

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΣΤΕΛΕΧΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ
ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΝ**

Βιβλιοθήκη ΤΕΙΜ

ΘΕΜΑ

Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ



Πτυχιακή εργασία

**Της σπουδάστριας
Λιτοβολής Ι. Γιαννούλας**

**Επόπτης καθηγητής
Δημήτρης Φύλακτος**

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2004



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣσελ. 5

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 :ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....σελ.7	
1.1.1 ΓΕΝΙΚΑ.....σελ.7	
1.1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΙΣΧΥΡΩΝ ΚΑΙ ΑΣΘΕΝΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ(απειλές, ευκαιρίες).....σελ.7	
1.1.3 ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΗΝ ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣσελ.11	
1.2 ΑΞΟΝΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....σελ.12	
1.3 Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....σελ.12	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:ΑΡΝΗΤΙΚΟ ΚΛΙΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 ΑΡΝΗΤΙΚΟ ΚΛΙΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....σελ.15	
2.2 ΥΨΗΛΟΤΕΡΟ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΖΩΗΣ ΣΤΙΣ ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ.....σελ.20	
2.3 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΡΙΣΗ ΥΦΕΣΗ Ή ΚΑΤΙ ΑΛΛΟ....σελ.22	

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΜΕΛΕΤΗ «ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2010 »ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....σελ.25
3.2 ΚΥΡΙΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ «ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2010»σελ.26
3.3 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ-ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....σελ.28
3.4 ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΣ ΑΛΛΑ ΟΧΙ ΕΝΘΟΥΣΙΑΣΜΕΝΟΣ Ο ΞΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ.....σελ.31

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

4.1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑσελ.41
4.2 ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑσελ.43
4.3 RECITE (REGIONS AND CITIES OF EUROPE)σελ.45
4.4 ECOS / OUVERTUREσελ.46
4.5 ΟΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ Ή ΜΕΛΕΤΕΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΔΡΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 10 ΤΟΥ Ε. Τ .Π. Ασελ.47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ - ΔΡΑΣΕΙΣ -ΑΞΟΝΕΣ

5.1 ΑΞΟΝΑΣ 'Α.....σελ.50
5.2 ΑΞΟΝΑΣ 'Β.....σελ.54
5.3 ΑΞΟΝΑΣ 'Γ.....σελ.58

ΕΝΟΤΗΤΑ 4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ ΔΡΑΣΗΣ

6.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ ΕΘΝΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 7 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2003.....σελ.62
6.2 ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ ΔΡΑΣΗΣσελ.100

Τουρισμός

..ένα τοπίο δεν είναι, όπως το αντιλαμβάνονται μερικοί, κάποιο απλώς σύνολο γης, φυτών και υδάτων. Είναι η προβολή της ψυχής ενός λαού επάνω στην ύλη.

Οδυσσεύς Ελύτης

Η Ελλάδα είναι μια εξαιρετικά πολυπρόσωπη χώρα. Είναι σίγουρο ότι χρειάζονται πολύ περισσότερες από μια επισκέψεις για να μπορείς να πεις ότι γνωρίζεις καλά κάποιο από αυτά τα πρόσωπά της. Για το λόγο αυτό, οι επισκέπτες που έρχονται για πρώτη φορά στην Ελλάδα, τις περισσότερες φορές επιστρέφουν, για να ξαναζήσουν ό,τι τους εντυπωσίασε ή για να εξερευνήσουν όσα δεν μπόρεσαν προηγούμενες φορές. Και αν είναι κάτι στο οποίο όλοι συμφωνούν, είναι ότι φεύγοντας – ανεξάρτητα από το πόσες φορές έχεις επισκεφθεί τη χώρα – έχεις πάντα την αίσθηση ότι κάποιο μεγάλο κομμάτι της το έχεις χάσει και άρα υπάρχουν πάντα πολλοί λόγοι για να επιστρέψεις ξανά. Τα ταξίδια αναχώρησης από την Ελλάδα, είναι πάντα ταξίδια προγραμματισμού της επιστροφής σε αυτήν.

Τουρισμός και Ελλάδα είναι δυο έννοιες που συνδέονται άμεσα γεννώντας στο νου γοητευτικούς συνειρμούς από εικόνες, ήχους, αισθήσεις, πρόσωπα. Το μεσογειακό εύκρατο **κλίμα της χώρας**, η ποικιλομορφία του περιβάλλοντος, τα μνημεία και η ιστορία της, οι πεντακάθαρες θάλασσες και η παροιμιώδης φιλοξενία του Ελληνικού λαού, προσελκύουν εδώ και πολλά χρόνια μεγάλο αριθμό τουριστών στη χώρα. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου

Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15^η θέση μεταξύ των χωρών του πλανήτη με τις περισσότερες αφίξεις (περίπου 12,5 εκ. τουρίστες το 2000). Ως είναι επόμενο, ο τουρισμός είναι και μια από τις βασικές πλουτοπαραγωγικές πηγές της χώρας, γεγονός το οποίο επιβεβαιώνεται και από το ότι η Ελλάδα κατέχει τη 10^η θέση, μεταξύ των χωρών με τις μεγαλύτερες εισπράξεις από τον τουρισμό σε όλο τον κόσμο.

Η τουριστική υποδομή στην Ελλάδα είναι πλήρως αναπτυγμένη. Κυριολεκτικά σε κάθε γωνιά της χώρας μπορεί κανείς να βρει τουριστικά γραφεία έτοιμα να εξυπηρετήσουν τον επισκέπτη, παρέχοντας τις απαραίτητες πληροφορίες και την οργανωτική υποδομή για διαφορετικά είδη τουρισμού στη χώρα.

Οι δυναμικές προσπάθειες του Ελληνικού λαού στην ανάπτυξη των υπηρεσιών τουρισμού έχουν καταστήσει την Ελλάδα σημαντικό πόλο έλξης για ανθρώπους από ολόκληρο τον πλανήτη και μάλιστα ανθρώπους με διαφορετικές προτιμήσεις και ανάγκες. Μεγάλης σημασίας για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα είναι και ο ρόλος του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.), που προσπαθεί συνεχώς να ενσωματώνει τις αρχές της αειφορίας στις πρακτικές ανάπτυξης του τουριστικού τομέα, προωθώντας την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας. Γραφεία του Ε.Ο.Τ. μπορούν να βρεθούν τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

1.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1.1 Ανάλυση πλεονεκτημάτων και αδυναμιών

Ο κύριος στόχος της μελέτης στον τομέα του τουρισμού ήταν να αναδείξει τις δυνατότητες που υπάρχουν για την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

Ο τομέας του τουρισμού είναι ένας από τους βασικούς της οικονομίας. Γενικά έχει μια ικανοποιητική απόδοση τα τελευταία χρόνια παρά την διαπίστωση ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες δεν έχουν πάντα το απαιτούμενο επίπεδο ποιότητας το οποίο θα πρέπει και να προβληματίσει.

1.1.2 Ανάλυση ισχυρών και ασθενών σημείων

Η ανάλυση των πλεονεκτημάτων, των μειονεκτημάτων, των απειλών και των ευκαιριών (SWOT analysis) για τον τομέα του τουρισμού παρουσιάζει διάφορες πτυχές που άπτονται στην ανάπτυξη του τομέα. Η ανάλυση των μειονεκτημάτων παρουσιάζει τον τουριστικό τομέα να στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό σε πρωτοβουλίες του δημόσιου τομέα (θέματα σχεδιασμού ανάπτυξης, προστασίας περιβάλλοντος κτλ.). η αγορά των τουριστικών προϊόντων είναι άκρως ανταγωνιστική και πρέπει να ληφθούν άμεσες πρωτοβουλίες για την διατήρηση του εισοδήματος στον τουριστικό τομέα σε τουριστικά μέρη.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Παραδοσιακός 'δοκιμασμένος' προορισμός για τον τουρισμό. Το τουριστικό προϊόν είναι σχετικά καλής ποιότητας. • Ισχυρή τάση προτίμησης από ένα μέρος της αγοράς, του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος. Μεγάλος αριθμός ξενοδοχείων που προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και ύπαρξη καλά οργανωμένων τουριστικών επιχειρηματιών (τοπικά). • Υπάρχουν σημαντικά πολιτιστικά και ιστορικά μνημεία (δεν περιορίζονται μόνο στους αρχαιολογικούς χώρους). • Υπάρχει ικανοποιητικό επίπεδο παροχής υπηρεσιών. Το αίσθημα φιλοξενίας και προθυμίας για εξυπηρέτηση είναι αναπόσπαστο κομμάτι του επ. τουρισμού. • Το κλίμα είναι ευνοϊκό για κάθε είδους δραστηριότητα στην ύπαιθρο, κατά το μεγαλύτερο μέρος του έτους. • Καλές αεροπορικές συγκοινωνίες. • Πολύ καλές ακτοποϊκές συγκοινωνίες και συχνά δρομολόγια με σύγχρονα πλοία των νησιών και της υπόλοιπης Ελλάδας. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ο τουριστικός τομέας επηρεάζεται άμεσα από τα προβλήματα του περιβάλλοντος που προκαλούν άλλες δραστηριότητες. • Η πολιτισμική επίδραση του τουρισμού έχει αρνητικές επιπτώσεις. • Η κρατική υποδομή – δρόμοι, αεροδρόμια, αποχετεύσεις, συλλογή απορριμμάτων, ύδρευση-δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες του συνεχώς αυξανόμενου αριθμού επισκεπτών στο νησί. • Για να επιτευχθεί κάλυψη των κλινών και αυξημένη εισροή τουριστών μειώνονται οι τιμές προσφοράς τουριστικών πακέτων, γεγονός που οδηγεί σε μικρά περιθώρια κέρδους και συνεπώς μείωση δυνατότητας των επιχειρήσεων για επενδύσεις και περιορισμού της δυνατότητας προσέλκυσης τουριστών με ψηλό εισόδημα. • Το τουριστικό προϊόν στηρίζεται άμεσα στους ξένους τουριστικούς επιχειρηματίες, το γεγονός αυτό μειώνει τη ζήτηση της καινοτομίας στον τομέα του τουρισμού από το τοπικό σύστημα (εισαγόμενες καινοτομικές λύσεις). • Το σύστημα εκπαίδευσης και διαρκούς επιμόρφωσης των εργαζομένων στον τομέα του τουρισμού είναι

	<p>ανεπαρκές.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Η ποιότητα του τουριστικού προϊόντος δεν είναι πάντα η απαιτούμενη σε ορισμένους τομείς (π.χ. υπηρεσίες εστίασης) και το σύστημα πιστοποίησης και ελέγχου της ποιότητας είναι ανεπαρκές ή δεν υφίσταται. • Ο έλεγχος για την ορθολογική οικιστική ανάπτυξη στις τουριστικές περιοχές είναι ελλιπής και μη αποτελεσματικός, με αποτέλεσμα να μη μπορεί να ανακοπεί η παράνομη και άναρχη δόμηση που αλλοιώνει την παραδοσιακή εικόνα του.
--	---

Απειλές	Ευκαιρίες
<ul style="list-style-type: none"> • Υψηλός ανταγωνισμός από άλλους τουριστικούς προορισμούς (γύρω από τη Μεσόγειο) με χαμηλότερο κόστος. • Οι ξένοι τουριστικοί επιχειρηματίες αναπτύσσοντας συνεργασίες μεταξύ τους, επιτυγχάνουν καλύτερες τιμές προώθησης των τουριστικών προϊόντων σε σύγκριση με τους ντόπιους επιχειρηματίες. • Η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος στηρίζεται σε μια περιορισμένη αγορά (μικρός αριθμός διαφορετικών κρατών προέλευσης των 	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη ενός νέου πακέτου τουριστικού προϊόντος (για τη χειμερινή περίοδο) στηριζόμενο στις δεξιότητες και τις δυνατότητες που έχουν αναπτυχθεί στην Περιφέρεια. (π. χ. ιατρικός, συνεδριακός, περιηγητικός τουρισμός). • Ανάπτυξη οικολογικού τουρισμού με βάση την πλούσια πανίδα και χλωρίδα που διαθέτει (συμπεριλαμβανομένου και του θαλάσσιου φυσικού περιβάλλοντος). • Ορθολογική ανάπτυξη των πολιτιστικών, αλλά και άλλων μορφών

<p>τουριστών).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ο καλοκαιρινός τουρισμός είναι ευάλωτος στις μεταβολές των τιμών του τουριστικού προϊόντος (ευάλωτος και στις διακυμάνσεις της αγοράς συναλλάγματος). • Έλλειψη σχεδιασμού στην ανάπτυξη έργων υποδομής, απειλεί περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (παράδειγμα, Γραμβούσα). • Μη ορθολογικά σχεδιασμένη δημιουργία οδικών αρτηριών στη νότια πλευρά του νησιού μπορεί να ενθαρρύνει την άναρχη δόμηση και ανάπτυξη έργων υποδομής, όπως ακριβώς έγινε και στη βόρεια πλευρά. • Δεν υπάρχει στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του τουρισμού. 	<p>δραστηριοτήτων.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη και προώθηση του Αγροτο-τουρισμού στα πρότυπα επιτυχημένων παραδειγμάτων (αποτελεί μόνο το 2% του τουρισμού). • Δημιουργία νέων χώρων αναψυχής και κέντρων προσέλκυσης του τουριστικού ενδιαφέροντος (κήποι, θαλάσσια πάρκα, κτλ). • Ενίσχυση της Εταιρίας Τουρισμού, ειδικότερα για τις δράσεις προώθησης του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό. • Δράσεις ενθάρρυνσης των αεροπορικών εταιρειών να συμπεριλάβουν στο πρόγραμμά προορισμών τους. • Περαιτέρω ανάπτυξη των δράσεων ηλεκτρονικού εμπορίου που βρίσκονται ήδη σε εφαρμογή. Στο σημείο αυτό δεν έχει προωθήσει το νέο μοντέλο όσο θα μπορούσε και όσο το έχουν κάνει άλλες τουριστικές περιοχές. • Βελτίωση της ποιότητας των τροφίμων και ποτών. Ουσιαστικός ο ρόλος του δικτύου Εταιριών Διατροφής.
---	---

1.1.3 Μεταβολές στη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος

Η Ελλάδα παραμένει ένας 'παραδοσιακός' προορισμός αναψυχής που προσφέρει ήλιο, θάλασσα, παραλίες και πολιτισμικά μνημεία. Η ζήτηση αυτού του είδους τουριστικών πακέτων

εξακολουθεί να αυξάνεται, αλλά με χαμηλούς ρυθμούς. Αντίθετη με τους χαμηλούς ρυθμούς αύξησης που προαναφέρθηκαν, είναι η ταχεία μεταβολή των απαιτήσεων των καταναλωτών για προορισμούς που προσφέρουν υψηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν όσον αφορά τη διανομή, το φυσικό περιβάλλον και την παροχή διαφοροποιημένων τουριστικών υπηρεσιών.

Μεγάλη μερίδα του μαζικού τουρισμού θα πρέπει να οδηγηθεί στο μέλλον σε χώρους με καινούργιες εγκαταστάσεις και ελκυστικό φυσικό περιβάλλον. Οι εγκαταστάσεις τέτοιων χώρων θα περιλαμβάνουν για παράδειγμα, γήπεδα γκολφ, κέντρα παροχής υπηρεσιών σε θέματα υγείας, και γενικά διάφορες εγκαταστάσεις αναψυχής και παροχής υπηρεσιών (υπαίθριες ή μη).

Η ζήτηση ιατρικών και νοσηλευτικών υπηρεσιών σε τουριστικούς προορισμούς αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά, παρόλα αυτά όμως η αύξηση του ποσοστού του μεριδίου ενός τέτοιου τουριστικού προϊόντος στην αγορά, είναι μικρής κλίμακας, όπως άλλωστε είναι η ζήτηση στα 'μικρά εξειδικευμένα παράθυρα' της αγοράς (niche markets). Όμως η προσφορά τέτοιων υπηρεσιών στο νησί ενισχύει τη συνολικότερη εικόνα του τουριστικού προϊόντος.

1.2 Άξονες προτεραιότητας για την ανάπτυξη ενός στρατηγικού σχεδίου για τον τουρισμό.

Οι σκέψεις και ο ενθουσιασμός των ειδικών και των ενδιαφερομένων για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος εστιάζονται στα παρακάτω:

- Βελτίωση της ποιότητας του 'παραδοσιακού' τουριστικού προϊόντος που προσελκύει και το μεγάλο ρεύμα μαζικού τουρισμού

- Νέα πακέτα τουριστικών προϊόντων για niche markets της αγοράς
- Εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου και των
- Τουριστικό μάρκετινγκ και έρευνας αγοράς

Όλα τα παραπάνω χρειάζονται άμεση υποστήριξη από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα με στόχο την δημιουργία υποδομών υψηλής ποιότητας που θα συμβάλει στον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας στρατηγικής για τον τουρισμό. Είναι αναγκαίο να υιοθετηθούν προτεραιότητες σχετικά με τα έργα που θα υλοποιηθούν και γενικότερα με τις δράσεις που θα αναληφθούν ή εφαρμόζονται ήδη με στόχο τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Ένα από τα κλειδιά για την εισαγωγή.

1.3 Η αναγκαιότητα της καινοτομίας στον τουρισμό

Σύμφωνα με την επικρατούσα άποψη, ο τουρισμός πρέπει να είναι μια καινοτόμα βιομηχανία, μάλιστα μερικές κριτικές τον παρομοιάζουν ως μια επιχείρηση εξόρυξης και εκμετάλλευσης ενός προϊόντος, η οποία μπορεί εύκολα να μετακινηθεί σε καινούργιο κοίτασμα όταν το παλιό εξαντληθεί, αφήνοντας κάποιον άλλο να αποκαταστήσει την υποβάθμιση και ακαταστασία που προκάλεσε. Υπάρχει μια συνεχής αναζήτηση για προσφορά νέων εμπειριών, υπηρεσιών και γενικότερα νέων προορισμών, στον επισκέπτη που αναζητά την περιπέτεια. Η συνεχής αυτή αναζήτηση επιβάλλεται από τον τρόπο ζωής των τουριστών αλλά και τις ειδικές ανάγκες της αγοράς. Άλλες αγορές επίσης δεν ενδιαφέρονται για νέα τουριστικά πακέτα αλλά αρκούνται στα παραδοσιακά. Τα κύρια χαρακτηριστικά των πωλήσεων σε αυτό το μερίδιο της αγοράς είναι η ασφάλεια, η υψηλή αξία των χρημάτων που δαπανήθηκαν και η προβλέψιμη ποιότητα προϊόντος.

Η μείωση των τιμών και η απελευθέρωση της αγοράς των αερομεταφορών οδήγησαν στην παγκοσμιοποίηση της αγοράς του τουρισμού. Αγορές τουριστικού προϊόντος που είναι απομακρυσμένες από την Ευρώπη έχουν γίνει ανταγωνιστικές (για παράδειγμα Ταϊλάνδη, Μαλαισία, κτλ.). Επίσης ανταγωνιστικές έχουν γίνει και οι παραδοσιακές αγορές που έκαναν επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό του προϊόντος που προσφέρουν (όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής). Όλες οι παραπάνω αγορές έχουν εύκολη πρόσβαση και από τους Ευρωπαίους καταναλωτές. Είναι κατανοητό ότι η εισαγωγή νέας τεχνολογίας θα μειώσει τη ζήτηση ορισμένων τουριστικών πακέτων, για παράδειγμα η χρήση πολυμέσων στα συνέδρια θα μειώσει τη ζήτηση των διανομών μιας διανυκτέρευσης υψηλής αξίας. Από την άλλη πλευρά όμως αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς η ζήτηση για οργάνωση σεμιναρίων ή συνεδρίων σε ελκυστικές περιοχές που μπορούν να προσφέρουν και να καλύψουν, εκτός των αναγκών των σεμιναρίων, ανάγκες των συνεδριών ή των συνοδών του για αναψυχή και τουρισμό. Η ζήτηση επίσης αυξάνεται για τον τομέα του ιατρικού τουρισμού από καταναλωτές που θέλουν να συνδυάσουν τουρισμό και ιατρική περίθαλψη.

Τουριστικά προϊόντα με κύριο περιεχόμενο την αναψυχή, προωθούνται και πωλούνται με τη μορφή οικονομικών πακέτων (διαμονή, τροφή, μεταφορά, κτλ.). Ένα μεγάλο μέρος της αγοράς αντιστέκεται σε αυτή τη μέθοδο προώθησης του τουριστικού προϊόντος. Το μερίδιο αυτό περιλαμβάνει καταναλωτές με υψηλές απαιτήσεις. Η ανάπτυξη της πληροφορικής και η διάδοση των προσωπικών υπολογιστών επιτρέπει στους καταναλωτές να διαλέξουν ή να προσαρμόσουν τα τουριστικά πακέτα ανάλογα με τα ενδιαφέροντα τους αλλά και τις οικονομικές δυνατότητες τους (η μερίδα των καταναλωτών είναι αυτή με το υψηλότερο βιοτικό και μορφωτικό επίπεδο). Συναλλαγές μέσω Internet είναι ήδη μια πραγματικότητα (π.χ. κράτηση θέσεων σε αεροπορικές εταιρίες). Η

ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα επηρεάσει άμεσα τους τουριστικούς επιχειρηματίες. Θα χρειαστεί ίσως λίγος χρόνος ακόμα έως ότου παρουσιαστούν τα πραγματικά πλεονεκτήματα της νέας τεχνολογίας όσον αφορά τις συναλλαγές στον τουρισμό μέσα από το Internet. Η πλήρης ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου αντιμετωπίζει ακόμα θεσμικά προβλήματα (όπως η ασφάλεια των πληρωμών και η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων μέσω των τραπεζικών λογαριασμών) και χρειάζεται χρόνο ώστε να ρυθμιστούν, τελικά όμως θα γίνουν μεγάλες ανακατατάξεις στο χώρο, από τις οποίες είναι βέβαιο ότι θα ωφεληθούν κυρίως όσοι εκτιμήσουν έγκαιρα και σωστά την κατεύθυνση της αγοράς. Η πιθανή αναμενόμενη μείωση του σχετικού βάρους των tour operators θα είναι σημαντική ευκαιρία για τον τουρισμό.

2.1 Αρνητικό το κλίμα για τον ελληνικό τουρισμό



Σημαντικές διαπιστώσεις καταγράφει η τελευταία έκθεση του ΙΤΕΠ σχετικά με τις παρατηρούμενες τάσεις στον τουριστικό τομέα της χώρας μας. Συγκεκριμένα, η έκθεση επιβεβαιώνει σαφή μείωση του εισερχόμενου αλλοδαπού τουρισμού στη χώρα μας για το 2003 παρά την αντίθετη τάση που χαρακτήρισε ανταγωνιστικούς προορισμούς, παράλληλη μείωση των αφίξεων και του αριθμού διανυκτερεύσεων σχεδόν σε όλες τις περιοχές της χώρας. Τέλος, βάσει των μακροπρόθεσμων τάσεων ή εισοδηματικών μεταβλητών διαπιστώνεται αδυναμία πρόβλεψης των δεδομένων του ελληνικού τουρισμού για το 2005.

Επίδοση του τουριστικού τομέα: Τρέχουσες εξελίξεις

Σε προηγούμενη έκθεση του το ΙΤΕΠ (ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ) είχε επισημάνει ότι μια από τις βασικές προϋποθέσεις αναδείξεως του 2003 ως ενός καλού έτους δεν είχε εκπληρωθεί. Σε αντίθεση προς το λοιπό κόσμο, αλλά και προς την κρισιμότητα των περιστάσεων, η Ελλάδα ήταν απύσχα από το χώρο της προβολής και διαφημίσεως, από μια αγορά προωθήσεως η οποία για να είναι αποτελεσματική απαιτεί ένα *minimum* πόρων, το μέγεθος του οποίου συνεχώς αυξάνεται εξαιτίας του εντεινόμενου ανταγωνισμού. Τα θετικά στοιχεία στα οποία

στηρίχθηκε κάποια, αρκετά συγκρατημένη αισιοδοξία, ανετράπησαν κατά την περίοδο εκείνη με τη αποκάλυψη των λογιστικών απατών και την εκείθεν προκληθείσα κατάρρευση των χρηματιστηριακών αξιών και ανατροπή του κλίματος αισιοδοξίας που υπήρχε. Ωστόσο, οι εμπειρίες που διαθέτουμε τώρα για τις επιδόσεις των ανταγωνιστικών χωρών, υποστηρίζουν σθεναρώς και δικαιώνουν τη θέση μας ότι τυχούσα υποχώρηση της ζήτησεως κατά το τρέχον έτος θα έπρεπε να αποδοθεί στην αδιαφορία και αβελτηρία των υπευθύνων για την τύχη του σημαντικού αυτού τομέα. Πράγματι, έναντι μείωσης στον αριθμό αφίξεων μέχρι και το Σεπτέμβριο κατά 2,5% περίπου, η Τουρκία είχε αύξηση 10,1%, η ωριμότερη τουριστικώς Ισπανία 3,7% (Ιαν.-Ιούλιος).

Σημειωτέον, ότι οι αριθμοί αυτοί θα αυξηθούν περαιτέρω, διότι παρατηρήθη επιτάχυνση του ρυθμού κατά το δίμηνο Αυγούστου – Σεπτεμβρίου. Π.χ. η Τουρκία είχε αύξηση αφίξεων το Σεπτέμβριο της τάξεως του 30%. Είναι, επομένως, τουλάχιστον επιπόλαιο να επικαλούμεθα την ύφεση για τη συγκάλυψη ημετέρων αμαρτημάτων. Διότι η θρυλούμενη ύφεση περιέργως τη χώρα μας μόνον επέλεξε για να καταστήσει, μέσω του αλλοδαπού τουρισμού, αισθητή την παρουσία της!

