πολιτισμών της.

Πίνακας 1.5.3

ΠΤΗΣΕΙΣ CHARTER 2004 ΚΑΤΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ						
	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΧΑΝΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	492.302	33,45%	61.358	33,97%	553.660	33,50%
Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ	381.858	25,94%	66.708	36,93%	448.566	27,14%
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	141.854	9,64%	18.240	10,10%	160.094	9,69%
ΓΑΛΛΙΑ	224.720	15,27%	1.456	0,81%	226.176	13,69%
ΑΥΣΤΡΙΑ	83.775	5,69%	12.905	7,15%	96.680	5,85%
ΒΕΛΓΙΟ-ΛΟΥΞ/ΓΟ	96.176	6,53%	19.947	11,04%	116.123	7,03%
ΕΛΒΕΤΙΑ	51.211	3,48%	0	0,00%	51.211	3,10%

ΣΥΝΟΛΟ	1.471.896	100,00%	180.614	100,00%	1.652.511	100,00%
---------------	------------------	----------------	----------------	----------------	------------------	----------------

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2005

η) Συνεδριακές αίθουσες.

Τα ξενοδοχειακά καταλύματα της Κρήτης τα τελευταία χρόνια έχουν στραφεί προς την προσέλκυση επαγγελματικού τουρισμού. Συνολικά 50 ξενοδοχειακές μονάδες διαθέτουν 80 συνεδριακές αίθουσες, που διαθέτουν όλες τις απαραίτητες υποδομές για να φιλοξενήσουν από μια απλή ημερίδα έως και συνόδους κορυφής, όπως έγινε το 2003, όταν η Ελλάδα είχε την Προεδρία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στοιχεία του Π.Ο.Τ δείχνουν ότι η πλέον αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού είναι ο επαγγελματικός τουρισμός, καθώς τα επιστημονικά –και κυρίως τα ιατρικά– συνέδρια πληθαίνουν.

θ) Τουριστικά γραφεία

Σήμερα, σύμφωνα με την Πανελλήνια Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού (Π.Ο.Ε.Τ.), στην Κρήτη δραστηριοποιούνται περισσότερες από 60 ελληνικές και διεθνείς εταιρείες, όπως ο γερμανικός κολοσσός του τουρισμού TUI Hellas, με πολλά παραρτήματα των τουριστικών γραφείων τους διάσπαρτα σε όλο το νησί, με σκοπό την κατά το δυνατόν πιο άμεση και ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών τους. Η τουριστική κίνηση, μέσω των τουριστικών γραφείων, αρχίζει από την 1^η Μαΐου και τελειώνει την 30^η Οκτωβρίου με πτήσεις τσάρτερ. Η συχνότητα αφίξεων των γκρουπ, λόγω των πολλών τουριστικών γραφείων, είναι καθημερινή. Η διάρκεια των διακοπών των γκρουπ είναι από μία έως και τρεις εβδομάδες.

Το είδος του τουρισμού είναι διαφόρων κατηγοριών, μέσου ή υψηλού εισοδήματος κ.λπ. και αυτό, βέβαια, εξαρτάται από το κάθε τουριστικό γραφείο και το γκρουπ τουριστών στο οποίο στοχεύει, από την τάξη του ξενοδοχείου αλλά και από την περιοχή.

Οι τουρίστες προτιμούν τα ενοικιαζόμενα δωμάτια (studios) συνήθως, λόγω του χαμηλού κόστους σε σύγκριση με τις τιμές των ξενοδοχείων.

Οι tour operators κλείνουν συμβόλαια από το τέλος της προηγούμενης τουριστικής σαιζόν για την επόμενη. Τα κεντρικά γραφεία των tour operators βρίσκονται, στην πλειοψηφία τους, στο εξωτερικό. Έτσι ο πελάτης-τουρίστας είναι ενημερωμένος από την χώρα του για την ποιότητα των διακοπών, και επειδή πολλές φορές τα πράγματα ωραιοποιούνται, για λόγους διαφήμισης, ο πελάτης έρχεται στην Κρήτη και συχνά απογοητεύεται από το ξενοδοχείο του. Επίσης ο τουρίστας πληρώνει το πακέτο των διακοπών του στη χώρα του, όπου και έκλεισε τις διακοπές του.

Τα τουριστικά γραφεία διοργανώνουν προγράμματα εκδρομών ή βόλτες με καΐκι για ψάρεμα, περιοδείες σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, κρητικές βραδιές κ.λπ. Για αυτές τις εκδρομές τα γραφεία έχουν δικά τους λεωφορεία ή ενοικιάζουν. Τα καΐκια ανήκουν σε ιδιώτες, τα οποία δουλεύουν με ποσοστά μέσω γραφείων για να μετακινούν τους πελάτες.

Τα τουριστικά γραφεία έχουν παίξει ένα σημαντικό ρόλο στην άφιξη τουριστών στην Κρήτη, αλλά και για την προώθηση του νησιού στο εξωτερικό. Βέβαια τα ωφελούνται τα μέγιστα αφού λόγω του υψηλού ανταγωνισμού αγοράζουν από τους επιχειρηματίες πολύ φθηνά με αποτέλεσμα την υψηλή κερδοφορία των επιχειρήσεών τους.

Το πιο σημαντικό πρόβλημα όμως με τα τουριστικά γραφεία είναι ότι ανήκουν σε ξένες εταιρείες, που ναυλώνουν ξένα αεροπλάνα για τις πτήσεις. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα ένα μεγάλο ποσοστό της τουριστικής δαπάνης για το ταξίδι να διαρρέει στο εξωτερικό.

ι) Εισπράξεις Μουσείων

Η Διεύθυνση Κοινωνικών Στατιστικών της Γενικής Γραμματείας της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδας ανακοίνωσε τα στοιχεία της κίνησης των Μουσείων και των Αρχαιολογικών χώρων της Ελλάδας για το 2006. Αναφορικά με τα Μουσεία και τους Αρχαιολογικούς χώρους της Κρήτης τα δεδομένα έχουν ως εξής: από τους συνολικά 2.348.160 επισκέπτες όλων των μουσείων, το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου επισκέφθηκαν οι 215.830. Τον Αρχαιολογικό χώρο της Κνωσού επισκέφθηκαν 615.527 και της Φαιστού 114.739, από τους συνολικά 6.358.368 επισκέπτες Αρχαιολογικών χώρων. Οι παραπάνω αριθμοί μεταφράζονται σε 7.387.625,00 ευρώ για όλα τα Μουσεία και 33.141.939,00 ευρώ για τους Αρχαιολογικούς χώρους. Η αύξηση που σημειώνεται στις επισκέψεις το 2006 αγγίζει το 7% - 9%, σε σύγκριση με τις αντίστοιχες του 2005, ενώ οι συνολικές εισπράξεις αυξήθηκαν από 6,5% - 7%. Όσον αφορά στο Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου οι εισπράξεις ανήρθαν στο 1.439.375,00 ευρώ. Τα Μουσεία του Νομού Λασιθίου εισέπραξαν συνολικά 135.221,85 ευρώ, τα αντίστοιχα του Νομού Ρεθύμνης 54.605,39 ευρώ και του Νομού Χανίων 43.191,15 ευρώ. Οι συνολικές εισπράξεις των Μουσείων του νησιού άγγιξαν τα 7.574.993,12 ευρώ.

1.6 ΤΑ ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.

Η ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ

Η Κρήτη έχει μία σημαντική ιστορική και πολιτιστική διαδρομή από την περίοδο του Μινωικού Πολιτισμού μέχρι σήμερα. Οι πλούσιοι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της Νήσου σε συνδυασμό με τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν, αποτέλεσαν ιστορικά τη βάση της ανάπτυξης της οικονομίας της, με περισσότερο ανεπτυγμένους σήμερα τον πρωτογενή τομέα και τον τριτογενή, κυρίως λόγω τουρισμού.

Ο τριτογενής τομέας της οικονομίας της Κρήτης αναπτύσσεται ταχύτατα λόγω κυρίως της ραγδαίας τουριστικής ανάπτυξης της. Η Νήσος με πληθυσμό 601.131 κατοίκων (Ε.Σ.Υ.Ε., 2001) έναντι 10.964.020 κατοίκων της Ελλάδας (ποσοστό 5,5%), διαθέτει 185.560 κλίνες (Ε.Ο.Τ. Κρήτης, 2004) σε ξενοδοχεία και επιπλωμένα διαμερίσματα και οι διανυκτερεύσεις σε αυτά πλησιάζουν το 25% όλης της χώρας. Η Κρήτη μέσω των αεροδρομίων Ηρακλείου και Χανίων είναι συνδεδεμένη αεροπορικώς με όλες τις χώρες της Ευρώπης και οι αφίξεις τουριστών με πτήσεις charter ανήλθαν το έτος 2004 σε περίπου 2,4 εκατ. (Ε.Ο.Τ. Κρήτης, 2005) έναντι 7,12 εκατ. όλης της Ελλάδας (ποσοστό 33,8%).

Η αστική και τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης αναφέρεται μέχρι σήμερα κυρίως στη βόρεια ζώνη της, όπου κατοικεί το 80% περίπου των κατοίκων και έχει αναπτυχθεί το 85% του τουριστικού δυναμικού της σε κλίνες. Στη βόρεια αυτή ζώνη ευρίσκονται οι μεγάλες πόλεις των Χανίων, Ρεθύμνου, Ηρακλείου, Αγίου Νικολάου και Σητείας, τα διεθνή αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων και τα μεγάλα λιμάνια Ηρακλείου και Σούδας, ενώ με τον προβλεπόμενο νότιο οδικό άξονα και τις καθέτους οδούς θα διοχετεύεται ο τουρισμός και προς την κεντρική και την νότια Κρήτη.

ΤΑ ΜΕΓΑΛΑ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΝΗΣΟΥ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ ΤΟΥΣ

Πρόκειται περί των επόμενων έργων Εθνικού επιπέδου πολλαπλής σκοπιμότητας, τα οποία αναφέρονται κατωτέρω.

1. Ο Βόρειος Οδικός Άξονας Κρήτης (Β.Ο.Α.Κ.)

Για τη διασύνδεση των πόλεων της βόρειας ζώνης της Κρήτης από Κίσσαμο μέχρι Σητεία, των λιμένων και των αεροδρομίων της, άρχισε από τη δεκαετία του 1970 η κατασκευή του Β.Ο.Α.Κ., ο οποίος αποτέλεσε αργότερα τμήμα του πρωτεύοντος διευρωπαϊκού οδικού δικτύου. Μέσα στα πλαίσια του εγκεκριμένου Περιφερειακού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού Ανάπτυξης της Κρήτης (ΦΕΚ Β 1486/10-10-2003) αποφασίστηκε η λειτουργική αναβάθμισή του σε αυτοκινητόδρομο. Επιβάλλεται η ολοκλήρωση του Β.Ο.Α.Κ. στα τμήματα που δεν έχει κατασκευασθεί, η σύνδεσή του με τις πόλεις, τα αεροδρόμια και λιμάνια, όπου δεν έχει γίνει. Επίσης επιβάλλεται η ταχεία προώθηση εκπόνησης των μελετών αναβάθμισης του Β.Ο.Α.Κ. σε αυτοκινητόδρομο, η σύνδεσή του με το διευρωπαϊκό οδικό δίκτυο (Λιμένες Καστελλίου-Καλαμάτας) και ο προγραμματισμός χρηματοδότησης και κατασκευής των σχετικών έργων.

Ο Β.Ο.Α.Κ. διαθέτει δύο λωρίδες κυκλοφορίας $2 \times 3,75 = 7,50$ μ. πλάτους και εκατέρωθεν δύο μικρότερες λωρίδες πλάτους 2 έως 3 μ., ήτοι σύνολο πλάτους ασφαλτοστρωμένου οδοστρώματος 12 έως 14 μ. Εξαιρέση αποτελούν τα τμήματα του Β.Ο.Α.Κ. τα οποία διέρχονται νότια των πόλεων Χανίων, Ρεθύμνου και Ηρακλείου, τα οποία διαθέτουν 4 λωρίδες ανά κατεύθυνση κυκλοφορίας με διαχωριστική νησίδα στο μέσον. Ο Β.Ο.Α.Κ. έχει συνδεθεί μέσω κόμβων με τα βασικά οδικά δίκτυα των πόλεων Ηρακλείου, Ρεθύμνου και Αγίου Νικολάου και το Αεροδρόμιο και Λιμένα Ηρακλείου. Αντίθετα εκκρεμεί η σύνδεσή του με την πόλη των Χανίων, τον Λιμένα Σούδας και το Αεροδρόμιο Χανίων και η ολοκλήρωσή του από Άγιο Νικόλαο μέχρι Σητεία και Ιεράπετρα.

Με βάση το εγκεκριμένο «Περιφερειακό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης της Κρήτης» (ΦΕΚ Β 1486/10-10-2003) αποφασίστηκε η λειτουργική αναβάθμιση του Β.Ο.Α.Κ. σε αυτοκινητόδρομο από Κίσσαμο μέχρι Σητεία και Ιεράπετρα, με την προσθήκη της απαιτούμενης σύνδεσής του με τον Λιμένα της Σούδας και το Αεροδρόμιο Χανίων. Ήδη το Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. εκπονεί την Προκαταρκτική Μελέτη αναβάθμισης του Β.Ο.Α.Κ. σε όλο το μήκος του, με πρόβλεψη δύο λωρίδων ανά κατεύθυνση κυκλοφορίας (σύνολο τέσσερις) και ενδιάμεση νησίδα ασφαλείας. Με την αναβάθμιση του Β.Ο.Α.Κ. θα επιτευχθεί η βελτίωση των συνθηκών ασφαλούς κυκλοφορίας, η ευχερέστερη σύνδεσή του με τις πόλεις, τους λιμένες και τα αεροδρόμια, η ευκολότερη διακίνηση των επιβατών και αγροτικών προϊόντων και η βελτίωσης της κυκλοφοριακής εξυπηρέτησης των τουριστικών περιοχών κατά μήκος του βόρειου άξονα.

Ο Β.Ο.Α.Κ. στο Νομό Χανίων

Ο Β.Ο.Α.Κ. από τα όρια των Νομών Χανίων - Ρεθύμνου μέχρι και ανατολικά της πόλεως Κισσάμου έχει αποπερατωθεί με δύο λωρίδες κυκλοφορίας. Εξαιρέση αποτελεί το τμήμα Σούδα-Μουρνιές-Βαμβακόπουλο μήκους 7,9 χλμ. το οποίο διαθέτει τέσσερις λωρίδες κυκλοφορίας και ενδιάμεση νησίδα ασφαλείας. Έχουν επίσης κατασκευασθεί οι Κόμβοι Σούδας, Μουρνιών, Βαμβακόπουλου, Γαλατά, Πλατανιά, Ταυρωνίτη, Κολυμβαρίου, Καλυδωνίας, ενώ έχει δημοπρατηθεί η κατασκευή του Κόμβου Καλυβών. Ειδικότερα ο Κόμβος Γεωργιουπόλεως δεν έχει δημοπρατηθεί επειδή δεν έχει εξασφαλισθεί η απαιτούμενη προς τούτο πίστωση, όπως επίσης και ο Κόμβος Καλουδιανών.

Υπό δημοπράτηση ευρίσκονται έργα ύψους 10 εκατ. Ευρώ, τα οποία αναφέρονται σε ηλεκτροφωτισμούς, κάθετους και παράλληλους δρόμους του Β.Ο.Α.Κ. κατά το τμήμα Γαλατάς-Κίσσαμος, ενώ εκπονείται Προκαταρκτική μελέτη παράκαμψης της πόλεως Κισσάμου μέχρι τον λιμένα Κισσάμου προς δυσμάς.

Στο Β.Ο.Α.Κ. εμφανίζεται από αρκετών ετών το φαινόμενο της αυθαίρετης διάνοιξης προσβάσεων προς αυτόν με επακόλουθο την δημιουργία σημείων προκλήσεως τροχαίων ατυχημάτων. Για να εκλείψει το φαινόμενο αυτό είναι επιτακτική η δημιουργία προοδευτικά παράπλευρων δρόμων προς τον Β.Ο.Α.Κ.,

ιδίως κατά το τμήμα Γαλατάς - Κολυμβάρι. Επίσης για την αντιμετώπιση των κυκλοφοριακών προβλημάτων, τα οποία παρατηρούνται στο τμήμα του Β.Ο.Α.Κ. από Πετρέ έως Γεωργιούπολη, λόγω της εκεί έντονης αστικής και τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει να προωθηθεί η κατασκευή του οδικού Κόμβου Γεωργιούπολεως και άλλες τοπικές κυκλοφοριακές ρυθμίσεις (υπόγειες και υπέργειες διαβάσεις κλπ.).

Η παράκαμψη της πόλεως των Χανίων και η σύνδεση του βασικού οδικού δικτύου της με τον Κόμβο Μουρνιών του Β.Ο.Α.Κ.

Βάσει του εγκεκριμένου Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου Χανίων - Σούδας (Γ.Π.Σ.) προβλέπεται η βελτίωση των συνθηκών κυκλοφορίας εντός της πόλεως των Χανίων με την παράκαμψη του κέντρου της και τη σύνδεσή του βασικού οδικού δικτύου της με τον Β.Ο.Α.Κ. στον Κόμβο Μουρνιών. Οι σημαντικότερες προβλεπόμενες κυκλοφοριακές ρυθμίσεις από το Γ.Π.Σ. οι οποίες δεν έχουν ακόμα υλοποιηθεί και είναι ζωτικής σημασίας για την πόλη των Χανίων, είναι οι επόμενες :

Η ολοκλήρωση του οδικού Κόμβου Κλαδισσού και η σύνδεσή του με την οδό Γογωνή - η οποία σήμερα είναι τυφλή - και η ανακαίνιση, βελτίωση και επέκτασή της προς ανατολάς μέχρι την Χαλέπα και την οδό Σούδας-Αεροδρόμιο. Έτσι η οδός αυτή θα λειτουργήσει, όπως προβλέπεται, ως παρακαμπτήρια οδός της πόλεως με αποτέλεσμα τη μείωση του κυκλοφοριακού φόρτου, ο οποίος διέρχεται σήμερα από το κέντρο της πόλεως, με όλα τα μεγάλα πλεονεκτήματα που τούτο συνεπάγεται.

Η σύνδεση των βασικών οδικών αρτηριών της πόλεως των Χανίων με τον Β.Ο.Α.Κ. στον ανισόπεδο Κόμβο Μουρνιών, τόσο με τη βελτίωση - ανακαίνιση της οδού Ζυμβρακάκηδων και επέκτασή της μέχρι την οδό Μουρνιών (έξοδος πόλεως) όσο και με την διαπλάτυνση της οδού Μουρνιών κατά το τμήμα μεταξύ της οδού Αγίας Μαρίνας και Γογωνή (έξοδος πόλεως) ώστε να είναι ευχερής και ταχεία η είσοδος και έξοδος των αυτοκινήτων από και προς τον Β.Ο.Α.Κ. και το Νοσοκομείο Χανίων.

Η ανακαίνιση της θεσμοθετημένης από το Γ.Π.Σ. και τις ΜΠΕΑ νέας οριακής οδού (τελευταία προς νότο οδός παράκαμψης της πόλεως), η οποία θα δέχεται και θα κατανέμει τον κυκλοφοριακό φόρτο εισόδου και εξόδου της πόλεως.

Το ΥΠΕΧΩΔΕ εκπονεί ήδη τις Οριστικές Μελέτες σύνδεσης του Β.Ο.Α.Κ. με την πόλη των Χανίων και ολοκλήρωσης του Κόμβου Κλαδισσού, οι οποίες αναμένεται να περατωθούν εντός τριμήνου. Επιβάλλεται να αρχίσουν από τώρα οι ενέργειες ένταξης των αντίστοιχων έργων στον προϋπολογισμό του Β.Ο.Α.Κ.

Η σύνδεση του Β.Ο.Α.Κ. με τον Λιμένα Σούδας και το Αεροδρόμιο Χανίων

Η σύνδεση του Λιμένα Σούδας με τον Β.Ο.Α.Κ. γίνεται σήμερα κατά ένα τμήμα με την παλαιά Εθνική οδό Σούδας - Χανίων και κατά το υπόλοιπο με ένα νέο τμήμα οδού, το οποίο τερματίζει στον Κόμβο του Β.Ο.Α.Κ. παρά το ΒΙΟΠΑ, ενώ η σύνδεση του Β.Ο.Α.Κ. και του Λιμένα Σούδας με το Αεροδρόμιο Χανίων γίνεται μέσω της υφιστάμενης οδού Σούδα - Αεροδρόμιο, η οποία διέρχεται με μειωμένο πλάτος από τον οικισμό Κάτω Σούδας, όπου οι κυκλοφοριακές συνθήκες είναι δυσχερείς έως και επικίνδυνες.

Η Περιφέρεια Κρήτης έχει αναθέσει και εκπονείται η μελέτη σύνδεσης του Β.Ο.Α.Κ. με τον Λιμένα Σούδας και το Αεροδρόμιο. Προβλέπεται η δημιουργία νέου κόμβου επί του Β.Ο.Α.Κ. και στη συνέχεια αρχίζει, με κατεύθυνση προς βορρά, νέα χάραξη οδού επί μήκους 3 χλμ. η οποία συναντά την υφιστάμενη οδό Σούδας - Αεροδρομίου, κινείται παράλληλα προς αυτήν σε μήκος 0,5 χλμ. και ακολούθως αρχίζει χάραξη νέας οδού μήκους 10 επί πλέον χλμ. η οποία τερματίζει στο Αεροδρόμιο Χανίων.

Το Τ.Ε.Ε./Τ.Δ.Κ. (έγγραφο του με ΑΠ 1974/17-11-04) θεωρεί ότι το πρώτο

τμήμα της χάραξης μήκους 3 χλμ. έχει διερευνηθεί επαρκώς. Αντίθετα για το υπόλοιπο τμήμα μήκους 10,5 χλμ. θεωρεί ότι, στα πλαίσια της μελέτης, θα πρέπει να διερευνηθεί η δυνατότητα διαπλάτυνσης της υφιστάμενης οδού, με παράλληλη βελτίωση κατά θέσεις της χάραξης της σε οριζοντιογραφία εντός της απαλλοτριωθείσας ζώνης, η οποία έχει επαρκές πλάτος. Σε αντίθετη περίπτωση θα απαιτηθεί η διαδικασία των απαλλοτριώσεων, η οποία είναι και χρονοβόρα και πολυδάπανη.

Οι απαιτούμενες ενέργειες των υπηρεσιακών και λοιπών παραγόντων επί των παραπάνω θεμάτων πρέπει να χαρακτηρισθούν επείγουσες, διότι δεν είναι δυνατόν ο Λιμένας της Σούδας και το Αεροδρόμιο Χανίων να μην έχουν συνδεθεί με τον Β.Ο.Α.Κ. με οδούς σύγχρονων προδιαγραφών για την ευχερή και ασφαλή διακίνηση των εμπορευμάτων, των επιβατών και των ξένων τουριστών.

Η αναβάθμιση του Β.Ο.Α.Κ. και η σύνδεσή του με το διευρωπαϊκό οδικό δίκτυο

Κατά την εκπόνηση της μελέτης αναβάθμισης του Β.Ο.Α.Κ. προτείνεται όπως διερευνηθεί η δυνατότητα, από τεχνικοοικονομικής άποψης, μετατόπισης νοτιότερα του άξονα του Β.Ο.Α.Κ. κατά το τμήμα Πετρές - Γεωργιούπολη, επειδή η περιοχή εκατέρωθεν του σημερινού άξονα έχει έντονη αστική και τουριστική ανάπτυξη. Επίσης να περιληφθεί η μελετώμενη παράκαμψη της πόλεως Κισσάμου μέχρι τον Λιμένα Κισσάμου προς δυσμάς.

Ειδικότερα για τον Λιμένα Κισσάμου θα πρέπει να μελετηθεί η πλήρης αναβάθμισή του ώστε να είναι ευχερής και ταχεία η δια θαλάσσης σύνδεση του τέρματος της Ιωνίας οδού στην Καλαμάτα μετά του Β.Ο.Α.Κ., δεδομένου ότι τόσο η Ιωνία οδός όσο και ο Β.Ο.Α.Κ. αποτελούν τμήματα του διευρωπαϊκού οδικού δικτύου.

2. Τα Έργα Συλλογής, Μεταφοράς, Επεξεργασίας και Διάθεσης Λυμάτων

Η Κρήτη είναι μία προνομιούχος, από πλευράς κάλλους, περιοχή της ανατολικής Μεσογείου. Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντός της (θαλάσσιου, επιφανειακού, υπόγειων νερών κλπ.) και κατ' επέκταση η προστασία της υγείας των κατοίκων και των εκατοντάδων χιλιάδων τουριστών, οι οποίοι την επισκέπτονται και διαμένουν σε αυτήν. Επιβάλλεται ως εκ τούτου τα Έργα «Συλλογής, Μεταφοράς, Επεξεργασίας και Διάθεσης των Λυμάτων» στην Κρήτη να αντιμετωπισθούν ως ένα «Μεγάλο Εθνικό Έργο» και να καταστρωθεί ένα ενιαίο σχέδιο εξασφάλισης οικονομικών πόρων για την ολοκλήρωσή τους. Εξάλλου η λειτουργία τους επιβάλλεται από τις Κοινοτικές Οδηγίες και την Εθνική Νομοθεσία.

Το ήπιο κλίμα, η επάρκεια υδατικών πόρων, η μεγάλη ποικιλία χλωρίδας και πανίδας, η ομορφιά του τοπίου της με ποικιλία μορφών είναι ορισμένα μόνο από τα χαρακτηριστικά, τα οποία συνθέτουν έναν πραγματικά προικισμένο από τη φύση τόπο. Παράλληλα η Κρήτη παρουσιάζει μία σημαντική ιστορική και πολιτιστική φυσιογνωμία από την περίοδο ακόμη του Αρχαίου Μινωικού - Ελληνικού Πολιτισμού έως σήμερα.

Η οικονομία της Κρήτης στηρίζεται σήμερα στη γεωργία (πρωτογενής τομέας) με αποδοτικές, αρδευόμενες, κατά το μεγαλύτερο μέρος, καλλιέργειες και στον τριτογενή τομέα, κυρίως λόγω του τουρισμού. Πράγματι την τελευταία 20ετία συντελέστηκε μία πολύ μεγάλη ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, με επενδύσεις σε τουριστικές μονάδες και συναφείς επιχειρήσεις ύψους εκατοντάδων εκατομμυρίων Ευρώ.

Τα Έργα Συλλογής, Μεταφοράς, Επεξεργασίας και Διάθεσης Λυμάτων είναι απαραίτητα για τη διασφάλιση της υγείας των κατοίκων της Κρήτης και των τουριστών, την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος και των υδατικών πόρων

της, ενώ παράλληλα επιβάλλονται από την Ελληνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία. Επιπλέον συμβάλλουν στη δυνατότητα περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης και στην προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης.

Στην Κρήτη υπάρχει σήμερα μία σειρά έργων συλλογής, μεταφοράς, επεξεργασίας και διάθεσης λυμάτων, μερικά από τα οποία έχουν ολοκληρωθεί και λειτουργούν (Έργα Δημοτικών Επιχειρήσεων Ύδρευσης - Αποχέτευσης) ενώ άλλα έχουν κατασκευαστεί εν μέρει ή και καθόλου και απαιτείται η ολοκλήρωσή τους.

Σκοπός, αναγκαιότητα και στρατηγική σημασία των έργων Συλλογής, Μεταφοράς, Επεξεργασίας και Διάθεσης Λυμάτων στην Κρήτη

Σκοπός των έργων συλλογής, μεταφοράς, επεξεργασίας και διάθεσης λυμάτων είναι η περιβαλλοντικά ασφαλής διαχείριση των λυμάτων της Κρήτης και η κάλυψη των νομοθετικών απαιτήσεων της Ευρωπαϊκής Οδηγίας 91 / 271 και της Κ.Υ.Α. 5673 / 400 / 14-031997, σχετικά με την επεξεργασία αστικών λυμάτων.

Η ολοκλήρωση της κατασκευής και η εύρυθμη λειτουργία των έργων είναι αναγκαία για την προστασία της υγείας των κατοίκων και των εκατοντάδων χιλιάδων τουριστών, κυρίως πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.), που επισκέπτονται την περιοχή και διαμένουν σε αυτήν. Επίσης για την προστασία των νερών των υπόγειων υδροφορέων από τη ρύπανση και μόλυνσή τους από λύματα, τα οποία διαφορετικά διατίθενται ακατέργαστα υπεδάφια. Από τους υδροφορείς αυτούς συχνά αντλούνται νερά για πόσιμη χρήση, ιδίως από το ασβεστολιθικό υδροφόρο σύστημα των Λευκών Ορέων. Τέλος είναι απαραίτητα για την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος και των αμμωδών παραλιών της περιοχής και κατ' επέκταση την προστασία της υγείας των λουομένων (εντοπίων και τουριστών), οι οποίοι κατακλύζουν τις ακτές κατά τη θερινή περίοδο. Σημειώνεται ότι η Οδηγία 91 / 271 της Ε.Ε. θέτει ως καταληκτική ημερομηνία ολοκλήρωσης των έργων την 31-12-2005. Πέραν της ημερομηνίας αυτής εκτιμάται ότι θα γίνονται έλεγχοι της ποιότητας των νερών με τη βοήθεια και επεξεργασία δορυφορικών εικόνων, στις οποίες οι θαλάσσιες περιοχές με ρύπανση θα απεικονίζονται με κόκκινο χρώμα (δείκτες ρύπανσης : διαφορετική θερμοκρασία νερού, περιεκτικότητα σε υγρή χλωροφύλλη). Στις περιπτώσεις αυτές θα επιβάλλονται κυρώσεις υπό μορφή δυσμενών ταξιδιωτικών οδηγιών ή και προσφυγών στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο.

Με βάση τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι η ολοκλήρωση των έργων συλλογής, μεταφοράς, επεξεργασίας και διάθεσης λυμάτων είναι στρατηγικής σημασίας για την οικονομία της Κρήτης. Τούτο διότι αφενός θα διασφαλιστούν οι υφιστάμενες επενδύσεις σε τουριστικές κλίνες και παράλληλες τουριστικές δραστηριότητες ύψους εκατοντάδων εκατομμυρίων Ευρώ, αφετέρου δε θα δημιουργηθούν κατάλληλες συνθήκες για την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη και την προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης.

Πρόοδος εκτέλεσης των Έργων Συλλογής, Μεταφοράς, Επεξεργασίας και Διάθεσης Λυμάτων στην Κρήτη - Ανάγκη ολοκλήρωσής τους

Όλες οι μεγάλες πόλεις της Κρήτης διαθέτουν έργα Συλλογής, Μεταφοράς, Επεξεργασίας και Διάθεσης Λυμάτων τα οποία λειτουργούν. Απαιτείται η προοδευτική επέκταση τόσο των δικτύων όσο και των Εγκαταστάσεων Βιολογικού Καθαρισμού Λυμάτων.