Βεβαίως, η μείωση των αφίξεων υπεκτιμά τη συντελεσθείσα μείωση της τουριστικής δραστηριότητας λόγω αλλοδαπού τουρισμού. Διότι συνετελέσθη παράλληλως και μείωση του αριθμού των διανυκτερεύσεων, σύμφωνα με συγκλίνουσες πληροφορίες απ' όλες τις περιοχές της χώρας, με εξαίρεση, ίσως τη Χαλκιδική, όπου μείωση αφίξεων και διανυκτερεύσεων συμπίπτουν.

Καθ' όσον αφορά στην περιφερειακή κατανομή της συρρικνώσεως, αυτή παρουσιάζει αξιόλογη ομοιομορφία, αφού, με εξαίρεση τα Ιόνια Νησιά και τη Ανατολική Μακεδονία, όλες οι ευρύτερες τουριστικές περιοχές εμφανίζουν μείωση. Με βάση τα στοιχεία αφίξεων, σε μείωση πρωτοστατούν η Δωδεκάνησος (- 7,6%) και η περιοχή Θεσσαλονίκης (- 5,2%). Στις Κρήτη, Περιοχή

Πρωτευούσης, Νησιά Β. και Ανατ. Αιγαίου και Κυκλάδες οι μειώσεις κυμάνθηκαν μεταξύ 10,8% (Νησιά Ανατ. Αιγαίου) και -02,5% (Περιοχή Πρωτευούσης).

Η μεγάλη μείωση στις διανυκτερεύσεις, η οποία εκτιμάται σε 5-6% κατά μέσον όρο, έχει πιθανώς μειώσει σε μεγαλύτερη έκταση τα αποτελέσματα των τουριστικών επιχειρήσεων και ειδικότερα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ακόμη και στις περιπτώσεις που δεν συνετελέσθη μείωση τιμών, διότι το κόστος παραγωγής αυξήθηκε σημαντικά.

Καθ' όσον αφορά στις ενδείξεις από την εισροή τουριστικού συναλλάγματος – που εν πάση περιπτώσει αναφέρονται στη μέχρι τον Ιούλιο περίοδο – παρατηρητέα τα ακόλουθα:

Η μικρή αύξηση, την οποία παρουσιάζουν, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένδειξη για την εκ της αλλοδαπής προσδιοριζόμενη τουριστική δραστηριότητα για τους ακολούθους λόγους:

- Ο δεσπόζων λόγος είναι η αλλαγή μεθοδολογίας υπολογισμού του εισρέοντος τουριστικού συναλλάγματος (δειγματοληψία) εξαιτίας της εισαγωγής του ευρώ. Θα χρειασθεί να παρέλθουν μερικά χρόνια, ώστε να έχουμε στοιχεία συγκρίσιμα.

- Δεν υπάρχουν ενδείξεις για αλλαγή συνθέσεως των τουριστών από απόψεως οικονομικής ευρωστίας, η οποία να δικαιολογεί αύξηση της ανά διανυκτέρευση τουριστικής δαπάνης.

- Οι εισπράξεις συναλλάγματος δεν συμπίπτουν χρονικώς πάντοτε με τις αφίξεις.

Η μείωση του αλλοδαπού τουρισμού στη χώρα μας είναι συνάρτηση της αβελτηρίας και αδιαφορίας των αρμοδίων Αρχών. Είναι εύκολο, επομένως, να επιρρίπτουμε ανάθεμα στην οικονομική επιβράδυνση, όπως ακριβώς πράττουμε με τη κατάσταση της χρηματιστηριακής αγοράς, την οποία χρεώνουμε στα εν τη αλλοδαπή – όχι εν πάση την αλλοδαπή Π συμβαίνοντα. Αλλά το ερώτημα είναι

γιατί η οικονομική επιβράδυνση της ΕΕ δείχνει ιδιαίτερη απαρέσκεια στην τουριστική Ελλάδα.

Το ερώτημα αυτό χρήζει απαντήσεως, διότι κόστισε στην Ελλάδα τουλάχιστον μισή ποσοστιαία μονάδα αναπτύξεως, δηλαδή 1.040 εκατ.ευρώ, ή 350 δις. Δρχ. για όσους –δηλαδή για όλους μας – δεν έχουν ακόμη εξοικειωθεί με τις αξίες σε ευρώ.

Πρόβλεψη για το 2005

Τρεχόντως αφθονούν οι αρνητικές ενδείξεις, αναφορικά προς τις συνθήκες ασφαλείας του ταξιδιώτη. Ο Bin Laden και ο φόβος είναι παρόντα. Ασφαλώς, οι ενδείξεις αυτές είναι δύσκολο να αξιολογηθούν κατά την παρούσα περίοδο.

Εξάλλου, δεν υπάρχει ακόμη συγκεκριμένη διακηρυγμένη πολιτική προωθήσεως και, επομένως, είναι άκρως επισφαλής η διατύπωση προβλέψεων. Ωστόσο, μπορεί κανείς να εξατομικεύσει μια σειρά από παράγοντες που ρίπτουν κάποιο φως στο θολό τοπίο που βρίσκεται μπροστά μας.

(α) Το πιθανότερο σενάριο για το 2005 προβλέπει επιτάχυνση του ρυθμού αναπτύξεως της παγκόσμιας οικονομίας.

(β) Η τρέχουσα τουριστική επίδοση της Τουρκίας, και όχι μόνο, δείχνει ότι υπάρχουν παράγοντες που σε σημαντικό βαθμό μειώνουν και εξουδετερώνουν το φόβο. Η χώρα μας, ασφαλής παραδοσιακώς, μπορεί, αν έχει τη βούληση, να τους αξιοποιήσει.

(γ) Η υποτονικότητα της εξωτερικής ζήτησεως για το ελληνικό τουριστικό προϊόν, επί 2 συναπτά χρόνια, είναι φυσικό να έχει δημιουργήσει κάποιο απόθεμα δυνητικής ζήτησεως, που χρειάζεται έναυσμα για να ενεργοποιηθεί. Από το άλλο μέρος, οι υπερπόντιες προελεύσεις εξακολούθησαν κατά το το τρέχον έτος να κυριαρχούνται στις αποφάσεις τους για τουριστικά ταξίδια από

αίσθημα ανασφάλειας. Το αίσθημα αυτό, ασφαλώς, δεν έχει αμβλύνει από τα πρόσφατα τρομοκρατικά επεισόδια στη Άπω Ανατολή. Η οικονομική κατάσταση στη Δυτ. Γερμανία, κύρια πηγή προελεύσεως αλλοδαπών τουριστών για την Ελλάδα, δεν προβλέπεται να βελτιωθεί σε βαθμό, ώστε να δημιουργηθούν προσδοκίες στις οποίες να βασισθούν προβλέψεις.

Μπορεί να υπάρχουν θέματα και σοβαρά μάλιστα, ποιότητας και υποδομών. Ωστόσο, αυτά υπήρχαν και πριν και ασφαλώς επηρέασαν και θα επηρεάσουν αρνητικώς την πορεία του ελληνικού τουρισμού, αν δεν διορθωθούν. Η τρέχουσα, όμως, κακοδαιμονία οφείλεται στην καθολική αδράνεια, και κυρίως στην κρατική. Οι επιδόσεις των ανταγωνιστριών χωρών συνιστούν αψευδή μαρτυρία. Η Ελλάδα αδρανεύει και χάνει μερίδια στις αγορές. Τα μοναδικά τουριστικά χαρακτηριστικά της χώρας, φυσικά και πολιτισμικά, έχουν εξαντλήσει την αυτοδυναμία τους. Απαιτούνται κατάλληλες ανθρωπογενείς παρεμβάσεις για τη διατήρηση του δυναμισμού τους. Στις παρεμβάσεις εμπίπτει και το σύνολο των δράσεων και ενεργειών που περιληπτικώς ονομάζουμε προβολή και διαφήμιση. Προς το παρόν, ο κύριος όγκος των τουριστών διακινείται από τους οργανωτές ταξιδιών. Το χαρακτηριστικό αυτό υποδεικνύει, το «γε νυν έχον», την κατεύθυνση της προσπάθειας.

Το αποτέλεσμα, όμως, θα εξαρτηθεί και από το μέγεθος των πόρων που θα διαθέτουν προς τούτο. Αν οι δαπάνες και η προβολή δεν διέλθουν το επίπεδο «κατωφλιού», το αποτέλεσμα θα είναι επουσιώδες. Πρόβλεψη με βάση τις μακροπρόθεσμες τάσεις ή εισοδηματικές μεταβλητές δεν είναι εφικτή. Η πείρα των τελευταίων ετών είναι εύγλωπτη, εν προκειμένω.

Είναι υπερβολικό να ισχυρισθούμε ότι μπορούμε να έχουμε τόσο τουρισμό, όσο θεωρούμε συμφέρον για τη χώρα. Η πρόταση, όμως, εμπεριέχει μεγάλη δόση αλήθειας.

2.2 INKA: Υψηλότερο το κόστος ζωής στις ημιαστικές – τουριστικές περιοχές

Κατά μέσο όρο **13%** πιο υψηλό είναι το **κόστος ζωής** των κατοίκων των ημιαστικών – τουριστικών περιοχών, σε σχέση με το κόστος ζωής των κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει το INKA στην έρευνα του για το κόστος ζωής μαζί με τους τουρίστες, πληρώνουν και οι ντόπιοι.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του INKA, όταν αυτές οι περιοχές είναι και **τουριστικές**, η διαφορά αυτή εκτοξεύεται σε ποσοστά τα οποία κυμαίνονται από **23% - 25%**.

Η ανακοίνωση του INKA σχολιάζει ότι οι διακοπές, μπορεί να φαίνονται και να είναι μια **ακριβή υπόθεση**, για όσους θα επισκεφθούν μια τουριστική περιοχή της χώρας μας, για λίγες ημέρες. Όμως το κόστος ζωής, για τους μόνιμους κατοίκους αυτών των περιοχών, δεν είναι μόνο για λίγες ημέρες, αλλά για 12μήνες τον χρόνο κατά πολύ υψηλότερο από το κόστος ζωής των κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων. Ασφαλώς ένα ποσοστό των κατοίκων των τουριστικών περιοχών – αν και πολλοί τοπικοί επιχειρηματίες δεν είναι ντόπιοι – επωφελούνται (λόγω επαγγέλματος) και αυτοί, αυτής της κατάστασης. Όμως η συντριπτική πλειοψηφία των κατοίκων, των οποίων η ενασχόληση δεν συνδέεται με τουριστικά επαγγέλματα, πραγματικά υποφέρουν.

‘Οι τοπικές κοινωνίες’, υπογραμμίζει σε ανακοίνωση του το INKA, **‘υποφέρουν από την ύπαρξη πολλών ευκαιριακών επιχειρήσεων’**, οι οποίες επενδύουν στον εναλλασσόμενο της πελατείας και προσχωρούν, με ευκολία και με τη βεβαιότητα της στιμωρησίας, σε πρακτικές σε βάρος των οικονομικών συμφερόντων, της υγείας και της ασφάλειας του τουρίστα – καταναλωτή’.

Βίκυ Καραντζαβέλου (Vicky@travelnews.com) - Τετάρτη, 23 Ιουλίου 2003

2.3 Ελληνικός τουρισμός 2003. Κρίση, ύφεση ή κάτι άλλο:

Των Δο. Δημήτρη Λαλούμη και Παναγιώτη Κουρεντά



Χρόνια τώρα, η Πολιτεία ανακοινώνει μέτρα τουριστικής πολιτικής και διανέμει κονδύλια για την υποστήριξη των μέτρων αυτών, χωρίς ποτέ να έχει ελεγχθεί η αποτελεσματικότητά τους. Μέσα στο χειμώνα του 2002-3, παρακολουθούμε ένα νέο κύμα θέσεων, απόψεων και σχεδίων της πολιτείας για τον τουρισμό, που για μία ακόμη φορά θα αποδειχτούν αναποτελεσματικά.

Δυστυχώς ο τουριστικός κλάδος θεωρεί φυσιολογικό και αναπόφευκτο το μικρής σημασίας ρόλο της Πολιτείας και οι τουριστικοί επιχειρηματίες περιορίζονται σε δύο ρόλους: Ορισμένοι προσπαθούν να επωφεληθούν σε μικροοικονομικό επίπεδο, επιδιώκοντας μερίδιο από τις προνομιούχες που υποστηρίζουν κάποιες τουριστικές επιχειρηματικές δραστηριότητες. Οι άλλοι παρακολουθούν. Η κατάσταση στην οποία βρίσκεται η χώρα μας, το χειμώνα του 2002-3, δημιουργεί πολλά ερωτηματικά.

Ενώ οι προηγούμενες διοργανώτριες χώρες, προ της διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων γνώρισαν σημαντική αύξηση εισροής τουριστών, η Ελλάδα στην αντίστοιχη φάση ερευνά απελπισμένα εάν βρίσκεται σε ύφεση ή αν αντιμετωπίζει κρίση. .

Η Πολιτεία φαίνεται ότι δεν μπορεί να αντιληφθεί τη σημασία του χρόνου και την έννοια «ευκαιρία». Διότι στην περίοδο που έπρεπε να απογειωθεί η τουριστική κίνηση στη χώρα μας, ο Ε.Ο.Τ. παραδίδει τις υπηρεσίες του στην Τοπική Αυτοδιοίκηση η οποία δεν είναι έτοιμη για κάτι τέτοιο, με αποτέλεσμα τη σύγχυση και τους πειραματισμούς, αντί την εκμετάλλευση της ευκαιρίας που λέγεται Ολυμπιακοί Αγώνες για ανάπτυξη.

Ταυτόχρονα ο Ε.Ο.Τ. παραδίδει την τουριστική ευκαιρία των Ο. Α. σε γείτονες χώρες, επισκεπτόμενος την Τουρκία και ζητώντας (αν είναι δυνατόν) τη συνεργασία των δύο χωρών με κοινά τουριστικά πακέτα. Η εξέλιξη είναι η αναμενόμενη.

Η Τουρκία ήδη πουλάει τους Ο. Α. σε προγράμματα διαμονής, διατροφής και διασκέδασης με επισκέψεις στην Ελλάδα για παρακολούθηση των Αγώνων, δηλώνοντας έμμεσα (προς το παρόν) ότι η Ελλάδα αδυνατεί να εξυπηρετήσει την αυξημένη ζήτηση κλινών. Η Τουρκία έχει αντιληφθεί την ευκαιρία και όπως αποδεικνύεται δεν ολιγωρεί. Αναπτύσσει δραστηριότητα γύρω από το θέμα και μεθοδεύει τη μέγιστη απορρόφηση τουριστικής κίνησης κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Ταυτόχρονα προσπαθεί να επιτύχει τη μέγιστη προβολή των τουριστικών πόρων και προϊόντων της, παρουσιάζοντας την εικόνα της συνδιοργανώτριας χώρας. Αυτό ήταν αναμενόμενο από μία χώρα που ανάμεσα στους τουριστικούς πόρους που προβάλλει, σημαντική θέση έχουν τα αρχαία ελληνικά μνημεία.

Το παιχνίδι αυτό βέβαια έχουν εντοπίσει και άλλες γείτονες και μη χώρες, όπως η Βουλγαρία, η Κροατία και το Ισραήλ, οι οποίες διεκδικούν ή θα διεκδικήσουν κομμάτια της πίτας που λέγεται τουρισμός μεγάλων γεγονότων. Εν τω μεταξύ, παράγοντες και Πολιτεία κάνουν σχέδια για το μέλλον, αοριστολογώντας και, κάνοντας επίδειξη γνώσεων τουριστικής οικονομικής ορολογίας προς εντυπωσιασμό. Νομίζουμε ότι τα αποτελέσματα των βαρύγδουπων και εντυπωσιακών ανακοινώσεων είναι από πριν γνωστά: «αναποτελεσματικότητα». Και τότε, όπως πάντα, η Πολιτεία θα βρει κάποιον να φορτώσει την ευθύνη. Τον πόλεμο στον Περσικό, το ρόλο της ευρωζώνης, κάποιο σεισμό, ή οτιδήποτε άλλο. Για μας τα προβλήματα δεν είναι πολλά, αλλά ένα. Τα άτομα που ασχολούνται με τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής δεν είναι οι κατάλληλοι Αυτό λοιπόν που χρειάζεται είναι η επιλογή των κατάλληλων ατόμων που πρέπει να συνδυάζουν δύο θεμελιώδη

προσόντα:

1. Σπουδές βάθους στον τουρισμό και
2. Σημαντική εμπειρία στον κλάδο.

Τα δύο παραπάνω στοιχεία είναι απαραίτητα για τρεις λόγους:

- Οι πρακτικά εμπλεκόμενοι με τον τουρισμό (επιχειρηματίες, εργαζόμενοι κ.λ.π.) δεν έχουν γνώσεις για να αναλύσουν ικανοποιητικά το πρόβλημα
- Οι θεωρητικοί του τουρισμού (ακαδημαϊκοί κ.λ.π.) μπορούν μεν να κάνουν ικανοποιητική ανάλυση, αλλά δεν μπορούν να προχωρήσουν σε σύνθεση λύσης, εφόσον δεν μπορούν να αντιληφθούν με ακρίβεια τι συμβαίνει στην αγορά.
- Οι άσχετοι με τον τουρισμό (μηχανικοί, νομικοί κ.λ.π.) δεν μπορούν να προσφέρουν τίποτε.

Τα σε βάθος λοιπόν ειδικευμένα άτομα στον τουρισμό αποτελούν τη μόνη λύση στο αδιέξοδο που βρισκόμαστε.

Εδώ όμως γεννάται το ερώτημα:

Πράγματι θέλουμε να βγούμε από το αδιέξοδο;

(από ιστοσελίδα www.hotel-restaurantOnline.gr)

3.1 Η μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2010: Στρατηγική & Στόχοι»



Η παρουσίαση της μελέτης «Ελληνικός Τουρισμός 2010: Στρατηγική & Στόχοι» από το ΣΕΤΕ αποτέλεσε την ωρίμανση των συμπερασμάτων και κατευθύνσεων του Συνεδρίου που διοργάνωσε ο Σύνδεσμος τον περασμένο Φεβρουάριο, στην Αθήνα, με θέμα «Τουρισμός & Ανάπτυξη: Μια Στρατηγική Προσέγγιση». Ως γνωστόν, σκοπός του Συνεδρίου ήταν να αναπτύξει προβληματισμό, να προκαλέσει διάλογο και να οδηγήσει το δημόσιο και ιδιωτικό τομέα του τουρισμού σε μια από κοινού χάραξη μακροπρόθεσμης τουριστικής πολιτικής με σαφείς προσανατολισμούς και συγκεκριμένους στόχους. «Στην παρούσα μελέτη», τονίζουν οι επικεφαλής του ΣΕΤΕ, «εξετάζουμε τον ελληνικό τουρισμό στην περίοδο 1990-2000, θέτουμε στόχους, προτείνουμε στρατηγικές με ορίζοντα το 2010, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην προσπάθεια για μακροχρόνιο σχεδιασμό του τουρισμού μας». Συγχρόνως η παρουσίαση της εν λόγω μελέτης αποτέλεσε μια πολύ καλή ευκαιρία να τονισθούν για μια ακόμη φορά τόσο τα τρέχοντα όσο και τα διαρκή θέματα που απασχολούν τον κλάδο του ελληνικού τουρισμού. Αναλυτικότερα:

3.2 Κύρια σημεία της μελέτης «Ελληνικός Τουρισμός 2010»

Τα 19,4 εκ. αφίξεις τουριστών και τα 15 δις. Έσοδα πρέπει να στοχεύσει ο ελληνικός τουρισμός μέχρι το 2010. αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα θα αυξήσει το μερίδιο αγοράς της για μεν την Ευρώπη από 3% το 2000, στο 3,68% το 2010 και αντίστοιχα, στην παγκόσμια αγορά από 1,87% σε 1,92%.

Με ολοένα εντονότερη την τάση για ολιγοήμερες διακοπές και με δεδομένο το μειονέκτημα της χρονοαπόστασης της χώρας μας από τις κύριες χώρες – πηγές τουριστών, ο στόχος για τη μέση διάρκεια παραμονής θα πρέπει να παραμείνει στα σημερινά επίπεδα των 10 ημερών.

Για την υποστήριξη της επιδιωκόμενης αύξησης της ζήτησης μέχρι το 2010 θα χρειασθούν 128.000 νέες ξενοδοχειακές κλίνες οι οποίες θα πρέπει να συμβάλλουν στην αναβάθμιση του ποιοτικού κέντρου βάρους της ελληνικής ξενοδοχίας. Η προσέλκυση υψηλότερου του σημερινού επιπέδου τουριστών, αναμένεται να αυξήσει τη κατά κεφαλή δαπάνη από 737 δολ. ΗΠΑ που ήταν το 2000 σε 773 δολ. ΗΠΑ το 2010.

Οι στόχοι αυτοί θα είναι εφικτοί μόνο στην περίπτωση που η χώρα μας προχωρήσει άμεσα στην ανάπτυξη μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών που θα ευνοήσουν την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού και θα αμβλύνουν την έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τη ζήτηση για τη χώρα μας.

Μέχρι το 2010, η Ελλάδα πρέπει να στοχεύσει σε 46 γήπεδα golf, 15 αυτόνομα συνεδριακά κέντρα / εκθεσιακά κέντρα, 24 κέντρα θαλασσοθεραπείας και 42 μαρίνες. Στόχοι φιλόδοξοι αλλά όχι και ακατόρθωτοι.

Η βελτίωση του επενδυτικού κλίματος μέσω ουσιαστικών τροποποιήσεων και απλούστευσης των διαδικασιών του Αναπτυξιακού Νόμου, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων, ο διαρκής

εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων, η ένταση της προβολής του ελληνικού τουρισμού και μάλιστα συνδεδεμένης με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, αποτελούν τους κύριους άξονες στρατηγικής για την επίτευξη αυτών των στόχων, μαζί βέβαια με την προσήλωση στην ποιότητα και τη βελτιστοποίηση της σχέσης τιμής / ποιότητας.

Η μελέτη παρουσίασε την εξέλιξη και τις τάσεις σε μια σειρά μεταβλητών του ελληνικού τουρισμού για τη δεκαετία 1990 – 2000. Επίσης, επεσήμανε μια σειρά από αδύνατα σημεία τα οποία ακόμα και τώρα αποτελούν ευκαιρίες για τον ελληνικό τουρισμό και μπορούν να δώσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Τέλος, η μελέτη, ακολουθώντας συντηρητική προσέγγιση, έθεσε μερικούς στόχους τους οποίους έναντι μια καλής προβολής και διαφημίσεως που δεν υπερέβαινε σε κόστος το ποσό των 40-50 εκατ. δολαρίων.

Το 2003, με βάση την εμπειρία του 1991 (-9,4%), θα έπρεπε να είναι ένα καθόλου καλό έτος. Ωστόσο, η ταχεία περαίωση των πολεμικών επιχειρήσεων, το γεγονός ότι έχουν προηγηθεί δυο τουριστικά έτη με αρνητικό ρυθμό, έχει σωρεύσει ανικανοποίητη ζήτηση, η οποία ενδέχεται να συγκρατήσει τη μείωση σε επίπεδα εγγύς του -5%. Εντούτοις, η αβεβαιότητα όσον αφορά στη εξάπλωση του ιού της θανατηφόρου άτυπης πνευμονίας δεν επιτρέπει διατύπωση, ούτε κατά προσέγγιση, αριθμητικής προβλέψεως. Το μόνο βέβαιο ή περισσότερο πιθανό είναι η μείωση και ουδέν πέραν αυτού.

Πρέπει, ωστόσο, να επισημανθεί ότι η έκταση της ανακάμψεως δεν έχει τις δυνατότητες που έδειξε το 1992, **(α)** διότι υπάρχει η επιβάρυνση του ψυχολογικού κλίματος από την τρομοκρατία, **(β)** ειδικώς για την Ελλάδα, υπάρχει συγκριτική επιβράδυνση του μακροπρόθεσμου ρυθμού τουριστικής αναπτύξεως της και **(γ)** δεν φαίνεται να υπάρχει σοβαρή πρόθεση λύσεως των μακροπρόθεσμων προβλημάτων ποιότητας από απόψεως Πολιτείας,

αλλά ούτε και των βραχυπρόθεσμων με όποια μέτρα αυτά είναι εφικτό να αντιμετωπισθούν.

Πρέπει σχετικώς να σημειωθεί ότι η απόφαση των αρμοδίων αρχών να αναμείνουν την έκβαση των πολεμικών επιχειρήσεων ή την ειρηνική διευθέτηση της κρίσεως, προκειμένου να προβούν σε προβολή της τουριστικής Ελλάδος, είναι ακατανόητη. Όπως έχει ήδη δειχθεί από σχετική μελέτη του ΙΤΕΠ, αλλά προκύπτει αβιάστως και από τη βιβλιογραφία περί Διαφημίσεως, τα αποτελέσματα των διαφημιστικών μηνυμάτων έχουν διάρκεια, η οποία εκτείνεται όχι σε μήνες αλλά σε έτη.

Παραλλήλως, η βραχυπρόθεσμη αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων είναι συνάρτηση του χρόνου λήψεως του μηνύματος, διότι οι αποφάσεις που στηρίζονται σε τέτοιου είδους μηνύματα απαιτούν κάποιο χρόνο ωριμάνσεως. Ο χρόνος αυτός έχει, δυστυχώς, αναλωθεί ως χρόνος αναμονής.

3.3 Περιφερειακή συγκέντρωση τουριστικής δραστηριότητας: Συγκριτική ανάλυση

Το ενδιαφέρον για τη συγκέντρωση των σχετικών με την περιφερειακή κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας πληροφοριών είναι πρόδηλο, αφού η κύρια, ίσως, αντίρρηση που προβάλλεται στην ανάπτυξη του τουρισμού αφορά στην υποτιθέμενη υποβάθμιση της ποιότητας του εν ευρεία έννοια περιβάλλοντος, την οποία συνεπάγεται η εν λόγω ανάπτυξη. Φυσικά, η αντίρρηση αυτή έχει θέση σε μια συζήτηση που αφορά στις επιπτώσεις του τουρισμού, μόνο όταν απουσιάζει ο προσεκτικός σχεδιασμός της τουριστικής αναπτύξεως, ώστε να διασφαλίζεται διαχρονική ορθολογική διαχείριση των τουριστικών πόρων, φυσικών και ανθρωπογενών. Η αντίρρηση δε για τουριστική ανάπτυξη χωρίς ένα τέτοιο σχεδιασμό θα ήταν φυσικό να προέρχεται κατά κύριο λόγο από εκείνους που κατανοούν τις ευεργετικές οικονομικές επιπτώσεις

αυτού στην οικονομική ευημερία και αγωνιούν για το διατηρήσιμο αυτής. Διότι τα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος αποτελούν θεμελιακά στοιχεία για την προσέλκυση τουριστικής ζήτησεως. Υπάρχει αναμφιβόλως αιτιώδης αλληλεξάρτηση μεταξύ ποιότητας του περιβάλλοντος και της τουριστικής αναπτύξεως. Ο βαθμός δε στον οποίο οι κοινωνίες εγκαίρως συνειδητοποιούν το πόσο ζωτική είναι η σημασία της συντηρήσεως και αναδείξεως των στοιχείων του περιβάλλοντος προσδιορίζει το βαθμό διατηρησιμότητας της τουριστικής αναπτύξεως.

Με δεδομένη πολιτική περιφρουρήσεως και προστασίας του περιβάλλοντος είναι προφανές ότι το μέγεθος του πλήθους των τουριστών σε δεδομένο χρόνο, έκταση και γηγενή πληθυσμό θα συνδέεται ευθέως και θετικώς με τις όποιες αρνητικές επιπτώσεις επέρχονται. Από της απόψεως αυτής παρέχει χρησιμότητα η γνώση των σχετικών εμπειριών, έστω και χωρίς την απαιτούμενη εμβάθυνση. Διότι φωτίζει, σε κάποιο βαθμό, τα όρια, τις δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη μιας χώρας, όπως η Ελλάδα, όχι μόνο για τις υστερούσες από πλευράς τουριστικής αναπτύξεως περιοχές, αλλά και για τις φυσικά και πολιτισμικά προνομιούχες, όπως είναι βασικώς το τουριστικά ανεπτυγμένο νησιώτικο τμήμα.

Οι Πορτογαλία, Τουρκία και Κροατία εμφανίζουν χαρακτηριστική ομοιότητα στο βαθμό συγκεντρώσεως, με συντελεστή κυμαινόμενο στα μάλλον στενά όρια 82,7% - 87,4%. Ίδια εικόνα ομοιότητας εκφράζουν και τα ποσοστά συγκεντρώσεως που αντιπροσωπεύουν οι 2 μείζονες τουριστικές περιφέρειες (60,6% - 64,0%).

Οι χώρες με το συγκριτικώς μικρότερο βαθμό συγκεντρώσεως είναι η Γαλλία και Ιταλία, με συντελεστές 43,0% και 49,1% για τις 4 μείζονες περιοχές και 25% και 27,5%, αντιστοίχως, για τις 2 μείζονες περιοχές.

Ενδιαμέσως κείνται Ελλάδα και Ισπανία με βαθμό συγκεντρώσεως 70% και 70,3%, αντιστοίχως, και 46,3% και 45,0% για τις 2 μείζονες περιοχές.

Με βάση τις ανωτέρω γενικής φύσεως ενδείξεις θα μπορούσε κανείς να συναγάγει δυο συμπεράσματα που άπτονται της στρατηγικής αναπτύξεως του τουριστικού τομέα.

A) Ο βαθμός συγκεντρώσεως στις ήδη θεωρούμενες ως τουριστικώς ανεπτυγμένες περιοχές δείχνει ότι υπάρχουν ακόμη ευρέα περιθώρια αναπτύξεως του τουρισμού στη χώρα μας, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι πράγματι μεγάλες δυνατότητες που παρέχει η αξιοποίηση της εξωαιχμιακής περιόδου (χειμερινή και ενδιάμεση).

B) Με εξαίρεση την Ισπανία, αλλά και αυτή σε πολύ χαμηλότερο βαθμό σε σύγκριση με την Ελλάδα, οι ανταγωνίστριες χώρες ανέπτυξαν τουρισμό ήλιου και θάλασσας, χωρίς το πλεονέκτημα του νησιωτικού πλούτου που διαθέτει η Ελλάδα.

Το στοιχείο αυτό υπογραμμίζει ότι η Ελλάδα ανέπτυξε τον τουριστικό τομέα της σε αξιόλογο βαθμό χωρίς να έχει υπάρξει αντίστοιχη αναπτυξιακή προσπάθεια από πλευράς Πολιτείας (υποδομές κ.λ.π.)

Η ιδιωτική πρωτοβουλία, απλώς, αξιοποίησε τη μαγνητική έλξη των μοναδικού κάλλους νησιωτικών συμπλεγμάτων που διαθέτει η χώρα και πέτυχε ανάπτυξη μη εξηγούμενη από την πολιτική τουριστικής αναπτύξεως που ασκήθηκε καθ' όλη την τριακονταετή πορεία επεκτάσεως της δραστηριότητας του τομέα.

Συνεπαγόμενο, από απόψεως πολιτικής, είναι ότι τα κίνητρα είναι ανάγκη να επαναπροσδιορισθούν με κέντρο βάρους τις τουριστικώς αξιοποιήσιμες παραθαλάσσιες – βασικώς – περιοχές. Η δημιουργία και αναβάθμιση των υποδομών – οδικά δίκτυα, λιμάνια, αεροδρόμια, θεσμικό πλαίσιο κ.λ.π. – είναι προφανές ότι αφορά

εξίσου όλες τις τουριστικές περιοχές, ανεπτυγμένες και μη, εν λειτουργία και εν δυνάμει.

3.4 Ευχαριστημένος αλλά όχι «ενθουσιασμένος» ο ξένος τουρίστας με το ελληνικό τουριστικό προϊόν!

Ιδιαίτερα ενδιαφέροντα συμπεράσματα επιφύλαξε η έρευνα που διεξήχθη από φοιτητές του New York College, με 950 ερωτηματολόγια (από τα οποία 903 έγκυρα) στο διάστημα 20/09/02 – 30/09/02 στα αεροδρόμια «Ελευθέριος Βενιζέλος» και «Μακεδονία» με στόχο τον προσδιορισμό των στοιχείων της εικόνας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Συνολικά, ο τουρίστας είναι σε γενικές γραμμές σχεδόν ευχαριστημένος. Θα μπορούσε όμως να είναι ενθουσιασμένος, αν βελτιώνονταν τόσο η υποδομή, όσο και η ανωδομή και εκπαιδεύονταν, αλλά και ελέγχονταν αποτελεσματικότερα όλοι οι ασχολούμενοι με τον τουρισμό. Η χώρα πρέπει να στοχεύσει σε μια εικόνα που να τη διαφοροποιεί από όλες τις ανταγωνιστικές της (πολύμορφος και ποιοτικός προορισμός, με έμφαση στις φυσικές ομορφιές, στο κλίμα, στις παραδόσεις, στην ιστορία, στη θρησκεία και στον πολιτισμό), προσφέροντας εμπλουτισμένο με τις μοναδικότητες της τουριστικό προϊόν.

Αναλυτικότερα, τα βασικότερα ευρήματα της έρευνας ήταν τα εξής :

1. Αξιολογώντας τα στοιχεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, οι τουρίστες έδωσαν μεγαλύτερους βαθμούς (κατά σειρά προτεραιότητας): στις φυσικές ομορφιές, στη διασκέδαση, στα ιστορικά μνημεία, στο κλίμα και στο φαγητό, ενώ χαμηλά βαθμολογήθηκαν: η πρόσβαση στον τελικό προορισμό και η γενική υποδομή.
2. Στα περισσότερα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος (φυσικές ομορφιές, πολιτιστικές δραστηριότητες, ιστορικά μνημεία, φιλοξενία, διαμονή, φαγητό, αθλητικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις, εκδρομές) οι τουρίστες έμειναν

- ικανοποιημένοι, μια και για την πλειοψηφία τους οι προσδοκίες τους επαληθεύτηκαν.
3. Οι προσδοκίες της πλειοψηφίας των τουριστών δεν επαληθεύτηκαν, προκαλώντας δυσαρέσκεια όσον αφορά στις κλιματολογικές συνθήκες (η έρευνα διεξήχθη σε περίοδο ακραίων καιρικών φαινομένων) και στην πρόσβαση στον τελικό τουριστικό προορισμό.
 4. Οι προσδοκίες της πλειοψηφίας ξεπεράστηκαν από την πραγματικότητα, δημιουργώντας ενθουσιασμό, μόνο στο στοιχείο της διασκέδασης.
 5. Μεγάλα ποσοστά δυσαρεστημένων τουριστών (όχι όμως τα μεγαλύτερα), λόγω πραγματικότητας κατώτερης των προσδοκιών, παρατηρήθηκαν στο στοιχείο της γενικής υποδομής.
 6. Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών θεώρησε ότι με το κριτήριο «άξιζε τα λεφτά του», το συνολικό τουριστικό προϊόν ήταν ίδιο και καλύτερο σε σύγκριση με αυτό που περίμενε.
 7. Ως κυριότερες αιτίες δυσαρέσκειας επισημάνθηκαν:
 - Τα ταξί (αγενείς οδηγοί, υπερβολικά κόμιστρα, δυνατή μουσική, κάπνισμα).
 - Οι κυκλοφοριακές συνθήκες και η πολύ επιθετική οδήγηση.
 - Η μόλυνση και η ρύπανση (με σκουπίδια και ηχητική) και οι κακές συνθήκες υγιεινής στις τουαλέτες.
 - Η ανεπάρκεια υποδομών (σε δρόμους και συγκοινωνίες).
 8. Ως κυριότερες αιτίες ευαρέσκειας επισημάνθηκαν:
 - Οι φυσικές καλλονές.
 - Η φιλοξενία.
 - Η εξυπηρέτηση.
 - Οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία.
 9. Η μεγάλη πλειοψηφία των τουριστών θα συστήσει το ίδιο ταξίδι στον κύκλο των γνωστών και συγγενών τους.

Στρατηγικές Κατευθύνσεις

Έχοντας όλα τα παραπάνω υπόψη, θεωρούμε απαραίτητο να προχωρήσουμε με μια αναπτυξιακή προσέγγιση, να θέσουμε στόχους και να χαράξουμε στρατηγικές για τον ελληνικό τουρισμό, για το διάστημα μέχρι το 2010.

Ο ελληνικός τουρισμός, ως κινητήριο μοχλός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, οφείλει να μεγιστοποιήσει τα έσοδα και το επίπεδο απασχόλησης, εντός βέβαια ενός πλαισίου προστασίας του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Οραματιζόμαστε μια ελεγχόμενη τουριστική ανάπτυξη, η οποία θα στοχεύσει στη βελτίωση των αποδόσεων, με παράλληλη αύξηση του αριθμού των αφίξεων των διανυκτερεύσεων, με καλύτερη χωρική και χρονική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας.

Η βελτίωση του επενδυτικού κλίματος μέσω ουσιαστικών τροποποιήσεων και απλούστευσης των διαδικασιών του Αναπτυξιακού Νόμου, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων, ο διαρκής εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων, η ένταση της προβολής του ελληνικού τουρισμού και μάλιστα συνδεδεμένης με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, αποτελούν τους κύριους άξονες στρατηγικής για την επίτευξη αυτών των στόχων, μαζί βέβαια με την προσήλωση στην ποιότητα και τη βελτιστοποίηση της σχέσης τιμής / ποιότητας.

Στόχοι για το 2010

Αφίξεις – Έσοδα

Στην προσπάθεια να θέσουμε στόχο αφίξεων για το 2010, ας εξετάσουμε πρώτα διάφορες προσεγγίσεις που έχουν γίνει μέχρι σήμερα.

Από πλευράς διεθνών οργανισμών: το WTTC (2001) προέβλεψε ρυθμό ανάπτυξης 2,3%, τον οποίο αναθεώρησε σε 4,7% (2002). Ο WTO προβλέπει ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 2%. Αυτό σημαίνει ότι για το 2010 προσδοκούμε από 15,2 έως 19,7 εκατ. αφίξεις.

Αν όμως, για το ίδιο πάντα διάστημα 2000-2010, υποθέσουμε ετήσιο ρυθμό αύξησης των αφίξεων 3,5% (όσο δηλαδή είχαμε και την τελευταία δεκαετία), τότε το 2010 θα έχουμε 17,6 εκατ. τουρίστες. Το ΙΤΕΠ στην μελέτη του για τις επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στον ελληνικό τουρισμό, συμπεραίνει ότι: «τα σενάρια που αφορούν την αναμενόμενη αύξηση στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών προσδιορίζουν ένα εύρος εκτιμήσεων που στην καλύτερη περίπτωση θα είναι γύρω στις 500 χιλ. επιπρόσθετες αφίξεις κάθε χρόνο από το 1998 έως το 2011». Αυτό σημαίνει περίπου 17,5 εκατ. αφίξεις το 2010.

Το IOBE ακολουθώντας διαφορετική προσέγγιση υπολογίζει μεταξύ 2003-2009 ρυθμό αύξησης αφίξεων 6,7%. Σε αυτή την περίπτωση και αν δεχθούμε για τα έτη 2001 και 2002 σταθερό ρυθμό ανάπτυξης 3,5%, τότε στο 2010 αντιστοιχούν περισσότερες από 21 εκατ. αφίξεις.

Ένα συντηρητικά αισιόδοξο σενάριο επιτρέπει την υπόθεση / στοχοθέτηση για ρυθμό ανάπτυξης 4,5%, προεξοφλώντας την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 και ελπίζοντας σε μια ελάχιστη επενδυτική δραστηριότητα. Αν δεχόμαστε δε, τη στρατηγική επιλογή για ποιοτική βελτίωση του εισερχόμενου

τουρισμού, τότε θα πρέπει ο ρυθμός αύξησης των εσόδων να είναι κατά τι μεγαλύτερος αυτού των αφίξεων, ας στοχεύσουμε λοιπόν στο 5%.

Έτσι, οι στόχοι για το 2010 διαμορφώνονται στις 19,4 εκατ. αφίξεις και 15 εκατ. USD έσοδα.

Πίνακας 15: Προβλέψεις και Στόχοι Αφίξεων και Εσόδων, Ελλάδα, 2010

Σ Ε Τ Ε						
	WTTC 2001	WTTC 2002	WTO	ΣΤΑΘΕΡΟ*	ΣΤΟΧΟΣ ΑΦΙΞΕΩΝ	ΣΤΟΧΟΣ ΕΣΟΔΩΝ (σε εκ. USD)
Ετήσια Μεταβολή	2,3%	4.7%	2%	3,5%	4,5%	5,0%
2000	12.500.000	12.500.00	12.500.000	12.500.00	12.500.000	9.221
2001	12.787.500	13.087.500	12.750.000	12.937.500	13.062.500	9.682
2002	13.081.613	13.702.613	13.005.000	13.390.313	13.650.313	10.166
2003	13.382.490	14.346.635	13.265.100	13.858.973	14.264.577	10.674
2004	13.690.287	15.020.927	13.530.402	14.344.038	14.906.483	11.208
2005	14.005.163	15.726.911	13.801.010	14.846.079	15.577.274	11.769
2006	14.327.282	16.466.076	14.077.030	15.365.692	16.278.252	12.357
2007	14.656.810	17.239.981	14.358.571	15.903.491	17.010.773	12.975
2008	14.993.916	18.050.260	14.645.742	16.460.113	17.776.285	13.624
2009	15.338.776	18.898.622	14.938.657	17.036.217	18.576.189	14.305
2010	15.691.568	19.786.858	15.237.430	17.632.485	19.412.118	15.020
* Σταθερό και ίσο με το ρυθμό ανάπτυξης 3,5% της περιόδου 1990-2000						

Ας κάνουμε έναν έλεγχο του στόχου αφίξεων, εξετάζοντας τα μερίδια αγοράς της Ελλάδας στη Ευρώπη και παγκόσμια:

Πίνακας 16: Μεριδία αγοράς, Ελλάδα, 2000 & 2010

		ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ σε (000)		ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	
		ΕΥΡΩΠΗ	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ευρωπαϊκό
2000	403.346	667.700	12.500	3,0%	1,87%
2010	527.000	1.006.400	19.412	3,68%	1,92%

Στοχεύουμε, λοιπόν, στο 1,92% της παγκόσμιας αγοράς (από 1,87% το 1990) και στο 3,68% της ευρωπαϊκής (από 3% το 1990), στόχοι απόλυτα ρεαλιστικοί για ένα κλάδο, ο οποίος είναι ο δυναμικότερος και ανταγωνιστικότερος της ελληνικής οικονομίας σε διεθνές επίπεδο.

Μέση Διάρκεια Παραμονής

Με ολοένα και εντονότερη την τάση για ολιγοήμερες διακοπές και με δεδομένο το μειονέκτημα της χρονοαπόστασης της χώρας μας από τις κύριες χώρες πηγές τουριστών, θεωρούμε ρεαλιστικό στόχο (για τους αλλοδαπούς τουρίστες πάντα) τις 10 ημέρες.

Μοντέλο Εποχικότητας

Στο συλλογισμό για στοχοθέτηση της εποχικότητας των αφίξεων, θεωρούμε ότι η οποιαδήποτε επιδιωκόμενη άμβλυνση της

εποχικότητας διατηρεί τα υψηλά ποσοστά πληρότητας της υψηλής περιόδου και στοχεύει στη βελτίωση των άλλων περιόδων.

Στο διάστημα Ιούλιος – Σεπτέμβριος πραγματοποιείται στην Ελλάδα το 51% περίπου των ετήσιων αφίξεων.

Παρατηρώντας τα μοντέλα εποχικότητας των ανταγωνιστών, που αν μη τι άλλο δείχνουν ότι και στις εκτός αιχμής περιόδους υπάρχει ικανή ζήτηση, μπορούμε να κρατήσουμε σταθερό τον απόλυτο αριθμό αφίξεων της περιόδου Ιουλίου – Σεπτεμβρίου και να στοχεύσουμε σε ποσοστά του συνόλου ανάλογα με των ανταγωνιστών μας, για τις υπόλοιπες περιόδους.

Για τον υπολογισμό του ανάλογου ποσοστού, αφαιρούμε τη μεγαλύτερη και τη μικρότερη τιμή και υπολογίζουμε τον αριθμητικό μέσο για κάθε περίοδο. (βλ. Πίνακας 13, σελ.24) Ελλάδα, ποσοστό αφίξεων περιόδου Ιουλίου – Σεπτεμβρίου: 51%

Υπόλοιπες περίοδοι:

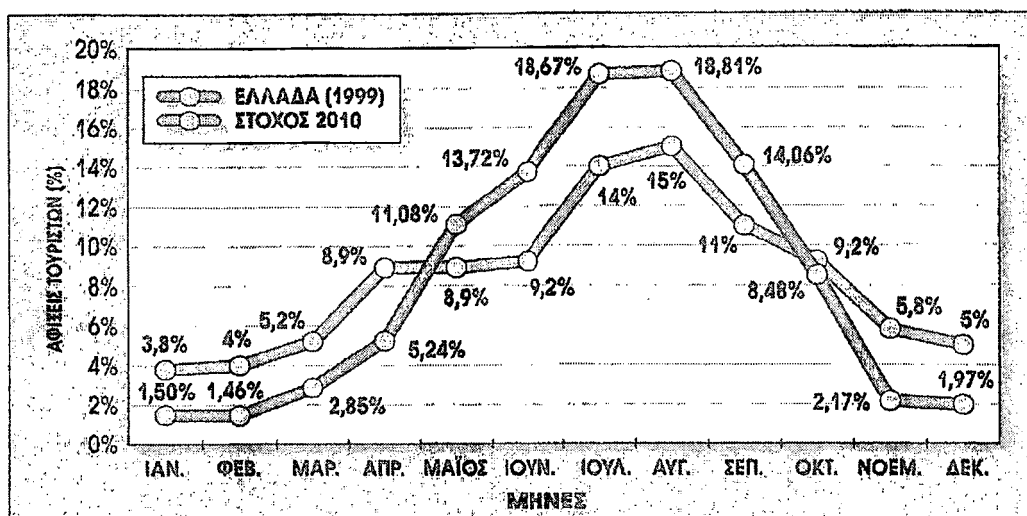
	Ελλάδα	Ανταγωνιστές (Μέσος αριθμητικός χωρίς ακραίες τιμές)
Ιανουάριος - Μάρτιος	5,8%	13%
Απρίλιος - Ιούνιος	30%	27%
Οκτώβριος - Δεκέμβριος	12,6%	20%

Αυτό σημαίνει ότι το μοντέλο της εποχικότητας για την Ελλάδα πρέπει να γίνει ως εξής:

Ιανουάριος – Μάρτιος:13%	Απρίλιος – Ιούνιος:27%
Ιούλιος – Σεπτέμβριος:40%	Οκτώβριος – Δεκέμβριος:20%

Η έντονη εποχικότητα του τουρισμού μας, που οφείλεται κατά μεγάλο μέρος στη υστέρηση της χώρας σε ειδικές τουριστικές υποδομές, δείχνει τις μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης που έχουμε, υπό την προϋπόθεση ότι θα προχωρήσουμε στις αναγκαίες επενδύσεις και θα βελτιώσουμε την ανταγωνιστικότητα μας.

Διάγραμμα 6: Μοντέλο Εποχικότητας 1999 και Στόχος 2010



Επενδύσεις

Το σύνολο των αναγκών για τον ελληνικό τουρισμό επενδύσεων, εκτείνεται από τις γενικές / ειδικές υποδομές και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων, μέχρι τις νέες τεχνολογίες και την εκπαίδευση. Για τις ανάγκες αυτής της εργασίας, όμως, περιοριζόμαστε στις αναγκαίες επενδύσεις σε ξενοδοχειακές κλίνες και σε ειδική τουριστική υποδομή.

Ξενοδοχειακές Κλίνες

Έχουμε, λοιπόν, στόχο για το 2010 τις 19,4 εκατ. αφίξεις με ζητούμενο μοντέλο εποχικότητας:

Ιανουάριος – Μάρτιος: 13% Απρίλιος – Ιούνιος: 27%,
 Ιούλιος – Σεπτέμβριος: 40% Οκτώβριος – Δεκέμβριος: 20%

Στο σημερινό μοντέλο, Ιούλιο – Σεπτέμβριο έχουμε 51%, με: Ιούλιο 18%, Αύγουστο 19% και Σεπτέμβριο 14%.

Για να πάμε στο ζητούμενο, πρέπει το 51% να γίνει 40% με την εξής κατανομή:

Ιούλιος: από 18% σε 14%, Αύγουστος: από 19% σε 15%,

Σεπτέμβριος: από 14% σε 11%.

Για τον Αύγουστο λοιπόν, έχουμε:

$19.412.118$ ετήσιες αφίξεις \times 15% (το ποσοστό του Αυγούστου) =
 $2.911.818$ αφίξεις.

$2.911.818$ αφίξεις \times 6 μέρες μέση διάρκεια παραμονής σε ξενοδοχεία
= $17.470.000$ διανυκτερεύσεις.

Προσθέτοντας τις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών (τις οποίες θεωρούμε σταθερές στα επίπεδα του 2000, δηλαδή $2.660.000$, με συντηρητική προσέγγιση), έχουμε για τον Αύγουστο 2010 σύνολο διανυκτερεύσεων: $20.130.908$.

Η πληρότητα τον Αύγουστο είναι 90%, και με αναγωγή στο 100% βγαίνει ότι ο μέγιστος αριθμός διανυκτερεύσεων που μπορούν να πραγματοποιηθούν τον Αύγουστο 2010, θα είναι $22.367.675$. Αυτό διαιρούμενο δια 31 δίνει τον απαιτούμενο αριθμό κλινών, δηλαδή 721.537 κλίνες.

Σήμερα έχουμε 593.990 , άρα μέχρι το 2010 χρειαζόμαστε 127.547 νέες κλίνες.

Ειδικές Υποδομές

Με βάση τον Πίνακα 14 (σελ.), με αναγωγή ανά εκατομμύριο αφίξεων και αναλογικά με τους ανταγωνιστικούς προορισμούς, η Ελλάδα έπρεπε να έχει σήμερα:

Γήπεδα Γκόλφ: 46, Συνεδριακά / Εκθεσιακά κέντρα: 15,

Κέντρα θαλασσοθεραπείας: 24, Μαρίνες: 42

Ο στόχος αυτός είναι φιλόδοξος ακόμα και σε επίπεδο δεκαετίας. Όμως τίποτε δεν είναι ακατόρθωτο. Για να πραγματοποιηθούν βέβαια οι επενδύσεις αυτές καθώς και οι απαραίτητες για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση του συνόλου της τουριστικής προσφοράς μας, **παραμένουν άλυτα**

πρόβλημα. Αυτό το πλαίσιο οφείλει να δώσει ο υπό διαμόρφωση νέος Αναπτυξιακός Νόμος .