Τα ανάλογα έργα στις τουριστικές περιοχές, σε μικρές πόλεις και οικισμούς της Κρήτης ευρίσκονται σε διάφορα στάδια από άποψης λειτουργίας και κατασκευής, ενώ για πολλά δεν έχει αρχίσει ακόμα η κατασκευή τους.

3. Το Ενεργειακό Πρόβλημα της Κρήτης

Στην Κρήτη υφίσταται από ετών έλλειμμα μεταξύ προσφοράς ηλεκτρικής ενέργειας και ζήτησης, με αποτέλεσμα συχνές διακοπές κατά τις περιόδους αιχμής ζήτησης, οι οποίες συμπίπτουν με την αιχμή της τουριστικής περιόδου, ενώ επηρεάζεται σημαντικά και η ανάπτυξη του τόπου, με όλα τα δυσμενή επακόλουθα. Επιβάλλεται ως εκ τούτου το ενεργειακό πρόβλημα να αντιμετωπισθεί με ένα ενιαίο ορθολογικό σχεδιασμό, ο οποίος να προβλέπει άμεσες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες λύσεις. Αναλυτική αναφορά στο Παράρτημα Ι

Οι δράσεις για την υποδομή της Κρήτης υπάγονται σε δύο κατηγορίες: α) Δράσεις της περιφέρειας Κρήτης και β) Δράσεις της ιδιωτικής πρωτοβουλίας για επενδύσεις.

Το ενεργειακό πρόβλημα τη Κρήτης είναι ένα μακροχρόνιο πρόβλημα το οποίο επηρεάζει σημαντικά την ανάπτυξη του τόπου που ακόμα και σήμερα λειτουργικά οριακά έως ελλειμματικά με τους τρεις σταθμούς παραγωγής με συμβατικά καύσιμα και την αιολική ενέργεια που καλύπτει περίπου το 10% της κατανάλωσης Η.Ε. της Κρήτης.

Οι όποιοι προγραμματισμοί έχουν γίνει μέχρι σήμερα, δυστυχώς δεν ήταν αξιόπιστοι στην υλοποίησή τους. Μια ολοκληρωμένη περιφερειακή και τοπική ενεργειακή πολιτική θα πρέπει να στοχεύει στην ικανοποίηση των μακροχρόνιων ενεργειακών αναγκών της Κρήτης στις παρακάτω κατευθύνσεις:

1. Άμεση ολοκλήρωση του ΑΗΣ στον Αθρινόλακο με τα αναγκαία δίκτυα μεταφοράς
2. Άμεση απεμπλοκή από τη ΡΑΕ των διαδικασιών για το νέο σταθμό στην Κορακιά, που θα πρέπει να λειτουργήσει με τη χρήση καυσίμου ντίζελ (και με δυνατότητα αργότερα για φυσικό αέριο χωρίς να συνδέεται άμεσα με αυτό) και με πρόβλεψη για ανάπτυξη σταθμού με δυνατότητα 400-800MW.
3. Στη μείωση της εξάρτησης της περιοχής από τα συμβατά καύσιμα μέσω της ανάπτυξης των ΑΠΕ με την αξιοποίηση του ενδογενούς ενεργειακού δυναμικού και των τοπικών φυσικών πόρων.
4. Στη λήψη μέτρων εξοικονόμησης ενέργειας στα κτίρια, τη βιομηχανία, τις μεταφορές και τη γεωργία.
5. Στη μείωση της εξάρτησης του ενεργειακού συστήματος της Κρήτης από τον ηλεκτροπαραγωγικό σταθμό της ΔΕΗ στην Ξυλοκαμάρα Χανίων δεδομένου ότι αυτός βρίσκεται εντός του πολεοδομικού συγκροτήματος Χανίων
6. Στην τόνωση των ιδιωτικών, δημόσιων και μεικτών επενδύσεων στην δυτική Κρήτη στον ενεργειακό τομέα
7. Στην περαιτέρω εναρμόνιση του θεσμικού πλαισίου, στον τομέα της παραγωγής και της διάθεσης ενέργειας καθώς και στον τομέα εξοικονόμησης και προώθησης ΑΠΕ, σύμφωνα με τις υπάρχουσες οδηγίες της Ε.Ε.
8. Με τα σημερινά τεχνολογικά δεδομένα, η προοπτική διασύνδεσης του ενεργειακού δικτύου της Κρήτης με αυτό της Ηπειρωτικής Χώρας με υποθαλάσσιο καλώδιο πρέπει άμεσα να εξετασθεί.

Και τέλος στη συντονισμένη δράση για την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών.

α) Οι δράσεις της Περιφέρειας Κρήτης

Η Περιφέρεια της Κρήτης έχει οργανώσει ένα ειδικό ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουρισμού-πολιτισμού με έργα ειδικής υποδομής που αφορούν άμεσα τον τουρισμό, αλλά και γενικής υποδομής, που αφορούν την γενική ανάπτυξη της

Κρήτης. «Οι χρηματοδοτήσεις των έργων αυτών προέρχονται κυρίως από το εθνικό και περιφερειακό σκέλος του Β΄ και Γ΄ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (ΚΠΣ), Interreg II και Leader II από εθνικούς πόρους, τις χρηματοδοτήσεις των ελληνικών αναπτυξιακών νόμων και άλλων μικρότερου ενδιαφέροντος πηγών.

Πίνακας 1.6.1: Έργα τεχνικής υποδομής περιφέρειας Κρήτης – οδικοί άξονες

A. Οδικοί άξονες		
A/A	Τίτλος έργου	Προϋπολογισμός
1	Βόρειος οδικός άξονας (ΒΟΑΚ) Εκτελείται • Παράκαμψη Χερσονήσου • Σύνδεση αεροδρομίου Ηρακλείου-ΒΟΑΚ • Παράκαμψη Σητείας • Χανιά-Βαμβακόπουλο-Γαλατάς-Κολυμπάρι • Παράκαμψη Ρεθύμνου και Συνδετήριοι	44.020.543 2.934.703 3.815.114 36.390.315 2.054.292
2	Κάθετοι άξονες νομού Ηρακλείου • Ηράκλειο-Βιάννος • Ηράκλειο-Άγιοι Δέκα • Νότιος οδικός άξονας Κρήτης • Χουδέτσι-Παρθένι-Τεφέλι-Πύργος	8.070.433 9.948.643 1.440.939 1.050.624
3	Κάθετοι άξονες νομού Χανίων (εκτελούνται) • Ταυρωνίτης-Κάνδανος-Παλαιόχωρα • Βρύσσες-Χώρα Σφακιών • Καστέλλι-Καλουδιανά-Τοπόλια-Παλαιόχωρα • Φουρνέ-Λάκκοι-Ομαλός • Πλάτανος-Κάμπος-Χρυσοκαλίτισσα-Κουντούρα-Παλαιόχωρα	4.179.017 2.007.337 1.757.887 1.672.780 1.901.687
4	Οδικοί άξονες νομού Λασιθίου • Αγ. Νικόλαος – Ελούντα • Νότιος οδικός άξονας Κρήτης	1.393.984 2.934.703
5	Οδικοί άξονες νομού Ρεθύμνου • Ρέθυμνο-Σπήλι-Αγ. Γαλήνη • Ρέθυμνο-Απόστολοι-Μάνδρες • Σελιά-Ροδάκινο-όρια νομού Χανίων	1.760.822 1.467.351 1.467.351

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης: «Έργα τουρισμού-πολιτισμού»

Πίνακας 1.6.2: Έργα τεχνικής υποδομής περιφέρειας Κρήτης – λιμάνια

B. Λιμάνια

A/A	Τίτλος έργου	Προϋπολογισμός
1	Λιμάνι Ηρακλείου	20.542.920
2	Εξοπλισμός λιμένων	2.934.703
3	Λιμάνι Σητείας	2.670.580
4	Λιμάνι Σούδας	2.934.703
5	Επέκταση προσήνεμου μόλου λιμένος Ρεθύμνου	3.647.836
6	Λιμάνι Κισσάμου	2.347.762

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης: «Έργα τουρισμού-πολιτισμού»

Πίνακας 1.6.3: Έργα τεχνικής υποδομής περιφέρειας Κρήτης – αεροδρόμια

Γ. Αεροδρόμια		
A/A	Τίτλος έργου	Προϋπολογισμός
1	Αεροδρόμιο Χανίων (ολοκληρώθηκε)	20.102.715
2	Βελτίωση-επέκταση αεροδρομίου Σητείας (εκτελείται)	5.575.935
3	Αεροδρόμιο Ηρακλείου	32.281.732
4	Λοξός διάδρομος Ηρακλείου	64.563.463

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης: «Έργα τουρισμού-πολιτισμού»

Πίνακας 1.6.4: Έργα ειδικής υποδομής που αφορούν άμεσα τον τουρισμό και τον πολιτισμό

Έργα τουρισμού-πολιτισμού		
A/A	Τίτλος έργου	Προϋπολογισμός
1	Αξιοποίηση Σπιναλόγκας	1.467.351
2	Παρεμβάσεις-έργα-αναστηλώσεις	1.173.881
3	Ανάπλαση ιστορικού κέντρου Χανίων	2.112.986
4	Έργα ανάπλασης ιστορικού κέντρου και ανατολικής παραλίας Ρεθύμνου	1.760.822
5	Ανάπλαση ιστορικού κέντρου Αρχανών	880.410
6	Ανάπλαση αστικού κέντρου Ηρακλείου	880.410
7	Ανάδειξη, ανάπλαση ιστορικού κέντρου πόλης Ρεθύμνου.	2.347.762

8	Διαμόρφωση, αναστήλωση Κνωσού	2.054.292
9	Ανάπλαση ιστορικών κέντρων Σητείας-Ιεράπετρας	1.173.881
10	Αρχαιολογικά μουσεία Κρήτης	7.336.757
11	Λιμενικά έργα διαμόρφωσης χερσαίας ζώνης παραλίας Ιεράπετρας	1.760.822
12	Συμπληρωματικά έργα τουριστικής αξιοποίησης λιμένα Αγ. Νικολάου	2.934.703
13	Μαρίνες • Μαλλίων • Ηρακλείου • Μαρίνα Αγ. Νικολάου • Αγ. Γαλήνης • Παλαιόχωρας • Ρεθύμνου	13.531.915
14	Στερέωση, αναστήλωση, διαμόρφωση και ανάδειξη μνημείων και διατηρητέων κτιρίων παλαιάς πόλης Χανίων	2.641.233
15	Συνεδριακό κέντρο Ηρακλείου	2.934.703
16	Νεότερα μνημεία Κρήτης	1.173.881
17	Αθλητικές και πολιτιστικές διοργανώσεις διεθνούς χαρακτήρα	1.115.187
18	Πρόγραμμα επέκτασης τουριστικής περιόδου	880.410
19	Φορέας τουρισμού και περιβάλλοντος	880.410
20	Επαγγελματική κατάρτιση	

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης: «Έργα τουρισμού - πολιτισμού»

β) Οι δράσεις της ιδιωτικής πρωτοβουλίας για επενδύσεις.

Σύμφωνα με τον αναπτυξιακό νόμο του Ε.Ο.Τ. 2601/98 (ΦΕΚ 81/Α/15-4-1998), «ενισχύονται οι ιδιωτικές επενδύσεις για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας». Αναλυτικότερα:

- 1) Ιδρύονται ή επεκτείνονται ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον 3 αστέρων.
- 2) Εκσυγχρονίζονται τα κάμπινγκ (camping).
- 3) Ιδρύονται, επεκτείνονται και εκσυγχρονίζονται έργα ειδικής τουριστικής υποδομής όπως:
 - Λιμένων Σκαφών Αναψυχής (Μαρίνων 2) μία στο Ηράκλειο και μία στο Ρέθυμνο.
 - Συνεδριακών κέντρων (8 κέντρα), 4 στο Ν. Ηρακλείου, 3 στο Ν. Ρεθύμνης και 1 στο Ν. Λασιθίου.
 - Γηπέδων γκολφ, ένα σε κάθε Νομό.
 - Εγκαταστάσεις Αξιοποίησης Ιαματικών Πηγών.
 - Κέντρων Θαλασσοθεραπείας, 3 στο Ν. Ηρακλείου και 1 στο Ν. Λασιθίου.
 - Κέντρων Τουρισμού Υγείας.
 - Χιονοδρομικών κέντρων προπονητικού-αθλητικού

τουρισμού.

- Μετατροπή παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον 2 αστερών.
- Εκσυγχρονισμό ολοκληρωμένης μορφής ξενοδοχειακών μονάδων κατωτέρων των 2 αστερών σε κτίρια που χαρακτηρίζονται διατηρητέα ή παραδοσιακά, εφόσον με τον εκσυγχρονισμό τους αναβαθμίζονται τουλάχιστον σε 2 αστερών.

Ο νόμος αυτός ενισχύει τις παραπάνω ιδιωτικές επενδύσεις με επιχορήγηση περίπου του 30% της αξίας των παγίων της επένδυσης, ενώ το υπόλοιπο 70% περίπου καλείται να το πληρώσει ο ιδιώτης επενδυτής, επίσης του δίνεται η δυνατότητα σύναψης δανείου για την επένδυση αυτή.

1.7 ΜΕΣΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ (ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ – ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ)

Παρατηρείται καθημερινά στον τουρισμό η συνεχής αύξηση τους διεθνούς ποιοτικού τουρισμού και η ποιότητα βελτίωσης της τουριστικής πελατείας, λόγω αύξησης του κατά κεφαλήν εισοδήματος, και κατ' επέκταση, του βιοτικού επιπέδου των λαών.

Πιο συγκεκριμένα υπάρχει αυξημένη ζήτηση για ξενοδοχεία των τεσσάρων (4) και πέντε (5) αστερών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα όλοι οι προορισμοί, οι οποίοι χαρακτηρίζονται ως τουριστικοί, να αναγκάζονται να αναβαθμίσουν τις τουριστικές τους υπηρεσίες αλλά και άλλες όπως τραπεζικές υπηρεσίες κλπ., για να μπορούν όχι μόνο να προσελκύσουν ποιοτικό τουρισμό αλλά και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Είναι προφανές ότι αυτή η μικρή ζήτηση που υπάρχει στα χαμηλής τάξης ξενοδοχεία σιγά-σιγά θα γίνει μικρότερη. Το κλειδί για την επιβίωση των τουριστικών καταλυμάτων είναι η στροφή τους προς την ποιότητα.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ: ΜΟΝΟΔΡΟΜΟΣ ΓΙΑ ΚΑΛΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Οι Έλληνες γνωρίζουμε πως το βασικότερο εξαγωγικό προϊόν μας είναι ο τουρισμός. Ο κλάδος αυτός, του τεταρτογενούς τομέα παραγωγής, αποτελεί τη βασική πηγή εσόδων για το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού μας. Η ανάπτυξη του φαίνεται αυτό το χρονικό διάστημα περισσότερο από αναγκαία.

Η Ελλάδα βρίσκεται το διάστημα αυτό σε δεινή οικονομική θέση απέναντι στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Το δημόσιο χρέος έχει ξεπεράσει κατά πολύ τα προβλεπόμενα όρια της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας και η απαίτηση για την εισροή εσόδων αποτελεί πλέον θέμα βιωσιμότητας. Ο τουρισμός είναι ο τομέας εκείνος που με τις κατάλληλες κινήσεις μπορεί να αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε να αποτελέσει πραγματικά μια οικονομική διέξοδο. Θα ήταν βιαστικό, βέβαια, να αναφερθούμε εδώ στην έμφαση που πρέπει να δοθεί στην ενίσχυση και βελτίωση της τουριστικής εκπαίδευσης, προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο παραπάνω σκοπός. Για να αντιληφθούμε το σπουδαίο ρόλο που διαδραματίζει η τουριστική εκπαίδευση στη χώρα μας, οφείλουμε αρχικά να παρουσιάσουμε κάποια στοιχεία σχετικά με την πορεία και την εξέλιξη του τουρισμού, καθώς και με τη θέση του στην οικονομική δομή της σύγχρονης Ελλάδας.

Κατ' αρχάς, υπήρξε εντυπωσιακή η ανοδική πορεία συμμετοχής του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (ΑΕΠ) τα τελευταία χρόνια. Από 4% που ήταν το 1981 έχει ξεπεράσει πλέον το 7%. Επίσης, στον τουριστικό κλάδο απασχολείται

περίπου το 10% του ενεργού εργατικού δυναμικού της χώρας (το 6,1% από αυτούς εργάζεται σε άμεσα συνδεδεμένες με τον τουρισμό επιχειρήσεις και το 3,9% σε έμμεσα συνδεδεμένες). Τα σημαντικά αυτά στατιστικά – οικονομικά στοιχεία σε συνδυασμό με τη φύση του τουριστικού προϊόντος καταδεικνύουν, τελικά, το σπουδαίο ρόλο που διαδραματίζει και μπορεί να διαδραματίσει η τουριστική εκπαίδευση στη χώρα μας.

Η ποιότητα του τουριστικού που προσφέρουμε βρίσκεται σε απόλυτη συνάρτηση με την ποιότητα της τουριστικής εκπαίδευσης που παρέχουμε. Η αλήθεια είναι ότι συναντάμε ειδικότητες σχετικές με τον τουρισμό σε, σχεδόν, όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες. Και λέμε σχεδόν σε όλες, γιατί υπάρχει ένα μεγάλο κενό στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Για να μπορέσουμε, όμως, να σχηματίσουμε μια ολοκληρωμένη εικόνα γύρω από το θέμα θα πρέπει να παρουσιάσουμε την κατάσταση στην ιεραρχημένη μορφή της, εξετάζοντας μία-μία τις εκπαιδευτικές βαθμίδες.

✦ Βασική και Μέση Εκπαίδευση

Τ.Ε.Ε.: Στα Τεχνικά Επαγγελματικά Εκπαιδευτήρια (474 ανά τη χώρα) λειτουργούν δύο ειδικότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Η μία είναι αυτή των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η άλλη αυτή του Αγροτουρισμού και της Αγροβιοτεχνίας. Αν και η προσπάθεια παροχής κατάλληλων εκπαιδευτικών και κατ' επέκταση επαγγελματικών εφοδίων προς τους μαθητές θα μπορούσε με μια πρώτη ματιά να χαρακτηριστεί φιλότιμη, τα στοιχεία της πραγματικότητας ανατρέπουν την εικόνα αυτή.

Υποτίθεται πως σκοπός των εκπαιδευτηρίων αυτών είναι να τροφοδοτήσουν την αγορά με διοικητικούς υπαλλήλους, προορισμένους για τις κατώτερες και μεσαίες διοικητικές βαθμίδες, εξοπλισμένους με το απαραίτητο θεωρητικό και κυρίως τεχνικό υπόβαθρο. Ωστόσο, ούτε το ίδιο πρόγραμμα των μαθημάτων υπηρετεί την αρχική αυτή υπόθεση, ενώ το πρόβλημα διογκώνεται από την απουσία του κατάλληλου εκπαιδευτικού προσωπικού. Βέβαια, όσοι από τους ενδιαφερόμενους σπουδαστές επιθυμούν, μπορούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους, κατόπιν εξετάσεων, στα Τ.Ε.Ι.

Ι.Ε.Κ.: Τα δημόσια ΙΕΚ, σύμφωνα με το καταστατικό της λειτουργίας τους, έχουν στόχο να καταρτίσουν εξειδικευμένους επαγγελματίες διαφόρων ειδικοτήτων. Αν και τα προγράμματα σπουδών φαίνεται να εκπληρώνουν το σκοπό αυτό, σε θεωρητικό επίπεδο, αυτό που τελικά συναντούν οι καταρτιζόμενοι διαφέρει κατά πολύ. Μεταξύ των άλλων ειδικοτήτων που λειτουργούν στα ΙΕΚ ανά τη χώρα, αναφέρουμε τα εξής:

- ☞ Υπεύθυνος Υποδοχής και Φιλοξενίας
- ☞ Υπάλληλος τουριστικού γραφείου
- ☞ Υπάλληλος αεροδρομίου
- ☞ Μάγειρας

Κατά την ολοκλήρωση των σπουδών τους, οι καταρτιζόμενοι συντάσσουν και μια διπλωματική εργασία, ενώ για την επικύρωση του πτυχίου τους απαιτείται να περάσουν επιτυχώς τις εξετάσεις πιστοποίησης.

Στα δημόσια ΙΕΚ, όμως, η συνήθης έλλειψη του κατάλληλου εκπαιδευτικού προσωπικού και η ταυτόχρονη ελλιπής εργαστηριακή υποδομή, τους προκαλούν μια σημαντική κάμψη του επιπέδου των σπουδών. Ωστόσο, επειδή ο τρόπος υλοποίησης του εκπαιδευτικού προγράμματος διαφοροποιείται ανά ΙΕΚ και επηρεάζεται, σαφώς, από την προσωπικότητα και τις φιλοδοξίες κάθε διευθυντή, το τελικό αποτέλεσμα διαφοροποιείται σε σημαντικό βαθμό.

Στα ιδιωτικά ΙΕΚ, πάλι, η εικόνα είναι, κατά πολύ, διαφορετική. Η ανάγκη

επιβίωσης των ιδιωτικών αυτών ιδρυμάτων επιβάλλει την παροχή ενός όσο το δυνατόν καλύτερου επιπέδου σπουδών, προκειμένου να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να παραμείνουν βιώσιμα. Έτσι, στα ιδιωτικά ΙΕΚ συναντάμε, συνήθως, ένα αξιόλογο εκπαιδευτικό προσωπικό, καθώς και κατά κανόνα άρτια εξοπλισμένες εγκαταστάσεις.

Ο.Τ.Ε.Κ.: Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης αποτελεί σήμερα τον εξειδικευμένο κρατικό φορέα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης. Έχει τη μορφή νομικού προσώπου δημοσίου δικαίου και εποπτεύεται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Ο Οργανισμός περιλαμβάνει την πρώην Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών και τις Σχολές Ξεναγών. Όραμα του Οργανισμού αποτελεί η δημιουργία ενός σύγχρονου συστήματος πιστοποίησης των επαγγελματιών προσόντων στν τουριστικό τομέα. Προς το σκοπό αυτό σχεδιάζει τη συστηματική παρακολούθηση των συνθηκών που ισχύουν στον τομέα, ώστε να είναι δυνατή η συγχρονισμένη αναπροσαρμογή του προγράμματος των σπουδών στις εκάστοτε απαιτήσεις. Στόχο, επίσης, αποτελεί η διασύνδεση της εκπαίδευσης με την παραγωγή και η αύξηση της απορρόφησης των αποφοίτων των σχολών τουριστικής εκπαίδευσης, όπως και η διασύνδεση της συνεργασίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο με τους τουριστικούς φορείς.

Στον ΟΤΕΚ υπάγονται τα τεχνολογικά επαγγελματικά εκπαιδευτήρια με ειδικότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Πρόκειται για σπουδές δευτεροβάθμιου επιπέδου. Η φοίτηση σε αυτά διαρκεί δύο έτη και η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική. Κάθε έτος περιλαμβάνει δύο κύκλους σπουδών, έναν θεωρητικό και έναν πρακτικό. Κατά τη διάρκεια του πρακτικού κύκλου σπουδών οι μαθητές τοποθετούνται σε επιλεγμένες ξενοδοχειακές μονάδες με τη μέριμνα της σχολής.

Οι Ανώτερες Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης του ΟΤΕΚ έχουν στόχο την εκπαίδευση και κατάρτιση ικανών στελεχών για ξενοδοχειακές, επισιτιστικές και λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις.

Στο πλαίσιο του Οργανισμού λειτουργούν και Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης για τις εξής ειδικότητες:

- ☞ Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης
- ☞ Ειδικός Ξενοδοχειακών Υπηρεσιών και Τροφοδοσίας
- ☞ Ειδικός Τουριστικού Πρακτορείου.

Ο ΟΤΕΚ, μάλιστα, σκοπεύει να επεκταθεί και στο πεδίο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ιδρύοντας ΙΕΚ ειδικότητας Συνοδού Βουνού και Ειδικού Λουτροθεραπείας σε διάφορα σημεία της Ελλάδας.

Τέλος, οι Σχολές Ξεναγών λειτουργούν μόνιμα στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και ανάλογα με τις ανάγκες της τοπικής τουριστικής αγοράς στο Ηράκλειο, τη Μυτιλήνη, την Κέρκυρα και στη Ρόδο. Η εισαγωγή των φοιτητών γίνεται κατόπιν εξετάσεων και η φοίτηση διαρκεί δύομιση έτη. Η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική και η εκπαίδευση περιλαμβάνει θεωρητική διδασκαλία και εκπαιδευτικές επισκέψεις.

❖ ΑΝΩΤΑΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Τ.Ε.Ι.: Το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα σημαντικό στο χώρο των ΤΕΙ. Οι πρώτοι πτυχιούχοι του τμήματος αποφοίτησαν κατά το εαρινό εξάμηνο 1988 και μέχρι σήμερα έχουν αποφοιτήσει 1.660 σπουδαστές. Το περιεχόμενο των σπουδών του τμήματος καλύπτει το γνωστικό αντικείμενο της διοικητικής επιστήμης, με εξειδίκευση στις τουριστικές επιχειρήσεις του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα. Με την ολοκλήρωση των σπουδών του ο απόφοιτος του τμήματος ανακηρύσσεται «Πτυχιούχος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων», διαθέτει δε τις απαραίτητες επιστημονικές και τεχνολογικές γνώσεις και δεξιότητες, ώστε να μπορεί να δραστηριοποιηθεί επαγγελματικά σε όλους τους τομείς του

γνωστικού αντικειμένου του τμήματος, είτε ως στέλεχος τουριστικών επιχειρήσεων, οργανισμών και υπηρεσιών του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα είτε ως αυτοαπασχολούμενος.

Κατά τη διάρκεια του τελευταίου εξαμήνου σπουδών πραγματοποιείται η πρακτική άσκηση του φοιτητή στο επάγγελμα, ενώ ταυτόχρονα καλείται να εκπονήσει την πτυχιακή εργασία του σε θέμα που σχετίζεται άμεσα με το αντικείμενο των σπουδών του. Η αλήθεια, βέβαια, είναι πως για την απορρόφηση των αποφοίτων ως στελεχών τουριστικών επιχειρήσεων το πτυχίο τους δεν είναι αρκετό. Γι' αυτούς που πραγματικά επιθυμούν να σταδιοδρομήσουν ως στελέχη στον τουριστικό κλάδο απαιτείται οπωσδήποτε η συνέχιση των σπουδών τους σε κάποιο μεταπτυχιακό πρόγραμμα.

✦ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ

Πανεπιστήμιο Πειραιά: Στο Πανεπιστήμιο Πειραιά λειτουργεί τα τελευταία χρόνια μεταπτυχιακό πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Management Τουρισμού. Μάλιστα, ενώ το πρόγραμμα ξεκίνησε ως master (Mca), τα δύο τελευταία χρόνια εμπλούτισε το περιεχόμενο και τη δομή των μαθημάτων του και πλέον αποτελεί ένα ολοκληρωμένο MBA πρόγραμμα σπουδών. Η αλλαγή αυτή κρίθηκε αναγκαία από τους υπευθύνους του προγράμματος, προκειμένου να εξυπηρετηθεί η ταχύτερη επαγγελματική απορρόφηση των αποφοίτων.

Οι σκοποί του προγράμματος εντοπίζονται στην προαγωγή των γνώσεων στη Διοίκηση Επιχειρήσεων με πρόσθετη γνώση του ευρύτερου τουριστικού τομέα, στην παραγωγή υψηλού επιπέδου επιχειρηματικών στελεχών με σύγχρονες διοικητικές γνώσεις και στην προαγωγή της έρευνας για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Όλοι οι διδάσκοντες του προγράμματος στα εξειδικευμένα τουριστικά μαθήματα είναι διακεκριμένοι επιχειρηματίες ή στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων. Με στόχο τη σύνδεση του μεταπτυχιακού με την επιχειρηματική κοινότητα, καταβάλλεται προσπάθεια οι διπλωματικές εργασίες των φοιτητών να βασίζονται σε πραγματικά προβλήματα, που απασχολούν ελληνικές εταιρείες, ώστε να διευκολύνεται με τον τρόπο αυτό η επαγγελματική τους αποκατάσταση.

Πανεπιστήμιο Αιγαίου: Στο πλαίσιο των μεταπτυχιακών προγραμμάτων που προσφέρει το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, λειτουργεί και Τμήμα Σχεδιασμού Διοίκησης και Πολιτικής του Τουρισμού. Οι εν λόγω μεταπτυχιακές σπουδές προσανατολίζονται τόσο σε θέματα διοίκησης των κλάδων και υποκλάδων της τουριστικής παραγωγής, όσο και σε θέματα πολιτικής και έρευνας οργανισμών και φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.

Το τμήμα λειτουργεί με έδρα τη Χίο. Τα δύο πρώτα χρόνια της λειτουργίας του είχε διετή χαρακτήρα, αλλά από το ακαδημαϊκό έτος 2000-2001 η διάρκειά του αναπροσαρμόστηκε σε τρία εξάμηνα. Στο πλαίσιο των μαθημάτων δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη διεπιστημονική προσέγγιση των θεμάτων που άπτονται της διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων. Για το λόγο αυτό πραγματοποιείται συνεργασία μεταξύ των τεσσάρων τμημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου (Διοίκηση Επιχειρήσεων, Περιβάλλοντος, Κοινωνικής Ανθρωπολογίας και Γεωγραφίας).

✦ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Μια έρευνα-μελέτη που πραγματοποιήθηκε από κοινού από τον κ. Ευάγγελο Χρήστου, επιστημονικός συνεργάτης ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, και την κα Ελευθερία Πρινιανάκη, επίκουρος καθηγήτρια ΤΕΙ Ηρακλείου, που αφορά στην εξ αποστάσεως τουριστική εκπαίδευση και τις σχετικές πανευρωπαϊκές εξελίξεις. Η μελέτη καταλήγει, μεταξύ άλλων, στο συμπέρασμα ότι η εξ αποστάσεως τουριστική εκπαίδευση αποτελεί την πιο ευέλικτη και αξιόπιστη εναλλακτική λύση για πολλούς εργαζόμενους στην τουριστική βιομηχανία, που επιθυμούν τη συνέχιση των σπουδών

τους σε τριτοβάθμιο επίπεδο. Στην Ευρώπη η εξ αποστάσεως εκπαίδευση, για αντικείμενα σχετικά με τον τουρισμό και τη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων, έχει εξαπλωθεί με ιδιαίτερα ταχείς ρυθμούς τα τελευταία χρόνια. Ανάλογη εξάπλωση αναμένεται να παρατηρηθεί και στην Ελλάδα. Οι λόγοι για τους οποίους αυτό θεωρείται βέβαιο είναι μεταξύ άλλων:

1. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον που παρατηρείται μεταξύ αυτών που ήδη εργάζονται σε τουριστικές επιχειρήσεις και επιθυμούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους προσφέροντας έτσι μια ώθηση στην καριέρα τους, αλλά που οι συνθήκες της εργασίας τους δεν τους επιτρέπουν να παρακολουθήσουν ένα παραδοσιακό εκπαιδευτικό πρόγραμμα.
2. Το ενδιαφέρον των κατοίκων των απομακρυσμένων περιοχών που δεν έχουν τη δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε κάποιο ίδρυμα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.
3. Η επιθυμία κάποιων τουριστικών επιχειρήσεων να προσφέρουν στο ανθρώπινο δυναμικό τους ολοκληρωμένα εκπαιδευτικά προγράμματα, χωρίς όμως οι υπάλληλοί τους να απαιτείται να εγκαταλείψουν την εργασία τους.