ΤΑ ΚΟΙΝΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

4.1 Τι θα γίνει από εδώ και εμπρός

Για την πενταετία 1995-99 προβλέπεται ότι θα διατεθούν για τις καινοτόμες δράσεις ή μελέτες στα πλαίσια του αρθρ. 10 ΕΤΠΑ περίπου 400 εκατ. ECU (=121,2 δις δρχ.) . Το κονδύλι αυτό αφορά το σύνολο των χωρών-μελών της Ένωσης. Προνομιακή ωστόσο μεταχείριση από την άποψη των διατιθέμενων κονδυλίων θα έχουν οι περιφέρειες του στόχου 1, στον οποίο συγκαταλέγεται ολόκληρη η Ελλάδα. Οι επιδοτούμενες δράσεις θα καλύπτουν τέσσερις τομείς:

- την εσωτερική και εξωτερική διαπεριφερειακή συνεργασία (180 εκατ. ECU δηλαδή 54,6 δις δρχ.)
- τις καινοτομίες για την τοπική και την περιφερειακή ανάπτυξη (90 εκατ. ECU δηλαδή 27,3 δις δρχ.)
- τη χωροταξία (45 εκατ. ECU δηλαδή 13,7 δις δρχ.)
- την πολιτική για τα αστικά κέντρα (80 εκατ. ECU δηλαδή 24,3 δις δρχ.)

Αυτοί οι 4 τομείς δράσης μεταφράζονται πρακτικά σε 3 προγράμματα- ομπρέλες: ένα πρόγραμμα για τους δυο πρώτους και από ένα για τους δυο υπόλοιπους. Θα υλοποιηθούν δε διαμέσου της λειτουργίας 8 πιλοτικών προγραμμάτων, στα οποία θα αναφερθούμε αναλυτικότερα στη συνέχεια.

Η, βήμα προς βήμα, διαδικασία για τη συμμετοχή σε ένα τέτοιο πρόγραμμα:

α. Δημοσίευση στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (Ε.Ε.Τ.Ε.Κ.): για κάθε πιλοτικό πρόγραμμα δημοσιεύεται πρόσκληση για εκδήλωση ενδιαφέροντος στην Ε.Ε.Τ.Ε.Κ.

β. Πρόσθετη πληροφόρηση: Οι τοπικές και περιφερειακές αρχές και οι άλλες δικαιούχες οργανώσεις μπορούν να λαμβάνουν επιπλέον πληροφόρηση για καθεμιά πρόσκληση για εκδήλωση ενδιαφέροντος μετά τη δημοσίευση τους στην Ε.Ε.Τ.Ε.Κ.

γ. Συναντήσεις – ανταλλαγές συνεργασίας: Για κάθε πρόσκληση για εκδήλωση ενδιαφέροντος η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα διοργανώσει μια συνάντηση για ενημέρωση, ανταλλαγή απόψεων και εξεύρεση συνεταιίρων, στην οποία θα μπορούν να λάβουν μέρος οι εκπρόσωποι των τοπικών και περιφερειακών αρχών και όλοι οι άλλοι ενδιαφερόμενοι. Η συνάντηση αυτή θα γίνεται συνήθως στα πλαίσια του Directoria.

δ. Κατάθεση προτάσεων: Ανάλογα με την καταπληκτική προθεσμία που αναφέρεται στις προσκλήσεις για την εκδήλωση ενδιαφέροντος, οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να καταθέσουν τις προτάσεις τους για συμμετοχή στις πιλοτικές δράσεις-προγράμματα στην αρμόδια Διεύθυνση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

ε. Επιλογή προτάσεων: Η επιλογή των προτάσεων για δράσεις-προγράμματα, που θα χρηματοδοτηθούν στα πλαίσια του αρθρ. 10 ΕΤΠΑ γίνεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και βασίζεται σε μια σειρά προσυμφωνημένων κριτηρίων.

στ. Ενημέρωση – πληροφόρηση: Οι Μόνιμοι Αντιπρόσωποι των κρατών-μελών ενημερώνονται για τις προτάσεις που επελέγησαν και έχουν στη διάθεση τους μια περίοδο 15 ημερών για να αντιδράσουν.

ζ. Οικονομική συμμετοχή της Ένωσης: Για κάθε πρόγραμμα που επιλέγεται, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διενεργεί διαγωνισμό για την ανάθεση του.

η. Υλοποίηση: Οι εκτελεστές των δράσεων-προγραμμάτων έχουν συνήθως δυο με τρία χρόνια στη διάθεση τους για να τα ολοκληρώσουν.

4.2 Εσωτερική διαπεριφερειακή συνεργασία

Πλαίσιο

Την τετραετία 1990-1994 υλοποιήθηκαν με επιτυχία πειραματικά έργα διαπεριφερειακής συνεργασίας τα οποία η Επιτροπή θα συνεχίσει να υποστηρίζει και την περίοδο 1995-99.

Τομείς δράσεων

- Στον τομέα της μεταφοράς τεχνογνωσίας από αναπτυγμένες σε λιγότερο αναπτυγμένες περιφέρειες, οι δράσεις θα αποσκοπούν στο να συμβάλλουν στον εκσυγχρονισμό της διοίκησης και των μεθόδων τοπικής ανάπτυξης αξιοποιώντας τη συνεργασία ανάμεσα σε ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς.
- Στον τομέα της υλοποίησης έργων κοινής ωφέλειας οι δράσεις θα αποσκοπούν στην αξιοποίηση του δυναμικού, στην πρόσβαση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή αγορά καθώς και στην προώθηση καινοτομιών μέσω της διαπεριφερειακής συνεργασίας.

- Στον τομέα της αλληλοσυμπλήρωσης με άλλες κοινοτικές πολιτικές, οι δράσεις θα πρέπει να σχετίζονται με το περιβάλλον, την έρευνα και την ενέργεια.

Δικαιούχοι Φορείς

Δικαιούχοι είναι οι περιφερειακές και τοπικές αρχές των χωρών-μελών της Ένωσης, δηλαδή ΟΤΑ όλων των βαθμίδων. Η συμμετοχή των οικονομικών και κοινωνικών εταίρων, καθώς και των αντιπροσωπευτικών τους οργανώσεων, είναι επιθυμητή. Κάθε πρόταση που θα υποβάλλεται θα πρέπει να αποτελεί συνεργασία τριών έως επτά ΟΤΑ, από τους οποίους τουλάχιστον το 1/3 θα πρέπει να ανήκει σε περιφέρειες του στόχου 1 ή / και ενδεχομένως 6, ενώ θα πρέπει να προέρχονται και από τρία τουλάχιστον κράτη μέλη.

Προϋπολογισμός

Ο προϋπολογισμός για την πρώτη υποβολή προτάσεων ανέρχεται σε 30 εκατ. ECU δηλαδή 9.1 δις δρχ. Η κοινοτική συμμετοχή καλύπτει έως και το 75% του προϋπολογισμού για τις επιλέξιμες περιοχές των στόχων 1 και 6 και έως το 50% για τις υπόλοιπες. Η κοινοτική χρηματοδότηση για κάθε έργο θα κυμαίνεται μεταξύ 1 και 3 εκατ. ECU δηλαδή 303 και 909 εκατ. Δρχ.

Διάρκεια υλοποίησης

Κάθε έργο θα πρέπει να υλοποιείται εντός δυο ή, το αργότερο, τριών ετών.

Χρονοδιάγραμμα και επαφές

Η πρόσκληση για υποβολή προτάσεων θα δημοσιευθεί στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων στο τέλος Ιανουαρίου 1996. έχουν προβλεφθεί και άλλες δυο προσκλήσεις υποβολής προτάσεων για το πρώτο εξάμηνο του 1997 και το πρώτο εξάμηνο του 1998 αντίστοιχα. Καθεμία αφορά ποσό κοινοτικής συγχρηματοδότησης.

4.3 RECITE:(Regions and Cities of Europe)

Το RECITE είναι μια πιλοτική δράση που αποσκοπεί στην προώθηση της συνεργασίας ανάμεσα σε περιφέρειες και πόλεις των χωρών-μελών της Ένωσης. Αυτό επιτυγχάνεται με τη δημιουργία δικτύων συνεργασίας πόλεων και περιφερειών με σκοπό την ανταλλαγή εμπειριών, πληροφοριών και τεχνογνωσίας σε καθορισμένους τομείς ενδιαφέροντος.

Το RECITE είναι ανοιχτό σε όλους τους ΟΤΑ πόλεων και περιφερειών της Ένωσης με πληθυσμό πάνω από 50.000 κατοίκους. Κάθε δίκτυο θα πρέπει να βασίζεται σε συνεργασία 2-10 ΟΤΑ, η διάρκεια χρηματοδότησης είναι 2-3 χρόνια και το ανώτατο ποσό κοινοτικής ενίσχυσης για κάθε δράση 1-3 εκατ. ECU δηλαδή 303-909 εκατ. δρχ. Οι ειδικότεροι τομείς συνεργασίας μπορούν να είναι ενδεικτικά οι εξής: η οικονομική ανάπτυξη, ο σχεδιασμός, οι μεταφορές, το περιβάλλον, ο τουρισμός, η εκπαίδευση, οι κοινωνικές υπηρεσίες, η δημόσια διοίκηση, η αγροτική ανάπτυξη, η ενέργεια κλπ. Μέχρι το 1991 είχαν τεθεί σε λειτουργία 37 δίκτυα συνεργασίας, τα οποία χρηματοδοτήθηκαν από την Ένωση με ένα συνολικό ποσό 49 εκατ. ECU δηλαδή 14,9 δις δρχ. Πόλεις και περιφέρειες του στόχου 1 μπορούν να λάβουν μέχρι και το 75% του κόστους, οι υπόλοιπες μέχρι το 50%. Το RECITE θα συνεχίσει να λειτουργεί στο μέλλον στα πλαίσια της δράσης Εσωτερική

Διαπεριφερειακή Συνεργασία Σ. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να απευθύνονται για περισσότερες πληροφορίες στην εξής διεύθυνση:

The European Commission

DG XVI/ A.1

Rue de la Loi 200

B-1049 Brussels

Fax: +32-2-296 25 68/ -296 29 77

4.4 ECOS / OUVERTURE

Τα ECOS / OUVERTUTE είναι προγράμματα της Ε. Ε. που αποσκοπούν στην εγκαθίδρυση δεσμών συνεργασίας ανάμεσα σε περιφέρειες και πόλεις της Ε.Ε. από τη μια και πόλεις ή περιφέρειες σε χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης (ΧΚΑΕ) από τη άλλη. Προτεραιότητα δίνεται σε πόλεις και περιφέρειες, που βρίσκονται σε μειονεκτούσες περιοχές.

Τα ECOS / OUVERTURE παρέχουν οικονομική βοήθεια για δράσεις που ενθαρρύνουν τη δημιουργία δεσμών συνεργασίας, που στηρίζουν την περιφερειακή ανάπτυξη, που διευκολύνουν την ανταλλαγή εμπειριών και τη μεταφορά τεχνογνωσίας, που προωθούν τις επιχειρήσεις και το εμπόριο κλπ.

Οι δράσεις και παρεμβάσεις που θα συμπεριληφθούν στα ECOS/OUVERTURE πρέπει να πληρούν ορισμένα κριτήρια, όπως:

- να φέρνουν σε επαφή δυο τουλάχιστον εταίρους από την Ε.Ε. (με προτίμηση τις λιγότερο ανεπτυγμένες περιφέρειες της Ένωσης) με έναν τουλάχιστον εταίρο από την Ανατολική Ευρώπη.
- να υποστηρίζονται από μια περιφερειακή αρχή
- να περιέχουν δραστηριότητες που συνήθως εμπίπτουν στην αρμοδιότητα των περιφερειακών αρχών.

Οι κοινοτικοί εταίροι που μετέχουν σε μια επιλεγμένη δράση λαμβάνουν οικονομική ενίσχυση μέχρι το 50% του συνολικού

κόστους και μέχρι 100.000 ECU δηλαδή 30,3 εκατ. δρχ. το ανώτερο. Οι κοινοτικοί εταίροι από λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές της.

4.5 Οι καινοτόμες δράσεις ή μελέτες στα πλαίσια του άρθρου 10 του ΕΤΠΑ

Η τρίτη δυνατότητα κοινοτικής χρηματοδότησης στα πλαίσια της περιφερειακής πολιτικής της Ένωσης είναι οι λεγόμενες καινοτόμες δράσεις. Σύμφωνα με το άρθρο 10 του Κανονισμού για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) το 1% περίπου των κονδυλίων του ΕΤΠΑ διατίθεται σε αυτές τις δράσεις. Πρόκειται για ενέργειες (δράσεις, παρεμβάσεις, προγράμματα συνεργασίας) μικρού κυρίως βεληνεκούς ή μελέτες, που πρέπει αφενός να προωθούν τη συνεργασία ανάμεσα σε συμμετέχοντες δικαιούχους φορείς (τοπικές και περιφερειακές αρχές ή / και οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι) και αφετέρου να διακρίνονται για την πρωτοτυπία τους: να αποσκοπούν δηλαδή στο να προωθήσουν κάτι το νέο, το καινούργιο.

Η καινοτομία μπορεί να αφορά τόσο το αντικείμενο της ενέργειας ή μελέτης όσο και τη μορφή της, δηλαδή το είδος της συνεργασίας που προωθεί ανάμεσα στις τοπικές και περιφερειακές αρχές των διαφόρων χωρών – μελών, είτε μεταξύ τους είτε με τους οικονομικούς και κοινωνικούς εταίρους. Σκοπός του άρθρου 10 ΕΤΠΑ είναι τελικά η ενθάρρυνση και προώθηση καινοτομιών, που θα αφορούν την ανάπτυξη πρωτότυπων μορφών συνεργασίας στα πλαίσια της περιφερειακής πολιτικής Ένωσης, τόσο σε εθνικό όσο και σε κοινοτικό επίπεδο. Αυτή η διαδικασία αναμένεται να επιταχύνει την πρόοδο προδ την οικονομική και κοινωνική συνοχή εντός ενός πλαισίου διεθνοποίησης της οικονομίας.

Τι έχει γίνει μέχρι σήμερα;

Κατά την πρώτη περίοδο λειτουργίας των καινοτόμων ενεργειών (1989-93) προωθήθηκαν μια σειρά από δράσεις που εμπλούτισαν την κοινοτική πολιτική με νέες προσεγγίσεις, όπως στους τομείς της χωροταξίας (μελέτη και έγγραφο Ευρώπη 2000+Σ), της διαμεθοριακής συνεργασίας, της δημιουργίας νέων και της περαιτέρω ανάπτυξης των ήδη υφιστάμενων δικτύων συνεργασίας ανάμεσα σε πόλεις και περιφέρειες (PACTE, RECITE, ECOS / OUVERTURE) κλπ. Πολλές από αυτές αποδείχτηκαν τόσο σημαντικές που κατέληξαν να γίνουν μετά κοινοτικές πρωτοβουλίες, όπως το INTERREG και η URBAN (βλ. παραπάνω υπό 2.1 και 2.8 αντίστοιχα). Στο σημείο αυτό θα γίνει μια σύντομη αναφορά σε κάποιες από αυτές τις δράσεις με ενδιαφέρον για τους ΟΤΑ, καθώς ορισμένες από αυτές είναι ακόμα σε λειτουργία.

α. PACTE

Το PACTE είναι ένα κοινοτικό πρόγραμμα που αποσκοπεί στην προώθηση της συνεργασίας και της ανταλλαγής εμπειριών ανάμεσα σε πόλεις και περιφέρειες της Ένωσης. Οι ειδικότεροι τομείς δράσης είναι ενδεικτικά: κυβερνητικές υπηρεσίες, οργάνωση και διοίκηση της φυσικής ανάπτυξης, μεταφορές, έρευνα και τεχνολογία, περιβάλλον, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενέργεια, τουρισμός. Οι δράσεις αυτές καθ' αυτές μπορούν να είναι: συναντήσεις, συνέδρια, σεμινάρια, εκδηλώσεις, εκδόσεις, επισκέψεις κλπ.

Το πρόγραμμα είναι ανοικτό σε όλες τις τοπικές και περιφερειακές αρχές των χωρών-μελών της Ένωσης. Προτεραιότητα δίνεται σε δράσει, στις οποίες συμμετέχουν ΟΤΑ.

(από _____)

Η χρησιμοποίηση του συγκριτικού πλεονεκτήματος, που είναι η πλούσια πολιτιστική μας κληρονομιά, οι αναγκαίες παρεμβάσεις που προτείνουμε για την αναβάθμιση της Αττικής και η δημιουργία νέων τουριστικών δεδομένων σε όλη την χώρα, πιστεύουμε ότι είναι τα αναγκαία συστατικά για την ανάδειξη της Ελλάδος στην διεθνή τουριστική αγορά.

Θα θέλαμε να επισημάνουμε, καταθέτοντας την πρότασή μας, ότι βασική προϋπόθεση όχι μόνο για την επιτυχή τέλεση των Αγώνων, αλλά και για την μεγιστοποίηση των ωφελειών από την προβολή που θα τύχει η χώρα μας, είναι η κατασκευή όλων των απαιτούμενων έργων για την συμπλήρωση και των εκσυγχρονισμό της βασικής υποδομής της πόλης και της χώρας.

Φυσικά δεν πρέπει να ξεχνάμε, ότι κάθε δραχμή που δίνεται για τα έργα των Ολυμπιακών Αγώνων προέρχεται από το υστέρημα του Ελληνικού Λαού. Θα πρέπει λοιπόν για κάθε έργο από σήμερα να μπορούμε να προσδιορίσουμε την μεταολυμπιακή του χρήση. Μόνο με αυτή την φιλοσοφία θα πιάσουν τόπο τα χρήματα του Έλληνα φορολογούμενου. Δυστυχώς όμως, παρ' όλο που ο χρόνος τρέχει, η κυβέρνηση ακόμη δεν έχει συγκροτήσει την από καιρό πολυδιαφημισμένη ομάδα εργασίας που θα ασχοληθεί με την μεταολυμπιακή χρήση των έργων. Και όλα αυτά γίνονται την στιγμή που 138 έργα και 538 από τις 878 προθεσμίες έργων και μελετών (προκηρύξεις, μελέτες, συμβάσεις, διαγωνισμοί κ.ά) θα πρέπει να έχουν ολοκληρωθεί μέσα στο 2001

ΑΕΘΝΑΣ Α΄

5.1 ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ- ΔΡΑΣΕΙΣ

Α.1. Πάροχ η κινήτριαν για τη δημιουργία θεματικών πάρκων στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής. Τόσο οι προηγούμενες πόλεις που φιλοξένησαν Ολυμπιακούς Αγώνες αλλά και όσες έχουν φιλοξενήσει άλλα μεγάλα γεγονότα προσέλκυσαν ιδιωτικά κεφάλαια για τη δημιουργία τέτοιων θεματικών πάρκων.

Π.χ. η δημιουργία ενός «Πάρκου Μυθολογίας - Αρχαίας Ελλάδος» θα αποτελέσει, όχι μόνο χώρο οικογενειακής αναψυχής για τους Αθηναίους, αλλά και ένα πόλο προσέλκυσης των τουριστών. Με την κατασκευή του, θα παραδώσουμε ολοκληρωμένους χώρους αναψυχής, τόσο για τους Αθηναίους, όσο και για τους τουρίστες που θα επισκεφθούν την Αθήνα, τόσο κατά την διάρκεια των αγώνων, όσο και μετά.

Στόχος ο κάθε τουρίστας - επισκέπτης να γνωρίσει την καθημερινότητα της αρχαίας Ελλάδας, μέσω ενός τέτοιου του θεματικού πάρκου.

Σε συνεργασία με ιδιώτες για προβολή του πολιτισμού μας. Σ' όλο τον κόσμο τα μουσεία προβάλλουν τα αντικείμενά τους, ξεφεύγοντας από την ιδέα κάποιων νεκρών αντικειμένων από το παρελθόν. Η μουσειολογία στην Ελλάδα βρίσκεται στα επίπεδα της δεκαετίας του 40. Ο τρόπος παρουσίασης των εκθέσεων μέσα στα μουσεία, δεν αποτελούν διαφήμιση για την Ελλάδα του 2001.

- Ταυτόχρονα, πρέπει να ξεκινήσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα ανακαίνισης όλων των μουσείων, ενώ θα πρέπει να υπάρξει συγκεκριμένο πρόγραμμα διαφήμισης των μουσείων μας. Όλα τα παραπάνω θα πρέπει να είναι ενταγμένα στην ενιαία διαφημιστική στρατηγική των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Η χώρα χρειάζεται σύγχρονα μουσεία που θα στεγάσουν την σύγχρονη Τέχνη, τον Αρχαιολογικό Θησαυρό της χώρα μας κλπ. Η αναβάθμιση υπάρχόντων ή η κατασκευή νέων, θα πρέπει άμεσα να ξεκινήσουν με χρονικό ορίζοντα λειτουργίας τους το 2003, ώστε να ενταχθούν σε τουριστικά προγράμματα
- Παράλληλα πρέπει να ενισχυθεί κάθε νεανική μορφή τέχνης και δημιουργίας και λαϊκού πολιτισμού. Κάθε δραστηριότητα νέων καλλιτεχνών, επαγγελματιών ή ερασιτεχνών, θα μπορεί αν οργανωθεί έγκαιρα και σωστά (π.χ. Φεστιβάλ νέων καλλιτεχνών) να δείξει σε κάθε επισκέπτη αλλά και σε κάθε κάτοικο της Αθήνας πρωτοβουλίες αλλά και δημιουργίες πρωτότυπες και ίσως με διεθνή εμβέλεια. Όπως το όνειρο κάθε αθλητή είναι να διακριθεί στην Ολυμπιάδα, ας δώσουμε την ευκαιρία σε κάθε νεανική έκφραση, έξω από κάθε είδους επαγγελματισμό, να συμμετέχει μέσω του πολιτισμού σε ένα παγκόσμιο γεγονός που είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Ακόμη και η συμμετοχή εξάλλου είναι διάκριση.

Α.2. Αντιμετώπιση πολυμετακλιτών δημιουργιών (όπως γλυπτών, εικαστικών κ.ά) από άλλες τις συμμετέχουσες χώρες σε άλλους τους αρχαιολογικούς χώρους που ενοποιούνται.

(ΠΡΟΤΑΣΗ 10^η ΣΕΠΥ)

Η Ελλάδα η χώρα του πολιτισμού, αλλά και η διοργανώτρια χώρα των Ολυμπιακών Αγώνων 2004, έχει το συγκριτικό πλεονέκτημα να μπορεί να συγκεντρώσει από όλο σχεδόν τον πλανήτη κάθε πολιτιστική δημιουργία. Στους αρχαιολογικούς χώρους που θα πρέπει έγκαιρα να έχουν ενοποιηθεί, δίνεται η χρυσή ευκαιρία να εκθέσει όλος ο πλανήτης κάθε καλλιτεχνική έκφραση και δημιουργία. Ήμασταν κάποτε το κέντρο του παγκοσμίου δημιουργικού πολιτισμού. Σήμερα θα πρέπει τουλάχιστον να γίνουμε το κέντρο έκθεσης της παγκόσμιας δημιουργίας . Ας στρέψουμε το ενδιαφέρον όλου του κόσμου πέρα από τον αθλητισμό και στον πολιτισμό.

Θα πρέπει να ξεκινήσει άμεσα η προετοιμασία ανοικτών εκθέσεων (όπως γλυπτών, εικαστικών, κεραμικών κ.ά) με συμμετοχή όλων των χωρών που θα πάρουν μέρος στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, στις αρχαιολογικές περιοχές που προτείνονται να ενοποιηθούν. Με την πρόταση αυτή μπορούμε να αναδείξουμε την οικουμενικότητα των αγώνων και φυσικά να την συνδυάσουμε με την ολυμπιακή εκεχειρία που αποτελούν στόχους του σημερινής Κυβέρνησης

Η Ελλάδα, η χώρα του πολιτισμού και της ιστορίας, μπορεί και πρέπει να αποτελέσει ένα στρατηγικό στοιχείο της τουριστικής μας πολιτικής και προβολής ενόψει της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Μια θαυμάσια ευκαιρία για επέκταση της τουριστικής περιόδου υψηλής ζήτησης πριν και μετά τους

αγώνες, όπως επίσης και για την προβολή άλλων πόλεων πλην της Αθήνας (π.χ μη ανεπτυγμένα τουριστικά νησιά, περιοχές με ιδιαίτερα φυσικά χαρακτηριστικά κλπ) είναι η διοργάνωση πολλαπλών εκδηλώσεων (πχ συναυλίες δημοφιλών γκρουπ, πολιτιστικές εκδηλώσεις διεθνούς επιπέδου κ.λ.π.) Κατ' αυτόν τον τρόπο είναι δυνατή εύκολα η επέκταση της Ολυμπιακής περιόδου και μάλιστα με τρόπο ώστε να μεγιστοποιείται το όφελος από την τέλεση των αγώνων στη χώρα μας. Δεν πρέπει να πάει χαμένη η ευκαιρία, μέσω των Ολυμπιακών Αγώνων, να αναδείξουμε το γεγονός ότι **Ελλάδα δεν είναι μόνο η Αθήνα** σε όλο τον κόσμο που θα παρακολουθήσει τους αγώνες . Η ισόρροπη ανάπτυξη περιφέρειας – κέντρου είναι στρατηγική επιλογή της χώρας μας, αλλά και του κυβερνητικού προγράμματος της Νέας Δημοκρατίας . Η προβολή των περιοχών αυτών μέσω πολιτιστικών γεγονότων διεθνούς εμβέλειας, που θα παρακολουθήσουν τουρίστες, δημοσιογράφοι, ο παγκόσμιος έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος , που θα έρθουν για τους Ολυμπιακούς Αγώνες, είναι σίγουρα η καλύτερη διαφήμιση για την Ελλάδα της ανάπτυξης και του πολιτισμού . Δεν πρέπει να παραβλέπουμε το σημαντικό γεγονός, ότι κάθε τουρίστας από της 10 μέρες κατά μέσο όρο παρουσίας του στην χώρα που διοργανώνει Ολυμπιακούς Αγώνες, αφιερώνει τις 6 για την παρακολούθηση των αγώνων και τις υπόλοιπες για να συμμετάσχει σε άλλες μορφές τουρισμού. Είναι μοναδική ευκαιρία να στρέψουμε την προσοχή των τουριστών στην περιφέρεια, μέσω συγκεκριμένων τουριστικών προγραμμάτων, που θα αναδεικνύουν μη γνωστές στους πολλούς περιοχές της χώρας μας .

5.2 ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

Ενσωμάτωση των Αρχαιολογικών χώρων – Μουσείων στην καθημερινότητα.

B1. Ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων με

Πολιτιστικό

Ίσως η τελευταία λέξη είναι και όλη η ουσία. Όλες οι ενοποιήσεις αρκούνται στην πεζοδρόμηση και την απαγόρευση κυκλοφορίας. Που είναι τα μουσειακά στοιχεία, τα στοιχεία πληροφόρησης κλπ. ; Η έμφαση θα πρέπει να δοθεί στη δημιουργία υποδομών εξυπηρέτησης και στην λειτουργία κέντρων πληροφόρησης, με αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας. Είναι γεγονός ότι η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων, πέρα από την ανάδειξη των συγκεκριμένων περιοχών, θα πρέπει να συνοδεύεται για όλη την διάρκεια των αγώνων με πολλές εκδηλώσεις. Σκοπός μας θα είναι να δημιουργήσουμε συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν με μεγάλη προστιθέμενη αξία. Είναι επιτακτική ανάγκη να μπορούμε, στον κάθε τουρίστα που θα βρίσκεται στην Αθήνα, να δώσουμε την ευκαιρία να παρακολουθεί, εκτός από τους αγώνες, στον ελεύθερο χρόνο του, πολλαπλές και εναλλασσόμενες πολιτιστικές και άλλες δράσεις, ανακαλύπτοντας και το διαφορετικό χρώμα από αυτό που δείχνει σήμερα η πόλη.

Η πρόταση που καταθέτουμε για ανοιχτές παγκόσμιες εκθέσεις, μπορεί να επεκταθεί και σε άλλες κάθε μορφής τέχνης, με προϋποθέσεις την έγκαιρη προετοιμασία και φυσικά την έγκαιρη ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων.

B2. Επιτάχυνση εργασιών στη Οδό Πειραιώς, Νεράϊδα, Ψαρρή και ολοκλήρωση μέχρι το 2003.

Περιοχές όπου απαιτούνται τομές, κίνητρα για ανακαινίσεις και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Βέβαια οι παραπάνω περιοχές θα πρέπει να συνδέονται και οργανικά με τους ενοποιημένους αρχαιολογικούς χώρους . Στον κάθε τουρίστα θα πρέπει να δίνεται η ευκαιρία να μπορεί να συγκρίνει την διαχρονική εξέλιξη της πόλης των Αθηνών από τα αρχαία χρόνια έως και σήμερα . Οι εναλλαγές των οπτικών ερεθισμάτων, αλλά και η διαφορετικότητα των πολιτιστικών δράσεων, είναι γεγονός ότι θα είναι η καλύτερη διαφήμιση της Αθήνας, με στόχο οι τουρίστες που θα έρθουν για τους αγώνες να ξαναέρθουν και μετά τους αγώνες . Η Αθήνα θα πρέπει να ξαναγίνει, όσο το δυνατόν γρηγορότερα, τόπος τουριστικού προορισμού, ή τουλάχιστον να αυξήσουμε τις μέρες διαμονής των τουριστών στην πόλη. Είναι δε σημαντικό τα διάφορα συμβάντα (happenings) που θα προβάλλουν τη πόλη στις ώρες που οι επισκέπτες δεν θα είναι στα γήπεδα, να είναι προγραμματισμένα και έτοιμα μέχρι το 2004, ώστε να μπορούν να ενταχθούν στα διάφορα τουριστικά πακέτα. Η Αθήνα και η Ελλάδα είναι κάτι το εντυπωσιακό για τους ξένους,. Το συναίσθημα να νιώσεις την ένταση του να ζεις στην Αθήνα "Feeltheexcitementofliving inAthens" μπορεί να γίνει πραγματικότητα. Αρκεί το όραμα αυτό να υποστηριχθεί από τα κατάλληλη υποδομή.

B3. Η άμεση ανάπτυξη λιμανιών της Αττικής (Πειραιάς, Ραφήνας και Λαυρίου).

Η μεταφορά του αεροδρομίου στα Σπάτα, δημιουργεί μία ευκαιρία για την ανάπτυξη των δύο λιμανιών Ραφήνας και Λαυρίου, που θα πρέπει να αποτελέσουν κομβικά σημεία μετακίνησης, όχι μόνο των Αθηναίων, αλλά και των τουριστών. Παράλληλα θα αποσυμφορήσουν τον άξονα Πειραιά – Αθήνας, που φέρει το κύριο

βάρος στη σημερινή ζωή της πόλης. Δεν πρέπει να ξεχνάμε το γεγονός ότι τα λιμάνια αποτελούν πύλες εισόδου - εξόδου των πολιτών που διακινούνται από και προς την νησιωτική Ελλάδα, ενός από τα πιο ευαίσθητα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας. Υποχρέωση του κράτους είναι να παρέχει στους ταξιδιώτες σύγχρονες και ασφαλείς υποδομές. Τέλος θα πρέπει να ξεκινήσουν άμεσα έργα εξωραϊσμού και λειτουργικής αναβάθμισης του λιμανιού στον Πειραιά, ώστε επιτέλους το πρώτο λιμάνι της χώρας μας να μπορέσει να ανταποκριθεί στον ρόλο του εν' όψη των Ολυμπιακών Αγώνων, παρέχοντας υπηρεσίες υψηλού επιπέδου με στόχο να γίνει ένα από τα καλλίτερα λιμάνια σε όλη την Ευρώπη και σε όλο τον κόσμο.

54. Απομάκρυνση και αξιοποίηση άλλων στρατοπέδων

από την Αττική και μετατροπή τους σε χώρο πρασίνου, με ταυτόχρονη ανάδειξή τους σε χώρους ξεκούρασης, πολιτιστικής δημιουργίας και αθλοπαιδιών στους συγκεκριμένους χώρους. **Κύριο μέλημά μας είναι τα πάρκα να αποτελέσουν ζωντανές περιοχές με έντονες και δυναμικές κοινωνικές παρεμβάσεις.** Κάτι αντίστοιχο ως προς την αξιοποίηση συνέβη με τη Σχολή Ευελπίδων, που παράλληλα με τη μεταστέγασή της στη Βάρη, ανακαινίστηκε και μετατράπηκε σε δικαστήρια. Σε τι εξυπηρετούν σήμερα τα στρατόπεδα που υπάρχουν μέσα στην Αθήνα; Σήμερα η Αθήνα είναι μια πόλη με πολύ χαμηλό ποσοστό πρασίνου και ακόμη χαμηλότερο ποσοστό ενεργητικής συμμετοχής των πολιτών στην αξιοποίηση του χώρου τους σε σχέση ειδικότερα και με άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες. Η πρότασή μας στοχεύει, τόσο στην αύξηση του ποσοστού πρασίνου, όσο και στην δημιουργία συνθηκών που θα καταστήσουν την Αθήνα μια ανθρώπινη και σύγχρονη πόλη, τόσο για τους κατοίκους της, όσο και για τους τουρίστες. Είναι μοναδική ευκαιρία, μέσω της διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων, να αλλάξουμε την εικόνα της πόλης μας.

Είναι και ένα χρέος προς τις επόμενες γενιές αυτής της πόλης.

Β5. Διευκόλυνση κατάλληλων ενημερωτικών υποδομών για διευκόλυνση των πολιτών στις μετακινήσεις τους.

Θα πρέπει άμεσα να εκπονηθεί ένα συνολικό σχέδιο για τις παρεμβάσεις που πρέπει να γίνουν, ώστε ο κάθε μετακινούμενος να μπορεί εύκολα να πάει στον προορισμό του. Η κατάλληλη σήμανση, τα περίπτερα ενημέρωσης, η χρήση νέων τεχνολογιών που θα βοηθούν τον κάθε ενδιαφερόμενο, το κατάλληλο πληροφοριακό υλικό, είναι μερικές από τις δυνατότητες που παρέχονται, ώστε να δημιουργήσουμε μια πόλη εύκολη και φιλόξενη, τόσο στους κατοίκους της όσο και στους επισκέπτες. Θα είμαστε κατώτεροι των περιστάσεων **αν στον αιώνα της πληροφόρησης δεν μπορέσουμε** να βοηθήσουμε τον κάθε πολίτη που ζει ή θα βρίσκεται στην Αθήνα για τους Αγώνες να μετακινηθεί **γρήγορα και σωστά.**

Β6. Αξιοποίηση του πρώην αεροδρομίου στο Ελληνικό.

Τον τελευταίο καιρό παρατηρούμε, ότι στα πλαίσια του χωροταξικού επανασχεδιασμού των Ολυμπιακών Έργων κάθε ένα από αυτά που χαρακτηρίζεται ως ορφανό, να προχωρεί η κατασκευή του στο χώρο του πρώην αεροδρομίου στο Ελληνικό. Αυτή η λογική, αν επικρατήσει, είναι μαθηματικά βέβαιο ότι θα μετατρέψει τον συγκεκριμένο χώρο σε μια απέραντη αποθήκη των Ολυμπιακών Αγώνων, με πρόχειρες και μη μόνιμες κατασκευές, δημιουργώντας τελικά ένα τερατούργημα Ολυμπιακών Διαστάσεων. Αντ' αυτού η κυβέρνηση πρέπει να προχωρήσει στην αξιοποίηση του χώρου με την δημιουργία κατάλληλων υποδομών, χώρων πρασίνου, επέκταση του υπάρχοντος γκολφ προς τον χώρο του Ελληνικού με στόχο τον διπλασιασμό της υπάρχουσας έκτασης δημιουργώντας ένα διεθνούς επιπέδου γήπεδο, και κάθε τι άλλο που θα αναδεικνύει τον συγκεκριμένο χώρο.

5.3 ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι μια μοναδική ευκαιρία για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Η χώρα μας είναι γνωστό σε όλους ότι υστερεί στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Τώρα είναι η ώρα μέσω της κατασκευής σύγχρονων προπονητικών κέντρων στην περιφέρεια, να αναπτυχθεί ο αθλητικός τουρισμός. Μας δίνεται αυτή η δυνατότητα, με στρατηγικό σχέδιο που θα πρέπει να καταστρώσουμε, για να προχωρήσουμε στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Ο συνδυασμός της φυσικής ομορφιάς που έχει η χώρα μας και ταυτόχρονα η κατασκευή σύγχρονων προπονητικών κέντρων, αποτελούν το καταλληλότερο μείγμα για την ανάδειξη της περιφέρειας σε τόπο προορισμού τουριστών που θέλουν να κάνουν αθλητικό τουρισμό. Δεν πρέπει να λησμονούμε ότι η ωφέλεια των Ολυμπιακών Αγώνων δεν πρέπει να αφορά μόνο την Αθήνα, αλλά ολόκληρη την χώρα και φυσικά δεν θα πρέπει να έχουμε ως αναφορά τις μέρες διεξαγωγής των αγώνων, αλλά και την επόμενη τουριστική δεκαετία. Είναι εθνική ανάγκη η ωφέλεια των Αγώνων να αγγίξει και τον τελευταίο Έλληνα πολίτη. Όλοι οι Έλληνες θα πληρώσουν την διεξαγωγή των αγώνων και είναι επιτακτική η ανάγκη να ωφεληθούν όλοι από την τέλεση των αγώνων στην χώρα μας.

Σε συνδυασμό με τα παραπάνω και φυσικά τις άριστες κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στην χώρα μας, μπορεί η χώρα μας να γίνει συνώνυμο διακοπών της φυσιολατρίας, των σπορ, της δράσης, της αναζήτησης και της περιπέτειας. Άλλωστε η στρατηγική έχει σαν σκοπό να αυξήσει τα τουριστικά προϊόντα που διατίθενται στη χώρα μας, επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο

Γ3. Ιαματικός τουρισμός

Ένας από τους πιο παραμελημένους τομείς στην χώρα μας είναι ο ιαματικός τουρισμός (health Spa). Με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 μας δίνεται η δυνατότητα να προχωρήσουμε, μέσα από ένα πρόγραμμα εκσυγχρονισμού των ιαματικών δομών, σε ανάδειξη τους σε κέντρα τουρισμού υγείας με διεθνή προβολή. Οι κατάλληλες διαδικασίες εκσυγχρονισμού τους, όσο και η υλοποίηση συγκεκριμένης διαφημιστικής καμπάνιας μέσω και της διαφημιστικής στρατηγικής των Ολυμπιακών Αγώνων, είναι μαθηματικά βέβαιο ότι θα λειτουργήσουν στην διεθνή αγορά προσελκύοντας μεγάλο αριθμό τουριστών, που συμμετέχει κάθε χρόνο σε προγράμματα ιαματικού τουρισμού.

Γ4. Συνεδριακός τουρισμός (congress tourism)

Εδώ και πολλά χρόνια συζητάμε, χωρίς αποτέλεσμα, για την κατασκευή ενός μεγάλου συνεδριακού και εκθεσιακού κέντρου. Στην ουσία μιλάμε για την κατασκευή ενός κέντρου το οποίο και θα αποτελέσει την ατμομηχανή για την ανάπτυξη του συνεδριακού και εκθεσιακού τουρισμού. Πρέπει να επωφεληθούμε από την τεράστια προβολή της χώρας μας λόγω της τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων και να δημιουργήσουμε τις κατάλληλες συνθήκες για την δυναμική είσοδο μας στην διεθνή αγορά που αφορά των συνεδριακό και εκθεσιακό τουρισμό. Το ζήτημα δεν είναι να κάνουμε μόνο τους

αγώνες, αλλά να δείξουμε σε όλο τον κόσμο ότι οι υποδομές τις χώρας μας είναι αναπτυγμένες και αντάξιες χώρας που διοργανώνει Ολυμπιακούς Αγώνες. Θα πρέπει χωρίς άλλες καθυστερήσεις να ολοκληρωθεί με ορίζοντα το 2003, τουλάχιστον η κατασκευή του συνεδριακού κέντρου στο χώρο του Ελληνικού και να ξεκινήσουν όσο το δυνατόν γρηγορότερα οι διαδικασίες κατασκευής και ενός μεγάλου εκθεσιακού κέντρου. Στόχος μας πρέπει να είναι η προσέλκυση και μετά τους αγώνες τουριστών, επιχειρηματιών, και γενικότερα ανθρώπων αυξημένων εισοδημάτων και κάτι τέτοιο θα γίνει και με την ανάπτυξη του συνεδριακού και εκθεσιακού τουρισμού.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Κύριο χαρακτηριστικό παραμένει το γεγονός ότι περιμένουμε στην Αθήνα να έχουμε πάνω από 2.000.000 διανυκτερεύσεις κατά τη διάρκεια των Αγώνων.

Είναι γνωστό άλλωστε ότι δημοσιογράφοι, επιχειρηματίες, αλλά και απλοί επισκέπτες θα αποτελέσουν τους καλύτερους διαμορφωτές της κοινής γνώμης σε παγκόσμιο επίπεδο και ιδιαίτερα σε νέες τουριστικές αγορές όπως οι πρώην Ανατολικές χώρες της Ευρώπης.

Επιπλέον δεν πρέπει να μας αφήνει αδιάφορους ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 απευθύνονται εκτός των άλλων και σε ένα τουριστικό κοινό, που καμία χώρα μέχρι σήμερα που διοργάνωσε Ολυμπιακούς Αγώνες δεν είχε. Το παραπάνω συγκριτικό πλεονέκτημα αφορά τουρίστες από τις πρώην Ανατολικές χώρες της Ευρώπης (μια νέα τουριστική αγορά), που για πρώτη φορά τους δίνεται η δυνατότητα να παρακολουθήσουν Ολυμπιακούς Αγώνες σε συνδυασμό και με τις καλοκαιρινές τους διακοπές.

Είναι αποδεκτό από όλους, ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι μια μοναδική στιγμή στην ιστορία αυτού του τόπου. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας μας είναι τεράστια. Αυτό που έχουμε να κάνουμε είναι να τα αξιοποιήσουμε. Είναι εθνικό χρέος. Για το παρόν και το μέλλον αυτού του τόπου.

6.1 Συνεδρίαση Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού 7 Φεβρουαρίου 2003

1. Απολογισμός 2002 και προοπτικές 2003

Απολογισμός της τουριστικής κίνησης για το 2002

Διαπιστώνεται μείωση των αφίξεων τουριστών με προέλευση τη Γερμανία και τη Σουηδία της τάξης του 8% έως 10%, σε όλους τους ελληνικούς προορισμούς, όπως συνάγεται και από τον αριθμό των αφικνούμενων με πτήσεις τσάρτερ στα κυριότερα αεροδρόμια της χώρας ιδιαίτερα εμφανής, λόγω του μεγάλου όγκου των συνήθως μετα-κινούμενων τουριστών από τις χώρες αυτές, είναι η μείωση στη Ρόδο, την Κω, και την Κέρκυρα, και μικρότερη μείωση στην Κρήτη. Η τάση αυτή, προέρχεται κυρίως από την οικονομική συγκυρία των δύο αυτών χωρών.

Με βάση τα έως σήμερα στοιχεία, η κίνηση από το Ηνωμένο Βασίλειο αναμένεται να διατηρηθεί στο σύνολο του έτους στα ίδια υψηλά επίπεδα του 2001, με ελαφρά αύξηση (+1,3 έως 1,7%). Από τις λοιπές αγορές του εξωτερικού, σημαντική μείωση εκτιμάται ότι θα εμφανιστεί στο σύνολο του έτους στην τουριστική κίνηση από τις ΗΠΑ και το Ισραήλ, ενώ μικρότερη μείωση θα παρουσιαστεί στις αγορές της Γαλλίας, Ελβετίας, Αυστρίας.

Στις υπόλοιπες αγορές, η κίνηση θα διατηρηθεί γενικά στα επίπεδα του 2001, ενώ μικρή αύξηση εκτιμάται ότι έχει παρουσιάσει ο αριθμός τουριστών προερχόμενων από την Ολλανδία και την

Ιταλία.

Η μείωση των αφίξεων στην Κέρκυρα αντισταθμίζεται εν μέρει μόνον από τη σχετική αύξηση των αφίξεων στη Ζάκυνθο και την Κεφαλονιά, ιδιαίτερα τουριστών προερχόμενων από το Ηνωμένο Βασίλειο.

Πιο θετική εμφανίζεται η εικόνα της κίνησης στη Θεσσαλονίκη και τα κυριότερα θέρετρα της Βόρειας Ελλάδας (Χαλκιδική, Θάσος).

Καταγράφεται αύξηση των αφίξεων με πτήσεις τσάρτερ στο αεροδρόμιο της Αθήνας (αύξηση 7% έναντι του 2001, για το διάστημα Απριλίου-Αυγούστου).

Επισημαίνεται ωστόσο ότι:

- Ο κύριος όγκος των τουριστών με προορισμό το Λεκανοπέδιο μετακινείται κατά κανόνα ατομικά και οι ναυλωμένες πτήσεις αποτελούν αρκετά μικρό τμήμα της συνολικού όγκου των αφίξεων.
- Το αεροδρόμιο της Αθήνας έχει από ετών πάψει να αποτελεί την κύρια πύλη εισόδου αλλοδαπών τουριστών, λόγω και της ανάπτυξης των περιφερειακών αεροδρομίων.

Ελαφρώς μειωμένη εμφανίζεται και η κίνηση αλλοδαπών τουριστών στις Κυκλάδες, όπως προκύπτει ενδεικτικά και από τις μειωμένες αφίξεις αλλοδαπών τουριστών με σταθμό εισόδου στη χώρα το αεροδρόμιο Θήρας (μέσω πτήσεων τσάρτερ).

Μέρος της μείωσης της κίνησης αλλοδαπών τουριστών καλύπτεται από τον εσωτερικό τουρισμό, φαινόμενο που αναμένεται να ενισχυθεί και με την εφαρμογή του προγράμματος κοινωνικού τουρισμού του ΕΟΤ τους τελευταίους μήνες του έτους.

Ωστόσο, δεν υπάρχουν ακόμη διαθέσιμα συγκεντρωτικά στοιχεία ώστε να εκτιμηθεί η ακριβής έκταση αυτής της κάλυψης.

Με βάση τα πρόσφατα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, εμφανίζεται διαφορετική εικόνα για τις εισπράξεις από τον τουρισμό κατά το 2002 και τη συνακόλουθη σημασία της τουριστικής κίνησης

στην οικονομία της χώρας.

Σημαντική είναι η συμβολή των εισπράξεων από τον τουρισμό κατά το επτάμηνο Ιανουαρίου - Ιουλίου 2002 στην άνοδο του πλεονάσματος του ισοζυγίου των υπηρεσιών, αντισταθμίζοντας έτσι την αύξηση του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, που έφθασε τα 4.952 εκ. ευρώ.

Συγκεκριμένα, οι τουριστικές εισπράξεις έφθασαν τα 5.769,6 εκ. ευρώ, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 1,0 % έναντι της ίδιας περιόδου του 2001, ενώ το έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών αυξήθηκε κατά 13,64%.

Οι εισπράξεις από τον τουρισμό αυξήθηκαν κατά 5,35% τον Ιούλιο 2002 έναντι του Ιουλίου 2001.

Η άνοδος του πλεονάσματος του ισοζυγίου υπηρεσιών τον μήνα Ιούλιο του 2002, ειδικότερα, σύμφωνα με το δελτίο της Τ.Τ.Ε., "προήλθε από τις αυξημένες καθαρές εισπράξεις, κυρίως από ταξιδιωτικές αλλά και από μεταφορικές υπηρεσίες".

Οι προοπτικές του Τουρισμού στην Ελλάδα 2003-2005

Σύμφωνα με τις διαπιστώσεις και εκτιμήσεις των μεγάλων διεθνών οργανισμών (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού-WTO, Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τουρισμού-ETC), την προηγούμενη χρονιά (2002) σημειώθηκε γενική άνοδος του διεθνούς τουρισμού, σε σχέση με το 2001.

Η συνολική αύξηση υπολογίζεται σε 3,1%, φθάνοντας τα 715 εκατομμύρια διεθνών αφίξεων, σύμφωνα με την πιο πρόσφατη εκτίμηση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού.

Το γεγονός αυτό δείχνει ότι οι επιπτώσεις στον τουρισμό από το κτύπημα της 11/9/2001 στις ΗΠΑ έχουν σε μεγάλο βαθμό ήδη απορροφηθεί.

Από την άλλη μεριά όμως διατηρείται η ανασχετική επίδραση της οικονομικής ύφεσης που πλήττει μεγάλες αγορές, όπως οι ΗΠΑ,

η Γερμανία, η Ιαπωνία και των αργών ρυθμών ανάκαμψης των οικονομιών αυτών των χωρών.

Η αύξηση των τουριστικών ροών ειδικότερα στις ευρωπαϊκές χώρες υπολογίζεται ότι έφθασε το 2 έως 3%, και μάλιστα, η περιοχή των νοτιοευρωπαϊκών χωρών της Μεσογείου διατηρεί το μερίδιό της στην αγορά που υπερβαίνει το 20%.

Η εκτιμώμενη ελαφρά μείωση του αριθμού των αφίξεων στη χώρα μας κατά το 2002, που οφείλεται στη μειωμένη ζήτηση κατά κύριο λόγο της γερμανικής αλλά και της σουηδικής αγοράς, δεν συνοδεύεται από αντίστοιχη μείωση αλλά, αντίθετα, από μικρή άνοδο των εισπράξεων από τον διεθνή τουρισμό κατά 1% (11μηνο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου 2002), σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο της προηγούμενης χρονιάς (στοιχεία Τράπεζας της Ελλάδας - 20 Ιανουαρίου 2003).

- Για το 2003, η πορεία του τουρισμού στις ευρωπαϊκές χώρες όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο θα είναι συνάρτηση τεσσάρων κρίσιμων παραγόντων, που συνδέονται μεταξύ τους:

- της έντασης, της σύνθεσης και της χρονικής διάρκειας της επικείμενης επίθεσης στο Ιράκ, εφόσον βέβαια αυτή πραγματοποιηθεί,
- της ανόδου ή της διακύμανσης της τιμής του πετρελαίου,
- της ταχύτητας ανάκαμψης της αμερικανικής οικονομίας, καθώς και της οικονομίας των άλλων μειζόνων προηγμένων χωρών (όπως Γερμανία, Ιαπωνία, Γαλλία, κ.α.), και επίσης της υπέρβασης της κρίσης των διεθνών χρηματιστηρίων
- της ανάκτησης της εμπιστοσύνης επιχειρηματιών και καταναλωτών των χωρών που είναι οι κύριες πηγές τουριστικών ροών.

Εφόσον πραγματοποιηθεί το ευμενέστερο σενάριο ως προς τους παραπάνω παράγοντες, αναμένεται ότι ο διεθνής τουρισμός το 2003 θα σημειώσει άνοδο κατά 2 έως 3% σε σχέση με το 2002, σύμφωνα και με την έκθεση "Global Travel Trends 2003" που έγινε για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Τουρισμού (European Travel Commission - ETC) τον Δεκέμβριο 2002.