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε συμπεραίνει, ουσιαστικά, ότι η ζήτηση για τα προγράμματα τουριστικής εκπαίδευσης, τόσο σε προπτυχιακό, όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο, είναι και θα είναι ανοδική.

Στο πλαίσιο του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου λειτουργεί σχετικό πρόγραμμα, που εκτιμάται από πολλούς ότι θα ικανοποιήσει τις προσωπικές ανάγκες πολλών εργαζομένων, και παράλληλα θα συμβάλει στην αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.

Είναι προφανές πως μια μεγάλη μερίδα εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, δημόσιων και ιδιωτικών, έχει αντιληφθεί τα τελευταία χρόνια τις αυξανόμενες ανάγκες για παροχή προγραμμάτων όλων των εκπαιδευτικών βαθμίδων, που να προσανατολίζονται στον τουρισμό. Από την άλλη, είναι βέβαιη η ανάγκη των περισσότερων τουριστικών επιχειρήσεων για εξειδικευμένο προσωπικό. Πού οφείλονται, όμως, τα συνεχιζόμενα παράπονα από την πλευρά των επιχειρήσεων για έλλειψη του αναγκαίου προσωπικού και από την πλευρά των αποφοίτων των διαφόρων σχολών για έντονες δυσκολίες στην ανεύρεση εργασίας σχετικής με τις σπουδές τους;

Το βέβαιο είναι πως η χώρα μας πρέπει να αναβαθμίσει το τουριστικό προϊόν της, γεγονός που συνεπάγεται ότι πρέπει να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες που προσφέρει. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο με τον εφοδιασμό των επιχειρήσεων με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό, το κατάλληλα δηλαδή εκπαιδευμένο και εξειδικευμένο προσωπικό. Απαιτείται, λοιπόν, από τη μια πλευρά οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις (που είναι στην πλειονότητά τους μικρού και μεσαίου μεγέθους οικογενειακές επιχειρήσεις) να αντιληφθούν πως πρέπει να επενδύσουν στο ανθρώπινο δυναμικό τους, κι αν αυτό απαιτείται, να προσφέρουν υψηλότερους μισθούς κι όχι να προσπαθούν να μειώσουν το κόστος λειτουργίας τους επιλέγοντας ανειδίκευτο προσωπικό. Από την πλευρά του, οφείλει το κράτος να ελέγχει τα εκπαιδευτικά προγράμματα που προσφέρονται, θέτοντας τα απαραίτητα standards ποιότητας στη λειτουργία τους, έτσι ώστε να παράγονται επαγγελματίες που θα μπορούν να ανταποκριθούν τόσο στα πολύπλευρα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος, όσο και στο δυναμικά μεταβαλλόμενο περιβάλλον του.

Σε μια πρόσφατη ανακοίνωσή της η εταιρεία Adecco, μια από τις κορυφαίες εταιρείες στην παροχή ανθρώπινου δυναμικού, ανακοίνωσε μια νέα διαδικασία πιστοποίησης με σκοπό τη δημιουργία κοινών προτύπων απασχόλησης στον ξενοδοχειακό και επισιτιστικό κλάδο. Στόχος είναι οι εργαζόμενοι να αξιολογούνται ως προς τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία τους. Κατά τη διαδικασία αξιολόγησης οι υποψήφιοι, μεταξύ άλλων, θα εξετάζονται ως προς τις γνώσεις τους σε ξένες γλώσσες, στα ήθη και τα έθιμα συγκεκριμένων χωρών κ.λπ. Μέσω αυτής της

διαδικασίας πιστοποίησης η εταιρεία φιλοδοξεί να εξασφαλίσει στους εργοδότες που προσλαμβάνουν το προτεινόμενο από την Adecco προσωπικό, ότι θα απολαμβάνουν την ίδια ποιότητα υπηρεσιών σε όλες τις χώρες όπου λειτουργεί το πρόγραμμα.

Η προαναφερθείσα διαδικασία πιστοποίησης αποτελεί, ίσως, το ξεκίνημα για μια νέα εποχή υψηλών απαιτήσεων για τους επαγγελματίες του τουρισμού. Και μόνο αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει το βασικό στοιχείο επιβεβαίωσης της ανάγκης για παροχή υψηλού επιπέδου τουριστικών σπουδών στη χώρα μας.

Το ΔΡΑΤΤΕ (Δράση για την Ανάπτυξη του Τουρισμού και της Τουριστικής Εκπαίδευσης) είναι ένα μη κερδοσκοπικό σωματείο με έδρα την Αθήνα. Ιδρύθηκε από στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων και καθηγητές της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με σκοπό να εξασφαλίσει μια διαρκή επαφή των χώρων της εκπαίδευσης με την αγορά εργασίας και να υποστηρίξει το σχεδιασμό ρεαλιστικής τουριστικής πολιτικής και να προτείνει και να εφαρμόσει λύσεις στα προβλήματα του κλάδου.

Το ΔΡΑΤΤΕ εκπόνησε πρόσφατα μια μελέτη για την τουριστική εκπαίδευση στη χώρα μας. Σύμφωνα με την εν λόγω μελέτη, τα κυριότερα προβλήματα της τουριστικής εκπαίδευσης στη χώρα μας εντοπίζονται στο επίπεδο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Συγκεκριμένα, στη σύνοψη της μελέτης αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι λειτουργούν γενικευμένα προγράμματα σπουδών, όπου δεν τίθενται τα σύνορα μεταξύ «διοίκησης τουρισμού», όπως γίνεται σε όλες τις χώρες του κόσμου.

Πρόβλημα εντοπίζεται και στα όργανα που αξιολογούν τα προγράμματα σπουδών της τουριστικής εκπαίδευσης. Οι εκάστοτε υπουργοί Παιδείας έχουν εναποθέσει το ζήτημα της τριτοβάθμιας τουριστικής εκπαίδευσης σε όργανα που δεν περιλαμβάνουν ειδικούς, ενώ οι μηχανισμοί ελέγχου και αξιολόγησης της εκπαιδευτικής διαδικασίας είναι ανύπαρκτοι.

Από το 1965 ο καθηγητής Medlic ανέφερε ότι «ο τουρισμός έχει σχέση με πολλές διαφορετικές βιομηχανίες, επαγγέλματα και εργασίες. Αλλά τα εκπαιδευτικά προγράμματα στον τουρισμό είναι γενικά δύο ειδών: στις περισσότερες χώρες, υπάρχουν εξειδικευμένα προγράμματα σε ξενοδοχειακά και επισιτιστικά θέματα, προγράμματα στις μεταφορές και στη λειτουργία τουριστικών γραφείων, αφενός, και προγράμματα τα οποία ασχολούνται περισσότερο ή λιγότερο περιεκτικά με το τουριστικό φαινόμενο αφετέρου».

Από τότε τα σχετικά προγράμματα πολλαπλασιάστηκαν για να φτάσουμε στη δεκαετία του '90, όπου τα προγράμματα τουριστικής εκπαίδευσης είναι διεθνώς ξεκάθαρα διαχωρισμένα σε δύο κύριες κατηγορίες: προγράμματα Διοίκησης Τουρισμού ή Τουριστικών Σπουδών (Tourism Management ή Tourism Studies) και προγράμματα Διοίκησης Φιλοξενίας ή Διοίκησης Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων (Hospitality Management ή Hotel Management).

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Τα προγράμματα σπουδών των ΤΕΙ παρουσιάζουν σημαντικές ελλείψεις αλλά και πλεονασμούς, ενώ δεν είναι σε θέση να καλύψουν κανέναν επαγγελματικό τομέα. Αυτό συμβαίνει διότι ξοδεύουν το χρόνο σπουδών σε ανομοιογενή γνωστικά πεδία, με αποτέλεσμα να μην είναι σε θέση να καλύψουν ικανοποιητικά κανένα. Έτσι, τα προγράμματα σπουδών προσπαθούν να καλύψουν επαγγέλματα που αφορούν σε πολλών τύπων ανομοιόμορφες επιχειρήσεις, όπως ξενοδοχειακές και επισιτιστικές, τουριστικά γραφεία, μεταφορικές, θέσεις εργασίας στον ΕΟΤ, στα ειδικευμένα γραφεία της τοπικής αυτοδιοίκησης και σε άλλες δημόσιες υπηρεσίες.

Να ληφθεί υπόψη ότι μόνο για τον ξενοδοχειακό κλάδο οι σπουδαστές πρέπει να αποκτήσουν γνώσεις, δεξιότητες και εμπειρίες σε μια ευρύτατη γκάμα πεδίων, όπως διοίκηση, κρατήσεις, διοίκηση δωματίων, διοίκηση επισιτιστικών τμημάτων (λειτουργία εστιατορίων, μπαρ, παραγωγή φαγητών, προμήθειες κ.λπ.), έλεγχο, συνέδρια, δραστηριότητες ψυχαγωγίας, προγραμματισμό, πωλήσεις, μάρκετινγκ,

δημιουργία νέων υπηρεσιών και προϊόντων για την προσέλκυση νέων αγορών κ.λπ. Καταλαβαίνει εύκολα κανείς, ότι ένα πρόγραμμα γενικευμένων τουριστικών σπουδών δεν είναι δυνατόν να φτάσει σε γνώσεις βάθους. Απλώς προσφέρει μια γκάμα γνώσεων στους σπουδαστές, οι οποίοι αποφοιτούν πολυπράγμονες αλλά μη ειδικοί σε κάποιο τομέα.

Λόγω της γενίκευσης των προγραμμάτων σπουδών, οι απόφοιτοι δεν έχουν τη δυνατότητα να λειτουργήσουν σε κανένα επαγγελματικό πεδίο (ξενοδοχειακό, τουριστικών γραφείων ή τουρισμού) του κλάδου, διότι δεν γνωρίζουν σε ποιο συγκεκριμένα επαγγελματικό χώρο απευθύνονται. Κατά συνέπεια, δεν αποκτούν επαρκείς γνώσεις και εφόδια, προκειμένου να είναι σε θέση να αναλάβουν πρωτοβουλίες, να αναπτύξουν κριτική σκέψη, ικανότητες επίλυσης προβλημάτων, επιχειρηματικό πνεύμα, να εφαρμόσουν καινοτόμα προγράμματα, να αποκτήσουν ικανότητες αξιολόγησης και επιχειρηματολογίας, καθώς και ικανότητες διοίκησης και διαχείρισης καταστάσεων. Αποτέλεσμα είναι να αντιμετωπίζονται αρνητικά από τις τουριστικές επιχειρήσεις και να βιώνουν καθοριστικά προβλήματα στην ένταξη και εξέλιξή τους στην αγορά εργασίας.

Σύμφωνα με έρευνα του Πανελληνίου Συλλόγου Αποφοίτων (2000), το 32% των αποφοίτων των ΤΤΕ εργάζεται στο χώρο του τουρισμού, ενώ το 68% βρίσκεται εκτός χώρου τουρισμού. Από το στοιχείο αυτό φαίνεται ότι η συντριπτική πλειονότητα αποφοίτων αδυνατούν να ενταχθούν στην αγορά εργασίας του κλάδου, παρότι αυτός προσφέρει ικανοποιητικές ευκαιρίες στους αποφοίτους.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Όπως φαίνεται από τα παραπάνω στοιχεία, οι τουριστικές σπουδές μπορούν να στραφούν στις ακόλουθες διακριτικές κατευθύνσεις:

α. Ξενοδοχειακές σπουδές (στις οποίες συμπεριλαμβάνεται ο κλάδος του επισιτισμού)

β. Σπουδές που αφορούν στις μεταφορές και στη λειτουργία τουριστικών γραφείων

γ. Σπουδές τουρισμού με αντικείμενο την τουριστική πολιτική και ανάπτυξη.

Από τους ανωτέρω επιμέρους κλάδους, ο κλάδος των Σπουδών Τουρισμού αποτελεί ένα μεγάλης σημασίας θεωρητικό επιστημονικό πεδίο που πρέπει να ανατεθεί σε Πανεπιστημιακά Ιδρύματα. Μόνο με αυτόν τον τρόπο η Ελλάδα θα αποκτήσει ειδικευμένους επιστήμονες σε θέματα Τουριστικού Σχεδιασμού, όπου το έλλειμμα είναι προφανές. Τα 4-5 μαθήματα που διδάσκονται στα ΤΤΕ σχετικά με τον τουρισμό προσφέρουν γενικές γνώσεις και καμία μεθοδολογία Τουριστικού Σχεδιασμού.

Οι Ξενοδοχειακές Σπουδές και οι Σπουδές στις Μεταφορές και στα Τουριστικά Γραφεία είναι απαραίτητο να καλύπτονται από Τεχνολογικά Εκπαιδευτήρια, διότι απαιτούν πλήθος τεχνικών επαγγελματικών δεξιοτήτων. Ο κλάδος των τουριστικών γραφείων και μεταφορών καλύπτει ένα μικρό ποσοστό θέσεων εργασίας σε σχέση με τον ξενοδοχειακό και επισιτιστικό κλάδο. Κατά συνέπεια, η πλειονότητα των τουριστικών ΤΕΙ πρέπει άμεσα να στραφούν στις ξενοδοχειακές σπουδές.

Επιπλέον τα γνωστικά αντικείμενα (μαθήματα) και το περίγραμμά τους (η ύλη του μαθήματος) πρέπει να συμβαδίζουν με τις ανάγκες της σημερινής αγοράς, όπου οι νέες τεχνολογίες παίζουν πλέον καθοριστικό ρόλο.

Η πρακτική άσκηση των φοιτητών να γίνεται καλοκαίρι και σε δύο φάσεις. Στην πρώτη φάση οι φοιτητές θα ασκούνται σε θέσεις που απαιτούν σημαντική τεχνογνωσία, ενώ στη δεύτερη θα ασκούνται σε διοικητικές θέσεις που απαιτούν ικανότητες στη διοίκηση, στην ανάληψη πρωτοβουλίας, κρίσης και λήψης αποφάσεων. Το πρώτο ήμισυ της πρακτικής θα γίνεται στο μέσο των σπουδών και το δεύτερο στο τέλος των σπουδών. Αυτό προϋποθέτει ότι στα πρώτα εξάμηνα οι

φοιτητές θα διδάσκονται τεχνικά αντικείμενα και θα εμποδώνουν τις γνώσεις αυτές μέσω της πρακτικής τους άσκησης, ενώ στα επόμενα εξάμηνα θα διδάσκονται μαθήματα οικονομίας, διοίκησης και μάρκετινγκ, που θα εμποδώνουν στο δεύτερο μέρος της πρακτικής.

Πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία στην ποιότητα των νέων προσλήψεων, ώστε να συνδυάζεται άμεση συνάφεια των τίτλων σπουδών με το γνωστικό αντικείμενο της προκήρυξης και να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα επαγγελματικά προσόντα των υποψηφίων. Επίσης, πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία στις προκηρύξεις τακτικού Ε.Π., οι οποίες πρέπει να προσανατολίζονται σε σαφείς στόχους, σχετικούς με το περιεχόμενο σπουδών του τμήματος.

α) Η σημασία της εκπαίδευσης για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.

Το επίπεδο της τουριστικής εκπαίδευσης στη χώρα μας είναι στο σύνολό του χαμηλό και αυτό οφείλεται στο έλλειμμα επαρκούς σχεδιασμού της τουριστικής εκπαίδευσης συνολικά.

Γενικότερα, η δημόσια τουριστική εκπαίδευση αντιμετωπίζεται επιπόλαια και με μεγάλο ερασιτεχνισμό – όπως εξάλλου και ο τουρισμός γενικότερα -, ενώ ορισμένες ιδιωτικές σχολές του κλάδου έχουν κατακτήσει ένα σημαντικό ρόλο στο τουριστικό γίγνεσθαι της χώρας.

Ποιες θα ήταν, όμως, οι κινήσεις εκείνες που θα μπορούσαν να βοηθήσουν την τουριστική εκπαίδευση και να ενισχύσουν μακροπρόθεσμα την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος; Η πρόταση στην ουσία είναι μία και μοναδική. Η τουριστική εκπαίδευση πρέπει να σχεδιάζεται και να λειτουργεί αποκλειστικά από ειδικευμένους του κλάδου. Βέβαια, λόγω της πολυεπιστημονικότητας του αντικειμένου μπορούν να κληθούν επιστήμονες άλλων κλάδων για να διδάξουν μαθηματικά, οικονομία, στατιστική, νομοθεσία και άλλα γνωστικά αντικείμενα. Ο ρόλος τους, όμως, πρέπει να είναι αυστηρά επικουρικός και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να αναλάβουν ρόλο σχεδιασμού της τουριστικής εκπαίδευσης ή να υποκαταστήσουν ειδικευμένους επιστήμονες του κλάδου.

Πρέπει τα αρμόδια υπουργεία Εθνικής Παιδείας και Τουριστικής Ανάπτυξης να σταματήσουν να αποδέχονται την εμπλοκή υποτιθέμενων αυθεντιών της τουριστικής εκπαίδευσης, χωρίς να ερευνήσουν για τα πραγματικά προσόντα τους. Ένα παλιό φαινόμενο είναι αυτό που κάποιος διορίστηκε σε μία δημόσια τουριστική σχολή να παρουσιάζεται σε κάποιο όργανο των ως άνω υπουργείων ως «καθηγητής τουριστικής εκπαίδευσης», ενώ οι σπουδές του είναι σε άλλο κλάδο, δηλαδή μηχανική, νομική, πολιτικές επιστήμες κ.λπ.

Είναι απαραίτητη η εφαρμογή ενιαίου σχεδιασμού της τουριστικής εκπαίδευσης από ειδικευμένους επιστήμονες που συνδυάζουν 3 χαρακτηριστικά:

- Προπτυχιακές τουριστικές σπουδές
- Μεταπτυχιακές τουριστικές σπουδές
- Αξιόλογη επαγγελματική εμπειρία στον κλάδο

Το γεγονός ότι υπάρχει πολυδιάσπαση σε περισσότερα του ενός υπουργεία είναι ήσσονος σημασίας. Σήμερα η τουριστική εκπαίδευση παρέχεται από πλήθος σχολών. Στην περίπτωση που τα προγράμματα σπουδών των σχολών αυτών σχεδιαστούν σύμφωνα με τις ανάγκες της αγοράς, τότε τα αποτελέσματα της τουριστικής εκπαίδευσης θα βελτιωθούν εντυπωσιακά.

Επίσης, πρέπει να γίνει σαφής διαχωρισμός της ξενοδοχειακής εκπαίδευσης από την τουριστική. Η ξενοδοχειακή εκπαίδευση εμπεριέχει την εκπαίδευση στον επισιτιστικό κλάδο και η τουριστική τα αντικείμενα των τουριστικών γραφείων και των τουριστικών μεταφορών. Με βάση τα δύο αυτά πεδία, μπορούν να γίνουν περισσότερο ειδικευμένα προγράμματα σπουδών. Για παράδειγμα, σε σχέση με το πεδίο των ξενοδοχειακών σπουδών μπορούν να διαμορφωθούν προγράμματα

Διοίκησης Ξενοδοχειακών Μονάδων, Διοίκησης Διεθνών Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων, Ξενοδοχειακού Μάρκετινγκ, Διοίκησης Τουρισμού κ.λπ.

Πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι ο τουρισμός αποτελεί νεότατο (50 ετών) επαγγελματικό και επιστημονικό πεδίο, που έχει κατακυριευτεί από άτομα που δεν έχουν γνώσεις επί του αντικειμένου. Παλαιότερα (έως και τη δεκαετία '80), το γεγονός αυτό δεν προκαλούσε πρόβλημα στις χώρες υποδοχής τουριστών, διότι ο ανταγωνισμός ήταν μηδαμινός και η ζήτηση υψηλή. Σήμερα ο διεθνής ανταγωνισμός είναι εντονότατος. Από τη δεκαετία του '90 η Ευρώπη έχει υποβαθμιστεί καθοριστικά ως τουριστικός προορισμός (18% μείωση στη δεκαετία του '90) εξαιτίας του ανταγωνισμού που αντιμετώπισε από χώρες της Ανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού. Ταυτόχρονα, η χώρα μας αντιμετώπισε την εντονότατη ανταγωνιστική παρουσία της Τουρκίας, η οποία προσφέρει ομοειδές προϊόν με της Ελλάδας (Αιγαίο και αρχαιοελληνικά μνημεία) σε πολύ χαμηλότερες τιμές.

Για τους λόγους αυτούς δε μπορεί να αφήνεται η τύχη του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης στα χέρια αδαών. Σήμερα πρέπει να επιλέγονται με προσοχή οι καλύτεροι, προκειμένου να σχεδιάσουν ενέργειες που αφορούν στην τουριστική πορεία της χώρας (ή επιμέρους περιοχών) ή στην πορεία της τουριστικής εκπαίδευσης. Πρέπει να ληφθούν άμεσα μέτρα, διότι σε αντίθετη περίπτωση η Ελλάδα θα αντιμετωπίσει μακρόχρονη τουριστική ύφεση, με τις όποιες συνέπειες συνεπάγεται κάτι τέτοιο.

β) Οδηγός ποιότητας LOOK για τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Έχοντας τονίσει την μεγάλη σημασία της παροχής ποιοτικών υπηρεσιών, δημιουργήθηκε ο Διεθνής Οργανισμός LOOK, με τον οποίο οι τουριστικές επιχειρήσεις που θα αποφασίσουν να συμμετέχουν στο πρόγραμμα του οργανισμού αυτού, θα κατευθύνονται ως προς την βελτίωση αλλά και διατήρηση της ποιότητας, αλλά και θα προσαρμόζονται στις απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα, ώστε να μπορέσουν να αποκτήσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων τουριστικών επιχειρήσεων είτε σε εθνικό είτε σε διεθνές επίπεδο.

Η μοναδικότητα αυτού του προγράμματος ποιότητας είναι ότι απευθύνεται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες δεν έχουν την τεχνογνωσία, τον χρόνο αλλά και τους πόρους που χρειάζονται για την ανάπτυξη συστήματος ποιότητας.

γ) Το σύστημα διασφάλισης ISO

Ο ρόλος που παίζει το Σύστημα Διασφάλισης Ποιότητας είναι καθοριστικός. Για να θεωρηθεί μια εταιρία αξιόπιστη θα πρέπει να έχει το πιστοποιητικό ISO. Είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες της ανταγωνιστικότητας κάθε επιχείρησης σε όλους τους τομείς δραστηριοποίησης.

Η απόκτηση του πιστοποιητικού ποιότητας ISO και η λειτουργία μιας ξενοδοχειακής μονάδας, βάσει ενός συστήματος ποιότητας, είναι ένα ακόμα ισχυρό χαρτί απέναντι στον έντονο ανταγωνισμό των ημερών μας. Ήδη στην Ελλάδα αρκετές επιχειρήσεις έχουν πιστοποιηθεί κατά ISO για τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους και ακόμα περισσότερες βρίσκονται στην διαδικασία πιστοποίησης.

Η είσοδος της χώρας στην Οικονομική Νομισματική Ένωση προσδίδει αυξημένο κύρος στην οικονομία και την γενικότερη εικόνα του τόπου στα μάτια των υποψηφίων επισκεπτών. Έτσι η απόκτηση του Πιστοποιητικού Ποιότητας διεθνούς αναγνώρισης από μια επιχείρηση της παρέχει τη δυνατότητα να ανταγωνισθεί με αξιώσεις.

Ο ενδιαφερόμενος πελάτης είναι σχεδόν σίγουρος για την καλή Ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών ακόμα και πριν γνωρίσει την επιχείρηση.

1.8 ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η εταιρεία τουρισμού είναι μια μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα εταιρεία, το καταστατικό της υπογράφηκε στις 3 Μαρτίου 1998 στο Ρέθυμνο.

Στόχος της Εταιρείας Τουρισμού Κρήτης είναι να συντονίζει τις δράσεις των φορέων για την ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού. Στην εταιρεία συμμετέχουν:

- Η Περιφέρεια Κρήτης.
- Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση όλων των νομών του νησιού.
- Η ομοσπονδία ξενοδόχων Κρήτης.
- Ο σύνδεσμος τουριστικών και ταξιδιωτικών γραφείων Κρήτης.
- Ο Παγκρήτιος Σύλλογος διευθυντών ξενοδοχείων.
- Η Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα.
- Η Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων.

Η εταιρεία θα έχει 15μελές διοικητικό συμβούλιο, 9μελή γραμματεία, 7μελή επιτροπή σχεδιασμού και προγραμματικό συμβούλιο, οι οποίοι θα στοχεύουν στην κοινή προβολή της Κρήτης, θα παίρνει πρωτοβουλίες για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, θα έχει προσβάσεις σε κοινοτικούς πόρους αλλά και θα παίζει ενεργό ρόλο σε οποιαδήποτε τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης».

Οι βασικότεροι στόχοι της εταιρείας είναι:

- Η προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Να στηρίζει την υλοποίηση της πολιτικής των Νομαρχιακών επιτροπών τουριστικής προβολής, με στόχο την προώθηση της συνεργασίας σε περιφερειακό επίπεδο μεταξύ των φορέων δημοσίου και ιδιωτικού τομέα για την ανάπτυξη σχετικών δράσεων και πρωτοβουλιών.
- Να παρέχει πληροφόρηση και στήριξη στους φορείς που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.
- Να διεξάγει έρευνες, να καταγράφει και να αξιοποιεί με συμβατικά ή σύγχρονα ηλεκτρονικά συστήματα στοιχεία που αφορούν στην τουριστική αγορά, εκπονώντας σχετικές μελέτες.
- Να εφαρμόζει, να διαχειρίζεται και να αξιοποιεί κοινοτικά, εθνικά και περιφερειακά προγράμματα και να λειτουργεί επίσης ως ενδιάμεσος χρηματοδοτικός φορέας.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι αυτή η συνεργασία όλων των σημαντικών φορέων του νησιού μπορεί να γίνει παράδειγμα προς μίμηση για τις υπόλοιπες περιοχές της χώρας, αφού για πρώτη φορά στην Ελλάδα δημιουργείται μια σημαντική κρίσιμη μάζα που περιλαμβάνει όλες τις δημιουργικές δυνάμεις του τουρισμού μαζί, με στόχο την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης με μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα.

Κεφάλαιο 2ο

- 2.1. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**
- 2.2. Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΟΝ Ε.Ο.Τ.**
- 2.3. Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2000 – 2004**
- 2.4. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ ΚΑΙ ΑΦΙΞΕΩΝ**
- 2.5. ΟΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΤΟΥ Σ.Ε.Τ.Ε. ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**
- 2.6. ΟΙ ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΕΣ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ**
- 2.7. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΠΙΟ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**
- 2.8. ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ 2007**



2.1 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

«Η τουριστική διαφήμιση είναι μια τεχνική που στόχος της είναι να μεταφέρει με πληρωμή ένα μήνυμα προς τους πιθανούς πελάτες. Ο σκοπός της είναι να τους γνωρίσει το τουριστικό προϊόν ή υπηρεσία, να τους πείσει για τα πλεονεκτήματά του σε σύγκριση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα, να τους προκαλέσει το ενδιαφέρον και στο τέλος να το αγοράσουν».

Η τεχνική της τουριστικής διαφήμισης δεν διαφέρει από τις εμπορικές διαφημίσεις που βλέπουμε καθημερινά, είτε στους δρόμους είτε μέσω των Μ.Μ.Ε.. Αποτελείται από μια τεχνική επικοινωνίας που θέλει να κάνει ένα μήνυμα γνωστό στον κόσμο, έτσι ώστε να τους πείσει με διάφορες μεθόδους και σλόγκαν να αγοράσουν κάποιο πακέτο διακοπών.



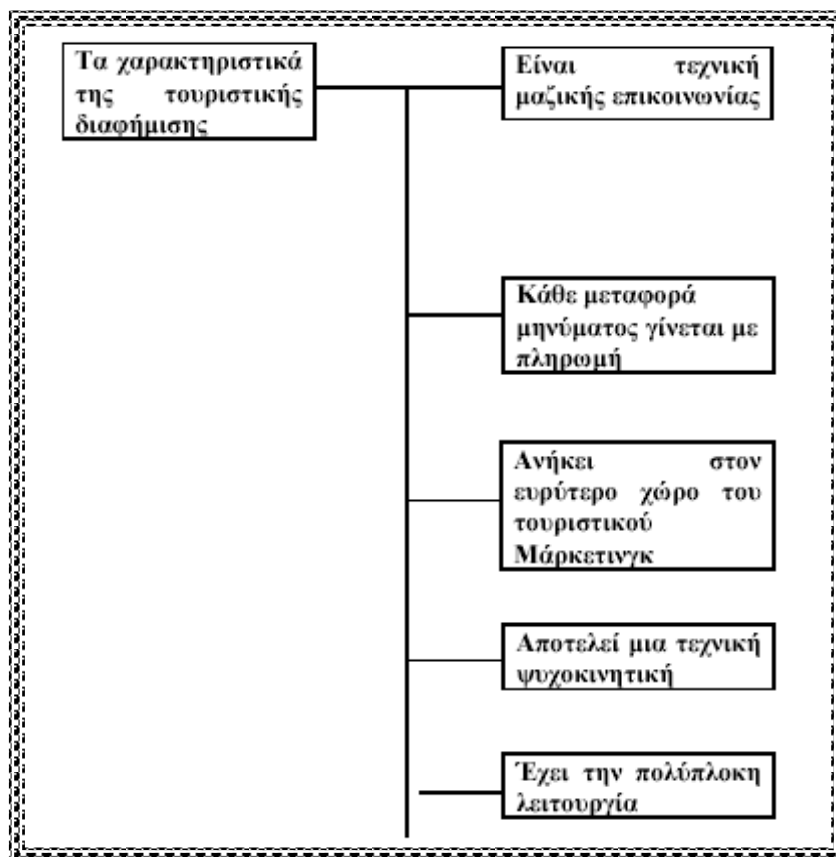
Εικόνα 2.2.1: Το yaghting στην Ελλάδα (1962)

Στόχος της είναι ο πελάτης να δεχτεί το μήνυμα και να το αγοράσει, και να ικανοποιήσει με αυτό κάποια ανάγκη ή επιθυμία του.