Με την εκτίμηση αυτή συμπίπτουν και οι συγκρατημένα αισιόδοξες προβλέψεις του W.T.O., υπολογίζοντας ότι ο διεθνής τουρισμός θα ξεπεράσει φέτος τα επίπεδα της εύφορης χρονιάς του 2000 και τα επόμενα χρόνια θα ξαναβρεί τους αυξητικούς ρυθμούς με μέση ετήσια αύξηση κατά 3-4%.

Ωστόσο, η αβεβαιότητα που επικρατεί σήμερα ως προς τις διεθνείς εξελίξεις έχει επιφέρει μεγάλη συγκράτηση της ζήτησης, ιδίως για τους πρώτους μήνες του 2003, όπως διαπιστώνεται από την πορεία των κρατήσεων, με αποτέλεσμα την πίεση των μεγάλων ΤΟς προς τους φορείς της προσφοράς για μειωμένες τιμές.

Το φαινόμενο αυτό παρουσιάζεται και στη χώρα μας και επιτάσσει ειδική αντιμετώπιση, τόσο στο επίπεδο της στάσης των επιχειρηματικών φορέων, όσο και των δράσεων και των συνεργειών με τον δημόσιο τομέα.

Μπορούμε κατά συνέπεια να εκτιμήσουμε ότι, εφόσον δεν εκδηλωθεί το δυσμενέστερο σενάριο στις διεθνείς εξελίξεις, που θα επηρέαζε ασφαλώς και όλους τους ανταγωνιστές μας, το 2003 μπορεί να είναι για τον τουρισμό μας μια σχετικά καλή χρονιά.

- Με βάση τις εκτιμήσεις για τις προοπτικές της εξέλιξης της προσφοράς όσο και της ζήτησης στις διάφορες περιοχές του κόσμου κατά τα αμέσως επόμενα χρόνια, που έχουν γίνει πρόσφατα από εκπροσώπους των διεθνών οργανισμών, όπως του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), του Συνδέσμου Τουρισμού Ασίας-Ειρηνικού (Pacific Asia Travel Association - PATA), καθώς και της

Travel Industry Association (TIA) των ΗΠΑ, οι αναμενόμενες εξελίξεις στον διεθνή τουρισμό θα έχουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Επιτάχυνση του ετήσιου ρυθμού ανόδου του διεθνούς τουρισμού το 2004, με αύξηση 3 έως 4%.
- Αύξηση του εξερχόμενου τουρισμού από τις ΗΠΑ κατά 4% το 2003 και κατά 6% το 2004.
- Ανάκαμψη του εξερχόμενου τουρισμού της Ιαπωνίας (στο τέλος του 2003 θα επιτευχθούν τα επίπεδα του 2000).
- Ανοδικός ρυθμός και διεύρυνση της κοινωνικής βάσης του τουρισμού με προέλευση την Κίνα.
- Συνεχιζόμενες και πιθανώς ενισχυμένες απαιτήσεις ασφάλειας.
- Ενίσχυση των ενδοπεριφερειακών ταξιδιών για διακοπές σε σύγκριση με τους μακρινούς προορισμούς.
- Συντομότερες και συχνότερες παραδοσιακές διακοπές.
- Συνεχιζόμενη μεταστροφή από τις παραδοσιακές τακτικές αερογραμμές και τις εταιρείες charter σε ραγδαία αναπτυσσόμενους αερομεταφορείς χαμηλού κόστους.
- Συνέχιση της τάσης για κρατήσεις "τελευταίας στιγμής".
- Αυξημένη χρήση του διαδικτύου για σχεδιασμό και κρατήσεις διακοπών, καθώς και άνοδος των τμηματικά πακετοποιημένων και εξατομικευμένων διακοπών.
- Αυξημένη ζήτηση για αυθεντικές εμπειρίες, γνωριμία με τη φύση και τον πολιτισμό των προορισμών.

- Εξακολούθηση της αυξητικής τάσης του αριθμού των εξερχόμενων τουριστών ηλικίας 45 + από τις δυτικές χώρες και την Ιαπωνία.
- Διεύρυνση του χάσματος που διαπιστώνεται ανάμεσα στην ολοένα απαιτητικότερη διεθνή ζήτηση και την προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών σε αρκετούς προορισμούς.

Μολονότι το τελευταίο αυτό χαρακτηριστικό θα έχει και για τη χώρα μας εμφανή αποτελέσματα μακροπρόθεσμα, η προπαρασκευή για την αντιμετώπισή τους απαιτεί ενέργειες με άμεσο έως μεσοπρόθεσμο ορίζοντα, με στόχους:

- προτεραιότητα στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας με την αναβάθμιση της ποιότητας της προσφοράς,
- τον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος, και στη συνέχεια,
- κατάλληλη προώθηση και προβολή με νέα εργαλεία και σύγχρονες μεθόδους.

Ήδη, ορισμένα σημάδια "κόπωσης" της ζήτησης είναι εμφανή, όπως καταγράφονται σε μεγάλους επιχειρηματικούς φορείς διακίνησης τουριστών, ενώ παράλληλα αναπτύσσεται έντονος ανταγωνισμός σε παραδοσιακά προϊόντα διακοπών που προσφέρουν γειτονικοί προορισμοί (Τουρκία, Βουλγαρία, Κροατία) με αρκετά χαμηλότερες τιμές.

Βασικός μοχλός της ανάπτυξης της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας τα προσεχή χρόνια θεωρείται από πολλούς ότι θα είναι η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα (καθώς και σε ορισμένες άλλες πόλεις και τοποθεσίες, όπως Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο, Βόλος, Αρχαία Ολυμπία) και αυτό

αληθεύει μόνο αν ληφθεί υπόψη αφενός, η μικρή διάρκεια των Αγώνων (13 Αυγούστου-30 Σεπτεμβρίου), και αφετέρου, η σχετικά χαμηλή αναλογία των κατασκευαζόμενων σχετικών με τον τουρισμό έργων υποδομής και τουριστικών εγκαταστάσεων ως προς τα αθλητικά έργα (στάδια, "αθλητικό χωριό"), τα οικιστικά "χωριά τύπου", και τα λοιπά "ολυμπιακά" έργα.

Είναι εξαιρετικά δυσχερές να γίνει από τώρα ακριβής υπολογισμός των αναμενόμενων πρόσθετων επισκεπτών της χώρας μας στη διάρκεια των Αγώνων, δηλαδή πέραν των συνήθων τουριστών που θα έρθουν για διακοπές παραθερισμού.

Η πρόσθετη αυτή ζήτηση θα προέλθει από επτά κύριες ομάδες: **α)** θεατές και φίλαθλοι, **β)** αθλητές, παράγοντες, προπονητές, συνοδοί, κριτές, **γ)** δημοσιογράφοι και τεχνικοί των μέσων ενημέρωσης, **δ)** επιχειρηματίες και επαγγελματίες, **ε)** συγγενείς θεατών, **στ)** συγγενείς αθλητών, **ζ)** αλλοδαποί εθελοντές.

Είναι γεγονός ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις, και ειδικότερα, τα τουριστικά καταλύματα, δεν καλούνται να εξυπηρετήσουν το σύνολο των παραπάνω επισκεπτών. Ο αυξημένος αριθμός των διανυκτερεύσεων θα πραγματοποιηθεί και σε κρουαζιερόπλοια καθώς και σε ιδιωτικές κατοικίες και εκτιμάται ότι οι πρόσθετοι αυτοί επισκέπτες μπορούν να παρατείνουν τον χρόνο παραμονής τους επισκεπτόμενοι προ-ορισμούς που βρίσκονται και στις μη "ολυμπιακές" περιοχές της χώρας, είτε πριν είτε μετά την περίοδο των Αγώνων.

Το σύνολο των αφίξεων τουριστών από το εξωτερικό σε όλη τη διάρκεια του 2004 ενδέχεται να φθάσει ή να υπερβεί τα 15 εκατομμύρια, με την προϋπόθεση βέβαια ομαλών εξελίξεων στη διεθνή σκηνή.

Οι αναμφισβήτητα θετικές επιπτώσεις των Ο.Α. στον τουρισμό (αύξηση του αριθμού αφίξεων και του αριθμού διανυκτερεύσεων τουριστών, άνοδος του επαγγελματικού και

συνεδριακού τουρισμού κυρίως κατά το 12μηνο που προηγείται των Αγώνων, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, κλπ.) δεν πρέπει να δημιουργούν υπερπροσδοκίες ως προς τη συνεχή και απρόσκοπτη συνολική αύξηση του κύκλου εργασιών ή της κερδοφορίας του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων.

Οι προσπάθειες τόσο των ιδιωτικών όσο και των δημόσιων φορέων κάθε βαθμίδας πρέπει να επικεντρωθούν στην ορθολογική και συνετή διαχείριση του αναμενόμενου αυξημένου τουριστικού ρεύματος και την συγκροτημένη αποτροπή των ενδεχόμενων απειλών και αρνητικών συνεπειών λόγω υπερσυγκέντρωσης ανθρώπων και δραστηριοτήτων σε περιορισμένο χώρο και σε τόσο σύντομη χρονική διάρκεια. Η διάχυση των ωφελειών από τους Ο.Α. στο σύνολο των περιφερειών της χώρας θα είναι το κρίσιμο μέγεθος για την επιτυχία του εγχειρήματος στο πεδίο της τουριστικής ανάπτυξης.

• Η αυξημένη "ορατότητα" (visibility) της Ελλάδας εξαιτίας των Ο.Α. παρέχει την ευκαιρία να αναδειχθεί αναβαθμισμένη η εικόνα της χώρας ως τουριστικού προορισμού και να προβληθεί σε νέες αγορές, βελτιώνοντας έτσι την αναγνωρισιμότητα και την ελκυστικότητά της στον διεθνή ανταγωνισμό.

Η έντονη αυτή προβολή αναμένεται ότι θα ενισχύσει τη ζήτηση και θα προκαλέσει αύξηση του αριθμού των επισκεπτών της χώρας μας τα επόμενα χρόνια, αυτή όμως η "υπερέκθεση" ενέχει και τον κίνδυνο μεγέθυνσης των αδυναμιών μας, γεγονός που θα περιορίζει, τη θετική επίδραση των Αγώνων στον Τουρισμό.

Γι' αυτό απαιτείται συνεχής εγρήγορση και συντονισμένη στρατηγική επικοινωνίας και προβολής.

Θετική επίδραση στην πορεία της τουριστικής κίνησης κατά τα επόμενα χρόνια θα έχει οπωσδήποτε η ολοκλήρωση των μεγάλων

έργων (Εγνατία, ΠΑΘΕ, Ρίο-Αντίρριο, Αττική Οδός) καθώς και οι σημαντικές βελτιώσεις των αεροδρομίων και των λιμενικών εγκαταστάσεων της χώρας, όπως επίσης και ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός των μεταφορικών μέσων.

Οι υποδομές αυτές θα αναβαθμίσουν την προσπελασιμότητα των ελληνικών τουριστικών προορισμών και θα διευκολύνουν και την διαπεριφερειακή πρόσβαση, στο εσωτερικό της χώρας. Οι προγραμματισμένες σημαντικές επενδύσεις σε τουριστικές εγκαταστάσεις θα εμπλουτίσουν το τουριστικό προϊόν αναβαθμίζοντας ποιοτικά την προσφορά και θα προσφέρουν ευρύτερες δυνατότητες προσέλκυσης τουριστικού ρεύματος, γεγονός που θα επιτρέψει την αντιμετώπιση των ανταγωνιστριών χωρών από βελτιωμένη θέση.

Κατά το μεταολυμπιακό έτος 2005, θα συνεχιστεί η γενικά ανοδική πορεία του τουρισμού αλλά αναμένεται ότι θα υπάρξει ελαφρά κάμψη του ρυθμού αύξησης της τουριστικής κίνησης σε σχέση με τις επιδόσεις του 2004, όπως συνέβη σε όλες τις περιπτώσεις διοργάνωσης Ολυμπιακών Αγώνων.

Ενδέχεται πάντως να προκύψουν ανακατατάξεις τόσο ως προς τη σύνθεση της προέλευσης των τουριστών, όσο και ως προς τους προτιμώμενους επιμέρους προορισμούς, στο εσωτερικό της χώρας. Παράλληλα, αναμένεται να εμφανιστεί υψηλός βαθμός επαναληπτικότητας των επισκεπτών για τα επόμενα χρόνια και να καλλιεργηθούν τα περιθώρια διεύρυνσης ορισμένων αγορών και κατάκτησης νέων τουριστικών αγορών και τμημάτων αγοράς (συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, κλπ.).

Η διαπιστωμένη ανθεκτικότητα του τουρισμού στις κρίσεις του διεθνούς περιβάλλοντος, η ελκυστικότητα των ελληνικών τουριστικών προορισμών και η ευκαιρία των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 επιτρέπουν τη συγκρατημένη αισιοδοξία για τη μεσοπρόθεσμη προοπτική του τουρισμού στη χώρα μας.

2. Αναδιοργάνωση λειτουργίας Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού

Σκεπτικό:

Είναι γενικότερα αποδεκτό ότι ο ανταγωνισμός στον τουρισμό καθίσταται ο σημαντικότερος παράγοντας που προσδιορίζει την πορεία της τουριστικής οικονομίας μας, πολύ δε περισσότερο με την είσοδο της χώρας μας στην ευρωζώνη.

Οι εξελίξεις στην ευρωζώνη απαιτούν ταχύτερες προσαρμογές και αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση της υστέρησης που παρουσιάζει η χώρα μας στα θέματα ανταγωνιστικότητας.

Το Ελληνικό τουριστικό προϊόν πρέπει να αναπτυχθεί με ταχύτερους ρυθμούς για να προσεγγίσει τα διεθνή standards σε σχετικά σύντομο διάστημα και να μπορέσει να καλύψει τις ανάγκες που δημιουργεί το βιοτικό επίπεδο των λαών των άλλων ευρωπαϊκών χωρών.

Κύριο ζητούμενο: η συνεχής βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος.

Για να επιτευχθεί ουσιαστική βελτίωση της ανταγωνιστικότητας πρέπει να σημειωθεί βαθιά αλλαγή του αποσπασματικού τρόπου με τον οποίο αντιμετωπίζουμε ως σήμερα το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος.

Για να συμπορευτούμε με την Ευρώπη και τον υπόλοιπο κόσμο πρέπει να σκεφθούμε με νέους όρους, ανάλογους με τις νέες συνθήκες το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας.

Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας είναι αυτή τη στιγμή μια εθνική επιδίωξη. Για να ανταποκριθούμε στους φιλόδοξους αναπτυξιακούς στόχους που έχουμε θέσει, απαιτούνται νέοι ρυθμοί τους οποίους μόνο η ολόπλευρη κινητοποίηση των παραγωγικών δυνάμεων του τουρισμού της χώρας μπορεί να εξασφαλίσει.

Προϋποθέσεις: η συνειδητοποιημένη ενεργός συμμετοχή των

πολιτών.

Η κινητοποίηση όλων των δυνάμεων της κοινωνίας αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της αναπτυξιακής προσπάθειας, του νέου αναπτυξιακού μοντέλου στον τουρισμό που προάγουμε.

Για να προχωρήσουν μια σειρά από κρίσιμες μεταρρυθμίσεις στον Τουρισμό προς την σωστή κατεύθυνση, είναι χρέος των κοινωνικών εταίρων αλλά κυρίως της κυβέρνησης να καλλιεργήσει ένα κλίμα συνεργασίας και διάθεσης για σύμπραξη.

Η ταχεία ανάπτυξη μπορεί να επιτευχθεί με την εμπέδωση ενός υψηλού επιπέδου αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ των κοινωνικών εταίρων και του κράτους.

Η εμπιστοσύνη αυτή για να είναι ουσιαστική, θα πρέπει να σφρηλατηθεί μέσα από τριμερείς συμφωνίες για την αναπτυξιακή πορεία της χώρας.

1. Οργάνωση του Συμβουλίου

A. Ο Υπουργός

- θέτει τους γενικούς στόχους της Στρατηγικής Εθνικής Ανταγωνιστικότητας και τις κατευθύνσεις για το ετήσιο πρόγραμμα δράσης του Συμβουλίου.

- απευθύνει ερωτήματα για τη διατύπωση εισηγήσεων ή την εκφορά αιτιολογημένης γνώμης από το Συμβούλιο.

- αποδέχεται ή όχι τις εισηγήσεις, και τις δημοσιοποιεί.

B. Το Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού

Αποστολή του Συμβουλίου: ο σχεδιασμός και η παρακολούθηση της Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής, με την εξασφάλιση της συναίνεσης των κοινωνικών εταίρων και την κινητοποίηση όλων των

παραγωγικών φορέων για την υλοποίηση της.

Στόχος: η ουσιαστική συμβολή στη βελτίωση της εθνικής ανταγωνιστικότητας, με βάση τα διεθνή συστήματα αξιολόγησης, η ανάληψη ενεργότερου ρόλου της χώρας στις διεθνείς αγορές και η ανάληψη ηγετικού ρόλου σε περιφερειακές αγορές όπως τα Βαλκάνια και η Ν.Α. Ευρώπη.

Οργάνωση:

- Το Συμβούλιο είναι 25μελές.
- Συμμετέχουν σε αυτό όλοι οι κοινωνικοί εταίροι (εργοδότες - εργαζόμενοι) καθώς επίσης φορείς (επιμελητήρια, σύνδεσμοι) με την μεγαλύτερη δυνατή επιρροή σε εθνικό επίπεδο.
 - συνέρχεται τακτικά ανά δίμηνο.
 - έχει ετήσιο πρόγραμμα και στόχους εργασιών.

Λειτουργία:

- διατυπώνει εισηγήσεις προς τον Υπουργό και τα κυβερνητικά όργανα: με βάση το ετήσιο πρόγραμμα δράσης του, έπειτα από ερώτημα του Υπουργού, στο αντικείμενο του πάντοτε, και με βάση τεκμηριωμένη έκθεση από τους μηχανισμούς υποστήριξης
 - εκφέρει αιτιολογημένες γνώμες: με πρωτοβουλία του, στο αντικείμενο του, με βάση τεκμηριωμένη έκθεση από τους μηχανισμούς υποστήριξης ή από τεχνοκρατικούς οργανισμούς που διαθέτει κάθε μέλος του
 - εκδίδει αποφάσεις: έπειτα από πρόταση του Υπουργού, στο αντικείμενο του πάντοτε, ομοφώνως και δεσμευτικές για τα μέλη του
 - προδιαγράφει και εποπτεύει την κατάρτιση Στρατηγικής της Ανταγωνιστικότητας του Τουριστικού Προϊόντος από τους μηχανισμούς υποστήριξης.
 - οργανώνει και προδιαγράφει την παρακολούθηση της εφαρμογής της Στρατηγικής, την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της και

την επικαιροποίηση της, κατά τις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της συγκυρίας

- οργανώνει, συντονίζει, παρακολουθεί και αξιολογεί τη δράση όλων των μηχανισμών υποστήριξης ή διαχείρισης της Στρατηγικής Ανταγωνιστικότητας του Τουρισμού.

- συντονίζει, παρακολουθεί και αξιολογεί τη δράση των Περιφερειακών Διευθύνσεων Τουρισμού και των μηχανισμών υποστήριξης σε περιφερειακό επίπεδο για την διασφάλιση της συστηματικής και ολοκληρωμένης δράσης καθώς επίσης για τις ισόρροπες επιλογές ανάμεσα στην Εθνική και την Περιφερειακή Ανταγωνιστικότητα.

Γ. Η Επιτροπή Εμπειρογνομώνων

Οργάνωση – Λειτουργία

Η Επιτροπή είναι 5μελής.

Συγκροτείται από ομάδα Συμβούλων του Υπουργού και υπηρεσιακούς παράγοντες του Υπουργείου. Η Ίδρυση της Επιτροπής Εμπειρογνομώνων έχει σαν κύριους στόχους:

- Την σύνταξη και διατύπωση πολιτικών και υποβολή προς έγκριση στον Υπουργό.

- Την υπόδειξη κατευθύνσεων για τη σύνταξη του ετήσιου προγράμματος δράσης του Συμβουλίου και γενικότερα την επιστημονική υποστήριξη του Συμβουλίου.

- Την παροχή συμβουλευτικών / γνωμοδοτικών υπηρεσιών στον Υπουργό Ανάπτυξης, στο Συμβούλιο, καθώς και στις Περιφερειακές Διευθύνσεις Τουρισμού.

- Τη συνεργασία με τις Περιφερειακές Διευθύνσεις Τουρισμού με στόχο το συντονισμό των πολιτικών σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.
- Την αξιολόγηση των αποφάσεων που λαμβάνονται από τα όργανα της Ε.Ε., καθώς και των οδηγιών και εκθέσεων των Διεθνών Οργανισμών και την αποκωδικοποίησή τους σε όρους συμβατούς με την ελληνική πολιτική.

Στα πλαίσια αυτά, το έργο της Επιτροπής και κατά κύριο τομέα λειτουργίας περιγράφεται ως εξής:

Γ1. Υποστήριξη στον Υπουργό Ανάπτυξης:

Η Επιτροπή, όταν καλείται από τον Υπουργό Ανάπτυξης, μπορεί:

- Να τροφοδοτεί την ατζέντα του Υπουργού στο Συμβούλιο Τουρισμού,
- Να εισηγείται στο πλαίσιο των γενικών κατευθύνσεων της κυβερνητικής πολιτικής για θέματα ανταγωνιστικότητας του Τουρισμού,
- να συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση πολιτικής στα πλαίσια της Ε. Ε., και ιδιαίτερα ενόψει της προεδρίας της χώρας και να συνεργάζεται με ξένα ερευνητικά ινστιτούτα και διεθνείς οργανισμούς.
- Να παρακολουθεί και να αναλύει τις τάσεις, αλλαγές, παρεκκλίσεις στόχων και να προειδοποιεί έγκαιρα.

Γ2. Υποστήριξη του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού :

- Καταγραφή των συστημάτων αξιολόγησης και της ανάλυσης των επιδόσεων της χώρας.

- Υιοθέτηση μιας σειράς δεικτών και δημιουργία Ελληνικού συστήματος μέτρησης της ανταγωνιστικότητας του Τουριστικού Προϊόντος (Standards), συμβατού βεβαίως με τη διεθνή πρακτική.
- Έκδοση εκθέσεων και εντύπων για την εξέλιξη της ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού Τουρισμού σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο σε συνεργασία με τους φορείς υποστήριξης.
- Συνεργασία με τον ακαδημαϊκό κόσμο: ερευνητικά κέντρα, πανεπιστήμια, ινστιτούτα, παρατηρητήρια, εργαστήρια, εμπειρογνώμονες, ανάθεση και αξιολόγηση μελετών.
- Επικοινωνία του έργου (Forum, παρουσιάσεις μελετών, τύπος).

Γ3. Υποστήριξη των Περιφερειακών Διευθύνσεων Τουρισμού και των ΔΙ. Τ. ΕΞ.:

- Υποβολή και εξέταση προτάσεων πολιτικής των Περιφερειακών Διευθύνσεων Τουρισμού και των ΔΙΤΕΞ.
- Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των δράσεων των Διευθύνσεων αυτών.
- Δικτύωση και συντονισμός των Περιφερειακών Διευθύνσεων Τουρισμού, αλλά και των ΔΙΤΕΞ.

Δ. Περιφερειακές Διευθύνσεις Τουρισμού

"θεσμός εξαιρετικής σημασίας για την διαμόρφωση και υλοποίηση της στρατηγικής της ενδογενούς ανάπτυξης του Τουρισμού"

Οργάνωση - Λειτουργία

- Οι Περιφερειακές Διευθύνσεις θα επιφορτίζονται με τον εξειδικευμένο σχεδιασμό των αναπτυξιακών παρεμβάσεων στην κάθε περιφέρεια, σε συνεργασία με το Υπουργείο.

- Θα αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την προσέλκυση επενδύσεων στον Τουριστικό τομέα
- Θα διαχειρίζονται την υλοποίηση των περιφερειακών προγραμμάτων.
- Μέσα από τους αναπτυξιακούς οργανισμούς της περιφέρειας θα γίνεται πλέον και ο εξειδικευμένος οικονομικός σχεδιασμός για τις ολοκληρωμένες παρεμβάσεις που απαιτούνται σε κάθε περιφέρεια, λαμβάνοντας υπόψη και τον εθνικό σχεδιασμό, αλλά και την υλοποίηση των προγραμμάτων περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης.

Ε. Η Γραμματεία του Συμβουλίου

Είναι υπεύθυνη για τη μόνιμη γραμματειακή υποστήριξη της Επιτροπής και του Συμβουλίου - για τη σύγκληση του, για τη δημοσιότητα, καθώς και για τη διαβίβαση των αποφάσεων του στις κατά αντικείμενο αρμόδιες υπηρεσίες και φορείς.