Η τουριστική διαφήμιση έχει ορισμένα χαρακτηριστικά που μπορούν να θεωρηθούν και σαν προϋπόθεση για την λειτουργία της.

Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής διαφήμισης που μπορούν να θεωρηθούν και σαν προϋπόθεση λειτουργίας.

Σχέδιο 2.1.1: Τα χαρακτηριστικά της Τουριστικής



Πηγή: Ηγουμενάκης Νίκος, «Τουριστικό Μάρκετινγκ» (1996). Εκδόσεις

2.2 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΟΤ.

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ 1990 - 1998.

Μέχρι και το 1990 η διαφήμιση για την τουριστική προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό γίνονταν μέσω πολλών διαφορετικών διαφημιστικών προγραμμάτων, με διαφορετικά μηνύματα και σλόγκαν (slogan). Τα γραφεία του ΕΟΤ στο εξωτερικό επέλεξαν τις διαφημιστικές εταιρείες που αναλάμβαναν την υλοποίηση της προβολής. Στην συνέχεια κάθε διευθυντής έκανε παρουσίαση (3) τουλάχιστον τοπικών εταιρειών επιλογής του στην Κεντρική Υπηρεσία, η οποία επέλεγε μία, στην οποία έπειτα από εισηγήση του Γενικού Γραμματέα ανέθεταν τη διεξαγωγή του διαφημιστικού προγράμματος στη χώρα.



Εικόνα 2.2.1:
1934 -

Έξοδα διαφήμισης του Ε.Ο.Τ. για την προώθηση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος την περίοδο 1991-1998.

Πίνακας 2.2.1

Έτος	Δαπάνη διαφήμισης σε Δρχ.
1991	3.168.000.000
1992	2.619.530.000
1993	2.940.550.200

1994	1.547.381.571
1995	1.920.076.984
1996	5.530.765.688
1997	4.723.524.174
1998	5.145.340.306

Πηγή: Ε.Ο.Τ. (Τμήμα Διαφημιστικού Προγράμματος)

Από το 1991 μέχρι το 1993 εφαρμόστηκε ενιαίο διαφημιστικό πρόγραμμα για όλες τις χώρες του εξωτερικού, στις οποίες λειτουργούν γραφεία του ΕΟΤ και καθιερώθηκε ενιαίο λογότυπο και σλόγκαν (slogan) **«Η Ελλάδα επιλέχτηκε από τους Θεούς» (Greece chosen by the Gods)**. Κύριοι στόχοι της καμπάνιας ήταν:

- «Αναβάθμιση της εικόνας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος».
- «Προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος»

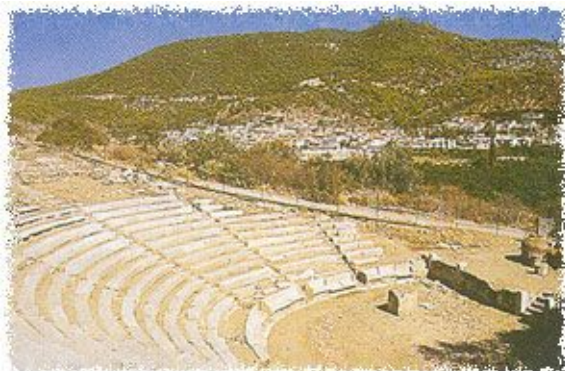
Τα θέματα που κάλυψε η διαφήμιση ήταν: καθαρές ακτές, ερημικές παραλίες, ενδοχώρα, μνημεία, πολιτισμός, διασκέδαση, φιλοξενία, ειδικές μορφές – θαλάσσιος τουρισμός.

- Το ποσό που διατέθηκε μέσω των διαφημιστικών εταιρειών για το έτος 1991 ανήλθε σε 3,168 δις. δρχ.

- Για το 1992, λόγω της επιτυχημένης διαφημιστικής εκστρατείας του 1991 αποφασίστηκε να συνεχιστεί η συνεργασία της Ελλάδας με τις ίδιες διαφημιστικές εταιρείες, εμπλουτίζοντας τη διαφήμιση με κάποια νέα θέματα. Το ποσό που διατέθη για το 1992 ανήλθε στα 2,679 δις δρχ.

- Για το 1993 αποφασίστηκε η ανάθεση του διαφημιστικού προγράμματος στην κοινοπραξία McCANN1 – OLYMPIC2 – SAATCHI3. Η ιδέα ήταν πάλι η ίδια αλλά ενώ το 1991-1992 είχε δοθεί έμφαση στον τόπο (χώρα των θεών), το 1993 δίνεται έμφαση στον τόπο διακοπών. Διατηρείται η ίδια στρατηγική αλλά η καμπάνια εξελίσσεται και προσαρμόζεται ώστε να προβάλλει πιο σύγχρονο και ανθρώπινο πρόσωπο. Το ποσό που διατέθηκε για το 1993 ανήλθε στα 2.940 δις δρχ.

- Κατά το έτος 1994 διατέθηκε ποσό ύψους 1.549 δις. δρχ. για διαφημιστικές ενέργειες. Στο διαφημιστικό πρόγραμμα οι χώρες χωρίζονται σε ομάδες με κριτήριο τη γλώσσα, την κουλτούρα, τη θρησκεία, τη γεωγραφική θέση και επιλογή τουριστικού προορισμού. Γίνεται ξεχωριστή προσέγγιση για κάθε ομάδα χωρών με διαφορετικό σλόγκαν (slogan). Τα σλόγκαν (slogan) που χρησιμοποιήθηκαν για κάθε ομάδα χωρών είναι:



Εικόνα 2.2.3: Επίδαυρος



Εικόνα 2.2.2: 1967
– Ναός Απτέρου

- 1) Γερμανόφωνες: **Έρχεσαι ξένος φεύγεις φίλος.**
- 2) Μεσογειακές: **Άκου την καρδιά σου.**
- 3) Αμερική: **Η απόλαυση είναι δική σου.**
- 4) Αγγλία: **Οι καλύτερες διακοπές που μπορείτε να αγοράσετε.**
- 5) Αυστραλία: **Ο υπέροχος**

οικοδεσπότης.

από

δρχ.,



ομάδα χωρών με διαφορετικό σλόγκαν (slogan). Επίσης έγινε διαφημιστικό έργο στην Ρωσία, Τσεχία και Ισραήλ που αποτέλεσαν καινούργιες αγορές.

Παρά τις διαφορετικές προσεγγίσεις παραμένει η στρατηγική τοποθεσία της μοναδικότητας. Προβάλλονται φυσικές ομορφιές, κουλτούρα, φιλοξενία, εικόνες τη σύγχρονη Ελλάδα.

• Κατά το έτος 1995 το ποσό που διατέθηκε από τον Ε.Ο.Τ. ήταν 1,9 δις οι χώρες είναι χωρισμένες σε πέντε (5) διαφορετικές ομάδες, όπως το 1994 και γίνεται ξεχωριστή η προσέγγιση για κάθε

Εικόνα 2.2.4: Σύγχρονη Ελλάδα, Γέφυρα X.

• Το 1996 η ανάθεση του διαφημιστικού προγράμματος του ΕΟΤ στο εξωτερικό έγινε με διεθνή διαγωνισμό με αντικείμενο την επιλογή εικαστικού, στρατηγικής, πλάνου επικοινωνίας (media plan) και υλοποίησή του.

ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ

- Προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας της Ελλάδας σε συνδυασμό με τις φυσικές της καλλονές.
- Διατήρηση και αύξηση της δεδομένης αγοράς και συνεχή προσέλκυση ανώτερης οικονομικής στάθμης τουριστών.
- Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου (ΜΑΡΤΙΟΣ-ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ).
- Περαιτέρω ανάπτυξη μορφών τουρισμού που ενδιαφέρουν τους καταναλωτές (θαλάσσιος, συνεδριακός, θεραπευτικός κλπ). Ιδιαίτερη βαρύτητα δόθηκε στο πρόγραμμα συνεργασίας με tour operators και travel agents του εξωτερικού, με σκοπό την αύξηση της προβολής της χώρας μέσω των ιδιαιτεροτήτων τους.

Κατά το 1996 ο ΕΟΤ συμπληρωματικά προέβη σε έκτακτες διαφημιστικές ενέργειες, όπως καταχωρήσεις σε περιοδικά και εφημερίδες διεθνούς κύρους και σε έντυπα, συνολικού ύψους 16.575.496 δρχ., σε ειδικά αφιερώματα για την Ελλάδα, καθώς επίσης και καταχωρήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά του εσωτερικού.

Πίνακας 2.2.2: Έξοδα υποστήριξης διαφημιστικών ενεργειών σε €, 1996

Έξοδα υποστήριξης διαφημιστικών ενεργειών	€
Έξοδα παραγωγής έκτακτων ενεργειών: δημοσιεύσεις, Ανακοινώσεις κ.α.	27.701
Αμοιβή διαφημιστικής εταιρείας (για το concept, media plans, εικαστικό διαφημιστικού προγράμματος)	293.470
Αμοιβή διαφημιστικής εταιρείας (για τα έξοδα παραγωγής του τακτικού διαφημιστικού προγράμματος)	537.165
Σύνολο	858.336

Πηγή: Ε.Ο.Τ. (Τμήμα Διαφημιστικού Προγράμματος).

• Κατά το έτος 1997 η εκστρατεία ολοκληρωμένης επικοινωνίας του ΕΟΤ έχει σαν στόχο την αντιστροφή της αρνητικής τουριστικής τάσης και σαν αποστολή την ανάδειξη της φυσικής, πολιτιστικής και ανθρώπινης φυσιογνωμίας της Ελλάδας.

Η επικοινωνία για τον τουρισμό αξιοποιεί εννιά παραμέτρους.

- Την παραδοσιακή φιλοξενία σε μια ανοιχτή κοινωνία.
- Τις ανθρώπινες σχέσεις.
- Τον φυσικό πλούτο της χώρας.
- Την ιστορική και πολιτιστική της ιδιαιτερότητα.
- Την δυναμική μιας χώρας μέλους της Ε.Ε.
- Τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (θαλάσσιος, συνεδριακός, ορεινός, οικοτουρισμός, οικολογικός κλπ.).

Τον κοινό στόχο στον οποίο απευθύνεται η επικοινωνία του ΕΟΤ προσδιορίζεται ως εξής:

- Άνδρες και γυναίκες.
- Ηλικίες (άνω των 25 ετών) με έμφαση 25-34 χωρίς να αγνοείται η τρίτη ηλικία.
- Από απόψεως εισοδήματος- μόρφωσης-επαγγελματικής θέσης.

• Για το έτος 1998 τα επίσημα στοιχεία έχουν ως ακολούθως, σύμφωνα με τα επίσημα οικονομικά στοιχεία του Ε.Ο.Τ.

Πίνακας 2.2.3: Συνολική δαπάνη για τουριστική προβολή της Ελλάδας για το 1998 σε €

• Καταχωρήσεις στο εσωτερικό	687.450,00
• Καταχωρήσεις στο εξωτερικό	2.320.857,90
• Καταχωρήσεις ομογενειακά έντυπα	183.328,97
• Τηλεόραση-Ραδιόφωνο εξωτερικού	947.703,62
• Διεθνή μέσα	1.417.771,90
• CO-OP εσωτερικού-εξωτερικού Σύνολο	9.542.931,70
Σύνολο	15.100.044,00

Πηγή: Ε.Ο.Τ. (Τμήμα Διαφημιστικού Προγράμματος)

• Οι πρώτες χώρες που υλοποιήθηκε το πρόγραμμα της περιόδου 1998-1999 ήταν η Μ. Βρετανία, η Γερμανία και οι Η.Π.Α. Το πρόγραμμα κόστισε περίπου 4 δις δρχ. και κάλυψε τις βασικότερες αγορές.

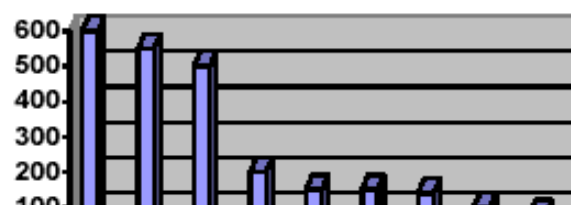
Για την Μ. Βρετανία δόθηκε έμφαση στους πολίτες των μεγάλων αστικών κέντρων αλλά και σε κάποιες ομάδες της επαρχίας.

Για την Γερμανία ενισχύθηκε το ενδιαφέρον των κατοίκων της χώρας αυτής για την ελληνική ιστορία και τον πολιτισμό.

Στο παρακάτω σχεδιάγραμμα βλέπουμε αναλυτικά την κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης ανά χώρα.

Σχεδιάγραμμα 2.2.1

Η Διαφημιστική Δαπάνη ανά χώρα.



Δαπάνη σε εκ. δρχ.
Πηγή: Ε.Ο.Τ. (Τμήμα Διαφημιστικού Προγράμματος)

«Η εξέλιξη της τουριστικής κίνησης του 1998 σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Ε.Ο.Τ. είχε ανοδική τάση περίπου 10% από το 1997».

Η συνολική τουριστική κίνηση για το 1999 ήταν επίσης ανοδική, περίπου 12% σε σχέση με το 1998.

2.3 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2000 – 2004.

Το Υπ. Ανάπτυξης, στα πλαίσια των σχεδίων του για τη στήριξη του τουρισμού, εκπόνησε μια μελέτη με τίτλο: «Τουριστική Πολιτική 2000 – 2004, Στόχοι και Προοπτικές» τον Ιανουάριο του 2001. Προσδιόρισε, λοιπόν, τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού τα οποία εντοπίζονται και στον κρητικό τουρισμό. Ορισμένα από αυτά είναι:

- ☞ Η κυριαρχία του μαζικού τουρισμού μέσου και χαμηλού εισοδήματος.
- ☞ Η αύξηση του μεριδίου των επισκεπτών από την Ευρώπη και ειδικότερα την Ανατολική και η μείωση των Αμερικανών επισκεπτών.
- ☞ Η μικρή διάρκεια της τουριστικής περιόδου.
- ☞ Το μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: «Ήλιος – Θάλασσα».
- ☞ Η υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστικής υποδομής, κ.α.

Αφού εντόπισε, λοιπόν, τα βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού, έθεσε τους στόχους της για αυτή την περίοδο:

- ✦ Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου [προβολή ευνοϊκών πακέτων off-season, επέκταση δραστηριοτήτων προσέλκυσης (πολιτισμός, φεστιβάλ)].
- ✦ Ολυμπιακός τουρισμός: «Φιλοξενία 2004»
- ✦ Οικοτουρισμός (τουρισμός με τοπική ανάπτυξη και προστασία του περιβάλλοντος, δημιουργία τοπικών επιχειρήσεων και νέα επαγγέλματα, ειδικές δράσεις Γ' ΚΠΣ, κ.α.)

• Με στοιχεία που εδόθησαν από τον Ε.Ο.Τ. προσπαθήσαμε να αναλύσουμε και να αξιολογήσουμε τις δαπάνες για την τουριστική προβολή της χώρας 2004 – 2005. Αν, λοιπόν, ακολουθήσουμε την κατανομή κονδυλίων κατά Ε.Ο.Τ. έχουμε την κατηγοριοποίηση του πίνακα που ακολουθεί, που περιλαμβάνει δαπάνες από:

1. Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις
2. Κόστος του Δημιουργικού για τη διαφημιστική εκστρατεία. Το **Κυρίως**

Διαφημιστικό Πρόγραμμα στο εξωτερικό που συνήθως περιλαμβάνει:

- **Τις τακτικές δαπάνες** βάσει του ετήσιου διαγωνισμού και τις
- **Έκτακτες Δαπάνες** διαφημιστικού προγράμματος (υπενθυμίζεται ότι για το έτος 2005 οι διαφημιστικές ενέργειες έγιναν απευθείας από τον Ε.Ο.Τ. με τα Μέσα, αφού ο σχετικός διαγωνισμός είχε κριθεί άγονος).
- Το πρόγραμμα **Μένουμε Ελλάδα και Τουριστική Συνείδηση**
- **Νομαρχιακά Τουριστικά Προγράμματα Προβολής Ν.Ε.Τ.Π.**
- **Συμμετοχές σε διοργανώσεις συνεδρίων και εκδηλώσεων** για την προβολή της χώρας.

*Γίνε ταξιδευτής
στον τόπο σου*

Πίνακας 2.3.1.: Κόστος Διαφήμισης στο εξωτερικό

	2004	2005
1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ	4.913.262	8.246.683
2. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	714.686	1.363.178
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ		
3. ΤΑΚΤΙΚΟ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	-	8.828.000
4. ΕΚΤΑΚΤΟ ΑΠΕΥΘΕΙΑΣ	6.128.294	24.962.867
5. ΜΕΝΟΥΜΕ ΕΛΛΑΔΑ	-	2.865.287
6. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ Ν.Ε.Τ.Π.	4.417.500	6.561.000
7. ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ Κ.ΛΠ.	133.038	2.640.349
8. ΕΚΔΟΣΕΙΣ, ΑΝΑΤΥΠΩΣΕΙΣ	1.329.700	1.500.000
ΣΥΝΟΛΑ	17.636.480	56.967.364

Με την ποσοστιαία ανάλυση και σύγκριση των δύο ετών παρατηρούμε αφενός τη συνολική αύξηση κονδυλίων, αλλά μη αναλογική αύξηση στα επί μέρους κονδύλια, όπως π.χ. για Συμμετοχές σε Συνέδρια από 133.038€ το 2004 σε 2.640.000€.

Για να συμπληρωθεί η εικόνα του 2005 παραθέτουμε και τις δαπάνες από τη συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις, καθώς και ορισμένα συγκριτικά στοιχεία δαπανών διαφήμισης 2004 – 2005.

Πίνακας 2.3.2: Κόστος συμμετοχής σε τουριστικές

ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ	2005	2004
-----------------	------	------

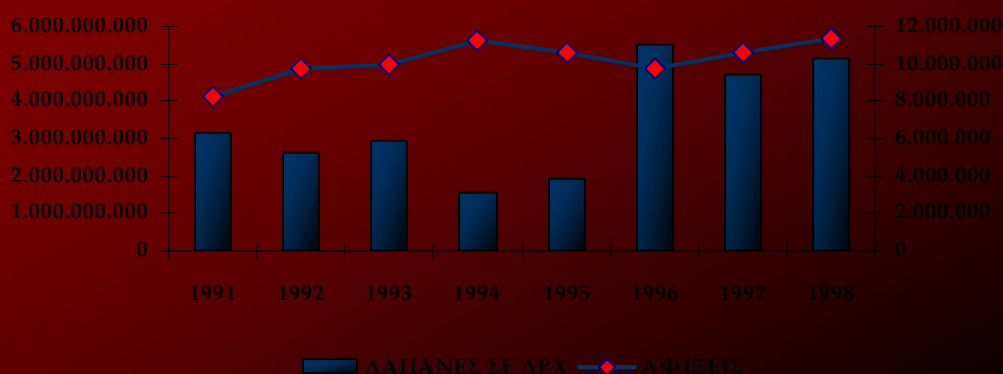
ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟ
ΙΤΑΛΙΑ	348.023	153.232
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	200.000	78.890
ΓΑΛΛΙΑ	183.623	110.010
ΑΥΣΤΡΙΑ	162.422	57.210
ΧΩΡΕΣ Visegrad	81.800	106.800
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	17.234	14.635
ΗΠΑ	763.165	310.000
ΒΕΛΓΙΟ	75.000	60.900
Β.ΕΥΡΩΠΗ	322.589	190.916
ΡΩΣΙΑ & ΚΑΚ	1.044.555	619.660
ΚΙΝΑ	757.000	45.451
Μ.ΒΡΕΤΑΝΙΑ & ΙΡΛΑΝΔΙΑ	1.568.500	802.000
ΙΑΠΩΝΙΑ	107.000	100.000
ΙΣΡΑΗΛ	37.830	22.000
ΚΥΠΡΟΣ	32.270	17.441
ΙΣΠΑΝΙΑ	436.000	363.578
ΕΛΛΑΔΑ	1.404.222	1.090.887
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	57.200	35.000
ΛΙΒΑΝΟΣ, ΝΤΟΥΜΠΑΪ	155.200	25.000
ΕΛΒΕΤΙΑ	67.000	63.204
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	425.000	645.450
ΣΥΝΟΛΑ	8.246.283	4.913.262

2.4 ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ ΚΑΙ ΑΦΙΞΕΩΝ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ

Στον παρακάτω πίνακα κάνουμε μία συσχέτιση των επίσημων στοιχείων δαπάνης για διαφήμιση με τα αντίστοιχα αποτελέσματα στις αφίξεις επισκεπτών.

Σχεδιάγραμμα 2.4.1

**ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ -
ΑΦΙΞΕΩΝ 1991 - 1998**



Πίνακας 2.4.1

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ – ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ				
ΕΤΟΣ	ΔΑΠΑΝΗ ΣΕ ΔΡΧ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΤΟΥΡ. ΔΑΠΑΝΗ ΣΕ ΕΚΑΤ. \$	ΔΑΠΑΝΗ ΣΕ \$/ΑΤΟΜΟ
'91	3.168.000.000	8.271.258	2.566.100	319
'92	2.619.530.000	9.756.012	3.268.400	350
'93	2.940.550.200	9.913.267	3.335.200	354
'94	1.547.381.571	11.301.722	3.904.900	346
'95	1.920.076.984	10.658.114	4.294.000	403
'96	5.530.765.688	9.782.061	3.723.100	381
'97	4.723.524.174	10.588.489	3.772.200	356
'98	5.145.340.306	11.363.822	5.186.100	456
'99	5.762.781.142	10.970.665	-	-
	ΣΕ €			
'04	17.636.480	14.267.420	-	-
'05	56.967.364	15.449.133	-	-

2.5 ΟΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΤΟΥ Σ.Ε.Τ.Ε. ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

α) Προώθηση της Ελληνικής γλώσσας στο εξωτερικό.

Έχοντας σαν σκοπό την διάδοση της Ελληνικής γλώσσας, του Ελληνικού πολιτισμού και της κουλτούρας στο εξωτερικό ο Σ.Ε.Τ.Ε. έκανε «πρόγραμμα βράβευσης των αριστούχων σπουδαστών στο μάθημα των νέων Ελληνικών επιλεγμένων.

Πανεπιστημίων του εξωτερικού χορηγώντας τους διακοπές στις εγκαταστάσεις των μελών του Συνδέσμου».

β) Φιλοξενία ξένων δημοσιογράφων.

«Έγινε με φιλοξενία σε δημοσιογράφους και τηλεοπτικά συνεργεία του εξωτερικού στις τουριστικές εγκαταστάσεις των μελών του Σ.Ε.Τ.Ε.» ώστε να γράψουν σημαντικά δημοσιεύματα προβολής της Ελλάδας και συγκεκριμένης αναφοράς για την Κρήτη αφού και τα περισσότερα ξενοδοχεία που φιλοξένησαν ήταν στην Κρήτη.

γ) Φιλοξενία ξένων προσωπικοτήτων.

«Παρέχει φιλοξενία σε ξενοδοχεία μελών του Σ.Ε.Τ.Ε. σε 12 βουλευτές ευρωπαϊκών Κοινοβουλίων. Επίσης σε συνεργασία με το Συμβούλιο Αποδήμου Ελληνισμού έχει προσκαλέσει μέλη του Αμερικανικού Κογκρέσου καθώς και προσωπικότητες του επιχειρηματικού κόσμου των Η.Π.Α.»

δ) Φιλοξενία Ελλήνων Ολυμπιονικών.

Θέλοντας να ευχαριστήσει και να τιμήσει τους Έλληνες Ολυμπιονίκες, ο Σ.Ε.Τ.Ε. τους προσκάλεσε να περάσουν τις διακοπές τους στα ξενοδοχεία κρουαζιερόπλοια και θαλαμηγούς των επιχειρήσεων – μελών του.

2.5 ΟΙ ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΕΣ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ (Ν.Ε.Τ.Π.) ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ.

α) Τουριστική προβολή του Νομού Ηρακλείου.

α) Τουριστική προβολή του Νομού Ηρακλείου.

Η Ν.Ε.Τ.Π. Ηρακλείου ιδρύθηκε το 1993 και έχει στόχο την συγκροτημένη συμμετοχή του νομού σε διεθνείς εκθέσεις. Για τον σκοπό αυτό ο ΕΟΤ χορηγεί στην Ν.Ε.Τ.Π. Ηρακλείου το ποσό των 120.000,00 ευρώ υπό την προϋπόθεση να υπάρξει ισόποση συμμετοχή από πλευράς ιδιωτικών φορέων. Μέχρι σήμερα για το πρόγραμμα τουριστικής προβολής έχουν κατατεθεί περίπου 100.000€ από τον ΕΟΤ, σχεδόν 90.000€ από τους τοπικούς φορείς και περίπου 75.000€ από την Νομαρχιακή Επιτροπή. Έχει αποφασιστεί να έχει ο Νομός συνεχή παρουσία τα επόμενα χρόνια σε όλες τις μεγάλες εκθέσεις ώστε να γίνει η Κρήτη ένας διεθνής τουριστικός προορισμός. Στην προσπάθεια αυτή έχει συμβάλει και ο σύλλογος ξενοδοχείων Κρήτης «Ξενία» στέλνοντας άρτια εξειδικευμένο προσωπικό για την στελέχωση των περιπτέρων στις τουριστικές εκθέσεις.

β) Τουριστική προβολή του νομού Λασιθίου .

Η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής Λασιθίου που λειτουργεί περίπου 9 χρόνια έχει στόχο την προβολή του τουρισμού του νομού και αποτελείται από την Τοπική Αυτοδιοίκηση, τους επαγγελματίες του τουρισμού και τις υπηρεσίες που εμπλέκονται στον τουρισμό. Η επιτροπή έχει καταρτίσει πρόγραμμα δράσης, έχει σχεδιάσει την διαφημιστική της προσπάθεια, έχει εκδώσει αρκετά έντυπα και έχει πάρει μέρος σε αρκετές εκθέσεις στο εξωτερικό και το εσωτερικό.

γ) Τουριστική προβολή του Νομού Ρεθύμνου.

Η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής του Νομού Ρεθύμνου λειτουργεί από το 1994 με την συνεργασία της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, των φορέων του τουρισμού και των επιχειρηματιών που ασχολούνται με τον τουρισμό για την προβολή του Νομού. Τα κονδύλια που έχουν εγκριθεί για την προβολή του Νομού από τον ΕΟΤ είναι 60.000€, με την προϋπόθεση να υπάρξει συνεργασία και με τους υπόλοιπους νομούς για το κοινό πρόγραμμα προβολής του νησιού και 66.000€ από την Νομαρχία, συν τα χρήματα που θα συγκεντρωθούν από τους ιδιωτικούς φορείς

και τους εργαζόμενους στον τουρισμό. Επίσης το Ρέθυμνο έλαβε μέρος σε ελληνικές και διεθνείς εκθέσεις, τονίζοντας την πολιτιστική κληρονομιά, την προστασία του περιβάλλοντος και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει η περιοχή.

δ) Τουριστική προβολή του Νομού Χανίων.

Η Ν.Ε.Τ.Π. Χανίων που ιδρύθηκε το 1994 έχει δημιουργήσει ένα πρόγραμμα τουριστικής προβολής ύψους 250.000€. Ποσό που προβλέπεται να συγκεντρωθεί ως εξής: 75.000 ευρώ από την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χανίων, 60.000 ευρώ από τον ΕΟΤ, 115.000 ευρώ από τους ιδιωτικούς φορείς του νομού. Συμμετέχει σε πολλές τουριστικές εκθέσεις, έχουν δοθεί συνεντεύξεις τύπου σε ξένους δημοσιογράφους και τηλεοπτικά κανάλια μεγάλης τηλεθέασης. Επίσης γίνεται μία προσπάθεια για προσέγγιση της τουριστικής αγοράς της Ρωσίας, με προσκλήσεις τουριστικών πρακτόρων και Ρώσων δημοσιογράφων. Ακόμα, έχει τυπωθεί ενημερωτικό – διαφημιστικό υλικό σε δύο γλώσσες (αγγλικά-ρωσικά) γενικού περιεχομένου του νομού».

ε) Συνεργασία όλων των νομών της Κρήτης.

Όλες οι Ν.Ε.Τ.Π. της Κρήτης έχουν αποφασίσει να συνεργαστούν ώστε να δοθεί η δέουσα έμφαση στην προβολή της Κρήτης, ως ενιαίο τουριστικό προϊόν. Υπό αυτήν την προϋπόθεση ο ΕΟΤ θα χορηγούσε μεγαλύτερα κονδύλια ανά νομό με στόχο την κοινή προσπάθεια όλων για την τουριστική προβολή του νησιού. Αυτό θα αποτελέσει μια σημαντική ποιοτική αλλαγή του τουριστικού προϊόντος του νησιού, γεγονός που θα έχει θετικό αντίκτυπο στην τουριστική αγορά εσωτερικού και εξωτερικού, όπου το νησί είναι ένα ενιαίο σύνολο.

2.6 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΠΙΟ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.

Για την προώθηση του ελληνικού – κρητικού τουρισμού, θα έπρεπε να ληφθούν κάποια μέτρα για καλύτερα και ορατά αποτελέσματα της διαφήμισης του τουρισμού.

Αν παρατηρήσει κανείς τις διαφημιστικές καμπάνιες του ΕΟΤ τα τελευταία 5-6 χρόνια, θα διαπιστώσει ότι: εκτός από το ότι ξοδεύονται λίγα χρήματα για την διαφήμιση, λόγω του ότι ο ΕΟΤ δεν μπορεί να ανταπεξέλθει σε μεγαλύτερα έξοδα, η προβολή γίνεται με τα ίδια μηνύματα, τα ίδια σλόγκαν με αποτέλεσμα ο κόσμος να βαριέται να ακούει και να βλέπει τα ίδια διαφημιστικά μηνύματα τόσο καιρό.

Αυτό που πρέπει να γίνει είναι να δημιουργηθεί μία ανώνυμη εταιρεία για την διαφήμιση και το μάρκετινγκ του ελληνικού – κρητικού τουρισμού. Αυτή η ανώνυμη εταιρεία θα απαρτίζεται από ικανά άτομα, επιλεγμένα από ανθρώπους με εμπειρία στον τουρισμό και τις καλή γνώση των αναγκών του, ώστε να προωθηθεί σωστά το ελληνικό προϊόν. Επιλέγοντας τις πιο συμφέρουσες διαφημιστικές προτάσεις και με τη στενή παρακολούθηση των δεικτών ανταπόκρισης στα νέα διαφημιστικά μηνύματα από τις χώρες του εξωτερικού, θα επεμβαίνει όποτε και όταν χρειάζεται ώστε η κάθε καμπάνια ξεχωριστά να στοχεύει εκεί που πραγματικά πρέπει και εξ αρχής είχε σχεδιαστεί να δράσει.

2.7 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ 2007



Την αισιοδοξία τους ότι ο ελληνικός τουρισμός θα τα πάει καλύτερα το 2007 εκφράζουν φορείς του τουρισμού. Η νέα διαφημιστική καμπάνια του ΕΟΤ στο εξωτερικό στοχεύει στην προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών, ποιοτικότερων

υπηρεσιών, στην εξειδίκευση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και τέλος στην αύξηση του τουριστικού συναλλάγματος, στοιχεία αλληλένδετα στη νέα εθνική στρατηγική για τον τουρισμό.

Κάθε μορφή τουρισμού έχει το δικό της κοινό, τη δική της αγορά, η οποία απαιτεί διαφοροποιημένες προσεγγίσεις. Η εκστρατεία αναδεικνύει την πληθώρα των τουριστικών προτάσεων της χώρας δυναμικά και στοχευμένα, προβάλλοντας σε κάθε κοινό – στόχο την πιο ελκυστική πρόταση.

Έχει πλέον γίνει κατανοητό από την πολιτική ηγεσία του ελληνικού τουρισμού, ότι πρέπει διαφορετικά διαφημιστικά μηνύματα να απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες περιηγητών. Δεν αμφισβητείται η διάθεση της πολιτικής ηγεσίας να δείξει τα διαφορετικά τουριστικά προϊόντα ούτε η δύναμη του παραδοσιακού και «αχτύπητου» προϊόντος «ήλιος και θάλασσα». Εντούτοις, η νέα καμπάνια φαίνεται μεν να προβάλλει ιδιαίτερα το γιότινγκ και το θαλάσσιο τουρισμό, χωρίς όμως να δίνει βάρος σε άλλα σημαντικά τουριστικά προϊόντα, όπως ο συνεδριακός τουρισμός ή τα city breaks, που μπορούν να γίνουν δυνατά χαρτιά στο παιχνίδι για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού και την πολυπόθητη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Έχοντας υπόψη ότι σκοπός του υπουργείου είναι η δημιουργία δυνατών διαφημιστικών μηνυμάτων με στόχο την προσέλκυση δυνητικών επισκεπτών από διαφορετικές αγορές, προβάλλοντάς τους τις διαστάσεις κάθε τουριστικού προϊόντος ξεχωριστά, θα περίμενε κάποιος αυτό να αποτυπώνεται πιο έντονα στη νέα καμπάνια του ΕΟΤ.

Ωστόσο, είναι φανερό ότι η στροφή σε διαφημίσεις που να ανταποκρίνονται στο νέο παγκόσμιο τουριστικό περιβάλλον είναι σαφής και κοινή η ελπίδα ότι στο μέλλον η ελληνική διαφημιστική προβολή θα εξειδικευτεί περισσότερο και θα τελειοποιηθεί.

Ο προϋπολογισμός για την καμπάνια θα φθάσει περίπου τα 40 εκατ. ευρώ, όπως ανακοίνωσε το υπουργείο, και έθεσε ως στόχο το 2007 τα διαφημιστικά μηνύματα της Ελλάδας να φθάσουν άμεσα ή έμμεσα, συνολικά σε ένα δισεκατομμύριο αποδέκτες. Η στρατηγική της παγκόσμιας διαφημιστικής εκστρατείας της Ελλάδας για το 2007 κατατάσσει ως σημαντικούς παράγοντες:



- Την επωνυμία, δηλαδή, το brand name της Ελλάδας ως ιδανικού προορισμού για διακοπές.
- Την επέκταση στις παραδοσιακές αγορές, όπως η Ρωσία, και στις αναδυόμενες, όπως η Κίνα, απ' όπου θα προέλθει το μεγαλύτερο κομμάτι της αύξησης της τουριστικής πίτας.
- Το ανθρώπινο δυναμικό, δηλαδή, τους άριστα εκπαιδευμένους υπαλλήλους και εργαζόμενους στους οποίους στηρίζεται η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Επιπλέον, το 2007 το υπουργείο θα δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην τεχνολογία, αξιοποιώντας όλες τις νέες επικοινωνιακές δυνατότητες, αλλά και στις νέες μορφές τουρισμού, ενώ παράλληλα με την τακτική διαφημιστική εκστρατεία, θα υλοποιηθεί ένα οργανωμένο πρόγραμμα προβολής και δημοσιότητας. Το υπουργείο έχει προγραμματίσει τη συμμετοχή της Ελλάδας σε περίπου 100 διεθνείς εκθέσεις και διοργανώσεις διεθνούς εμβέλειας του 2007, όπως οι 220 αγώνες της Ευρωλίγκα στο μπάσκετ. Ακόμη, έχουν συναφθεί στρατηγικές συμφωνίες με τα εγκυρότερα και μεγαλύτερα έντυπα του διεθνούς Τύπου, όπως τα "New York Times", "Spiegel", "Forbes". Ειδικά ταξιδιωτικά περιοδικά, έντυπα για το γιότινγκ, το συνεδριακό τουρισμό κ.λπ. θα φιλοξενήσουν αφιερώματα για τη χώρα, ενώ μεγάλη επιτυχία

θεωρείται η συμφωνία με το CNN International, που θα φιλοξενήσει πάνω από 4.800 διαφημιστικά σποτ. Επίσης, ο ΕΟΤ θα είναι χορηγός στη νέα εκπομπή “The Screening Room”, η οποία απευθύνεται σε διεθνές τηλεοπτικό κοινό, υψηλού εισοδηματικού και βιοτικού επιπέδου.

Επιπλέον, το NBC, το αραβόφωνο και το αγγλόφωνο Al Jazeera, το BBC World, το TV5 και ειδικότερα τα κανάλια Travel Channel, Fashion TV, CNBS, θα λάβουν ένα μεγάλο κομμάτι της ελληνικής διαφημιστικής πίτας, ξεκινώντας από τα μέσα Ιανουαρίου.

Η καμπάνια θα προβληθεί:

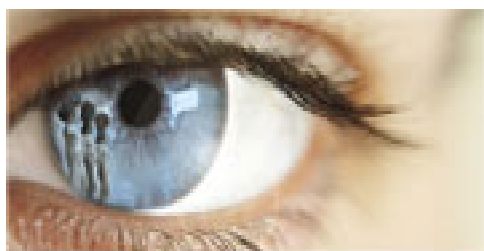
- Στις μεγαλύτερες εφημερίδες του κόσμου, με 42 εμφανίσεις
- Στα σημαντικότερα περιοδικά, όπως τα “Stern”, “Geo” και “Focus” με 27 εμφανίσεις.
- Σε εξωτερικές διαφημίσεις με πάνω από 4.500 εμφανίσεις, σε 15 πόλεις και σε όλα τα γερμανικά τρένα.
- Σε τηλεοπτικά σποτ, στα δημοφιλέστερα κανάλια με 130 εμφανίσεις.
- Σε επαγγελματικές εκδόσεις με 16 εμφανίσεις.
- Σε περιοδικά inflight της KLM.

Στόχος του υπουργείου είναι:

- Η σημαντική ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της χώρας στις στοχευόμενες πληθυσμιακές ομάδες.
- Η μεγιστοποίηση της παγκόσμιας κάλυψης της καμπάνιας.

Η δημιουργία μίας πρωτόγνωρης παγκόσμιας κοινότητας με επίκεντρο την Ελλάδα.

Η «ΕΜΠΕΙΡΙΑ» ΤΟ CONCEPT ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ



Greece
explore your senses

Τόσο τα σποτ του ΕΟΤ όσο και οι καταχωρήσεις του «προκαλούν» τις αισθήσεις του κόσμου. Με κεντρικό μοτίβο το μάτι, το όργανο της αίσθησης της όρασης και σύνθημα “*Explore your senses in Greece*” (Εξερευνήστε τις αισθήσεις σας στην Ελλάδα), κάθε διαφήμιση χωρίζεται σε δύο μέρη: από τη μία το μάτι με την αντανάκλαση ενός ελληνικού τοπίου και από την άλλη χαρακτηριστικά ελληνικά στοιχεία, όπως οι Καρυάτιδες, τα ελληνικά νησιά κ.λπ.. Η καμπάνια αυτή ξεκίνησε και βασίστηκε στη

βαθιά πίστη ότι το μεγάλο, το ακαταμάχητο συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδας είναι η ίδια η Ελλάδα. Η Ελλάδα δεν είναι μια χώρα διακοπών, είναι εμπειρία. Αυτή η «εμπειρία Ελλάδας» είναι που κεντρίζει, τυλίγει όλες τις αισθήσεις και δίνει μία εμπειρία εντελώς διαφορετική από αυτή που μπορεί να προσφέρει κάθε άλλη χώρα. Κανένα άλλο κράτος δεν συνδυάζει 3.000 νησιά, περισσότερα από 5.000 χρόνια ιστορίας, εξελιγμένες και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, ένα ζηλευτό τρόπο ζωής και μία περίοπτη θέση στην καρδιά της σύγχρονης Ευρώπης. Η Ελλάδα είναι μία ολοκληρωμένη εμπειρία, ένας τόπος που προκαλεί όλες τις αισθήσεις. Ο τουρισμός απαντά σε ανθρώπινες ανάγκες και αναζητήσεις. Η θεμελιώδης προϋπόθεση που διέπει την τουριστική δραστηριότητα παραμένει η σχέση του ταξιδιώτη που επιλέγει

ένα προϊόν με εκείνον που του την προσφέρει. Δεν είναι μόνο οι φυσικές ομορφιές, αλλά και ο ανθρώπινος παράγοντας. Πάνω σε αυτή τη σχέση δημιουργείται αυτή η εμπειρία, που είναι η πεμπτουσία της επικοινωνίας και η βασική φιλοσοφία της διαφημιστικής καμπάνιας που κάνει την «εμπειρία Ελλάδας» τόσο σημαντική.

ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΤΟ 10% ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΑ ΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟ 2007

Το 2007 έχει έρθει με τους πιο θετικούς αιωνούς για τον ελληνικό τουρισμό. Μετά από ένα επιτυχημένο 2006, η ελληνική βιομηχανία των διακοπών, του τουρισμού και του ελεύθερου χρόνου απογειώνεται για να κατακτήσει νέους στόχους και να πετύχει νέα ρεκόρ. Το 2006 ήταν η καλύτερη χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό. Στόχος μέσα στο 2007 είναι μία αύξηση ακόμα μεγαλύτερη από το 10% που σημειώθηκε το 2006, με πάνω από 15 εκατ. επισκέπτες.



Η τουριστική ανάπτυξη είναι σχεδόν ταυτόσημη με τη συνολική οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Αναμφίβολα η ανάπτυξη του τουρισμού είναι το κλειδί για το αύριο της Ελλάδας. Το νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που προτάσσει το υπουργείο στην Ελλάδα είναι εκείνο που θα οδηγήσει τη χώρα στο κλείσιμο της ψαλίδας στο βιοτικό επίπεδο με τις ανεπτυγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τα δύο στα δέκα ευρώ που κυκλοφορούν στη χώρα και 1 δις ευρώ το μήνα από τα συνολικά έσοδα του κράτους προέρχονται από τον τουρισμό. Η ανάπτυξη και ο εκσυγχρονισμός του τουρισμού, που θα απογειώσει τη δυναμική του και τοποθετήσει την Ελλάδα ανάμεσα στις 5 κορυφαίες θέσεις του παγκόσμιου τουριστικού χάρτη, είναι ο τελικός στόχος.

Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, η σύγχρονη και ανεπτυγμένη τουριστική βιομηχανία είναι ένα πανίσχυρο συγκριτικό πλεονέκτημα για μία οικονομία. Η Ελλάδα βρίσκεται σε μία πολύ καλή θέση σε μία διεθνή βιομηχανία, η οποία πρόκειται να διπλασιαστεί σε μέγεθος μέσα στα επόμενα 15 χρόνια.



Κεφάλαιο 3ο

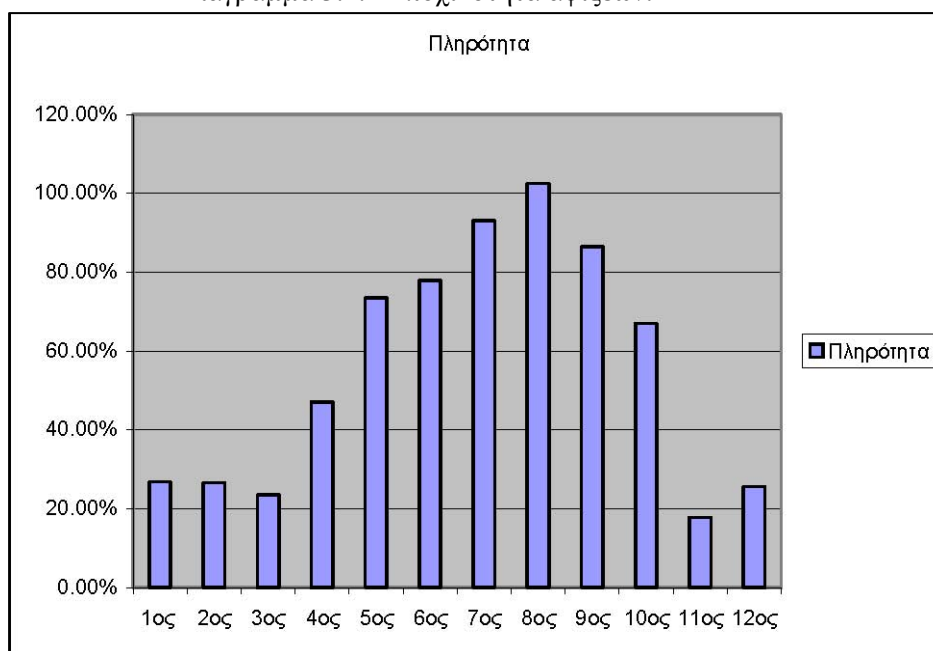
- 3.1 ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΝΑ ΜΕΓΑΛΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**
- 3.2 ΤΙ ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ ΟΙ ΕΙΔΙΚΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**
- 3.3 ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΟΧΙΚΗ ΕΞΟΜΑΛΥΝΣΗ ΤΟΥ ΚΡΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**
- 3.4 ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΚΡΗΤΗ, 12 ΜΗΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»**

3.1 ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΝΑ ΜΕΓΑΛΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζουν οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών είναι ίσως το πιο σημαντικό πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού, με σειρά αρνητικών συνεπειών στην οικονομία και την απασχόληση.

Θεωρείται γεγονός πλέον ότι η Ελλάδα διαθέτει το υψηλότερο ποσοστό εποχικότητας των αφίξεων σε σχέση με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες. Αυτό το γεγονός καθιστά την Ελλάδα 1^η στο ποσοστό εποχικότητας με 2^η την Πορτογαλία και 3^η την Τουρκία όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 4.1.1.

Διάγραμμα 3.1.1 Εποχικότητα αφίξεων.



Οι λόγοι που δημιουργούν τους υψηλούς δείκτες εποχικότητας στον τουρισμό είναι:

- Οι κλιματολογικές συνθήκες.
- Η οργάνωση του χρόνου παραγωγής στις χώρες προσέλευσης των τουριστών (δηλ. συγκεκριμένο χρονικό διάστημα για διακοπές π.χ. δημοσίων – ιδιωτικών υπαλλήλων).
- Συγκεκριμένη χρονική περίοδος των σχολικών διακοπών.

Συνεπώς, η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης δεν εστιάζεται μόνο στις κλιματολογικές συνθήκες αλλά και στην βιομηχανική οργάνωση των χωρών προέλευσης των τουριστών και της περιόδου των σχολικών διακοπών τους.

Η εποχιακή ζήτηση του τουριστικού προϊόντος επιδρά σημαντικά σε διάφορα οικονομικά μεγέθη όπως:

- Στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.
- Στην εποχική απασχόληση.
- Στις τιμές.

- Στις τουριστικές και μη τουριστικές επιχειρήσεις.
- Στη δημόσια διοίκηση.

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τα παραπάνω είναι:

- Οικονομικές σπατάλες (μεταφορικά μέσα, τουριστικά καταλύματα). Τα τουριστικά καταλύματα και τα μεταφορικά μέσα παραμένουν για μεγάλο χρονικό διάστημα ανενεργά, με αποτέλεσμα να απαιτούνται υψηλά ποσά για την συντήρησή τους και την επαναλειτουργία τους μετά από πολύμηνη στάση.
- Επιβάρυνση πολυάριθμων τομέων (ταχυδρομεία, τηλεπικοινωνίες, ηλεκτροδότηση, ύδρευση κλπ.). Για την εξυπηρέτηση της μεγάλης ζήτησης κατά την τουριστική περίοδο έχει σαν αποτέλεσμα την δημιουργία μεγάλων εγκαταστάσεων, οι οποίες τον χειμώνα υπολειτουργούν και κατανατούν ζημιόγωνα.
- Κούραση, έλλειψη άνεσης και ασφάλειας.
- Έλλειψη συνθηκών υγιεινής.
- Διάρθρωση της απασχόλησης με υποχρεωτική ανεργία. Οι εποχικότητα των τουριστικών επαγγελμάτων έχει σαν αποτέλεσμα να παραμένουν άνεργοι κατά την χειμερινή περίοδο οι εργαζόμενοι τουριστικών επαγγελμάτων.
- Πληθωριστικές τάσεις. Λόγο της αυξημένης ζήτησης, έχουμε αύξηση των τιμών στις περιοχές που δέχονται τουρίστες.
- Αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Για να μπορέσει να αντιμετωπίσει με επιτυχία το πρόβλημα της εποχικότητας στον τουρισμό θα πρέπει να παρακινηθεί ο κόσμος να κάνει διακοπές την χειμερινή περίοδο, με διάφορα ισχυρά οικονομικά και μη οικονομικά κίνητρα, η να αλλάξουν ορισμένοι βασικοί θεσμοί της οικονομικής και κοινωνικής συμβίωσης ώστε να διευκολυνθεί η τουριστική μετακίνηση και την χειμερινή περίοδο. Χωρίς την λήψη τέτοιου είδους δραστικών μέτρων και κυρίως χωρίς την αποδοχή τους εκ μέρους αυτών για τους οποίους παίρνονται αυτά, κάθε προσπάθεια προς την εξάλειψη της εποχικής ζήτησης προκαταβολικά θεωρείται αποτυχημένη.

3.2 ΤΙ ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ ΟΙ ΕΙΔΙΚΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

α) Η γνώμη του ΕΟΤ

Ο ΕΟΤ έχει αρχίσει να πιστεύει και κατά συνέπεια να δραστηριοποιείται στην ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Αυτό επιβεβαιώνεται και μέσα από τον Νόμο 2160 με τον οποίο θεσμοθετούνται οι Νομαρχιακές Επιτροπές Τουριστικής Προβολής, στις οποίες θα συμμετέχουν εκπρόσωποι της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και εκπροσώπους του Ε.Ο.Τ. και των παραγωγικών τάξεων.

Στόχος τους είναι η κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής υποδομής, για τα οποία ο ΕΟΤ θα γνωμοδοτεί και αν συμφωνεί θα καλύπτει τα έξοδα κατά 50%, υπό

την προϋπόθεση να έχει προηγηθεί έρευνα Marketing. Ένας άλλος στόχος είναι η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, κατασκευάζοντας μαρίνες, γήπεδα γκολφ, παραδοσιακοί οικισμοί και η αξιοποίηση όλων των ιαματικών πηγών.

Η σταδιακή επίτευξη όλων των παραπάνω στόχων θα αμβλύνει το πρόβλημα της εποχικότητας και θα κάνει την αύξηση του χειμερινού τουρισμού πραγματικότητα.

β) Η γνώμη των ξένων τουρ οπερέιτορς (tour operators)

Οι ξένοι τουρ οπερέιτορς πιστεύουν ότι η Κρήτη έχει τη δυνατότητα για ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, αλλά δεν δείχνει ενδιαφέρον προς αυτήν την κατεύθυνση, και οι λόγοι είναι οι εξής:

1. Η νοοτροπία των Ελλήνων που εργάζονται στην Τουριστική βιομηχανία μόνο για επτά μήνες.
2. Οι προσπάθειες που γίνονται δεν έχουν συστηματική και συνεχή κρατική υποστήριξη.
3. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να επενδύσουν χρήματα, τα οποία σε αρκετές περιπτώσεις δεν υπάρχουν.
4. Είναι επιτακτική η ανάγκη μείωσης αρκετών φόρων που αφορούν στον τουρισμό.
5. Τα άτομα που ζητούν χειμερινές διακοπές είναι συνήθως τρίτης ηλικίας άρα ζητούν κάποιες «ανέσεις».

Αν όλα τα παραπάνω προβλήματα αντιμετωπιστούν με τη συνεργασία του κρατικού φορέα και των επιχειρηματιών τότε ο χειμερινός τουρισμός θα γίνει δε θα είναι πράγμα ακατόρθωτο, που θεωρείται ως τώρα.

γ) Τι πιστεύει ο Η.Α.Τ.Τ.Α.

Ο Η.Α.Τ.Τ.Α. πιστεύει ότι η Κρήτη μπορεί να έχει αξιόλογο τουρισμό κατά την χειμερινή περίοδο, αρκεί να δοθούν ορισμένα κίνητρα για την πραγματοποίηση των πτήσεων τσάρτερ (charter) αλλά και μια κατάλληλη διαφημιστική προβολή στο εξωτερικό.

Ειδικότερα προτείνει την θέσπιση των ακόλουθων κινήτρων, τα οποία υπογραμμίζει, ότι δεν θα έχουν κανένα κόστος, αφού κατά τη χειμερινή περίοδο τα αεροδρόμια υπολειπόμενα.

1. Μείωση των τελών προσγείωσης κατά 50% για πτήσεις τσάρτερ (charter).
2. Μείωση κατά 30-50% της τιμής της κηροζίνης για πτήσεις τσάρτερ (charter).
3. Μείωση όλων των τελών επίγειας εξυπηρέτησης των αεροσκαφών.

3.3 ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΕΠΟΧΙΚΗ ΕΞΟΜΑΛΥΝΣΗ ΤΟΥ ΚΡΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η Κρήτη ως γνωστό έχει εποχική ζήτηση στον τουρισμό. Η εποχικότητά του εμποδίζει την αποτελεσματική χρήση των παραγωγικών πόρων και επιδρά αρνητικά στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η υπερβολική ζήτηση κατά την θερινή περίοδο και κυρίως Ιούλιο – Αύγουστο δυσχεραίνει την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών σε ολόκληρο το φάσμα της τουριστικής εκμετάλλευσης, διότι η ταυτόχρονη εξυπηρέτηση μεγάλου αριθμού τουριστών επιβαρύνει υπέρμετρα τις υποδομές και υποχρεώνει τις επιχειρήσεις στην περιστασιακή απασχόληση ατόμων με ελλιπή προσόντα. Τους χειμερινούς μήνες το παραγωγικό δυναμικό τίθεται σε «υποχρεωτική

ανεργία» με αποτέλεσμα την μείωση της συνολικής αποδοτικότητας του κεφαλαίου που έχει επενδυθεί στην τουριστική βιομηχανία. Έτσι η Εθνική Οικονομία επιβαρύνεται από την καταβολή επιδομάτων ανεργίας.

α) Παράγοντες που επηρεάζουν ανασταλτικά την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού

Η εποχικότητα είναι από τα μεγαλύτερα προβλήματα του κρητικού τουρισμού. Η μόνη λύση είναι η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού στην Κρήτη, όπου οι 6 μήνες συνολικής ανεργίας του παραγωγικού δυναμικού που απασχολείται στον κλάδο να μειωθούν όσο το δυνατό περισσότερο. Δυστυχώς υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες που επηρεάζουν ανασταλτικά την ανάπτυξη του, οι οποίοι είναι:

- Το νησί έχει καταξιωθεί στη συνείδηση του τουρίστα ως προορισμός με παραλίες γεμάτες κόσμο, νυχτερινή διασκέδαση και ευκαιρία για νέες συναναστροφές.
- Ο τουρίστας που θα επισκεφτεί το νησί το χειμώνα και αντικρίσει άδειους δρόμους και κλειστά μαγαζιά (σε τουριστικά μέρη), χωρίς να έχει επιλέξει κάτι τέτοιο θα έχει συνέπεια τη δυσαρέσκειά του, η οποία θα μεταφερθεί στον ταξιδιωτικό πράκτορα, όσο και στους οικείους τους με αποτέλεσμα την δυσφήμιση του προϊόντος πριν προλάβει να καθιερωθεί στην αγορά.
- Οι προσπάθειες που έγιναν μέχρι τώρα στηρίχθηκαν σε ημίμετρα. Έτσι απογοητεύτηκαν οι τουρίστες αλλά και οι επαγγελματίες του είδους με αποτέλεσμα η επόμενη προσπάθεια να πρέπει να υπερνικήσει την υφιστάμενη δυσπιστία που έχει δημιουργήσει.
- Μεγάλη προσφορά εργατικού δυναμικού, άρα χαμηλόμισθοι εργαζόμενοι.

β) Οι δυνατότητες της Κρήτης για την άμβλυνση της εποχικότητας

Παρ' όλους αυτούς τους ανασταλτικούς παράγοντες, η Κρήτη έχει τη δυνατότητα για ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, λόγω της γεωγραφικής της θέσης και κατά συνέπεια λόγω της υψηλής μέσης θερμοκρασίας αέρος (16 °C) και θάλασσας (15,66 °C) με ηλιοφάνεια 320 ημέρες το χρόνο και έναν πιο ήπιο χειμώνα, πιστεύεται ότι διαθέτει όλα τα στοιχεία για ανάπτυξη μιας 12μηνης τουριστικής περιόδου.

Ακόμα έχει αυτόνομη και ανεξάρτητη ναυσιπλοΐα με τρεις δυναμικές ναυτιλιακές εταιρείες οι οποίες μπορούν να στηρίξουν δυναμικά την προσπάθεια για χειμερινό τουρισμό.

Στην προσπάθεια αυτήν δεν πρέπει να παραλείψουμε τις αεροπορικές εταιρείες της χώρας και τις Ολυμπιακές Αερογραμμές που την στηρίζουν. Επίσης έχουν δρομολογηθεί από ξένες αεροπορικές επιχειρήσεις πτήσεις για ευρωπαϊκές πόλεις απευθείας από το Ηράκλειο.

Η Κρήτη έχει κλίμα, καταλύματα υψηλής ποιότητας, μέγεθος και ποικιλία, φυσικό, ιστορικό και πολιτιστικό πλούτο που δεν υπάρχει πουθενά. Έχει διάσπαρτα σπήλαια και άλλες καρστικές μορφές, βουνά, μονοπάτια, ποτάμια κ.α. που συμβάλουν στην ανάπτυξη νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού που θα βοηθήσουν στην άμβλυνση της εποχικότητας του τουρισμού.

Με όλα αυτά φαίνεται ότι η Κρήτη έχει τα προαπαιτούμενα για να αναπτύξει τον χειμερινό τουρισμό. Αυτό που μένει είναι μια οργανωμένη και συντονισμένη προσπάθεια σε μακροχρόνια βάση τόσο από την πλευρά του κράτους, όσο και από την πλευρά των επιχειρηματιών ώστε ο χειμερινός τουρισμός στην Κρήτη να γίνει πραγματικότητα.

3.4 ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΚΡΗΤΗ: 12 ΜΗΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»

Το πρόγραμμα «Κρήτη: 12 μήνες τουρισμός» είναι ένα πρωτοποριακό για τα ελληνικά δεδομένα πρόγραμμα ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού στην Κρήτη, το οποίο επεξεργάστηκε η ομάδα πρωτοβουλίας της περιφέρειας Κρήτης.

Επιδίωξη του προγράμματος είναι να δημιουργηθεί ζήτηση για έναν αξιόλογο αριθμό κλινών σε συνδυασμό με την ανάπτυξη διαφόρων δραστηριοτήτων οι οποίες είτε υπάρχουν είτε θα δημιουργηθούν για την χειμερινή περίοδο.

Πρώτος στόχος του προγράμματος είναι η δημιουργία του προϊόντος. Θα πρέπει λοιπόν:

1. Να εξασφαλισθεί ένας σοβαρός αριθμός ξενοδοχείων που θα συμμετέχουν στο πρόγραμμα.
2. Να ξεκινήσει η διαδικασία ανάπτυξης δραστηριοτήτων μέσα στα καταλύματα ειδικού ενδιαφέροντος.

Στη συνέχεια θα πρέπει να εξασφαλιστεί η προσέλκυση τουριστών, οπότε θα πρέπει:

- Να δοθούν κίνητρα για τους επαγγελματίες.
- Γνωστοποίηση του γεγονότος με στόχο την εξασφάλιση της συμμετοχής των επαγγελματιών.
- Συνεργασία με τις Ν.Ε.Τ.Π. για διαφήμιση.
- Δημιουργία νέων δραστηριοτήτων (εναλλακτικές μορφές τουρισμού).
- Συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ.
- Επαφή επαγγελματιών με tour operators.
- Σύσταση φορέα που θα αντιμετωπίσει τις πρώτες δυσκολίες.
- Κίνητρα για τους ξένους μεταφορείς.
- Ενίσχυση των τοπικών αερομεταφορών.
- Δημοσιότητα του γεγονότος.

Σε ότι αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό το πρόγραμμα θα δραστηριοποιείται στην ανάπτυξη:

- 1) Θρησκευτικού τουρισμού (μονές εκκλησίες).
- 2) Πολιτιστικός τουρισμός (αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, κάστρα).
- 3) Επιχειρηματικός τουρισμός (συνέδρια, εκθέσεις, τουρισμός κινήτρων).
- 4) Ορειβατικός-φυσιολατρικός Τουρισμός .
- 5) Κρητική Διατροφή.
- 6) Τουρισμός υγείας.
- 7) Εκπαιδευτικός-Μαθητικός τουρισμός.

Επίσης να δοθούν κίνητρα για τους αερομεταφορείς, για τους tour operators με επιδοτήσεις, κίνητρα για ξενοδοχεία, πρακτορεία κλπ. Η χρηματοδότηση όλου του προγράμματος θα είναι:

- 50.000.000€ από το υποπρόγραμμα 2 του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος (Π.Ε.Π).
- 22.010.271€ προς τους ιδιώτες από το εθνικό σκέλος του προγράμματος τουρισμού.

- 11.738.811€ από το σκέλος πολιτισμού για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των μουσείων.
- 880.410,85€ για την στήριξη του Προγράμματος από το Περιφερειακό Πρόγραμμα Κρήτης.