3. Τουριστική Εκπαίδευση

Ο Τουρισμός αλλά και η Εθνική μας Οικονομία, σήμερα, διέρχεται μία πολύ ενδιαφέρουσα καμπή. Διανύουμε μία κρίσιμη περίοδο, μετά από μία δεκαετία προσπάθειας συνεχούς μεγέθυνσης και τελικής ενσωμάτωσης στην Ευρωζώνη, όπου:

- ο Τουρισμός μετεξελίσσεται από περιστασιακό αρωγό σε βασικό πυλώνα της Εθνικής μας Οικονομίας
- Η ανταγωνιστικότητα και η πραγματική σύγκλιση αναδεικνύονται σε πρώτης προτεραιότητας στόχοι στην Ευρωζώνη
- Στον Τουρισμό πλέον, η πίπτα έχει συρρικνωθεί και ο ανταγωνισμός συνεχώς εντείνεται, κυρίως στις χώρες της Μεσογείου

- Ο Τουρισμός στην Ελλάδα, παρά τη συνεχή αύξηση των μεγεθών που παρουσίασε την τελευταία δεκαετία, εμφανίζει σημαντικά στοιχεία κόπωσης, υψηλής εποχικότητας και προβλημάτων ποιότητας

- Έχουμε προχωρήσει βαθιά στην προολυμπιακή περίοδο των Αγώνων του 2004, ενός γεγονότος που εκτός από πρόκληση αποτελεί και ευκαιρία ανεπανάληπτη, που πρέπει να αξιοποιηθεί σωστά κυρίως από Τουριστικής άποψης

- Το ίδιο και με τα προγράμματα και τις δράσεις του Γ" ΚΠΣ, που πρέπει και θα καταφέρουμε να αξιοποιήσουμε μέχρι το 2006. Γίνεται λοιπόν κατανοητό, το γιατί διανύουμε μία ιδιαίτερα κρίσιμη περίοδο για την Εθνική μας Οικονομία και ιδιαίτερα για τον Τουρισμό, μία περίοδο που δύο είναι οι κύριες κατευθύνσεις της:
 - η ανάπτυξη της Ανταγωνιστικότητας και
 - η ανάπτυξη της Βιωσιμότητας και της Συνέχειας των Επιχειρήσεων

Γι αυτό η Ανταγωνιστικότητα και η Τουριστική Ανάπτυξη της χώρας, πρέπει να είναι μία σύμμετρη και περιφερειακά αποκεντρωμένη διαδικασία, με συνολική διάρθρωση, με συνοχή και κεντρική κατεύθυνση πολιτικής.

Αυτό το νομοσχέδιο, ήταν υποχρέωση της πολιτείας και της κυβέρνησης και αποτελεί προϋπόθεση το περιεχόμενό του για την ουσιαστική ανάπτυξη της Ανταγωνιστικότητας και της Βιωσιμότητας του Ελληνικού Τουριστικού προϊόντος και παράλληλα την ανάπτυξη της Ανταγωνιστικότητας και της Βιωσιμότητας της Επιχειρηματικότητας στον Τουρισμό.

Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η αύξηση του τουριστικού ρεύματος στη χώρα μας, η αύξηση της ποιότητας των τουριστών που έρχονται στη χώρα μας και γενικότερα η μεγέθυνση των θετικών επιδράσεων του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία, έχει μία απαραίτητη και βασικότατη προϋπόθεση, την αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών στους τουρίστες και η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού.

Αρχική τουριστική εκπαίδευση, επαγγελματική κατάρτιση, δια βίου εκπαίδευση και η μετεκπαίδευση στον τουρισμό ικανές να ανταποκριθούν στις σύγχρονες ανάγκες και απαιτήσεις, είναι τα μέσα στα οποία πρέπει να επενδύσουμε, για να εντείνουμε την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών, για να δημιουργήσουμε νέες και νέου τύπου θέσεις εργασίας και για να καταστήσουμε το ανθρώπινο δυναμικό που ασχολείται με τον τουρισμό αλλά και το Ελληνικό τουριστικό προϊόν στο σύνολό του διαχρονικά ανταγωνιστικό.

Με αυτό το νομοσχέδιο, αντιμετωπίζονται τα μέχρι σήμερα προβλήματα και οι αδυναμίες μέσα από μία πλήρη αναδιάρθρωση και αναβάθμιση των δομών, των υπηρεσιών, των διαδικασιών και του στελεχιακού δυναμικού, θέτοντας έτσι σε νέες σύγχρονες βάσεις την προωθητική δύναμη του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας των δημόσιων σχολών τουριστικής εκπαίδευσης, θεσμικό πλαίσιο που υφίσταται μέχρι σήμερα και στηρίζεται σε Νόμους και Βασιλικά Διατάγματα του 1937 και του 1956 !

Πιο συγκεκριμένα οι σημαντικότερες παρεμβάσεις που επιχειρεί αυτό το νομοσχέδιο, για την τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση είναι οι εξής:

- Δημιουργία ενός ευέλικτου θεσμικού πλαισίου, με αντοχή στο χρόνο και με δυνατότητες προσαρμογής στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της σύγχρονης εποχής
- Επαναπροσδιορίζει το ρόλο, την αποστολή και τους σκοπούς των Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης τις μετεξελίσσει στον βασικό και σύγχρονο εκπαιδευτικό οργανισμό για τον τουρισμό (Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης)
- Δημιουργεί ολοκληρωμένες δομές δευτεροβάθμιας τουριστικής εκπαίδευσης (ΤΕΕ Α'' & Β'' κύκλου) αναδιαρθρώνοντας τις παρεχόμενες ειδικότητες και το περιεχόμενο της εκπαίδευσης

- Αναπτύσσει την αρχική επαγγελματική κατάρτιση (ΙΕΚ) δημιουργώντας εξειδικευμένα τουριστικά ΙΕΚ και αναπτύσσει το σύστημα της συνεχιζόμενης και δια βίου κατάρτισης
 - Παρέχει τη δυνατότητα συνεργασίας με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό για την παροχή εκπαίδευσης, το σχεδιασμό και την υλοποίηση κοινών προγραμμάτων, την ανταλλαγή τεχνογνωσίας και για την πρακτική άσκηση των εκπαιδευόμενων στον ΟΤΕΚ
 - Αναδιρθώνει και προσαρμόζει στα σύγχρονα πρότυπα τη διοικητική δομή του Οργανισμού με τη συμμετοχή, συναίνεση και συνευθύνη των κοινωνικών εταίρων, εξασφαλίζοντας επίσης και τις προϋποθέσεις για τη σωστή στελέχωση του διασφαλίζοντας έτσι τη συνέχεια στο εκπαιδευτικό έργο
 - Δίνει τη δυνατότητα εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων του Γ' ΚΠΣ και άλλων κοινοτικών πόρων και δημιουργεί ένα ευέλικτο πλαίσιο διαχείρισης της ακίνητης περιουσίας του ΟΤΕΚ και αύξησης των πόρων του προς όφελος της εκπαίδευσης

Με αυτό το νομοσχέδιο όμως, ρυθμίζονται και μία σειρά άλλων θεμάτων για τον τουρισμό, όπως:

Ο εκσυγχρονισμός του νομοθετικού πλαισίου για τους Τουριστικούς Λιμένες

- Η αντιπροσώπευση των συναρμόδιων κρατικών φορέων και των θεσμικών φορέων του Τουρισμού στις διαδικασίες αδειοδότησης και ελέγχου της λειτουργίας των Τουριστικών Λιμένων
 - Η απλοποίηση του νομικού πλαισίου, των διαδικασιών αδειοδότησης και προώθησης των ιδιωτικών επενδύσεων
 - Ο καθορισμός των τελών ελλιμενισμού των Τουριστικών Λιμένων και των κανονισμών λειτουργίας τους, βάσει ιδιωτικοοικονομικών κριτηρίων κατ' εφαρμογή αποφάσεων του ΣΤΕ

- Η αποτελεσματικότερη και βασισμένη σε ιδιωτικοοικο-νομικά κριτήρια αξιοποίηση της δημόσιας τουριστικής περιουσίας

- Η απλοποίηση του πλαισίου λειτουργίας της ETA Α.Ε., των διαδικασιών εισαγωγής της στο ΧΑΑ και η διευθέτηση χρόνιων εκκρεμοτήτων που κληρονόμησε από τον ΕΟΤ

- Η δημιουργία νέων δυνατοτήτων για επενδύσεις στο χώρο του Τουρισμού, όπως:

- το άνοιγμα της αγοράς υψηλής ποιότητας παραθεριστικής κατοικίας σε συνέργια με τις μεγάλες ολοκληρωμένες τουριστικές επενδύσεις (εκτάσεις άνω των 300 στρεμμάτων και έως το 35% αυτής)

- τους ειδικούς όρους δόμησης για υψηλής ποιότητας τουριστικά προϊόντα [ρυθμίσεις για τα συνεδριακά, τις αίθουσες πολλαπλών χρήσεων και τα καταλύματα υψηλών κατηγοριών (4 και 5 αστέρια)], συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στη μεγέθυνση της χωρητικότητας και του κύκλου εργασιών των υψηλής ποιότητας τουριστικών επιχειρήσεων

- την επιτάχυνση των διαδικασιών αποκρατικοποίησης των τουριστικών ακινήτων της ΕΤΑΤ

Το νομοσχέδιο αυτό, είναι η έμπρακτη συνεισφορά της πολιτείας στη βελτίωση της ποιότητας, της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας του Τουριστικού μας Προϊόντος, είναι το εφαλτήριο για την ανάπτυξη της νέας, σύγχρονης και ανταγωνιστικής Εθνικής Τουριστικής Οικονομίας που δομούμε σήμερα.

4. Προώθηση των Επενδύσεων και Γ' ΚΠΣ

A. Ε.Π.ΑΝ.

1. Το ΕΠΑΝ-Τομέας Τουρισμού περιλαμβάνει Δράσεις που αφορούν:

- Εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση ποιότητας του τουριστικού προϊόντος.
- Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος με ανάπτυξη θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Θαλάσσιος, Συνεδριακός, Οικοτουρισμός, Περίπλοες κλπ)
 - Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού
 - Προώθηση τουριστικού προϊόντος .

2. Το ΕΠΑΝ περιλαμβάνει για τον τομέα τουρισμού 591 εκ. € (200 δις. δρχ. περίπου) από τα οποία το 85% αφορά κρατικές ενισχύσεις του ιδιωτικού τομέα (με τελικούς δικαιούχους το ΥΠ.ΟΙ.Ο. και τους Ενδιάμεσους Φορείς Διαχείρισης του ΥΠ.ΑΝ.) και το υπόλοιπο 15% (περίπου 30 δις. δρχ.) αφορά Δημόσιες δαπάνες.

3. Οι Δείκτες προόδου του προγράμματος για τον τομέα τουρισμού είναι (στοιχεία Δεκεμβρίου 2002) :

- Ενεργοποίηση 76,9% (έναντι 73,6% του Σεπτ. 2002)
- Εντάξεις έργων 49,7% (έναντι 49,3% του Σεπτ. 2002)
- Συμβάσεις 28,0% (έναντι 20,1% του Σεπτ. 2002)
- Δαπάνες 2,9% (έναντι 1,3% του Σεπτ. 2002)

4. Μέχρι σήμερα έχουν γίνει οι εξής ενέργειες:

- Έχει εγκριθεί η τροποποίηση του Συμπληρώματος Προγραμματισμού ώστε να προχωρήσει απρόσκοπτα η υλοποίηση του προγράμματος.

- Έχουν συνταχθεί και έχουν παραληφθεί η Α' φάση των μελετών τουριστικής ανάπτυξης των δεκατριών περιφερειών της χώρας και συντάσσεται η Β' φάση των μελετών.

- Για τον "Ποιοτικό εκσυγχρονισμό Ξενοδοχείων και Κάμπινγκς Γ' τάξης και άνω βάσει του Ν.2601/98 (Δημόσια Δαπάνη 57 εκ. €) έχει εκταμιευθεί ποσό 2εκ. €.

Αναμένεται σημαντική αύξηση των εκταμιεύσεων κατά τα έτη 2003-04 , οπότε τα επενδυτικά προγράμματα που εγκρίθηκαν τα έτη 2000-01 , θα βρίσκονται σε προχωρημένο στάδιο υλοποίησης.

- Για τον "Ποιοτικό εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων, κάμπινγκς και ενοικιαζομένων επιπλωμένων δωματίων και διαμερισμάτων, που δεν υπάγονται στον Ν.2601/98" (Δημόσια Δαπάνη 28 εκ. €) έχει εγκριθεί η ένταξη 1313 επιχειρήσεων για ενίσχυση με συνολική δαπάνη 40,7 εκ. € και δημόσια δαπάνη 15,7 εκ. €.

Έχουν γίνει εκταμιεύσεις των προκαταβολών προς τους Ενδιάμεσους Φορείς Διαχείρισης συνολικής δαπάνης 6,5 εκ.€

- Για τα "Επιχειρηματικά Σχέδια ΜΜΕ όλων των κλάδων" έχει εγκριθεί η ένταξη 113 επιχειρήσεων με συνολική δαπάνη 2,3 εκ.€ και δημόσια δαπάνη 909 χιλ.€ και έχουν γίνει εκταμιεύσεις στους Ενδιάμεσους Φορείς Διαχείρισης 3,4 εκ. €

- Για τις "Ιδιωτικές επενδύσεις εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού (μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά κέντρα, κέντρα αθλητικού - προπονητικού τουρισμού κ.α.). έχουν ενταχθεί 7 έργα συνολικής δημόσιας δαπάνης 45,7 εκ. €

- Για την "Δημιουργία δικτύων πολιτιστικών στοιχείων, διαδρομών πολιτιστικού τουρισμού και εναλλακτικές μορφές τουρισμού". έχουν δημοπρατηθεί τα 4 υποέργα και έχουν εκταμιευθεί οι προκαταβολές 1,3 εκ. € .

- Για τις "Παρεμβάσεις υποστήριξης επιχειρήσεων του Τουριστικού Τομέα για αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος" έχει

ενταχθεί το έργο της Ελληνικής Κουζίνας και έχει ξεκινήσει η διαδικασία της πιλοτικής εφαρμογής της πιστοποίησης της Ελληνικής Κουζίνας για 60 επιχειρήσεις (Σύμβουλος ΕΟΤ η ΠΟΕΣΕ)

- Για την Κατασκευή τουριστικών αγκυροβολίων έχουν επιλεγεί οι θέσεις για τις οκτώ (8) θέσεις τουριστικών αγκυροβολίων και έχει δημοπρατηθεί το έργο "Καταφύγιο τουριστικών σκαφών στις Μπενίτσες Κέρκυρας

- Για την Τουριστική Προβολή έχουν γίνει ενέργειες για την εξασφάλιση της συνέργιας του ιδιωτικού τομέα που αποτελεί προϋπόθεση για υλοποίηση του Μέτρου

- Για την Εκπαίδευση και κατάρτιση στον τομέα του Τουρισμού έχει ανατεθεί η μελέτη του Σχεδίου Δράσης για την τουριστική εκπαίδευση , έχει εγκριθεί η δημιουργία forum για την τουριστική εκπαίδευση , έχει ενεργοποιηθεί η Δράση για την "Κατάρτιση εργαζομένων σε επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, και έχουν ενταχθεί τα έργα για το "Πρόγραμμα Κατάρτισης-μετεκπαίδευσης εργαζομένων και εποχιακά ανέργων εμπειροτεχνών" και για τις "Δράσεις Δημοσιότητας".

Για το 2003 προβλέπεται να αυξηθούν κατακόρυφα οι εκταμιεύσεις και να φθάσουν σε ποσοστό 40 %

B. ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ.

Γενική Γραμματεία Τουρισμού:

Έχουν γίνει διαβουλεύσεις για την εξειδίκευση του προγράμματος του τομέα Τουρισμού. Και έχουν ορισθεί τα έργα:

- 1.** Ανάπτυξη και λειτουργία εθνικοστατιστικού πληροφορικού συστήματος για τον τουρισμό "Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού", προϋπολογισμού 1,2 εκ. €.

- 2.** Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα τουρισμού και

παρατηρητήριο τουρισμού, προϋπολογισμού 1,4 εκ.€.

3. Ηλεκτρονική τουριστική προβολή της Ελλάδας και ανάπτυξη πλατφόρμας για παροχή υπηρεσιών στους πολίτες, επισκέπτες και επιχειρήσεις, Ψηφιοποίηση και διαχείριση τουριστικού υλικού, Ανάπτυξη δικτύου info points προϋπολογισμού 2,5 εκ. €..

Θα ενταχθεί επίσης το έργο FORUM Ηλεκτρονικής Τουριστικής Επιχειρηματικότητας (e-tourism forum), δαπάνης 1.3 εκ. €.

Συνολικός προϋπολογισμός έργων 6.8 εκ. €

Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας:

Δράση 3.2

"Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά", συνολικού προϋπολογισμού 403,5 εκ. €, βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη, έχει γίνει η προ-κήρυξη του Α" κύκλου και έχουν υποβληθεί 1689 προτάσεις, η αξιολόγηση των οποίων θα ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος Φεβρουαρίου.

Δράση 2.8.1

"Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας", συνολικού προϋπολογισμού 35,2 εκ. € για τον Α" κύκλο ο οποίος ολοκληρώθηκε με την ένταξη 371 νέων επιχειρηματιών με προϋπολογισμό 29 εκ. € και συμπεριελήφθησαν ως επιλέξιμες δραστηριότητες οι περιηγήσεις, οι τουριστικές πληροφορίες και οι ξεναγήσεις.

Δράση 2.8.2

"Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας", ολοκληρώθηκε με την ένταξη 275 προτάσεων.

Για το Β" κύκλο των παραπάνω προγραμμάτων έχει ληφθεί μέριμνα ώστε να ενισχυθούν οι πόροι με το συνολικό ποσό των 58,6 εκ. € και να συμπεριληφθούν στο πρόγραμμα και τα Τουριστικά Γραφεία (ΗΑΤΤΑ).

Η προκήρυξη του Β" κύκλου αναμένεται μέσα στο Φεβρουάριο.

Γ. ΕΤΑ Α.Ε.

Απολογισμός έργου της ΕΤΑ για το 2002:

Στόχοι 2002: Οργάνωση, ορθολογική διαχείριση και αξιοποίηση της Δημόσιας Τουριστικής Περιουσίας, με προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων και τεχνογνωσίας από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Κεντρικός άξονας διαδικασίας αξιοποίησης: Οργανωμένη και αποτελεσματική προετοιμασία, με μεσοπρόθεσμο σχεδιασμό και ποσοτικοποιημένους στόχους.

1. Τουριστικό Κτηματολόγιο Αποτέλεσμα: Πλήρης χαρτογράφηση της Δημόσιας τουριστικής περιουσίας για αποτελεσματική διαχείρισή της

2. Διαχείριση Συμβάσεων

- Επαναδιαπραγμάτευση /εξυγίανση μεγάλων προβληματικών μισθωτικών συμβάσεων (Ξενία Λαγονησίου, Κυλλήνης κλπ.)
- Αναστροφή της ζημιογόνας λειτουργίας και εκσυγχρονισμός των επιχειρηματικών μονάδων, ώστε να καταστούν ελκυστικές στους επενδυτές

3. Αξιοποίηση Ολυμπιακό Πακέτο Τουριστικών Επενδύσεων - Αναβάθμιση Παραλιακής Ζώνης Αττικής

A. ΑΚΤΕΣ ΑΛΙΜΟΥ, Α' & Β' ΒΟΥΛΑΣ, ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ και ΒΑΡΚΙΖΑΣ

Επιτυχής ολοκλήρωση διαγωνισμών δεκαετούς παραχώρησης. Εγγυημένο ετήσιο έσοδο ΕΤΑ: 2,5 εκ. €

B. ΜΑΡΙΝΕΣ ΖΕΑΣ, ΦΛΟΙΣΒΟΥ & ΑΛΙΜΟΥ

Έχουν υπογραφεί συμβάσεις μακροχρόνιας εκμίσθωσης με τους αναδόχους Ζέας και Φλοίσβου το Δεκέμβριο 2002, ενώ η σύμβαση Αλίμου θα υπογραφεί το Α' τρίμηνο 2003. Ετήσιο όφελος ΕΤΑ: άνω των 10 εκ. €. Ύψος επενδύσεων: άνω των 60 εκ. €

Γ. ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΚΑΖΙΝΟ ΠΑΡΝΗΘΑΣ

Υπογράφηκε η σύμβαση για την πώληση του 49% του μετοχικού κεφαλαίου και τη μεταβίβαση του management. Οικονομικό αντάλλαγμα: 120 εκ. €. Εγγυημένα κέρδη προ φόρων για την επόμενη πενταετία: 135 εκ. €

Δ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΛΥΚΑΒΗΤΤΟΥ

Ολοκληρώθηκαν ήδη οι εργασίες αναβάθμισης από τον ανάδοχο. Ύψος επενδύσεων: 3 εκ. €. Ετήσιο όφελος ETA: άνω των 300 χιλ. €

Ε. ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΜΑΡΙΝΑ Σ.Ε.Φ.

Η ETA ανέλαβε τη δημιουργία Μαρίνας στο χώρο του Σ.Ε.Φ., εκπόνησε τις σχετικές μελέτες και ξεκίνησε ήδη η κατασκευή των έργων Α' φάσης, ώστε τα έργα να έχουν ολοκληρωθεί το Α' τρίμηνο 2004.

Ανάπτυξη ολοκληρωμένων, σημαντικού ύψους, επενδύσεων με στόχους την αναβάθμιση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την ενίσχυση του τουρισμού τη μεταολυμπιακή περίοδο.

Μοντέλο χρηματοδότησης της ανάπτυξης: Private Public Partnership [ισχυρός κεντρικός επιχειρηματικός φορέας (ETA) + εξειδικευμένοι και αξιόπιστοι συνεταίροι]:

Α. ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ (ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ)

Δημιουργία συνεδριακού κέντρου μοναδικού στον ελληνικό χώρο, από πλευράς δυναμικότητας και αισθητικής, με στόχο την καθιέρωση της Αττικής ως συνεδριακό προορισμό και την ενδυνάμωση του συγκεκριμένου τομέα τουρισμού στη χώρα. Στις 3 Φεβρουαρίου κατατέθηκαν οι τελικές προσφορές Β' Φάσης και έως το τέλος του μήνα θα υπάρξει ανάδοχος ο οποίος θα αποκτήσει

ποσοστό 51-65% του μετοχικού κεφαλαίου της ΑΕΑΣ που θα συστήσει η ΕΤΑ για να αναλάβει την υλοποίηση του επενδυτικού προγράμματος, καθώς και το management. ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ: €780 εκατ.

Β. ΓΚΟΛΦ ΑΦΑΝΤΟΥ ΡΟΔΟΥ

Ο Διαγωνισμός για την επιλογή επενδυτικού σχήματος για την ανάπτυξη ολοκληρωμένης μονάδας Γκολφ, ξενοδοχείων και πολυτελών τουριστικών κατοικιών στη Ρόδο βρίσκεται στη Β" φάση. Προεπιλέγησαν δύο σχήματα Ολοκλήρωση εντός του Α' τριμήνου 2003. ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ: €90 εκατομμύρια

Γ. ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΑΝΑΒΥΣΣΟΥ

Ο διαγωνισμός για την ανάδειξη συνεταιίρων επενδυτών για την ανάπτυξη θεματικού πάρκου με θέμα την ελληνική μυθολογία και ξενοδοχειακής υποδομής, στην Ανάβυσσο Αττικής, βρίσκεται στη Β' φάση. Έχουν προεπιλεγεί και τα πέντε σχήματα που καταθέσαν δεσμευτική προσφορά. Ολοκλήρωση εντός του Α' τριμήνου 2003. ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ: €100 εκατομμύρια

- Αναβάθμιση Μεθοριακών Σταθμών σε αισθητικό και λειτουργικό επίπεδο ενόψει 2004. Ολοκλήρωση διαγωνισμού προτάσεων αισθητικής αναβάθμισης και βράβευση των τριών καλύτερων. Έναρξη των εργασιών αναβάθμισης εντός του Μαρτίου 2003 και ολοκλήρωση έως το τέλος του έτους

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	
ΣΥΜΒΛΗΤΙΚΟ ΨΩΔΣ ΕΓΓΥΗΜΕΝΩΝ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ	
ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	€ εκ.
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	€ εκ.
ΣΥΝ. ΚΕΝΤΡΟ - ΒΕΝ. ΠΑΡΚΟ - ΓΚΟΝΩΜΑΤΟΥ	€ 260
	εκ.
ΕΞΠΟΔΕΥΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΛΕΨΗ	€ 80 εκ.
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	€ 20 εκ.
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	€ 465 εκ.

Αυτό το πρόγραμμα αξιοποίησης της Δημόσιας Τουριστικής Περιουσίας αποτελεί το μεγαλύτερο ιδιωτικό εγγυημένο πρόγραμμα τουριστικών επενδύσεων μεγάλης κλίμακας που έχει εκπονηθεί από τη δεκαετία του 1960, όταν ο ΕΟΤ δημιούργησε τις πρώτες οργανωμένες τουριστικές υποδομές της μεταπολεμικής Ελλάδας

ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Εντός του Φεβρουαρίου 2003 η ΕΤΑ θα ανακοινώσει το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων τα οποία αποτελούν κοινόχρηστη περιουσία, δάση, πάρκα, αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία, χώροι ειδικής προστασίας καθώς και το πρόγραμμα δράσεων για την ανάπλαση και ανβάθμισή τους σε συνεργασία με τους ΟΤΑ.

Η ΟΡΘΟΛΟΓΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ ΠΑΡΕΧΕΙ ΔΗΜΟΣΙΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Παραδείγματα:

- Ανάπλαση Μεθοριακών Σταθμών 6 εκ. €
- Χειμερινή μαθητική εβδομάδα 1 εκ. €
- Μουσικός Ιούλιος-Αγροτουρισμός 1 εκ. €
- Εθνικός Δρυμός Πάρνηθας (έργα προστασίας) 500 χιλ. €
- Ανάπλαση Πάρκου Λυκαβηττού 3 εκ. € Ψ Ανάπλαση Πάρκου

Φλοίσβου 2 εκ. €Τ

Α. ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΤΙΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΖΩΗΣ ΤΩΝ ΑΘΗΝΑΙΩΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ 2003

1. Εισαγωγή της ΕΤΑ στο Χ.Α.Α.