Από την μελέτη του προγράμματος, συμπεραίνουμε ότι το πρόγραμμα «Κρήτη 12 μήνες τουρισμός» είναι ένα πρόγραμμα αρκετά οργανωμένο, το οποίο δεν φαίνεται να παρουσιάζει ατέλειες. Θα ανοίξει ένα νέο δρόμο στα τουριστικά δρώμενα της Κρήτης. Το δυνατό σημείο του προγράμματος φαίνεται να είναι η κοινή συνεργασία των αρμόδιων φορέων, οι οποίοι φαίνονται αποφασισμένοι.

Είναι η πιο οργανωμένη, συντονισμένη προσπάθεια που έχει γίνει από τους αρμόδιους και μη, για την άμβλυνση της εποχικότητας. Η συνεργασία του κράτους πιστεύεται ότι θα παίξει σημαντικό ρόλο για την επίτευξη του προγράμματος αυτού. Όλοι φαίνονται να έχουν διάθεση για προσπάθεια ώστε το πρόγραμμα αυτό να έχει επιτυχία.

Ήταν ώρα για τον τουρισμό της Κρήτης αυτό το κατόρθωμα, το οποίο θα αλλάξει πολλά στην οικονομία της. Φυσικά, ουσιαστική διαφορά θα φανεί μετά από κάποια χρόνια. Χρειάζεται, λοιπόν, υπομονή και επιμονή από όλους όσους θα πάρουν μέρος και θα συνεργαστούν στο πρόγραμμα αυτό, όμως τα αποτελέσματά του σίγουρα θα είναι ικανοποιητικά.

Κεφάλαιο 4ο

4.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΠΤΩΣΕΙΣ

**4.2 ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ**

4.3 ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΙ

4.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.

Ο τουρισμός δημιουργεί πολιτιστικές αλλαγές στον τουριστικό προορισμό και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι ντόπιοι – Κρητικοί έρχονται σε επαφή με άλλα ήθη και έθιμα, άλλες συνήθειες και έτσι διευρύνονται οι ορίζοντες του νησιού με αποτέλεσμα να δέχεται τις προκλήσεις άλλων εθνικών και συνηθειών.

α) Οι θετικές επιπτώσεις

Ο τουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής μας κληρονομιάς, για το γεγονός ότι τα αρχαιολογικά μνημεία, μοναστήρια, εκκλησίες, παραδοσιακοί οικισμοί κ.λπ., έχουν μεγάλη αξία για έναν τουριστικό προορισμό.

Βοηθάει στη διατήρηση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, ακόμα και στη διατήρηση της παραδοσιακής Κρητικής μουσικής και χορού, τα οποία σιγά-σιγά χάνονται από τη ζωή του νέου Κρητικού. Έτσι, από τον τουρισμό και για τον τουρισμό, διατηρούνται για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες της αγοράς.

Η εμπορευματοποίηση της κουλτούρας μπορεί να ηχεί άσχημα. Το γεγονός, όμως, ότι οι τουρίστες έρχονται στον τουριστικό προορισμό και αναζητούν να δουν και να γευθούν τα ήθη, έθιμα και την κουλτούρα του νησιού, έκανε πολλούς να εμπορευθούν την κουλτούρα του νησιού. Είναι εύλογο δηλαδή να πούμε ότι ο τουρισμός έδωσε νέα ζωή στη λαϊκή τέχνη, δεδομένου ότι πολλά είδη κατασκευάζονται μόνο για τουρίστες.

β) Οι αρνητικές επιπτώσεις.

Η πατροπαράδοτη Φιλοξενία, η οποία χαρακτήριζε αρχικά τους κατοίκους του τόπου, έχει εμπορευματοποιηθεί στο έπακρο, κυρίως μετά τη δεκαετία του '90. Έτσι οι φιλικές σχέσεις μεταξύ ντόπιου και τουρίστα έχουν γίνει μόνο κερδοσκοπικού χαρακτήρα, παράλληλα με την αύξηση του μαζικού τουρισμού.

Οι νέοι τείνουν στο να υιοθετήσουν νέα πρότυπα καταναλωτικής συμπεριφοράς τα οποία τους ωθούν συνήθως να εγκαταλείψουν το γεωργικό τομέα, την κτηνοτροφία κλπ. και να αναζητήσουν τις καλύτερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας, που παρέχονται από τον τουριστικό τομέα.

Μείωση ενδιαφέροντος για τις διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις, της πλούσιας τοπικής παράδοσης, αυτό οφείλεται:

- Στο γεγονός ότι οι περισσότερες γίνονται κατά την θερινή περίοδο, που όλοι σχεδόν, είναι απασχολημένοι για πολλές ώρες λόγω του αυξημένου αριθμού τουριστών.
- Τα έθιμα αυτά, π.χ. πανηγύρια, θρησκευτικές εορτές έχουν χάσει το νόημά τους ιδιαίτερα για τους νέους, και στις περισσότερες περιπτώσεις πραγματοποιούνται για εμπορικούς λόγους μόνο.

Ο κόσμος έρχεται σε επαφή με τον τουρίστα και αλλοιώνονται τα έθιμα με αποτέλεσμα να δημιουργούνται τάσεις αλλαγής των συνηθισμένων τρόπων και συνηθειών. Έτσι παρατηρείται να εκλείπει το παραδοσιακό στυλ και στη θέση του να εμφανίζεται κάτι πιο μοντέρνο το οποίο δε ζητούν οι τουρίστες αφού το βλέπουν και στο τόπο τους.

4.2 ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

Οι επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον τουρισμό έχοντας κατανοήσει ότι ο τουρίστας έρχεται στην Κρήτη για να δει και να γευθεί τη Κρητική κουλτούρα, τα ήθη και τα έθιμα, τα οποία σε γενικές γραμμές έχουν εκλείψει, έχει στρέψει τις δραστηριότητες του στη διατήρηση αυτών των παραδοσιακών στοιχείων με διάφορες

δραστηριότητες όπως:

- Περιήγηση τουριστών στα «παραδοσιακά χωριά» της Κρήτης, όπου διατηρείται το παραδοσιακό στοιχείο και ο τουρισμός δεν έχει ακόμα εμπορευματοποιηθεί και αναβιώνουν τα παλιά έθιμα.
- Δημιουργία τουριστικών μονάδων με στυλ «παραδοσιακού χωριού». Αξιοσημείωτο είναι να αναφέρουμε την ξενοδοχειακή μονάδα Αρόλιθος, η οποία βρίσκεται κοντά στο Ηράκλειο, που αναπαριστά το παραδοσιακό κρητικό χωριό και παρέχει εργαστήρια παραδοσιακών τεχνών, παραδοσιακά σπίτια, ταβέρνες, μπακάλικο, σιδεράδικο, καφενείο και μια μικρή εκκλησία για γάμους και τις ανάγκες του χωριού.
- Διοργάνωση κρητικών εκδηλώσεων για την ανάδειξη των κρητικών εθίμων όπως ο κρητικός γάμος, που γίνεται σε παραδοσιακό χωριό στον νομό Λασιθίου (Κριτσά). Εκεί το ζευγάρι παντρεύεται με όλες τις κρητικές παλαιές τελετουργίες, όπως κρητική μουσική, η νύφη να πηγαίνει στην εκκλησία με το γαϊδουράκι, οι φορεσιές του γαμπρού και της νύφης είναι παραδοσιακές, παραδοσιακά γλυκά κ.α. και πλήθος τουριστών και ντόπιων συγκεντρώνονται για να θαυμάσουν αυτό το γεγονός.
- Οργάνωση κρητικών χοροεσπερίδων, όπου χορευτικά συγκροτήματα κάνουν πρόγραμμα χορεύοντας κρητικούς παραδοσιακούς χορούς και οι τουρίστες απολαμβάνουν την κρητική κουζίνα και το κρητικό τοπικό κρασί ή ρακί. Οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να βγάλουν αναμνηστικές φωτογραφίες με τους Κρητικούς χορευτές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό που γίνεται στο χωριό Ανάπολη στο Ηράκλειο.

4.3 ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΙ

Σε γενικές γραμμές δηλαδή οι επιχειρηματίες έχουν δραστηριοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό για τη διατήρηση των εθίμων της Κρήτης για την προσέλκυση τουρισμού. Το συνηθισμένο εμπορευματοποιημένο το βλέπουν και αλλού ενώ αυτό το παλιό παραδοσιακό είναι αυτό που τους παρακινεί το ενδιαφέρον για τον τουρισμό.

Αυτό που θα έπρεπε όμως να υπάρχει και λείπει από την Κρήτη είναι η φιλοξενία η οποία έχει εκλείψει τον τελευταίο καιρό. Η αλλαγή της νοοτροπίας των ντόπιων και η υιοθέτηση παλαιών κρητικών εθίμων φιλοξενίας, και η αλλαγή αντιμετώπισης του τουρίστα ως επισκέπτη και όχι ως πηγή χρημάτων, φαίνεται ως επιτακτική ανάγκη.

Ακόμα θα έπρεπε να θέσουν σαν στόχο οι πολιτικοί που ασχολούνται με τον τουρισμό, να επιχορηγούνται με δάνεια χαμηλού επιτοκίου, αλλά και ευκολία στις χρηματοδοτήσεις κυρίως από το Γ' και Δ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης για τη δημιουργία τουριστικών μονάδων με χαρακτηριστικό τους την κρητική παραδοσιακή δομή, όπως ο Αρόλιθος, που προαναφέραμε, ώστε να μην εκλείψουν τα ήθη και τα έθιμά μας αλλά και να προσελκύσουν περισσότερο τουρισμό, ο οποίος ζητά να δει αυτά τα πράγματα.

Κεφάλαιο 5ο

**5.1 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

**5.2 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ
ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ**

**5.3 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ
ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ**

5.1 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.

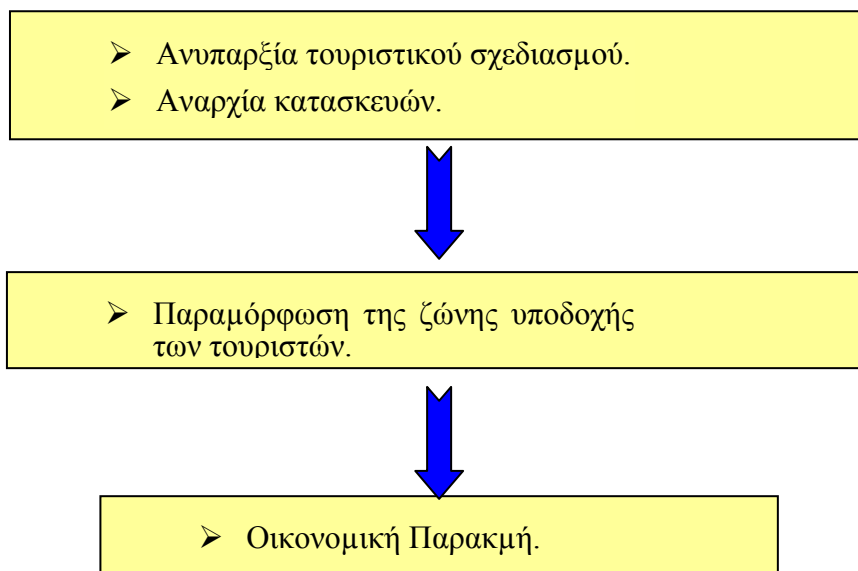
Είναι γεγονός ότι οι χώρες υποδοχής τουριστών αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα για την προστασία του φυσικού πολιτιστικού περιβάλλοντος. Παρότι το γεγονός αυτό είναι γενικό, παρουσιάζεται πιο έντονα στις τουριστικές περιοχές. Αυτό οφείλεται στο ότι τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία ενός τόπου είναι αυτά που θα προσελκύσουν τον τουρίστα.

«Η οικονομική υγεία του τουρισμού βασίζεται κατ' εξοχήν στην οικολογική του υγεία». Έτσι η ανθρωπότητα ολόκληρη έχει ευαισθητοποιηθεί στον κίνδυνο της οικολογικής καταστροφής του πλανήτη. Σημαντικό ρόλο σε όλη αυτήν την προσπάθεια παίζει το κράτος της κάθε χώρας το οποίο πολλές φορές αδυνατεί να δείξει έργο με αποτέλεσμα να έχουμε:

- Αναρχία των πρωτοβουλιών ανάπτυξης και κατασκευών.
- Τιμές των οικοπέδων ακόμα προσιτές.
- Έλλειψη συντονισμού.
- Έλλειψη πολεοδομικών σχεδίων.
- Ανυπαρξία ζωνών.
- Συγκέντρωση σε μερικά μέρη λόγω μόδας ή μιμητισμού.
- Συγκέντρωση εποχική.
- Πελατεία τοπική ή περιφερειακή (μαζικός τουρισμός).

Πηγή: Βαρβαρέσος Σ. «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές» Εκδόσεις Προπομπός Αθήνα 1998, σελ.241

Έτσι λοιπόν η σχέση η οποία απορρέει από τα παραπάνω είναι:



Πηγή: Βαρβαρέσος Σ. «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές» Εκδόσεις Προπομπός Αθήνα 1998, σελ.241

Αυτό πιστεύει και ο Πρόεδρος Ένωσης Ξενοδόχων της Κρήτης κ. Κων/νος Καλουτσάκης, ότι δηλαδή «η έλλειψη πολεοδομικών σχεδίων, χωροταξικών σχεδίων

αλλά και έργων υποδομής», λειτουργούν αρνητικά στην τουριστική ανάπτυξη ώστε σε διάφορα έργα να παρουσιάζεται έλλειψη της βασικής υποδομής όπως οδικοί άξονες, αποχέτευση κ.α. ώστε να δημιουργούνται προβλήματα ρύπανσης. Ένα άλλο αξιοσημείωτο γεγονός είναι ότι τα δημόσια έργα για την αναβάθμιση της περιοχής και την προστασία του περιβάλλοντος δεν γίνονται όπως θα έπρεπε λόγω «μεγάλων εκπτώσεων που κάνουν οι εργολάβοι». Όλα αυτά τα προβλήματα θα πρέπει να αντιμετωπιστούν με δυναμικά μέτρα σε συνεργασία του κράτους με τους επιχειρηματίες.

5.2 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ.

α) Μέτρα και στόχοι του κράτους.

Αφού έχει συνειδητοποιηθεί η σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος και του οικολογικού μας συστήματος έχουν ληφθεί κάποια μέτρα από την κοινωνία για την αποτροπή των καταστροφικών επιπτώσεων για το φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Όσον αφορά τη χώρα μας στο άρθρο 29 του Συντάγματος καθορίζει ότι η προστασία του περιβάλλοντος είναι υποχρέωση του κράτους. Να λαμβάνει δηλαδή τα απαραίτητα μέτρα ώστε να διαφυλάξει την αλλοίωση του.

«Εξάλλου υπάρχουν και διάφορα αρμόδια υπουργεία στη χώρα μας τα οποία έχουν αναλάβει αυτό το έργο» όπως:

- Το Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε.
- Το Υπουργείο Πολιτισμού.
- Το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ε.Ο.Τ..

Βασικοί στόχοι των μέτρων που λαμβάνονται από το κράτος είναι:

1. Η αποτροπή της ρύπανσης και γενικότερα της υποβάθμισης του περιβάλλοντος, καθώς και η λήψη όλων των αναγκαίων για το σκοπό αυτό προληπτικών μέτρων.
2. Η διασφάλιση της ανθρώπινης υγείας από τις διάφορες μορφές υποβάθμισης του περιβάλλοντος και ειδικότερα από τη ρύπανση.
3. Η προώθηση της ισόρροπης ανάπτυξης του εθνικού χώρου συνολικά και των επιμέρους γεωγραφικών και οικιστικών ενοτήτων του και μέσα από την ορθολογική διαχείριση του περιβάλλοντος.
4. Η διασφάλιση της δυνατότητας ανανέωσης των φυσικών πόρων και η ορθολογική αξιοποίηση των μη ανανεώσιμων ή σπάνιων, σε σχέση με τις τωρινές και μελλοντικές ανάγκες και με κριτήριο την προστασία του περιβάλλοντος.
5. Η διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας των φυσικών οικοσυστημάτων και η διασφάλιση της αναπαραγωγικής τους ικανότητας .
6. Η αποκατάσταση του περιβάλλοντος.

Έτσι μπορούμε να διαχωρίσουμε σε διάφορες μορφές προστασίας του περιβάλλοντος, οι οποίες είναι:

- Προστασία της ατμόσφαιρας.
- Προστασία από τον θόρυβο.

- Προστασία του εδάφους.
- Προστασία των νερών.
- Προστασία από επικίνδυνες ουσίες και παρασκευάσματα.
- Προστασία από τη ραδιενέργεια.
- Προστασία της χλωρίδας και της πανίδας.

β) Ειδικές ζώνες.

Το κράτος έχει οριοθετήσει διάφορες περιοχές οι οποίες με φυσικούς αποδέκτες παρουσιάζουν κρίσιμα περιβαλλοντικά προβλήματα και δεν πληρούν τις προϋποθέσεις ποιότητας και έτσι καθορίζονται ειδικοί περιορισμοί χρήσεως γης. Οι περιοχές αυτές έχουν χαρακτηριστεί ως «ζώνες ειδικών περιβαλλοντικών ενισχύσεων».

Ένας άλλος χαρακτηρισμός είναι αυτός των «ζωνών ανάπτυξης παραγωγικών δραστηριοτήτων». Είναι οι περιοχές αυτές στις οποίες έχει κριθεί ότι είναι ικανές για την ανάπτυξη βιομηχανικών, τουριστικών δραστηριοτήτων κ.α. ή για αγροτική εκμετάλλευση. Ακόμα υπάρχει και η περίπτωση όπου έχουμε «Ζώνες Οικιστικού Ελέγχου (Ζ.Ο.Ε.)» όπου επιτρέπεται η ανάπτυξη οικισμών και μόνο.

γ) Αξιοσημείωτες ενέργειες του Ε.Ο.Τ.

Ο Ε.Ο.Τ. με ειδικό πρόγραμμα «Αξιοποίησης Παραδοσιακών Οικισμών» καταβάλλει μια αρκετά μεγάλη προσπάθεια για τον σκοπό αυτό. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει συντήρηση, αναστήλωση, διατήρηση παραδοσιακών κτισμάτων αλλά και τη διαμόρφωση τους σε τουριστικούς ξενώνες ή άλλα κτίρια π.χ. μουσεία.

δ) Αξιοσημείωτες ενέργειες του Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ.

Εκτός από τις πολλές υποχρεώσεις που έχει το Υπουργείο Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων για την χωροταξία του περιβάλλοντος, αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι διέθεσε 41.085ευρώ για την εκτέλεση ενός προγράμματος παρακολούθησης της ποιότητας των νερών κολύμβησης στην Κρήτη για το 1994.

Ακόμα έχει αρχίσει εκτεταμένους ελέγχους για παρεμβάσεις ισχυουσών διατάξεων όπου φέρουν στο φως σημαντικές ευθύνες από πλευράς τουριστικής δραστηριότητας για ρύπανση του περιβάλλοντος.

ε) Αξιοσημείωτες ενέργειες του Σ.Ε.Τ.Ε.

Ο Σ.Ε.Τ.Ε εκτός από την συμμετοχή του στα κέντρα λήψης αποφάσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, έχει πάρει πρωτοβουλίες για «Πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης Τουριστικών Επιχειρήσεων», δηλαδή είναι ένα πρόγραμμα που παρέχει ειδικές συμβουλευτικές υπηρεσίες στα μέλη του σε συνεργασία ειδικών συμβούλων περιβάλλοντος με στόχο την ενημέρωση και εφαρμογή τρόπων όσον αφορά την κτιριακή υποδομή, διαχείριση και λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης που όχι μόνο επιτυγχάνεται η καλύτερη περιβαλλοντική απόδοση αλλά συγχρόνως και οικονομικά οφέλη.

Το πρόγραμμα αυτό αφορά:

- 1) Εξοικονόμηση νερού.
- 2) Εξοικονόμηση κατανάλωσης ενέργειας.
- 3) Μείωση και αξιοποίηση απορριμμάτων.
- 4) Οικοδομικά αναλώσιμα προϊόντα.
- 5) Συστήματα μείωσης θορύβου.
- 6) Οικολογικά οικοδομικά υλικά και εξοπλισμός κτιρίων.

Το πρόγραμμα αυτό φαίνεται να είναι πολύ καλό και βοηθάει αρκετά τους επιχειρηματίες. Το μόνο πρόβλημα που φαίνεται να έχει είναι ότι οι συμβουλευτικές

υπηρεσίες που παρέχει μπορούν να τις αξιοποιήσουν μόνο τα μέλη του, δηλαδή οι υπόλοιποι επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον τουρισμό δεν θα μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτό το πρόγραμμα.

5.3 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ.

Το κακοποιημένο περιβάλλον της Κρήτης φαίνεται να είναι η μεγάλη αδυναμία του νησιού. Η σημερινή κατάσταση του περιβάλλοντος είναι πολύ άσχημη με φόβο ότι μπορεί να οδηγήσει σταδιακά στην κατάρρευση του τουρισμού του νησιού».

α) Οι δράσεις της Περιφέρειας Κρήτης.

Στόχος της Περιφέρειας είναι η εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης περιβαλλοντικής πολιτικής ώστε η ανάπτυξη του νησιού να μην αντικρούει με τις απαιτήσεις για τη διατήρηση της ισορροπίας του οικοσυστήματος μας .

Στο πλαίσιο του στόχου που αναφέραμε προωθούνται:

1. Ο χωροταξικός και πολεοδομικός σχεδιασμός και η ανάδειξη μνημείων και παραδοσιακών οικισμών ως μέσο για την αναβάθμιση του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.
2. Η αποσυμφόρηση των αστικών κέντρων και ζωνών μεγάλης τουριστικής συγκέντρωσης, με ταυτόχρονη ανάπτυξη της ενδοχώρας (οικιστική και χωροταξική οργάνωση).
3. Η εφαρμογή ολοκληρωμένων σχεδίων διαχείρισης , των φυσικών πόρων που στοχεύουν στην αποκατάσταση και πρόληψη της υποβάθμισης του περιβάλλοντος με παράλληλη ανάδειξη του οικολογικού, αρχιτεκτονικού και αρχαιολογικού πλούτου της Κρήτης.

Έργα προστασίας του περιβάλλοντος		
A/A	Τίτλος έργου	Προϋπολογισμός
1	Επεξεργασία λυμάτων Ν. Ηρακλείου	20.542.920
2	Εξωτερικά δίκτυα και βιολογικός καθαρισμός τουριστικής ζώνης του Χερσονήσου.	2.934.703
3	Διαχείριση απορριμμάτων Ν. Ηρακλείου	2.347.762
4	Αντιπλημμυρικό έργο Γιόφυρο	15.553.925
5	Διαμόρφωση Πλ. Ελευθερίας (Ηράκλειο)	1.760.822
6	Προστασία πηγών τροφοδοσίας έργων υδάτινου δυναμικού Αν. Κρήτης	1.700.000
7	Αντιπλημμυρικά έργα Κρήτης	6.456.346
8	Χωροταξικές-πολεοδομικές μελέτες	1.320.616
9	Διαχείριση απορριμμάτων Ν. Λασιθίου	1.760.822
10	Βιολογικοί καθαρισμοί Ν. Λασιθίου	5.517.241
11	Διαχείριση βιοτόπων	924.431

12	Υδρευση Ρεθύμνου	12.619.222
13	Έργα ανάπλασης ιστορικού κέντρου και ανατολικής παραλίας Ρεθύμνου	1.760.822
14	Βιολογικοί-Αποχετεύσεις Ν. Χανίων Αποχέτευση ακαθάρτων και όμβριων Χανίων Χανιά – Κολυμπάρι Β΄ φάση οικολογικού Χανίων Προστασία πηγών Πρόγραμμα απωλειών ύδρευσης Χανίων Αποχέτευση Σούδας -Μουρνιών	29.933.690
15	Διαχείριση Απορριμμάτων Ν. Χανίων	2.934.703
16	Προγραμματική Σύμβαση Δ. Ηρακλείου-Ανάπλαση Αγ. Τριάδας	13.206.160

Πηγή: Τουρισμός και Οικονομία, Τεύχος 219, Μάιος 2001

Για την επίτευξη όμως όλων αυτών των έργων απαιτούνται κάποια κονδύλια τα οποία η Περιφέρεια Κρήτης θα πάρει από:

- Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Στήριξης.
- Κοινοτικές Πρωτοβουλίες.
- Ανταγωνιστικά προγράμματα.
- Εθνικοί πόροι.
- Ιδιωτικοί πόροι.

β) Δράσεις του Συνδέσμου Ξενοδόχων Κρήτης.

Ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων Κρήτης κρίνοντας τις ανάγκες του νησιού για την προστασία του περιβάλλοντος, δημιούργησε ένα «Κέντρο Περιβαλλοντικής Αναβάθμισης Μονάδων Αντιρρύπανσης Κρήτης (ΚΕ.Π.Α.Μ.Α.Κ.)» το οποίο στοχεύει στην ενιαία διαχείριση των βιολογικών σταθμών των μικρών δήμων και των ξενοδοχείων του νησιού. Οι υπηρεσίες του ΚΕΠ.Α.Μ.Α.Κ. θα απευθύνονται κυρίως στις μικρές επιχειρήσεις όπου έχουν πρόβλημα λειτουργίας και συντήρησης των εγκαταστάσεων αφού δεν θα έχουν την οικονομική δυνατότητα να προσλάβουν ειδικό επιστήμονα.

Άλλες δράσεις του Συνδέσμου είναι:

1. Να συνεργαστούν με οικολογικές εταιρείες ανακύκλωσης και το WWF, το Bodyshop, την Greenpeace, τον Σύλλογο Προστασίας Θαλάσσιας Χελώνας για να αντιμετωπίσουν προβλήματα όπως:
 - Ανακύκλωση.
 - Εξοικονόμηση ενέργειας.
 - Διαφύλαξη των ακτών του νησιού όπου γεννά η χελώνα Caretta-Caretta.
2. Να συνεργαστεί με το Πανεπιστήμιο Κρήτης και άλλους επιστημονικούς φορείς με στόχο:
 - Δημιουργία κέντρου εναλλακτικού τουρισμού.
 - Αξιοποίηση και διάσωση των ορεινών όγκων του Ψηλορείτη.
 - Την μελέτη και την προστασία της παράκτιας ζώνης της

Κρήτης.

- Τη διαχείριση βιολογικών σταθμών.
 - Διάδοση ήπιων εναλλακτικών μορφών ενέργειας κλπ.
3. Δημιουργία ενός ειδικού φορέα στην Κρήτη που θα αναλάβει την οργάνωση και την εποπτεία ενός ευρωπαϊκού κοινοτικού προγράμματος με τον τίτλο «Κρήτη πράσινο Νησί» και θα μοιάζει πολύ στα πρότυπα παρόμοιου προγράμματος της Δανίας.

γ) Ο ανθρώπινος παράγοντας.

Στην προστασία του περιβάλλοντος βοηθάει οπωσδήποτε η συνειδητοποίηση των ανθρώπων, ότι το περιβάλλον στο οποίο ζουν συμβάλλει αποφασιστικά στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής τους και κατ' επέκταση στη βιολογική τους εξισορρόπηση. Όμως αυτό δεν φτάνει. Κυρίως πρέπει να παρθούν δραστικά μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος που θα συμβάλλουν δυναμικά στη διατήρηση του. Αυτό συμβαίνει στην περίπτωση της Κρήτης. Οι αρμόδιοι φορείς δηλαδή έχουν δραστηριοποιηθεί σε ικανοποιητικό επίπεδο για την προστασία του περιβάλλοντος αφού φαίνεται ότι έχουν συνειδητοποιήσει τη σημασία αυτή για τον τόπο, για την ανάπτυξη και ευημερία του νησιού και κατά συνέπεια για τους ίδιους. Φαίνεται ότι στο προσεχές μέλλον όλα αυτά τα προγράμματα και οι δράσεις που προαναφέραμε θα φέρουν ορατό αποτέλεσμα στην οικονομία του νησιού όπου θα βοηθήσει ικανοποιητικά στην ανάπτυξη κυρίως του τουρισμού που όπως έχουμε τονίσει είναι τόσο σημαντικός παραγωγικός τομέας για το νησί.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός αναμφίβολα αποτελεί τον δυναμικότερο παραγωγικό τομέα στην Κρήτη και στο μεγαλύτερο ποσοστό σε όλα τα ελληνικά νησιά. Είναι, λοιπόν, εύλογο να πούμε ότι κάτω από προϋποθέσεις, μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στη μερική ή ακόμα και ολική επίλυση πολλών οικονομικών προβλημάτων των κατοίκων των νησιών της χώρας αλλά και πολλών τουριστικά εκμεταλλεύσιμων περιοχών.

Για να επιτευχθεί όμως η τουριστική αυτή ανάπτυξη, απαιτείται η κατάλληλη τουριστική πολιτική από τους αρμόδιους φορείς του κράτους αλλά και η ουσιαστική δραστηριοποίηση των τοπικών φορέων και των επιχειρηματιών του τουρισμού.

Στο τουρισμό πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η διαφημιστική καμπάνια για τον εν λόγο προορισμό ώστε να γνωστοποιηθεί στον τουρίστα το μέρος και το τι διαθέτει, ώστε αν μπορεί να κάνει τις επιλογές του και να μπορεί να επιλέξει αυτό που ανταποκρίνεται περισσότερο σε αυτό που ο ίδιος ζητάει. Εφόσον, λοιπόν, γίνεται καταγίσιμος από διαφημίσεις για τουριστικούς προορισμούς, αν η διαφήμιση της Κρήτης δεν είναι ανταγωνιστική των άλλων ή ακόμα και να μην υφίσταται καν η ύπαρξή της, τότε είναι αδύνατο ο τουρίστας να την επιλέξει σαν προορισμό για τις διακοπές του.

Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων από την χώρα μας το καλοκαίρι του 2004 και η επιλογή της πόλης του Ηρακλείου σαν μία από αυτές που φιλοξένησαν μέρος από τους αγώνες, έδωσε την ευκαιρία για μια πολύ ισχυρή διαφήμιση για το νησί. Όσοι επέλεξαν την Κρήτη για τους αγώνες και έμειναν ικανοποιημένοι ή ακόμα και ενθουσιασμένοι, θα αποτελέσουν την καλύτερη διαφήμιση για το νησί στην χώρα τους. Αυτό, όμως, κρύβει και τον κίνδυνο, αυτοί που δεν ικανοποιήθηκαν να δώσουν την χειρότερη εικόνα για τον τόπο στους γνωστούς τους.

Η Κρήτη συνήθιζε να στηρίζει όλες τις προσπάθειές της για την διαφημιστική της καμπάνια μόνο στις οικονομικές δυνατότητες του κάθε νομού χωριστά και σε ορισμένες περιπτώσεις με την οικονομική ενίσχυση του ΕΟΤ, με αποτέλεσμα να μην γίνεται οργανωμένη και ανταγωνιστική διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος της. Αυτό που γίνεται, όμως, σήμερα είναι να συνεργάζονται όλοι οι νομοί και από κοινού να καταφέρνουν καλύτερα αποτελέσματα. Από την μελέτη των δεδομένων του έντονου ανταγωνισμού, πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμο να συμβάλλουν και οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους, είτε με οικονομική ενίσχυση στις συλλογικές προσπάθειες των φορέων του τουρισμού, είτε με δική τους ανεξάρτητη διαφήμιση, εφόσον έχουν την οικονομική δυνατότητα. Σήμερα κάποιες μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συμμετέχουν ανεξάρτητα σε διεθνείς και ελληνικές εκθέσεις τουρισμού.

Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα του ελληνικού – κρητικού τουρισμού είναι η εποχικότητα, όπου η τουριστική κίνηση πραγματοποιείται μόνο κατά τους έξι μήνες της θερινής σεζόν, με αποτέλεσμα το υπόλοιπο διάστημα να παραμένει ανεκμετάλλετο με όλες τις συνέπειες για την οικονομία του νησιού. Θα πρέπει να ληφθούν, λοιπόν, μέτρα για την εποχικότητα, όπως π.χ. με εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός κ.α.

Θα πρέπει δηλαδή να ενεργοποιηθούν οι κρατικοί και τοπικοί φορείς ώστε να γίνει μία μείωση στην φορολογία και τα τέλη για να έχουν κίνητρα οι αερομεταφορείς, να εξασφαλίζεται ένας αριθμός ξενοδοχειακών καταλυμάτων που θα δεχτούν να μείνουν ανοιχτά κατά την χειμερινή περίοδο αλλά και ειδικά μέτρα που θα βοηθήσουν στην ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού.

Σήμερα στην Κρήτη έχει ήδη συσταθεί ο φορέας εκείνος που θα οργανώσει και θα υλοποιήσει το πρόγραμμα του χειμερινού τουρισμού από την Περιφέρεια Κρήτης. Τα αποτελέσματα αναμένονταν να είναι θετικότερα διότι το πρόγραμμα φαίνεται να είναι πολύ καλά οργανωμένο. Διεθνείς συγκυρίες, όμως, (πόλεμος στο Ιράκ) και η γενικότερη αναταραχή που επικρατεί παγκοσμίως μετά το τρομοκρατικό χτύπημα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, δεν έδωσαν τη δυνατότητα να σχηματιστεί μια αντικειμενική

εικόνα για το τελικό αποτέλεσμα.

Ο τουρισμός είναι γεγονός ότι επιφέρει αλλοίωση στο περιβάλλον και την μόλυνσή του σε αρκετά μεγάλο βαθμό, στις τουριστικές περιοχές. Έτσι θα πρέπει να δραστηριοποιηθούν οι υπεύθυνοι για την αντιμετώπιση όλων αυτών των προβλημάτων έγκαιρα.

Θα πρέπει δηλαδή το κράτος αλλά και οι υπεύθυνοι φορείς της κάθε περιφέρειας να συνειδητοποιήσουν το πόσο σημαντική είναι η προστασία του περιβάλλοντος και να πάρουν δραστικά μέτρα για να αποφύγουν την μόλυνσή του. Αυτό ήδη μπορούμε να πούμε ότι συμβαίνει και σήμερα, αλλά δεν φτάνει. Εκείνο που θα άλλαζε σημαντικά τα σημερινά δεδομένα και που θα έπαιζε ουσιαστικό ρόλο είναι ο ανθρώπινος παράγοντας. Η συνειδητοποίηση δηλαδή του πολίτη ότι το περιβάλλον πρέπει να μείνει καθαρό και να το κρατάει έτσι χωρίς να το μολύνει απερίσκεπτα με οποιαδήποτε δραστηριότητά του.

Ένα άλλο αποτέλεσμα της τουριστικής δραστηριότητας είναι η αλλοίωση των εθίμων και των παραδόσεων. Δεν έπρεπε λοιπόν οι υπεύθυνοι να αφήσουν να συμβαίνει αυτό εφόσον οι επισκέπτες έρχονται και για αυτόν το λόγο, για να δουν κάτι διαφορετικό, τα ήθη και τα έθιμα του τουριστικού πολιτισμού.

Θα έπρεπε δηλαδή να ληφθούν μέτρα από τους επιχειρηματίες για να μην συμβεί αυτό. Όντως αυτό γίνεται στην περίπτωση της Κρήτης σε αρκετά μεγάλο βαθμό αλλά θα έπρεπε το κράτος κυρίως να βοηθήσει περισσότερο την προσπάθεια αυτή των επιχειρηματιών με την δυνατότητα σύναψης δανείων με προνομιακούς όρους, για επενδύσεις που αφορούν τα παραδοσιακά στοιχεία της Κρήτης.

Ακόμα θα έπρεπε να αλλάξει η νοοτροπία των κατοίκων του νησιού και να υιοθετηθεί η παλιά, εκείνη η νοοτροπία της φιλοξενίας, της φιλίας και της καλοσύνης η οποία έχει εκλείψει στις μέρες μας.

Έτσι θα πετυχαίναμε το νησί της Κρήτης να αποκτήσει την παλαιά του παραδοσιακή μορφή, αυτή που το έκανε γνωστό παγκοσμίως.

Είναι γεγονός ότι ο τουρισμός εκτός από οικονομικά οφέλη για έναν τουριστικό προορισμό επιφέρει και πολλά προβλήματα, για τα οποία θα πρέπει να γίνει μέριμνα από τους υπεύθυνους για την αντιμετώπιση και την επίλυση τους, ώστε να επιφέρει όσο το δυνατόν περισσότερα θετικά αποτελέσματα και ευημερία από τον τουρισμό.

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΕ ΒΑΛΚΑΝΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ

• Βουλγαρία

Ο κλάδος του τουρισμού στη Βουλγαρία σημειώνει σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Οι τουριστικές εισπράξεις έχουν αυξηθεί κατά 74,8% την τελευταία πενταετία, από 2.188 εκατ. Λεβ, το 2001, σε 3.823 εκατ. Λεβ (1.955 εκατ. €), το 2005.

Το 2005, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων σε μονάδες με δυναμικότητα μεγαλύτερη των 30 κλινών έφτασε τις 16,1 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 13,5% σε σχέση με το 2004. Από την πλευρά της προσφοράς, το δυναμικό κλινών το 2005 σημείωσε αύξηση 16,4%, φτάνοντας τις 22.144 κλίνες. Από τις 16,1 εκατ. διανυκτερεύσεις, που πραγματοποιήθηκαν, 11,6 εκατ. αφορούσαν αλλοδαπούς, ενώ 4,4 εκατ. αφορούσαν Βούλγαρους πολίτες. Οι διανυκτερεύσεις των ξένων αυξήθηκαν κατά 12,8% το 2005 σε σχέση με το 2004, ενώ οι διανυκτερεύσεις των Βουλγάρων αυξήθηκαν κατά 15,3%.

Όσον αφορά την προέλευση του τουριστικού ρεύματος, το ήμισυ των ξένων τουριστών που επισκέπτονται τη Βουλγαρία προέρχονται από τέσσερις χώρες και συγκεκριμένα από την Ελλάδα, την Π.Γ.Δ.Μ., τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μια κάμψη στη γερμανική αγορά (μείωση 2,7% την περίοδο 2004/05), η οποία όμως αντισταθμίζεται από τη σημαντική άνοδο της βρετανικής αγοράς (35,9%) και άλλων χωρών. Επίσης, ο αριθμός των τουριστών που επισκέφθηκαν τη Βουλγαρία για επαγγελματικούς λόγους αυξήθηκε κατά 90% την τελευταία πενταετία. Αν και το 2005 ο αριθμός των συγκεκριμένων επισκεπτών ξεπέρασε τις 340 χιλιάδες, η χώρα εξακολουθεί να υστερεί έναντι των άλλων γειτονικών χωρών στην οργάνωση επιχειρηματικών γεγονότων.

Οι σημαντικότεροι τουριστικοί προορισμοί της Βουλγαρίας βρίσκονται στα ανατολικά της χώρας και, συγκεκριμένα, στις ακτές που βρέχονται από τη Μαύρη Θάλασσα. Το Bourgas και η Varna διέθεταν το 2005 πάνω από το 60% των εν λειτουργία ξενοδοχειακών κλινών, αντιπροσωπεύοντας και αντίστοιχο μερίδιο στο σύνολο των διανυκτερεύσεων της Βουλγαρίας. Εκτός από θερινό τουρισμό, η Βουλγαρία διαθέτει και ένα ραγδαία αυξανόμενο χειμερινό τουρισμό, ο οποίος αποφέρει το 15% των τουριστικών εισπράξεων της χώρας. Τα τρία μεγαλύτερα χειμερινά θέρετρα της Βουλγαρίας είναι το Bansko, το Borovets και το Pamporovo, τα οποία βρίσκονται στα νότια και κεντρικά της χώρας.

Επίπεδο Τουριστικής Ανάπτυξης ανά Περιοχή.

Η βουλγαρική κυβέρνηση πραγματοποίησε μια αξιολόγηση για να ορίσει σε ποιες περιοχές θα μπορούσε να παρέμβει και να βοηθήσει ουσιαστικά την τουριστική ανάπτυξη. Στο πρώτο μέρος της αξιολόγησης, οι δήμοι χωρίστηκαν σε επτά κατηγορίες τουριστικής ανάπτυξης με βάση τον αριθμό διανυκτερεύσεων σε κάθε δήμο.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η τουριστική βιομηχανία είναι συγκεντρωμένη σε ένα μικρό αριθμό δήμων, καθώς μόνο 14 δήμοι αξιολογήθηκαν ως αναπτυγμένοι. Τρεις παραθαλάσσιοι δήμοι (Varna, Nessebar, Balchik) και η πρωτεύουσα Sofia περιλαμβάνονται στην ομάδα των πολύ ανεπτυγμένων δήμων, καθώς συγκεντρώνουν το 65% των κλινών, το 72% των διανυκτερεύσεων και πάνω από το 77% των τουριστικών εσόδων. Δέκα δήμοι χαρακτηρίστηκαν αναπτυγμένοι, καθώς σε αυτούς σημειώνονται μεταξύ 100 – 400 χιλ. διανυκτερεύσεις. Μεταξύ αυτών, οι δήμοι Sozopol, Primorsko και Bourgas, οι οποίοι ανήκουν στις παραθαλάσσιες περιοχές της

Μαύρης Θάλασσας, οι ορεινοί δήμοι Samokov (θέρετρο Borovets) και Chepelare και τα spa resorts Sadanski, Pavel Banya και Velingrad. Εξαιτίας του μεγάλου αριθμού διανυκτερεύσεων κατά τη διάρκεια των εμπορικών εκθέσεων. Ο δήμος του Plovdiv συγκαταλέγεται επίσης στους ανεπτυγμένους δήμους, ενώ σε όλους τους παραπάνω δήμους αναλογεί περίπου το 14 – 15% όλων των τουριστικών εσόδων στη Βουλγαρία.

Στο δεύτερο μέρος της αξιολόγησης, οι δήμοι χωρίστηκαν σε έξι ομάδες με βάση την ποιότητα των τουριστικών πόρων και το επίπεδο αξιοποίησής τους. Για την εκτίμηση του επιπέδου αξιοποίησής τους, χρησιμοποιήθηκε ο αριθμός διανυκτερεύσεων. Στην πρώτη ομάδα εντάχθηκαν δήμοι με υψηλής ποιότητας πόρους, τους οποίους και εκμεταλλεύονται στον υψηλότερο δυνατό βαθμό. Στην ομάδα αυτή, η πολιτική θα πρέπει να στοχεύει στο να ελέγχει και στο να ορίζει τα όρια της μελλοντικής εκμετάλλευσης των πόρων. Τα κύρια σημεία ανάπτυξης σε αυτές τις περιοχές θα πρέπει να η ποιότητα και η παραγωγικότητα με όρια στην ποσοτική ανάπτυξη. Αυτή η ομάδα συμπεριλαμβάνει την πλειοψηφία των μεγάλων παραθαλάσσιων τουριστικών δήμων Varna, Nessebar, Balchik, Sozopol, Primorsko, Tzarevo και δύο ορεινούς δήμους το Chepelare και το Bansko. Στη δεύτερη ομάδα (με πόρους υψηλού επιπέδου, οι οποίοι όμως δεν έχουν ακόμα πλήρως αξιοποιηθεί) εντάσσονται κάποιοι παραθαλάσσιοι δήμοι (Bourgas, Avren, Dolni Tchiflik, Pomorie, Byala, Shabla), κάποιοι ορεινοί δήμοι (Samokov, Apriltsi, Elena, Peshtera) καθώς και αρκετοί δήμοι με πηγές spa (Pavel Banya, Velingrad, Hisarya, Strelcha, Mineralni Bani, Varshets). Σε αυτούς τους προορισμούς, θα πρέπει να προτεραιότητα στην ποιοτική ανάπτυξη (υψηλότερου επιπέδου ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, ποικιλία προϊόντος, ποιότητα υπηρεσιών, ποιότητα υποδομών). Η Τρίτη ομάδα (με υψηλής ποιότητας πόρους, αλλά με μικρή ως μεσαία αξιοποίηση) αποτελείται από 36 δήμους μεταξύ των οποίων μεγάλες πόλεις και περιφερειακά κέντρα (Sofia, Plovdiv, Veliko Turnovo, Smolian, Stara Zagora, Russe, Gabrovo, Pleven, Schumen, Kurdjali, Dobrich, Sliven, Blagoevgrad, Vraca, Lovech, Kustendil), spa centers και ορεινά κέντρα, ορεινά και ιστορικά κέντρα. Στους δήμους αυτής της ομάδας, η τουριστική εκμετάλλευση θα πρέπει να είναι προσεκτική, καλοσχεδιασμένη και περιορισμένη. Το τουριστικό κεφάλαιο αυτών των δήμων είναι η αυθεντικότητα.

Στην τέταρτη ομάδα «υψηλής ποιότητας, αλλά ανεκμετάλλευτοι πόροι» εντάσσονται 24 δήμοι. Οι δήμοι αυτοί είναι εν δυνάμει τουριστικοί προορισμοί και θα μπορούσαν να αποτελέσουν στοιχεία του περιφερειακού τουριστικού προϊόντος. Τα καταλύματα σε αυτούς τους δήμους είναι είτε μικρών κατηγοριών είτε λίγα είτε δεν υπάρχουν καθόλου. Τέλος, οι υπόλοιπες περιοχές δεν παρουσιάζουν κάποιο ιδιαίτερο τουριστικό ενδιαφέρον.

Ανάπτυξη της Αγοράς

Το 2006, ο αριθμός των αφίξεων ξένων τουριστών στη Βουλγαρία εκτιμάται ότι παρουσίασε αύξηση της τάξης του 5% σε σχέση με το 2005. η γερμανική αγορά παρουσίασε κάμψη για τρίτη συνεχόμενη χρονιά, η οποία όμως αντισταθμίστηκε από τα καλά αποτελέσματα των αγορών της Ρωσίας, της Ρουμανίας, της Βρετανίας, της Ιρλανδίας και των Σκανδιναβικών χωρών. Σύμφωνα με τα στοιχεία της κεντρικής τράπεζας, οι τουριστικές εισπράξεις το πρώτο τρίμηνο του 2006 ήταν μόλις 2,2% μεγαλύτερες, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2005, φτάνοντας τα 225,9 εκατ. €. Σύμφωνα όμως με τα μεγαλύτερα τουριστικά θέρετρα, οι αφίξεις των ξένων τουριστών σημείωσαν διψήφια άνοδο και έτσι δεν αποκλείεται η προς τα πάνω αναθεώρηση των στοιχείων της κεντρικής τράπεζας ως προς τις τουριστικές εισπράξεις.

Η σημαντική αύξηση που προήλθε από τις ξένες αγορές κάλυψε τη μείωση που προέκυψε από την εσωτερική αγορά, λόγω των νέων αυξημένων τιμών στα χιονοδρομικά κέντρα. Η κυβέρνηση υποχρέωσε τα χιονοδρομικά να χρεώνουν τις ίδιες τιμές σε Βούλγαρους και ξένους τουρίστες, οδηγώντας σε μεγάλη αύξηση των εγχώριων τιμών. Τα τρία μεγαλύτερα χειμερινά θέρετρα της Βουλγαρίας είναι το

Bansko, το Borovets και το Pamporovo. Το Bansko βρίσκεται στο νοτιοδυτικό κομμάτι της Βουλγαρίας και πρόκειται για το ταχύτερα αναπτυσσόμενο χειμερινό θέρετρο της χώρας, με εκτιμώμενες επενδύσεις της τάξης των 180 εκατ. €, την περίοδο 2001-2004, και 100 εκατ. € το 2005. επί του παρόντος, η δυναμικότητα του θερέτρου ξεπερνά τα 7.000 δωμάτια, ενώ το δημαρχείο ανακοίνωσε ότι έχει εκδώσει περισσότερες από 350 καινούργιες άδειες ανέγερσης καταλυμάτων. Το Bansko επισκέφτηκαν 600.000 τουρίστες την περίοδο 2005/06, σημειώνοντας 20% αύξηση σε ετήσια βάση, ενώ το Borovets επίσης σημείωσε 20% αύξηση στις αυξήσεις. Σύμφωνα με τον tour operator Balkantourist, το 70% των ξένων τουριστών προήλθαν από τη Βρετανία, ενώ το δεύτερο μεγαλύτερο γκρουπ επισκεπτών ήταν από τη Ρωσία. Μάλιστα, η εταιρεία που εκμεταλλεύεται το χιονοδρομικό κέντρο του Borovets ανακοίνωσε ότι σχεδιάζει να επενδύσει 25-30 εκατ. ευρώ σε νέες εγκαταστάσεις τα επόμενα τρία χρόνια.

Σύμφωνα με τη Balkan Holidays (ο βασικός tour operator που συνεργάζεται με ξενοδοχεία στο Pamporovo), το θέρετρο σημείωσε αύξηση 30% στον αριθμό των οργανωμένων τουριστικών αφίξεων την περίοδο 2005/06. Το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών είναι αλλοδαποί (65-75%), ενώ η εγχώρια αγορά σημείωσε πτώση εξαιτίας των νέων τιμών στο σκι. Η ξενοδοχειακή ένωση του Pamporovo ανακοίνωσε ότι οι πλειοψηφία των τουριστών έρχεται από τη Βρετανία και την Ιρλανδία, ενώ υπάρχει και σημαντικός αριθμός επισκεπτών και από τη Ρωσία, την Τουρκία και την Ελλάδα. Το μικρό χιονοδρομικό κέντρο του Chepelare ανακοίνωσε σημαντική αύξηση στον αριθμό των επισκεπτών, γεγονός που οφείλεται στην αύξηση της κίνησης από Βούλγαρους κυρίως τουρίστες, οι οποίοι και προτιμούν το συγκεκριμένο κέντρο εξαιτίας των χαμηλότερων τιμών του. Μια άλλη εταιρεία, η Sport Tourist Centre Perelik, σχεδιάζει να χτίσει χιονοδρομικό κέντρο αξίας 225 εκατ. ευρώ στις κορυφές Perelik και Kozuyatak στο κέντρο της οροσειράς Ροδόπης, ενώ η εταιρεία Arexim ανακοίνωσε την πρόθεσή της να προβεί στην κατασκευή χιονοδρομικού κέντρου στην κορυφή Perelik του βουνού της Ροδόπης. Η επένδυση αυτή θα είναι της τάξης των 50εκ. ευρώ και αναμένεται να βοηθήσει σημαντικά την ανάπτυξη της περιοχής Smolyan.

Ξενοδοχειακές υποδομές

Σύμφωνα με τα στοιχεία του υπουργείου οικονομίας και ενέργειας της Βουλγαρίας, η πλειοψηφία των διαθέσιμων δωματίων της χώρας ανήκει στην κατηγορία των 3 αστέρων (μερίδιο 43,6% το Σεπτέμβριο του 2004). Ακολουθούν τα ξενοδοχεία 1 και 2 αστέρων με μερίδιο 29,4% και 4 αστέρων με 21,6%. Από την πλευρά της ζήτησης, το 40,4% των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών τουριστών σημειώθηκε σε μονάδες 3 αστέρων, 32,2% σε μονάδες 4 αστέρων, 19,4% σε μονάδες 1 και 2 αστέρων, και 7,9% σε μονάδες 5 αστέρων. Αν τα παραπάνω στοιχεία συνδυαστούν με το γεγονός, από τη μια, της αύξησης στις διανυκτερεύσεις στην κατηγορία 4 και 5 αστέρων και, από την άλλη, της μείωσης στην κατηγορία 1 και 2 αστέρων, προκύπτει το συμπέρασμα ότι η βουλγαρική τουριστική βιομηχανία βρίσκεται σε μια φάση αναδιάρθρωσης, στην οποία αναζητούνται επενδύσεις σε ξενοδοχεία τεσσάρων και πέντε αστέρων και αποκλιμάκωσης των επενδύσεων σε καταλύματα μικρότερων κατηγοριών.

Προβλήματα του κλάδου

Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουριστικός τομέας της Βουλγαρίας, κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, εντοπίζονται στις εξής κατευθύνσεις:

1. Ανεξέλεγκτη οικοδομική δραστηριότητα σε κάποιες τουριστικές περιοχές με αποτέλεσμα τη μείωση της ελκυστικότητάς τους
2. Κακές υποδομές
3. Έλλειψη παροχής ποιοτικών υπηρεσιών
4. Έλλειψη έμπειρου και καλά καταρτισμένου προσωπικού

5. Έλλειψη ποικιλίας στο τουριστικό προϊόν
6. Ανεπαρκής προώθηση του βουλγαρικού τουριστικού προϊόντος
7. Γραφειοκρατικά εμπόδια κατά τη διαδικασία έκδοσης βίζας

Όπως ανακοινώθηκε από την κυβέρνηση, ο Φ.Π.Α. θα παραμείνει στο 20%, ενώ και οι τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες τώρα –κατ’ εξαίρεση- υπόκεινται σε έμμεση φορολογία 7%, σε μερικά χρόνια θα κληθούν να πληρώσουν 20%, όπως ισχύει και στους άλλους κλάδους της βουλγαρικής οικονομίας. Αν και δεν έχει κατατεθεί συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα από την κυβέρνηση, ο ΦΠΑ αναμένεται να αυξηθεί από 7%, το 2007, σε 14%, το 2008 και 20%, το 2009.

Κυβερνητικά προγράμματα για τη δημιουργία υποδομών

Οι υποδομές της Βουλγαρίας χρειάζονται σημαντική βελτίωση, αλλά εξαιτίας της μη διάθεσης κυβερνητικών πόρων, ο κλάδος του τουρισμού θα πρέπει να βασισθεί κυρίως στα ευρωπαϊκά προγράμματα. Την περίοδο 2007-2013, η χώρα θα λάβει, προκειμένου να κατευθύνει προς τον τουριστικό τομέα, πάνω από 12 δις. από διαφορετικά ευρωπαϊκά προγράμματα. Στο τέλος του 2005, η κυβέρνηση ενέκρινε ένα αναπτυξιακό πρόγραμμα για τις νοτιοανατολικές περιοχές για την περίοδο 2007-2013, το οποίο προβλέπει την κατασκευή μονάδων επεξεργασίας μονάδων νερού, δίκτυα αποχέτευσης καθώς επίσης και κέντρα τουριστικών πληροφοριών σε μικρές πόλεις και χωριά, συνολικής αξίας άνω των 613εκ. ευρώ. Συμπληρωματικά των κυβερνητικών επενδύσεων, έμφαση έχει δοθεί στις συμπράξεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Το Βουλγαρογερμανικό consortium Fraport/BM Star θα επενδύσει 563εκ. ευρώ για τον εκσυγχρονισμό των δύο αεροδρομίων, που εξυπηρετούν τους τουριστικούς προορισμούς της Varna και του Bourgas. Η εκμετάλλευση των αεροδρομίων δόθηκε στην εταιρεία για 35 χρόνια και η σχετική απόφαση δημοσιεύθηκε στην εφημερίδα της κυβερνήσεως στις 20-6-2006.

Νομοθεσία

Η κυβέρνηση υιοθέτησε έναν καινούργιο νόμο στην προσπάθειά της να περιορίσει την ανεξέλεγκτη οικοδομική δραστηριότητα στις βουλγαρικές ακτές της Μαύρης Θάλασσας. Ο νόμος εισάγει δύο ζώνες οικονομικής δραστηριότητας. Η ζώνη Α περιλαμβάνει μια ζώνη ειδικής προστασίας, στην οποία εντάσσονται παραλίες, πυκνά δάση, υδροβιότοποι, αμμόλοφοι, λίμνες καθώς και κομμάτια αγροτικής γης και δάσους, που συνορεύουν με παραλίες σε μήκος μεταξύ 50μ. και 100μ. Ο μέγιστος συντελεστής δόμησης στη ζώνη Α είναι 20%, ενώ το ύψος των κτηρίων δεν πρέπει να ξεπερνά τα 7,5μ. Τουλάχιστον το 70% της ζώνης πρέπει να έχει πράσινο και τουλάχιστον η μισή ζώνη πρέπει να είναι φυτεμένη με δέντρα. Η οικοδόμηση εγκαταστάσεων και φρακτών, που θα παρεμποδίζουν την ελεύθερη πρόσβαση στην παραλία, απαγορεύτηκε. Η ζώνη Β περιλαμβάνει αγροτική δασική γη σε βάθος 2 χλμ. από τη ζώνη Α. Ο συντελεστής δόμησης δεν πρέπει να ξεπερνά το 30% και το ύψος των κτηρίων δεν πρέπει να ξεπερνά τα 15μ. Η δημιουργία σκουπιδότοπων και εγκαταστάσεων επεξεργασίας νερού απαγορεύτηκε. Ο νόμος επίσης ορίζει τους όρους «παραλία» και «αιγιαλός» και περιλαμβάνει όλους τους δήμους, οι οποίοι συνορεύουν με παραθαλάσσιες και λίμνες. Η παραλία ορίζεται ως αποκλειστικά κρατική περιουσία, ενώ οι κατασκευές στα παραθαλάσσια θέρετρα απαγορεύονται την περίοδο μεταξύ 1^{ης} Μαΐου και 15^{ης} Οκτωβρίου. Τέλος, οι επενδύσεις στις ζώνες Α και Β θα εγκρίνονται από μια επιτροπή ειδικών του δήμου και άδειες οικοδομής θα δίνονται μόνο εφόσον υπάρχει η κατάλληλη υποδομή, ενώ ο νόμος δε θα επηρεάσει κτίσματα τα οποία έχουν ήδη κτιστεί κατά μήκος της Μαύρης Θάλασσας.

Πίνακας 7

ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑΣ 2001-2005 (ΣΕ ΕΚΑΤ. ΛΕΒ)					
	2001	2002	2003	2004	2005
Ταξιδιωτικά έσοδα	2.187,7	2.428,1	2.932,7	3.498,2	3.823,2
Ταξιδιωτικά έξοδα	1.227,4	1.588,1	1.781,5	2.101,7	2.034,8
Ταξιδιωτικό ισοζύγιο	960,3	840	1.151,2	1396,5	1.788,4

Πηγή: Κεντρική Τράπεζα Βουλγαρίας

Πίνακας 8

ΖΗΤΗΣΗ & ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΞΕΝ/ΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΕΣ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2004-2005						
Περιοχή	Εγκατεστημένο δυναμικό κλινών			Αριθμός διανυκτερεύσεων (σε χιλ)		
	2004	2005	Μεταβολή	2004	2005	Μεταβολή
Μπουργκάς	57.912	78.113	34,90%	4.519	5.363	18,70%
Βάρνα	55.159	60.428	9,60%	4.204	4.916	16,90%
Ντόμπριτς	23.897	22.700	-5%	1.639	1.387	-15,40%
Σόφια	14.560	16.432	12,90%	1.430	1.611	12,70%
Σμόλυαν	6.438	7.096	10,20%	334	542	26,30%
Πλόβντιβ	6.248	6.835	9,40%	429	542	26,30%
Σύνολο	190.040	221.144	16,40%	14.160	16.071	13,50%

Πηγή: Βουλγαρικό Ινστιτούτο Στατιστικής

Πίνακας 9

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2004-2005			
Περιοχή	Αριθμός διανυκτερεύσεων αλλοδαπών (σε χιλ)		
	2004	2005	Μεταβολή
Μπουργκάς	3.983	4.755	19,40%
Βάρνα	3.507	4.103	17%
Ντόμπριτς	1.393	1.135	-18,50%
Σόφια	867	977	12,70%
Σμόλυαν	111	123	10,80%
Πλόβντιβ	146	162	11,00%
Σύνολο	10.304	11.624	12,80%

Πηγή: Βουλγαρικό Ινστιτούτο Στατιστικής

Πίνακας 10

ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΞΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2004-2005						
Χώρα	2004			2005		
	Σύνολο	Για τουρισμό	Επαγγ/κά ταξίδια	Σύνολο	Για τουρισμό	Επαγγ/κά ταξίδια
Ελλάδα	736.069	707.453	28.616	649.548	615.219	34.329
Γερμανία	585.869	565.337	20.532	570.155	545.265	24.890
Π.Γ.Δ.Μ.	657.746	655.974	1.772	547.584	545.861	1.723
Μ. Βρετανία	272.165	259.052	13.113	369.866	353.023	16.843
Σύνολο	4.350.365	4.010.326	271.857	4.362.278	4.090.421	340.039

Πηγή: Βουλγαρικό Ινστιτούτο Στατιστικής

Πίνακας 11

ΖΗΤΗΣΗ & ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΞΕΝ/ΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2003-2004						
Αριθμός διαν/σεων αλλοδαπών τουριστών σε ξεν/κές μονάδες κατά κατηγορία (σε χιλ.)				Καταχωρημένα τουρ. καταλύματα		
Κατηγορία	2003	2004	Μερίδιο '04	Αριθμός καταλυμάτων	Αρ. δωματίων	Μερίδιο
5****	552	814	7,90%	20	3.646	5,40%
4****	2.308	3.322	32,20%	100	14.715	21,60%
3***	3.743	2.004	19,40%	266	20.038	29,40%
1* & 2**	2.834	2.004	19,40%	266	20.038	29,40%
Σύνολο	8.987	10.304	100%	662	68.061	100%

Πηγή: Βουλγαρικό Υπουργείο Οικονομίας & Ενέργειας

• Ρουμανία

Ο κλάδος του τουρισμού στη Ρουμανία δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος. Οι τουριστικές εισπράξεις το 2004 έφθασαν μόλις τα 406εκ. ευρώ, από 352εκ. ευρώ το 2002, με το Βουκουρέστι να αποτελεί τον κύριο πόλο τουριστικών επενδύσεων για τη χώρα. Η ζήτηση για καινούργιες ξενοδοχειακές μονάδες τροφοδοτείται από τον επαγγελματικό τουρισμό. Η πληρότητα των καταλυμάτων αυξήθηκε κατά 4% το 2005, φτάνοντας το 69%, ενώ η μέση τιμή δωματίου στο Βουκουρέστι είναι 106.