Διαπραγμάτευση του 25% των μετοχών. Εκτιμώμενη ολοκλήρωση διαδικασιών: Α' τρίμηνο 2003. Προσδοκώμενο έσοδο: 150 εκ. €

2. Αξιοποίηση του Καζίνο Κέρκυρας

Αντίστοιχο μοντέλο με του Καζίνο Πάρνηθας [εξεύρεση στρατηγικού εταίρου, για την αγορά ισχυρού μειοψηφικού πακέτου μετοχών και την ανάληψη του management]. Έναρξη διαδικασιών: Α' τρίμηνο 2003. Εκτιμώμενη ολοκλήρωση: Δ' τρίμηνο 2003.

3. Ανάπτυξη ολοκληρωμένων επενδύσεων, μέσω σύστασης εταιριών

ειδικού σκοπού και επιλογής επενδυτικών σχημάτων, -κατόπιν διαγωνισμών-, για την αγορά πλειοψηφικών πακέτων μετοχών και την ανάληψη του management (PPP), σε σημαντικές αναξιοποίητες εκτάσεις της περιφέρειας. Target group επενδυτών: οικονομικά εύρωστα και αξιόπιστα επιχειρηματικά σχήματα, από την Ελλάδα και το εξωτερικό, με εμπειρία στη διαχείριση της κατά περίπτωση επένδυσης.

4. Αξιοποίηση, μέσω μακροχρόνιας εκμίσθωσης, τουριστικών υποδομών που αναπτύχθηκαν σε στρατηγικά σημεία, από τον ΕΟΤ, τις δεκαετίες '60- '70. Target group επενδυτών: μικρομεσαίοι κυρίως επιχειρηματίες της περιοχής (ενίσχυση της τοπικής οικονομίας).

5. Αξιοποίηση, μέσω πώλησης, των "παρηκμασμένων" τουριστικών υποδομών έχει στη διαχείρισή της.

6. Αξιοποίηση ακινήτων Κάμπινγκ Βούλας και Ακτής Βάρκιζας, ενόψει 2004. Έναρξη διαδικασιών: Ιανουάριος 2003. Εκτιμώμενη ολοκλήρωση: Ιούνιος 2003.

7. Ιδιωτικοποίηση της Ολυμπιακής Μαρίνας Σ.Ε.Φ. Έναρξη διαδικασιών: Φεβρουάριος 2003. Εκτιμώμενη ολοκλήρωση: Μάιο 2003.

8. Ολοκλήρωση ιδιωτικοποίησης των δικαιωμάτων της ΕΤΑ - τα οποία είναι παραχωρημένα στην ΕΤΕ - στα: Καμένα Βούρλα, Αστέρια Γλυφάδας, Μικρό Καβούρι και Μαρίνα Βουλιαγμένης. Σταδιακή ολοκλήρωση διαδικασιών με καταληκτικό χρόνο: Ιούνιο 2003 (Μαρίνα Βουλιαγμένης και Μικρό Καβούρι ολοκληρώθηκαν).

9. Πρόγραμμα αξιοποίησης Αιγιαλών Απευθύνεται σε μικρομεσαίους

επιχειρηματίες και αφορά στην αξιοποίηση των αιγιαλών που διαχειρίζεται η ΕΤΑ ανά την Ελλάδα, μέσω διαγωνισμού, σε συνδυασμό με το πρόγραμμα "Στολίδια στην άμμο", με σκοπό την ομοιογενή αισθητική αναβάθμιση των παραλιών που αποτελούν την τουριστική "βιτρίνα" της Ελλάδας. Διεξαγωγή διαδικασίας: Α' τρίμηνο 2003.

10 Πρόγραμμα αναβάθμισης Μεθοριακών Σταθμών Αισθητική αναβάθμιση συνοριακών πυλών ενόψει 2004. Ολοκλήρωση προγράμματος τέλος 2003

Δ. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε.

Η θυγατρική της ΕΤΑ Α.Ε., με συμμετοχή ιδιωτών και σε συνεργασία με τις τράπεζες Εθνική Τράπεζα Ελλάδος (Ε.Τ.Ε.) και Αγροτική Τράπεζα Ελλάδος (Α.Τ.Ε.), προκήρυξε πρόγραμμα δράσεων Αγροτουρισμού και Εναλλακτικού Τουρισμού με στόχο την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ύπαιθρο.

Οι προτάσεις θα χρηματοδοτηθούν

- είτε με κεφάλαια της Αγροτουριστικής Α.Ε. με συμμετοχή ιδιωτών
- είτε με κοινοτικούς πόρους
- είτε με τραπεζικό δανεισμό

Ήδη έχει εκδηλωθεί μεγάλο ενδιαφέρον για την Πρόσκληση Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος της Αγροτουριστικής Α.Ε. για "Κοινές Επενδύσεις Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης".

Εκτιμάται ότι έχουν παραλάβει μέχρι σήμερα το Φάκελο Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος πάνω από 600 ενδιαφερόμενοι από όλη την Ελλάδα

Η Αγροτουριστική Α.Ε. ολοκλήρωσε το σύστημα αξιολόγησης των προτάσεων, ώστε από 4/3/2003 να αρχίσει η διαδικασία

αξιολόγησης. Εκτιμάται ότι περί τα μέσα του Ιουνίου 2003, θα έχει ολοκληρωθεί η αξιολόγηση η οποία θα γίνει σε συνεργασία με την Ε.Τ.Ε. και την Α.Τ.Ε.

5. Προβολή και Διαφήμιση του Ελληνικού Τουρισμού

Ο προγραμματισμός του ΕΟΤ για την προβολή και τη διαφήμιση του Ελληνικού Τουρισμού για το 2003, καθώς και ένας σύντομος απολογισμός για τις μέχρι σήμερα δράσεις που αφορούν σε αυτόν, έχει ως εξής:

- Ολοκληρώθηκε ο διεθνής ανοικτός διαγωνισμός για την επιλογή αναδόχου ο οποίος θα υλοποιήσει την υλοποίηση του διαφημιστικού προγράμματος του ΕΟΤ στα Μέσα για το έτος 2003, σε 14 χώρες, με τον ίδιο δημιουργικό σχεδιασμό, έναντι συνολικού ποσού €7.336.757,15 πλέον ΦΠΑ Το σχέδιο σύμβασης μεταξύ ΕΟΤ και ADEL AE, έχει διαβιβαστεί στο Ελεγκτικό Συνέδριο για έλεγχο νομιμότητας, ο οποίος αναμένεται να διαρκέσει 20 ημέρες περίπου. Στην συνέχεια , το πρόγραμμα υλοποιείται στα Μέσα.

- Έχουν υποβληθεί στην Διοίκηση του ΕΟΤ προς υπογραφή, προϋπολογισμοί Συμμετοχής σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις, στις οποίες συμμετέχουν τα Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού (περίπου 91 εκθέσεις σε όλες τις αγορές -στόχους).Μαζί με συμμετοχές σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις σε νέες αγορές, όπου δεν υπάρχουν Γραφεία ΕΟΤ (Αραβικά Εμιράτα, Κίνα, κ.λπ), το συνολικό κόστος υπολογίζεται να ανέλθει σε €3.500.000.Στο ως άνω ποσό συμπεριλαμβάνεται η διοργάνωση της έκθεσης PHILOXENIA, η συμμετοχή του ΕΟΤ στην Έκθεση Τουριστικό Πανόραμα κ.λπ

- Συμμετοχή στα προγράμματα προβολής των Νομαρχιακών Επιτροπών Τουρισμού: για το έτος 2003, €3.000.000

- Γ' ΚΠΣ: Έχουν υποβληθεί ΤΔΕ για την προβολή της Αττικής (€3.500.000) καθώς και προβολή των δράσεων του ΕΠΑΝ στον

Τουρισμό (€100.000), τα οποία είναι σχέδια άμεσης προτεραιότητας και η έναρξη υλοποίησής τους προγραμματίζεται για τον Μάρτιο 2003. Η όποια καθυστέρηση, οφείλεται στην στοιχειοθέτηση της συνέργειας (οικονομικής) του ιδιωτικού τομέα. Θα ακολουθήσει άμεσα η υποβολή ΤΔΕ για την προβολή του Οικοτουρισμού, του Συνεδριακού Τουρισμού (€1.500.000), της συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις κ.ο.κ.

- Διεθνή Μέσα: Ο προϋπολογισμός για την προβολή της Χώρας στα Διεθνή Μέσα (Eurosport, BBC World, CNN, Euronews) ανέρχεται σε 3 εκ.€

- Έκτακτες ενέργειες προβολής: Ο Ελληνικός Μήνας στα Γερμανικά τραίνα (προβολή της ελληνικής διατροφής στις Γερμανικές υπερταχείες τον Φεβρουάριο '03), Διαφήμιση με πανό-banners στους σιδηροδρομικούς σταθμούς της Γερμανίας, διαφημιστικές καταχω-ρήσεις στο ABTA Magazin (Κλαδικό έντυπο Μεγ. Βρετανία).

- Συνέδρια: Ο ΕΟΤ, μεταξύ άλλων, έχει αναλάβει την διοργάνωση του ετήσιου συνεδρίου της AIAEST (International Assoc. of Scientific Experts in Tourism), με θέμα Τουρισμός/Αθλητισμός, τον Σεπτέμβριο.

- Υποστήριξη διεθνών συνεδρίων που προβάλλουν την χώρα ως τουριστικό προορισμό και εξασφαλίζουν δημοσιότητα: Συνολικός προϋπολογισμός €600.000

- Προγράμματα δράσεων Δημοσίων Σχέσεων στην Ελλάδα και το Εξωτερικό: προϋπολογισμός €1.200.000 περίπου

- Εκδόσεις: Έχει δρομολογηθεί ο σχεδιασμός και η παραγωγή του λευκώματος "Ολυμπιακό Φως" του ΕΟΤ καθώς και άλλες εκδόσεις, όπως τα Βήματα του Αποστόλου Παύλου, έντυπο για τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Επίσης, ο ΕΟΤ ανατυπώνει παλαιές εκδόσεις φυλλαδίων μετά από re-writing.

- Συνεργασία με την ΟΕΟΑ ΑΘΗΝΑ 2004: Υπάρχει συνεργασία για δράσεις κοινής προβολής. Μέχρι στιγμής, έχει προγραμματισθεί η από κοινού συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, και η

ενσωμάτωση της σχετικής θεματικής ενότητας στην διαφημιστική καμπάνια του ΕΟΤ και σε όσες δράσης προώθησης και προβολής είναι αυτό δυνατό. (Συνέδρια, Εκθέσεις, Εκδηλώσεις δημοσιότητας, κοινή παρουσία στο Εξωτερικό και Εσωτερικό, κ.λπ)

Ως συνέπεια της ως άνω συνεργασίας, ο ΕΟΤ ήδη συνεργάζεται με το αμερικανικό τηλεοπτικό δίκτυο NBC και με την VISA International, έτσι ώστε να μεγιστοποιηθεί η "επικοινωνιακή πλατφόρμα της χώρας" ενόψει των Αγώνων, η συνεργασία αυτή, δεν απαιτεί ιδιαίτε-ρο κόστος, αλλά την ενεργό ανάμειξη της Δ/σης Διαφήμισης ΕΟΤ.

Προϋπολογισμός 2003:

€22.757.374 για διαφήμιση.

€ 1.200.000 για δημόσιες σχέσεις.

Η ποσοστιαία κατανομή του συνολικού προϋπολογισμού 7.336.757,15€ (πλέον Φ.Π.Α.) για την προβολή στα Μέσα ανά χώρα είναι η εξής:

Α Γ Ο Ρ Α	ΚΑΤΑΝΟΜΗ Π/Υ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΑ ΜΜΕ
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	22% 88 € 1.814.000,57
ΕΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	17% 88 € 1.247.248,71
ΙΡΛΑΝΔΙΑ*	2% 88 € 146.735,14
ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ*	9% 88 € 660.308,14
ΕΛΒΕΤΙΑ	7% 88 € 513.573,00
ΑΥΣΤΡΙΑ	8% 88 € 586.940,57
ΓΑΛΛΙΑ	9% 88 € 660.308,14
ΙΤΑΛΙΑ	9% 88 € 660.308,14
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	7% 88 € 513.573,00
ΒΕΛΓΙΟ	5% 88 € 366.837,85
ΙΣΠΑΝΙΑ	5% 88 € 366.837,85
ΣΥΝΟΛΟ	100% 88 € 7.336.757,11

ΣΗΜ : Στον προϋπολογισμό ανά χώρα, συμπεριλαμβάνονται η αμοιβή της εταιρίας σε ποσοστό 3,5% επί της καθαρής τιμής των Μέσων και τα έξοδα αναπαραγωγής.

6. Νέες Δομές Τουρισμού

• Τουριστικό Επιμελητήριο

Στο Τουριστικό Επιμελητήριο, θα εκπροσωπούνται όλες οι τουριστικές επιχειρήσεις για τη λειτουργία των οποίων απαιτείται το ειδικό σήμα λει-τουργίας που χορηγείται από τις αρμόδιες Διευθύνσεις Τουρισμού και τον ΕΟΤ.

Δεν καταργεί το ΞΕΕ, το οποίο αφορά το σημαντικότερο κλάδο της Ξενοδοχίας, πλην όμως Τουρισμός δεν είναι μόνο Ξενοδοχείο ή Καταλύ-ματα, αλλά και εστίαση και μεταφορές και μία σειρά άλλων επιχειρήσεων και υπηρεσιών που συμβάλλουν στον Τουρισμό, και

που ελέγχονται και παίρνουν σήμα καταλληλότητας από τις αρμόδιες Διευθύνσεις Τουρισμού και τον ΕΟΤ. Όπως για παράδειγμα: ένας οικονομολόγος ή ένας πολι-τικός μηχανικός έχουν το κλαδικό τους Οικονομικό ή Τεχνικό Επιμελη-τήριο Ελλάδος, αλλά εάν ασκούν παράλληλα και εμπορική, βιοτεχνική ή βιομηχανική δραστηριότητα εντάσσεται αντίστοιχα και στο ανάλογο επιμελητήριο Εμπορικό, Βιοτεχνικό, Βιομηχανικό κ.ο.κ.

- **Εταιρία Marketing**

Εξετάζεται η δυνατότητα δημιουργίας Εταιρίας Marketing, η οποία θα αναλαμβάνει την σχεδίαση και υλοποίηση Περιφερειακών Προγραμμάτων Προβολής και Διαφήμισης. (Η εταιρία προτείνεται να συσταθεί σε κεντρικό επίπεδο με μετόχους τον ΕΟΤ και λοιπούς δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς). Η δημιουργία της εταιρείας Marketing, είναι μία πολύ σημαντική υπόθεση όχι μόνο για το Δημόσιο τομέα του Τουρισμού, αλλά και για τον Ιδιωτικό και για το λόγο αυτό θα πρέπει να υπάρξουν άμεσα προτάσεις από τον Ιδιωτικό τομέα για το πως μπορεί να υλοποιηθεί η συνεργασία των δύο μερών με τη δημιουργία μίας τέτοιας εταιρείας.

- **Επικείμενη κρίση Ιράκ**

Όπως έκανε η Κύπρος προχθές και ζήτησε από όλους τους φορείς Τουρισμού προτάσεις για την αντιμετώπιση πιθανής κρίσης με το Ιράκ, έτσι και στην Ελλάδα οι φορείς Τουρισμού θα πρέπει μέσα στο επόμενο 10ήμερο να προτείνουν τρόπους με τους οποίους θα μπορέσει να αντιμετωπιστεί το ενδεχόμενο κρίσης από το Ιράκ.

(στοιχεία από

)

6.2 Προτάσεις για τις δυνατότητες του ελληνικού τουρισμού με βάση τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων

Ο Τομέας Τουρισμού της Νέας Δημοκρατίας δημοσιοποίησε τις προτάσεις του κόμματος της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης για τις δυνατότητες μεγιστοποίησης των πλεονεκτημάτων που θα προκύψουν για τον ελληνικό τουρισμό για τα επόμενα χρόνια, με βάση τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Συγκεκριμένα, όπως ανέφερε ο Υπεύθυνος του Τομέα Ναυτιλίας και Τουρισμού, Βουλευτής Επικρατείας Ν.Δ. κ. Γιάννης Παπαθανασίου, οι προτάσεις της Ν.Δ. περιλαμβάνουν τα ακόλουθα σημεία:

1. Για την τουριστική πολιτική της Ελλάδας, οι Αγώνες δεν πρέπει να είναι ένα γεγονός είκοσι περίπου ημερών, αλλά μία δεκαετία ευκαιριών, που ως στόχο θα πρέπει να έχει ανάλογα σημεία με τη στρατηγική που ακολούθησαν άλλες επιτυχημένες διοργανώσεις. Στόχοι αυτής της προσπάθειας θα πρέπει να είναι:

- Το εμπορικό σήμα (brand) του τουρισμού της Ελλάδας να προχωρήσει τουλάχιστον κατά μία δεκαετία.
- Οι Ολυμπιακοί Αγώνες να αυξήσουν την πιθανότητα επίσκεψης στην Ελλάδα.
- Νέα πρότυπα να αναπτυχθούν για τον τουρισμό της Ελλάδας - ποιότητα υπηρεσιών - υποδομές, οργανωτική ικανότητα και άλλα.
- Ο τουρισμός μας, λόγω των Αγώνων, να αυξήσει στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό το προφίλ και την αντίληψη για την Ελλάδα ως προορισμό διακοπών.

Οι Αγώνες να ανοίξουν πολλές πόρτες για τον τουρισμό μας, που θα διατηρήσουμε ανοιχτές τα επόμενα χρόνια.

- Η Ελλάδα να διατηρήσει αναβαθμισμένη τη θέση της στην παγκόσμια σκηνή.
- Να δημιουργηθούν προγράμματα εμπορικής διαφήμισης (trade marketing) για την τουριστική βιομηχανία, ώστε να κεφαλαιοποιήσει τις ευκαιρίες των Ολυμπιακών Αγώνων.
- Να αυξηθούν οι αγορές υψηλής απόδοσης, όπως των συσκέψεων (meetings), των κινήτρων (incentives), της συνέλευσης και έκθεσης (convention και exhibition [MICE]).
- Να γίνει μεγιστοποίηση της προώθησης της Ελλάδας μέσα από ένα πρόγραμμα σχέσεων με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) με επισκέψεις ΜΜΕ, νέα τεχνολογία, διανομή πληροφορίας και θέματα διοίκησης.

2. Κεντρική φιλοσοφία της τουριστικής στρατηγικής για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του ΕΟΤ πρέπει να είναι η χρήση των Ολυμπιακών για να δοθεί βάθος και διάσταση στο εμπορικό σήμα (brand) Ελλάδα, προβάλλοντας περισσότερα θέματα από τις τυπικές τουριστικές εικόνες που είναι γνωστές μέχρι σήμερα. Ο ΕΟΤ πρέπει να σκοπεύει σε ένα κοινό 4 δισ. ανθρώπων και περισσότερες από 40 δισ. ώρες τηλεθέασης. Με τα ΜΜΕ οι Αγώνες θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν ως δόλωμα για να προξενήσουν το ενδιαφέρον δημοσιογράφων και εκπομπών για όλες τις πλευρές της ζωής στην Ελλάδα. Στόχος μας, όχι μόνο να μεγιστοποιήσουμε τα οφέλη από την έκθεση της χώρας στο τηλεοπτικό κοινό, αλλά και να επιμηκύνουμε την τουριστική περίοδο.

3. Ως συγκεκριμένα μέτρα δράσης προτείνονται:

- Παροχή κινήτρων για τη δημιουργία θεματικών πάρκων στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής. Τόσο οι προηγούμενες πόλεις που φιλοξένησαν Ολυμπιακούς Αγώνες, αλλά και όσες έχουν φιλοξενήσει

άλλα μεγάλα γεγονότα προσέλκυσαν ιδιωτικά κεφάλαια για τη δημιουργία τέτοιων θεματικών πάρκων.

- Αναβάθμιση των μουσείων και ανάπτυξη παιδικών τμημάτων στα μουσεία. Ταυτόχρονα, πρέπει να ξεκινήσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα ανακαίνισης όλων των μουσείων, ενώ θα πρέπει να υπάρξει συγκεκριμένο πρόγραμμα διαφήμισης των μουσείων μας. Παράλληλα, πρέπει να ενισχυθεί κάθε νεανική μορφή τέχνης και δημιουργίας καθώς και λαϊκού πολιτισμού.

- Ανοικτή έκθεση καλλιτεχνικών δημιουργιών (όπως γλυπτών, εικαστικών κ.ά.) από όλες τις συμμετέχουσες χώρες σε όλους τους αρχαιολογικούς χώρους που ενοποιούνται (πρόταση Μ. Εβερτ).

- Παράλληλες πολιτιστικές εκδηλώσεις σε πόλεις εκτός Αθηνών, πριν και μετά τους Αγώνες.

- Ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων με δημιουργικότητα.

- Επιτάχυνση εργασιών στο Θριάσιο, οδός Πειραιώς, Μεταξουργείο, Ψυρρή και ολοκλήρωσή τους μέχρι το 2003. Η Αθήνα θα πρέπει να ξαναγίνει όσο το δυνατόν γρηγορότερα τόπος τουριστικού προορισμού ή τουλάχιστον να αυξήσουμε τις ημέρες διαμονής των τουριστών στην πόλη.

- Η άμεση ανάπτυξη λιμανιών της Αττικής (Πειραιά, Ραφήνας και Λαυρίου). Η μεταφορά του αεροδρομίου στα Σπάτα δημιουργεί μια ευκαιρία για την ανάπτυξη των δύο λιμανιών, Ραφήνας και Λαυρίου, που θα πρέπει να αποτελέσουν κομβικά σημεία μετακίνησης όχι μόνο των Αθηναίων, αλλά και των τουριστών. Τέλος, θα πρέπει άμεσα να ξεκινήσουν έργα εξωραϊσμού και λειτουργικής αναβάθμισης του λιμανιού στον Πειραιά.

- Απομάκρυνση όλων των στρατοπέδων από την Αττική και μετατροπή τους σε χώρους πρασίνου, με ταυτόχρονη ανάδειξή τους σε χώρους ξεκούρασης, πολιτιστικής δημιουργίας και αθλοπαιδιών.

- Δημιουργία κατάλληλων ενημερωτικών υποδομών για διευκόλυνση των πολιτών στις μετακινήσεις τους.

- Αξιοποίηση του πρώην αεροδρομίου στο Ελληνικό. Η περιοχή δεν πρέπει να γίνει η «αποθήκη» των ορφανών έργων των Αγώνων, και όχι μόνον. Η κυβέρνηση πρέπει να προχωρήσει άμεσα στην αξιοποίηση του χώρου με τη δημιουργία κατάλληλων υποδομών, χώρων πρασίνου, επέκταση του υπάρχοντος γκολφ προς το χώρο του Ελληνικού, με στόχο το διπλασιασμό της υπάρχουσας έκτασης, δημιουργώντας ένα διεθνούς επιπέδου γήπεδο, και κάθε τι άλλο που θα αναδεικνύει το συγκεκριμένο χώρο.

- Αθλητικός τουρισμός. Μέσω κατασκευής σύγχρονων προπονητικών κέντρων στην περιφέρεια. Τώρα είναι η ώρα να αναπτυχθεί ο αθλητικός τουρισμός που είναι δυστυχώς, μέχρι σήμερα, ανύπαρκτος.

- Προβολή της Ελλάδας ως χώρας της δράσης και των σπορ. Με τις άριστες κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα μας, μπορεί η Ελλάδα να γίνει συνώνυμο των διακοπών, της φυσιολατρίας, των σπορ, της δράσης, της αναζήτησης και της περιπέτειας. Αλλωστε η συνολική στρατηγική μας έχει ως σκοπό να αυξήσει τα τουριστικά προϊόντα που διατίθενται στη χώρα μας, επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο.

- Ιαματικός τουρισμός. Ενας από τους πιο παραμελημένους τομείς στη χώρα μας είναι ο ιαματικός τουρισμός (health Spa). Με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 μας δίνεται η δυνατότητα να προχωρήσουμε μέσα από ένα πρόγραμμα εκσυγχρονισμού των ιαματικών δομών σε ανάδειξή τους σε κέντρα τουρισμού υγείας με διεθνή προβολή.

- Συνεδριακός τουρισμός - εκθεσιακός τουρισμός. Πρέπει να επωφεληθούμε από την τεράστια προβολή της χώρας μας λόγω της τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων και να δημιουργήσουμε τις κατάλληλες συνθήκες για τη δυναμική είσοδό μας στη διεθνή αγορά που αφορά το συνεδριακό και εκθεσιακό τουρισμό. Θα πρέπει, χωρίς άλλες καθυστερήσεις, να ολοκληρωθεί το 2003 η κατασκευή του συνεδριακού κέντρου στο χώρο του Ελληνικού και να ξεκινήσουν

όσο το δυνατόν γρηγορότερα οι διαδικασίες κατασκευής και ενός μεγάλου εκθεσιακού κέντρου, που πρέπει να είναι έτοιμο πριν από τους Αγώνες.

(στοιχεία από [redacted])



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΠΕΡΙΚΛΗΣ Ν. ΛΥΤΡΑΣ «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1987
2. ΝΙΚΟΣ Γ. ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ» εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1996

ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ INTERNET

1. www.mfa.gr
2. www.ritts-crete.gr
3. www.hotel-reustaurant.gr
4. www.disability.gr
5. www.papathanasiu.gr
6. www.gnto.gr
7. www.publicity-quide.gr

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

1. www.kocvacationet.gr
2. www.hotel-restaurant.gr