Τη διετία 2004-2005, οι τουριστικές επενδύσεις είχαν στόχο τη δημιουργία μικρών και μεσαίων μονάδων κυρίως τριών αστέρων. Σύμφωνα με εκτιμήσεις Ρουμάνων tour operators, 30 νέα ξενοδοχεία και περίπου 400 αγροτουριστικά καταλύματα κατασκευάστηκαν το 2004. Το 2005, 1.500 νέα δωμάτια κατηγορίας τριών και τεσσάρων αστέρων προστέθηκαν στο δυναμικό της χώρας, ενώ το 2006 ξεκίνησε η κατασκευή 58 νέων ξενοδοχειακών μονάδων. Οι επενδύσεις για το 2006 επικεντρώνονται κυρίως σε ξενοδοχεία τεσσάρων και πέντε αστέρων στο Βουκουρέστι και σε μεγάλες πόλεις όπως οι Timisoara, Constanta, Cluj, Arad και Sibiu, ενώ μόνο στο Βουκουρέστι θα λειτουργήσουν 1.600 νέα δωμάτια, 700 εκ των οποίων θα είναι στην κατηγορία των πέντε αστέρων και 400 στην κατηγορία τεσσάρων αστέρων.

Για την περίοδο 2006-2009, οι επενδύσεις σε ξενοδοχειακές μονάδες προβλέπεται να ξεπεράσουν σωρευτικά το 1,1 δις με ενίσχυση του ποσοστού των ξένων άμεσων επενδύσεων. Ο ανταγωνισμός στον τουριστικό κλάδο έχει ενταθεί καθώς, εκτός από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, επενδύσεις άρχισαν να πραγματοποιούν και μεγάλα ταξιδιωτικά πρακτορεία, τα οποία πρόσφατα εκδήλωσαν ενδιαφέρον για τη δημιουργία ιδιωτικών μονάδων. Κάποια από τα πιο σημαντικά τουριστικά πρακτορεία, τα οποία αναμένεται να επενδύσουν σε ξενοδοχειακές μονάδες, είναι τα Marshall Tourism, J'Info Tours και Paralela 45.

Το 2003 και 2005 ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων σε όλα τα τουριστικά καταλύματα της Ρουμανίας παρέμεινε σταθερός στις 17,8εκ. ευρώ διανυκτερεύσεις, ωστόσο η εικόνα δεν είναι ίδια σε όλες τις περιοχές της χώρας. Στο Βουκουρέστι, στο κέντρο και στις νότιες περιοχές, σημειώνεται αύξηση στις διανυκτερεύσεις, ενώ στις υπόλοιπες περιοχές μείωση. Τα βορειοδυτικά της χώρας κατέγραψαν μείωση κατά 22,1% το 2005 σε σχέση με το 2003, εξαιτίας των πλημμυρών που έπληξαν την περιοχή.

Από τις 18,5εκ. ευρώ διανυκτερεύσεις που πραγματοποιήθηκαν στα τουριστικά καταλύματα της χώρας το 2004, 15,2εκ. ευρώ πραγματοποιήθηκαν σε ξενοδοχειακές μονάδες. Από αυτές, 12,2εκ. αφορούσαν Ρουμάνους πολίτες, ενώ μόλις 3 εκατ. αφορούσαν αλλοδαπούς. Οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών αυξήθηκαν κατά 19,3% το 2004, ενώ αντίθετα μείωση κατά 1,6% εμφάνισαν οι διανυκτερεύσεις των Ρουμάνων την ίδια περίοδο. Το γεγονός αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία, εάν συνδυαστεί με τις διαφορετικές προτιμήσεις που δείχνουν οι ξένοι και οι Ρουμάνοι τουρίστες ως προς τον τόπο προορισμού των ταξιδιών τους. Πρώτος σε προτίμηση προορισμός των Ρουμάνων είναι οι παραθαλάσσιες περιοχές στα νοτιοανατολικά της χώρας, όπου το 2004 συγκεντρώθηκε το 32,2% των διανυκτερεύσεων, σε αντίθεση με τους αλλοδαπούς, οι οποίοι προτιμούν το Βουκουρέστι, όπου σημειώθηκε το 26,4 των ξένων διανυκτερεύσεων.

Το 60,1% των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών κατά το 2004 πραγματοποιήθηκε στο Βουκουρέστι και άλλες πόλεις της Ρουμανίας καθώς οι επισκέψεις τους αφορούσαν κυρίως επαγγελματικούς λόγους. Όσον αφορά τους Ρουμάνους, το 35,4% των διανυκτερεύσεων πραγματοποιήθηκε σε μονάδες, οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες spa και ακολουθεί ο θαλάσσιος τουρισμός με μερίδιο διανυκτερεύσεων 24,7%. Ωστόσο, το 2004 ο αριθμός διανυκτερεύσεων σε μονάδες που παρέχουν υπηρεσίες spa σημείωσε πτώση κατά 5,4%, ενώ αντίθετα σημαντική άνοδο σημείωσαν οι διανυκτερεύσεις των Ρουμάνων στο Βουκουρέστι (8,9%) και

στους ορεινούς προορισμούς (7,9%). Για τους αλλοδαπούς τουρίστες, τη μεγαλύτερη αύξηση εμφάνισε ο θαλάσσιος τουρισμός (26,8%).

Η εικόνα που παρατηρείται στην πλευρά της προσφοράς είναι παρόμοια με την εικόνα στη ζήτηση. Το ξενοδοχειακό δυναμικό, σε αριθμό κλινών, σημείωσε αύξηση μόλις 1% το 2004, φτάνοντας τις 160.330 κλίνες. Μείωση παρουσιάζει το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ρουμανίας σε ολόκληρο το βορά, στα δυτικά καθώς επίσης και στη ΝΔ Ολτενία, σε αντίθεση με το Βουκουρέστι, το οποίο εμφανίζει τη μεγαλύτερη αύξηση. Επίσης, το ήμισυ περίπου του δυναμικού των κλινών είναι εγκατεστημένο στο νοτιοανατολικό άκρο της χώρας, το οποίο είναι και το μόνο το οποίο είναι παραθαλάσσιο. Τα κυριότερα τουριστικά θέρετρα είναι τα Mamaia, Neptun και Olimp, τα οποία και βρίσκονται κοντά στο λιμάνι της Constanta και 120-150 χλμ βορείως της βουλγαρικής πόλης Varna, η οποία αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς στη Μαύρη Θάλασσα.

Η Ρουμανία διαθέτει επίσης σημαντικές ξενοδοχειακές υποδομές για spa, εκμεταλλευόμενη το γεγονός ότι διαθέτει το ένα τρίτο των ορυκτών και θερμών πηγών της Ευρώπης. Τα κυριότερα spa της Ρουμανίας είναι: Mangalia, Neptun, Eforie Nord, Covasna, Slanic Moldova, Vatra Dornei, Borese, Sovata, Tusnad, Calimanesti, Govora, Herculane, Buzias και Baile Felix.

Όσον αφορά την ποιότητα του ξενοδοχειακού δυναμικού, αυτό αποτελείται κυρίως από κλίνες κατηγορίας δύο αστέρων (57,3%).

Το 2005, ο αριθμός των τουριστών σημείωσε άνοδο 3,6% και έφτασε τα 5,8εκ. ευρώ, σε αντίθεση με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, ο οποίος σημείωσε μείωση κατά 3,6%, εξαιτίας της μείωσης του μέσου όρου των διανυκτερεύσεων. Κατά τη διάρκεια του 2004, ο αριθμός των ξένων τουριστών που επισκέφτηκαν τη Ρουμανία έφτασε τα 1,36 εκατομμύρια άτομα, ενώ κάθε ξένος πολίτης πραγματοποίησε κατά μέσο όρο 2,5 διανυκτερεύσεις.

Το μεγαλύτερο μέρος των ξένων τουριστών του 2004 προήλθε από την Ιταλία, τη Γερμανία και τη Γαλλία, η δε Ελλάδα διατηρεί σημαντική θέση στην τουριστική κίνηση της χώρας. Η ένταξη της Ρουμανίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η συνεπαγόμενη εφαρμογή του ευρώ, η αυξανόμενη αγοραστική δυνατότητα των Ρουμάνων καθώς και η προώθηση στην αγορά φτηνών τουριστικών πακέτων, προβλέπεται να ενισχύσουν την τουριστική κίνηση.

Κυβερνητικά προγράμματα για τη δημιουργία υποδομών

Σύμφωνα με τον ρουμανικό οργανισμό τουρισμού (ANT), κατά τη διάρκεια της τριετίας 2006-2008, η κυβέρνηση θα διαθέσει 325 εκατ. ευρώ για τουριστικές επενδύσεις. Συγκεκριμένα, 130 εκατ. ευρώ θα διατεθούν για τον εκσυγχρονισμό των χιονοδρομικών κέντρων, 90 εκατ. ευρώ για την ανάπτυξη των παραθαλάσσιων τουριστικών θέρετρων και το δέλτα του Δούναβη, 30 εκατ. ευρώ για την ανάπτυξη των ορεινών περιοχών και 15 εκατ. ευρώ αποκλειστικά για την πόλη Sibiu ως πολιτιστική πρωτεύουσα της Ευρώπης 2007. Επιπλέον, με την είσοδο της Ρουμανίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ο τουριστικός τομέας θα επωφεληθεί με περίπου 3 δις από τα κοινοτικά ταμεία, για την περίοδο 2007-2013.

Επιχειρηματικότητα

Ο γαλλικός όμιλος Accor, έχοντας τρία ξενοδοχεία στο Βουκουρέστι, εγκαινίασε τον Αύγουστο του 2006 το πρώτο τεσσάρων αστέρων Novotel. Το καινούργιο ξενοδοχείο διαθέτει 270 δωμάτια και η επένδυση ήταν της τάξης των 35 εκατ. ευρώ. Ως στόχος έχει τεθεί να επιτευχθεί 50% πληρότητα τον πρώτο χρόνο, ενώ στα πλαίσια του ομίλου είναι και η λειτουργία φθηνών ξενοδοχείων με τις επωνυμίες Etap / Formule 1 / Red Roof μέχρι το 2009. Η Ολλανδική αλυσίδα Continental λειτουργεί 9 ξενοδοχεία στη Ρουμανία και έχει σχεδιάσει να επενδύσει 28 εκατ. ευρώ για το άνοιγμα νέων ξενοδοχείων στις περιοχές Timisoara, Cluj, και Brasov καθώς και για τον εκσυγχρονισμό των μονάδων της στο Βουκουρέστι, Cluj και Sibiu. Ο μακροπρόθεσμος στόχος της εταιρείας είναι να διαθέτει δύο ξενοδοχεία σε κάθε νομό

(ένα στην κατηγορία των τριών αστέρων και ένα στην κατηγορία των τεσσάρων αστέρων). Η εταιρεία Golden Tulip Hotels, Inns & Resorts από τον πρώτο χρόνο λειτουργεί 3 ξενοδοχεία. Το group Cendant και τα brands του (Ramada κ.λπ.) αντιπροσωπεύονται τοπικά από την εταιρεία Trend Hospitality, με 3 συμφωνίες, ενώ έχει ως στόχο να φτάσει τα 30 franchise units στα επόμενα 10 χρόνια. Η εταιρεία NH Hotels εξετάζει να προσθέσει νέες μονάδες στις δύο που διαθέτει, ενώ η K+K άνοιξε το 2006 ξενοδοχείο, το οποίο αγόρασε την προηγούμενη χρονιά. Η Radisson σχεδιάζει να ανακαινίσει και να λειτουργήσει το Bucharest Hotel, το φθινόπωρο του 2007. Τέλος, σύμφωνα με τον αντιπρόεδρο της Starwood Hotels and Resorts, η εταιρεία θα επεκταθεί στη Ρουμανία, είτε με την αλυσίδα Sheraton είτε με την αλυσίδα Le Meridien μέσα στα επόμενα τρία χρόνια. Ανάλογα με την ανάπτυξη της αγοράς θα ακολουθήσουν και οι άλλες αλυσίδες του ομίλου. Οι κύριες πόλεις, στις οποίες ο όμιλος έχει στραμμένο το ενδιαφέρον του, είναι το Βουκουρέστι, το Cluj-Napoca και η Timisoara.

Πίνακας 12

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΗ – ΡΟΥΜΑΝΙΑ 2003-2005			
Περιοχή	2003	2004	2005
Βουκουρέστι	1.176.509	1.359.160	1.481.200
Κέντρο	2.431.668	2.664.724	2.782.100
Νότια Μουντενία	1.704.006	1.781.940	1.807.200
Νοτιοανατολικά	5.153.477	5.397.206	5.139.100
Βορειοανατολικά	1.450.403	1.489.903	1.435.800
Δυτικά	2.034.382	1.938.828	1.835.300
Βορειοδυτικά	2.250.979	2.221.119	1.754.600
Νοτιοδυτική Ολτενία	1.643.159	1.647.670	1.601.800
Σύνολο	17.844.583	18.500.550	17.837.100

Πηγή: Ρουμανικό Ινστιτούτο Στατιστικής

Πίνακας 13

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΡΟΥΜΑΝΙΑ 2003-2004			
Περιοχή	2003	2004	Μεταβολή
Βουκουρέστι	684.039	800.739	17,10%
Κέντρο	353.159	438.011	24%
Νότια Μουντενία	253.510	296.744	17,10%
Νοτιοανατολικά	574.681	707.051	23%
Βορειοανατολικά	158.817	186.735	17,60%
Δυτικά	233.143	248.485	6,60%
Βορειοδυτικά	247.510	307.771	24,30%
Νοτιοδυτική Ολτενία	36.085	45.397	25,80%
Σύνολο	2.540.944	3.030.933	19,30%

Πηγή: Ρουμανικό Ινστιτούτο Στατιστικής

Πίνακας 14

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΕΙΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ – ΡΟΥΜΑΝΙΑ 2003-2004			
Δραστηριότητα	2003	2004	Μεταβολή
Θαλ. Τουρισμός	468.000	593.369	26,80%
Ορεινός τουρισμός	217.000	270.352	24,6%
Spa's	157.000	184.004	17,20%
Αστικός Τουρισμός	1.684.000	2.001	18,90%
Άλλες περιοχές	240.000	283.424	18,10%
Σύνολο	2.766.000	3.333.005	20,50%

Πηγή: Ρουμανικό Ινστιτούτο Στατιστικής

Πίνακας 15

ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ 2004			
Περιοχή	Κλίνες 2004	Κατηγορία	Κλίνες 2004
Βουκουρέστι	10.321	5*****	2.434
Κέντρο	13.872	4****	6.497
Νότια Μουντενία	10.729	3***	27.844
Νοτιοανατολικά	81.298	2**	91.889
Βορειοανατολικά	8.585	1*	27.715
Δυτικά	11.364	Μη καταχωρημένο	3.991
Βορειοδυτικά	14.921		
Νοτιοδυτική Ολτενία	9.240		
Σύνολο	160.330		

Πηγή: Ρουμανικό Ινστιτούτο Στατιστικής

Πίνακας 16

ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΞΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΡΟΥΜΑΝΙΑ 2005			
	Σύνολο	Διανυκτερεύσεις	Μ.Ο. Διαν/σεων
2005	5.839.374	17.837.100	3,1
Ρουμάνοι	4.279.023	15.167.545	3,5
Ιταλία	201.118	420.917	2,1
Γερμανία	172.830	525.322	3
Γαλλία	109.563	249.901	2,3
Ουγγαρία	99.647	212.685	2,1
Ην. Πολιτείες	94.786	201.333	2,1

Τουρκία	37.512	79.225	2,1
Ελλάδα	25.925	58.344	2,3
Βουλγαρία	12.352	27.351	2,2

• Τουρκία

Ο κλάδος του τουρισμού στην Τουρκία σημειώνει σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Οι τουριστικές εισπράξεις έχουν υπερδιπλασιασθεί την τελευταία πενταετία από 8.090 εκατ. δολάρια, το 2001, σε 18.152 εκατ. δολάρια, το 2005.

Το 2005, αποτέλεσε χρονιά ρεκόρ καθώς ο αριθμός των ξένων τουριστών, οι οποίοι επισκέφτηκαν τη χώρα, έφτασε τους 21,1 εκατ. δολάρια, σημειώνοντας αύξηση 20,6%. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της τουρκικής στατιστικής υπηρεσίας, ο αριθμός των αφίξεων ξένων τουριστών εμφανίζεται μειωμένος το 2006. Συγκεκριμένα, την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2006 σημειώθηκε πτώση στις αφίξεις κατά 5% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2005. Πτώση 8% σημείωσε η αγορά της Γερμανίας, εξαιτίας, μεταξύ άλλων, της διοργάνωσης του Παγκοσμίου Κυπέλλου. Το μεγαλύτερο μέρος των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Τουρκία προέρχεται από τη Γερμανία (20,1% των αφίξεων το 2005) και ακολουθούν η Ρωσία, η Βρετανία, η Βουλγαρία και η Ολλανδία. Η Ελλάδα κατέχει την όγδοη θέση, καθώς οι Έλληνες που επισκέφθηκαν τη γείτονα χώρα το 2005, ανήλθαν σε 585.000. Σύμφωνα με τον Τούρκο υπουργό τουρισμού, το 75% των τουριστών αγοράζουν all inclusive υπηρεσίες.

Τα κυριότερα τουριστικά θέρετρα της χώρας είναι η Antalya, την οποία επισκέφθηκαν 6,9 εκατ. ευρώ τουρίστες το 2005, η περιοχή Mugla στη νοτιοδυτική Τουρκία με 4,8 εκατ. και η Κωνσταντινούπολη με 2,8 εκατ. τουρίστες. Τα τρία τελευταία χρόνια (2003-2005) ο αριθμός αφίξεων στην Τουρκία έχει αυξηθεί κατά 50,6%.

Το δυναμικό κλινών της Τουρκίας για το 2005 σημείωσε αύξηση κατά 6,4%, φθάνοντας τις 483.330 κλίνες και τα 2.412 καταλύματα. Το μέσο μέγεθος των καταλυμάτων συνέχισε να κινείται ανοδικά, για να φθάσει, το 2005, τις 200 κλίνες, έναντι 185, το 2001. Οι περιοχές με τη μεγαλύτερη τουριστική υποδομή είναι η Antalya με 202.102 κλίνες, η Mugla με 77.332 κλίνες και η Κωνσταντινούπολη με 53.074 κλίνες. Από τις 483.330 το 2005, οι 395.623 βρίσκονται σε ξενοδοχειακές μονάδες, ενώ οι υπόλοιπες βρίσκονται σε άλλου είδους τουριστικά καταλύματα. Όσον αφορά την κατηγορία των τουρκικών ξενοδοχειακών καταλυμάτων, πάνω από το 60% των ξενοδοχειακών κλινών ανήκει στην κατηγορία 4 ή 5 αστερών.

Η ιδιοκτησία της πλειοψηφίας των τουρκικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ανήκει σε Τούρκους επιχειρηματίες, καθώς από το 2002 έχουν εισρεύσει λιγότερα από 50 εκατ. δολάρια στον κλάδο με τη μορφή ξένων άμεσων επενδύσεων. Σύμφωνα με τον πρόεδρο της τουρκικής ένωσης τουριστικών επενδύσεων, σε ξένους επενδυτές αναλογεί το 12% των συνολικών τουριστικών επενδύσεων. Το σχήμα, που συνήθως προτιμάται, είναι η λειτουργία των μονάδων από ξένες εταιρείες, οι οποίες δίνουν κάποια προμήθεια στους Τούρκους ιδιοκτήτες για τη χρήση των εγκαταστάσεων.

Προβλήματα του κλάδου

Μερικά από τα σημαντικότερα προβλήματα του τουριστικού κλάδου στην Τουρκία, συνοψίζονται στα παρακάτω:

1. Γεωπολιτική αστάθεια: σημαντικό εμπόδιο για την ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί η γεωπολιτική αστάθεια της περιοχής. Τα γεγονότα στην περιοχή της Μέσης

Ανατολής και οι συνεχείς βομβιστικές επιθέσεις στα τουρκικά τουριστικά θέρετρα αποτελούν αστάθμητους παράγοντες, οι οποίοι ανεβάζουν αισθητά το ρίσκο μιας τουριστικής επένδυσης, καθώς καθιστούν τα μελλοντικά έσοδα εξαιρετικά αβέβαια. Δυσάρεστα περιστατικά οδηγούν σε σημαντικές ακυρώσεις της τελευταίας στιγμής, οι οποίες είναι δύσκολο να αναπληρωθούν, αν συνυπολογισθεί η εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος.

2. Υψηλός Φ.Π.Α.: το τουρκικό υπουργείο τουρισμού ανακοίνωσε ότι μελετάται η μείωση του ΦΠΑ από 18% σε 8% στις τουριστικές επιχειρήσεις. Η μείωση αυτή του φόρου θα γίνει μόνο, αν δεν απειλείται η δημοσιονομική σταθερότητα και θα έχει ως στόχο τη στήριξη της τουριστικής βιομηχανίας, η οποία επηρεάστηκε από μια σειρά παραγόντων το 2006.

3. Χαμηλές κυβερνητικές δαπάνες για τη στήριξη του τουρισμού: τα επενδυτικά κίνητρα στον κλάδο του τουρισμού περιορίζονται στη διάθεση δημόσιας γης, η οποία βρίσκεται μέσα στα όρια τουριστικής περιοχής ή τουριστικού κέντρο. Για την προώθηση του τουρκικού τουρισμού, διατίθενται ετησίως περίπου 70 εκατ. ευρώ. Τα ενδιαφερόμενα μέρη θα ήθελαν την παροχή περισσότερων κινήτρων και την αύξηση του ποσού που διατίθεται για την προώθηση του τουρισμού.

Τουριστικές περιοχές που υπάγονται στα τουριστικά κίνητρα

Για τα επόμενα χρόνια, η τουρκική κυβέρνηση έχει θέσει ως προτεραιότητα την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών Cesme, Didim, Dalaman, North Antalya και Manavgat / Oumanipar. Στις περιοχές αυτές σχεδιάζεται από το υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού η παραχώρηση δημόσιας γης για τη δημιουργία 272.000 κλινών.

➤ Στην περιοχή Cesme, η οποία βρίσκεται 80 χλμ. από το κέντρο της Σμύρνης, διατίθενται 5 εκτάσεις δημόσιας γης για τουριστικές επενδύσεις, συνολικού εμβαδού 4.990 εκταρίων, στις οποίες σχεδιάζεται η δημιουργία 72.000 κλινών.

➤ Στην περιοχή Didim, η οποία απέχει 150 χλμ. από το αεροδρόμιο Adnan Menderes, 120 χλμ. από το διεθνές αεροδρόμιο Dalaman και 90 χλμ. από το διεθνές αεροδρόμιο Bodrum, διατίθενται 7 εκτάσεις δημόσιας γης για τουριστικές επενδύσεις, συνολικού εμβαδού 8.789 εκταρίων, στις οποίες σχεδιάζεται η δημιουργία 70.000 κλινών.

➤ Στην περιοχή North Antalya, η οποία βρίσκεται 25 χλμ. από το κέντρο της Antalya, διατίθενται 7 εκτάσεις δημόσιας γης για τουριστικές επενδύσεις, συνολικού εμβαδού 15.000 εκταρίων, στις οποίες σχεδιάζεται η δημιουργία 50.000 κλινών.

➤ Στην περιοχή Manavgat / Oumanipar, η οποία βρίσκεται 80 χλμ. από το κέντρο της Antalya, διατίθενται 4 εκτάσεις δημόσιας γης για τουριστικές επενδύσεις, συνολικού εμβαδού 5.950 εκταρίων, στις οποίες σχεδιάζεται η δημιουργία 30.000 κλινών.

Πίνακας 17

ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΤΟΥΡΚΙΑΣ 2001-2005 (ΣΕ ΕΚΑΤ. \$)					
	2001	2002	2003	2004	2005
Ταξιδιωτικά έσοδα	8.090	8.479	13.203	15.888	18.152
Ταξιδιωτικά έξοδα	1.738	1.880	2.113	2.524	2.872

Ταξιδιωτικό ισοζύγιο	6.352	6.599	11.090	13.364	15.280
-------------------------	-------	-------	--------	--------	--------

Πηγή: Τουρκική Κεντρική Τράπεζα

Πίνακας 18

ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΞΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΤΟΥΡΚΙΑ 2005	
Χώρα	2005
Γερμανία	4.243.584
Χώρες Κ.Α.Χ.*	3.432.082
Βρετανία	1.757.843
Βουλγαρία	1.621.918
Ολλανδία	1.254.153
Σύνολο	21.124.886

*Πρόκειται για τις χώρες της Κοινοπολιτείας Ανεξαρτήτων Χωρών στις οποίες περιλαμβάνεται και η Ρωσία και κάποιες από τις χώρες τις πρώην Ε.Σ.Σ.Δ.

Πηγή: Turkish Tourism Investment Association, Τουρκική Κεντρική Τράπεζα

Πίνακας 19

ΖΗΤΗΣΗ & ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΞΕΝ/ΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΕΣ – ΤΟΥΡΚΙΑ 2003-2005					
Εγκατεστημένο δυναμικό κλινών			Αριθμός Αφίξεων		
Περιοχή	2004	2003	2004	2005	Μεταβολή
Αττάλεια	202.102	4.682.104	6.047.246	6.884.636	13,80%
Μούγλα	77.332	3.148.266	3.473.185	4.849.220	39,60%
Κων/πολη	53.074	1.998.559	2.526.407	2.835.893	12,30%
Σμύρνη	25.138	534.880	764.658	788.999	3,20%
Αιδίνιο	22.561	275.336	257.774	338.923	31,50%

Άλλες	103.123	3.390.413	4.448.340	5.427.215	22%
Σύνολο	483.330	14.029.558	17.516.610	21.124.886	20,60%

Πηγή: Τουρκικό Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού

Πίνακας 20

ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ – ΤΟΥΡΚΙΑ 2005			
Κατηγορία	Καταλύματα	Κλίνες	Μερίδιο κλινών
5****	189	121.860	30,80%
4****	384	121.708	30,80%
3***	577	87.684	22,20%
1* & 2**	800	64.371	16,20%
Σύνολο	1.950	395.623	100%

Πηγή: Τουρκική Κεντρική Τράπεζα

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Βαρβαρέσος Σ. «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές», Αθήνα 1998, Εκδόσεις Προπομπός.
2. Βαρβαρέσος Σ. «Τουρισμός Οικονομικές Προσεγγίσεις», Αθήνα 1998, Εκδόσεις Προπομπός.
3. Ηγουμενάκης Νικ. «Τουριστικό Μάρκετινγκ», Αθήνα 1992, Εκδόσεις Interbooks.
4. Ηγουμενάκης Νικ. «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', Αθήνα 1997, Εκδόσεις Interbooks.
5. Κλαφιώτης Σ., «Εισαγωγή στην Θεωρία του Τουρισμού», Έκδοση Β', Αθήνα 1976, Εκδόσεις Interbooks.
6. Λαλούμης Δ. – Ρούπας Β., «Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων», Αθήνα 1996, Εκδόσεις Interbooks.
7. Παλάσκα-Παπαστάθη Ε., «Τουριστικός Οδηγός Κρήτης», Αθήνα, Εκδόσεις Αδάμ.
8. Παπαδάκη-Τζεδάκη Στ., «Ενδογενής Τουριστική Ανάπτυξη – Διαρθρωμένη ή Αποδιαρθρωμένη Τουριστική Ανάπτυξη;», Αθήνα 1999, Εκδόσεις Παπαζήση.
9. Πουλάκου Α., «Στοιχεία Εργατικής και Ξενοδοχειακής Νομοθεσίας», Αθήνα 1993, Εκδόσεις Interbooks.
10. Τσάρτας Π., «Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού στους Κέρκυρας και Λασιθίου», Αθήνα 1995, Εκδόσεις ΕΚΚΕ-ΕΟΤ.
11. Λάινος Ι., «Οικονομική Εναέριων Μεταφορών Σε Ανταγωνιστικό Περιβάλλον».

Άρθρα από επιστημονικά περιοδικά

1. Οικονομικός Ταχυδρόμος, Τεύχη ετών 1998-2003.
2. Περιοδικό Τουρισμός και Οικονομία, Τεύχη ετών 1999-2007.
3. Περιοδικό Τουριστική Αγορά, Τεύχη ετών 1998-2007.
4. The Tourism Report, Τεύχη 1-38.
5. Travel Times, Τεύχη 1-35.

Διαδουκτιακοί Τόποι

1. www.gnto.gr – Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.
2. www.culture.gr – Υπουργείο Πολιτισμού.
3. www.yen.gr – Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας.
4. www.minagric.gr – Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων.
5. www.economics.gr – Υπουργείο Εθν. Οικονομίας & Οικονομικών.
6. www.peri-crete.gr – www.crete-region.gr – Περιφέρεια Κρήτης.
7. www.traveldailynews.gr – Ηλεκτρονική Εφημερίδα “Travel Daily News”.
8. www.statistics.gr – Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας (ΕΣΥΕ).
9. www.eurostat.com – Eurostat.
10. www.wto.com – World Tourism Organization (WTO).

11. www.wef.com – World Economic Forum (WEF) – The Travel and Tourism Report 2007
- 12.
13. www.eot.gr – Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ).
14. www.biz2crete.gr – Πύλη Επιχειρηματικής Πληροφόρησης – Πανόραμα Κρήτης.
15. www.hcaa.gr – Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας.
16. www.hapco.gr – Hellenic Association of Professional Congress Organizers.
17. www.ste.edu.gr – Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης (ΟΤΕΚ).
18. www.aia.gr – Athens International Airport.
19. www.tourism-development.gr – Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης.
20. www.grhotels.gr – Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ).
21. www.poet.gr – Πανελλήνια Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού (ΠΟΕΤ).

Άλλες Πηγές

1. Εθνική Τράπεζα Βουλγαρίας.
2. Βουλγαρικό Ινστιτούτο Στατιστικής.
3. Βουλγαρικό Υπουργείο Οικονομίας & Ενέργειας.
4. Ρουμανικό Ινστιτούτο Στατιστικής.
5. Τουρκική Κεντρική Τράπεζα.
6. Τουρκικό Υπουργείο Πολιτισμού & Τουρισμού.

