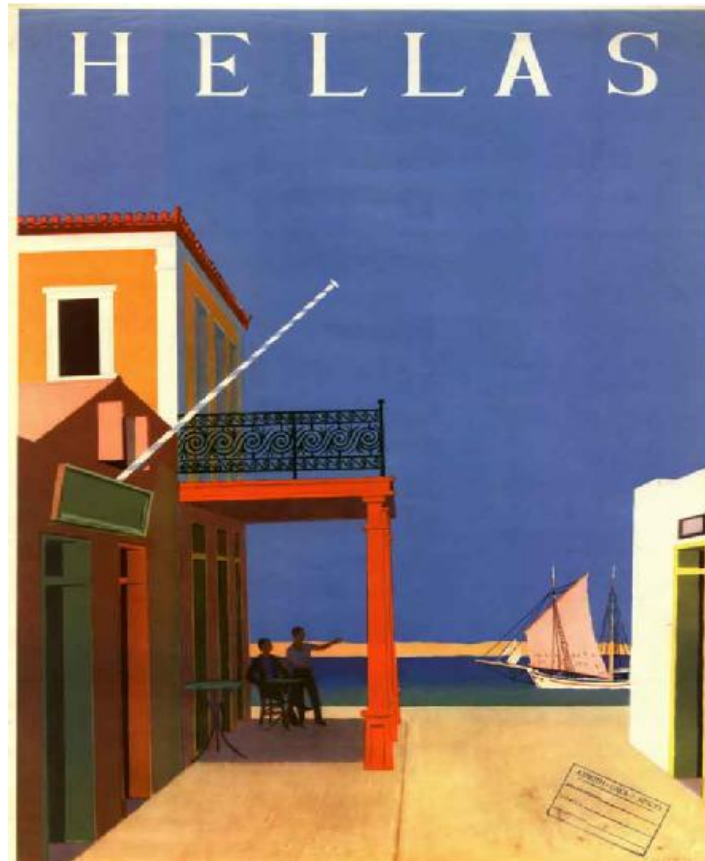




ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

# ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΩΣ Ο ΕΟΤ ΕΧΕΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙ ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: Λαουδίκου Χριστίνα-Μόρφω  
Καντή Σταματία – Χριστίνα

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: Τσακανίκα Δήμητρα  
Πάτρα, 2011

### ***Ευχαριστίες***

*Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την επιβλέπουσα καθηγήτρια κ. Δήμητρα Τσακανίκα για την βοήθεια και χρήσιμες συμβουλές που μας παρείχε κατά τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας.*

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Η σημασία του τουρισμού είναι πολύπλευρη: οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και περιβαλλοντική. Αποτελεί το δυναμικότερο και ανταγωνιστικότερο κλάδο της ελληνικής οικονομίας σε διεθνές επίπεδο. Παράλληλα παρουσιάζει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης σε παγκόσμιο επίπεδο.

Στόχος του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (στο εξής Ε.Ο.Τ.) είναι η ανάδειξη του τουρισμού σε βασική προτεραιότητα και κινητήριο μοχλό της αναπτυξιακής διαδικασίας και η ενίσχυση της άμεσης και της έμμεσης συνεισφοράς του στο προϊόν, το εισόδημα και την απασχόληση.

Οι ποσοτικοί και ποιοτικοί στόχοι που θέτονται υποστηρίζονται από επιμέρους πολιτικές και μέσα προώθησης που επηρεάζονται άμεσα από την κεντρική επιλογή για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας. Το προτεινόμενο στρατηγικό σχέδιο του ΕΟΤ στηρίζεται σε έξι άξονες δράσης που περιλαμβάνουν: την αναβάθμιση της ποιότητας της προσφοράς, τον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος, την εκπαίδευση και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την προώθηση και την προβολή της χώρας με νέα εργαλεία και σύγχρονες μεθόδους για την ενίσχυση του εξωτερικού και εσωτερικού τουρισμού, και τον εκσυγχρονισμό των δομών της δημόσιας διοίκησης και των μηχανισμών άσκησης της τουριστικής πολιτικής.

Ωστόσο, τα συμπεράσματα από την έρευνα που διεξήχθη επικεντρώνονται στο ότι εν όψει της οικονομικής κρίσης που διανύουμε, η ανάληψη κάποιων αρμοδιοτήτων προώθησης και διαφήμισης του τουρισμού μπορούν να διοχετευθούν στον ιδιωτικό τομέα με ίδια κεφάλαια, αφού τα συμφέροντά του είναι και άμεσα και μακροπρόθεσμα, αν λάβει κανείς υπόψη του μάλιστα ότι στην παρούσα κατάσταση πρόκειται να μειωθούν αρκετά κονδύλια που προορίζονταν για την διαφήμιση του τουρισμού εκ μέρους του Ε.Ο.Τ.

## **Πίνακας περιεχομένων**

	<i>Σελίδα</i>
Ευχαριστίες	2
Περίληψη	3
Πίνακας περιεχομένων	4
Πίνακας περιεχομένων εικόνων	6
Πίνακας περιεχομένων πινάκων	6
Συντομογραφίες	7
Προλογος	8

## **Α΄ ΜΕΡΟΣ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ**

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**

#### **Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

1.1	Εισαγωγή στον τουρισμό	11
1.2	Βασικές έννοιες του τουρισμού	15
1.3	Οι αιτίες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου	19
1.4	Ιστορική εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας	20
	1.4.1 Τύποι των τουριστικών επιχειρήσεων και λειτουργίες των	21
	1.4.2 Η κρατική πολιτική στις εγκαταστάσεις και στα δάνεια	21
	1.4.3 Το εργατικό δυναμικό	21
	1.4.4 Διάρθρωση των τουριστικών πόλεων και παραλιακά μοντέλα	22
	1.4.5 Συμπέρασμα	22
1.5	Ο τουρισμός στην Ελλάδα	22
	1.5.1 Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα	22
1.6	Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Ελλάδα	24
	1.6.1 Τουρισμός περιπέτειας	25
	1.6.2 Οικοτουρισμός	26
	1.6.3 Γεωτουρισμός	26
	1.6.4 Αρχαιολογικός τουρισμός	28
	1.6.5 Συνεδριακός τουρισμός	28
	1.6.6 Θρησκευτικός τουρισμός	29
	1.6.7 Ιαματικός τουρισμός	29
	1.6.8 Αθλητικός τουρισμός	30
	1.6.9 Θεματικά πάρκα	30
	1.6.10 Ιστιοπλοΐα	31
1.7	Η σημασία του τουρισμού στην Ελλάδα	31

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

#### **ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ.**

2.1	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)	33
2.2	Η διάρθρωση του Ε.Ο.Τ.	33
	2.2.1 Η κεντρική διοίκηση του τουρισμού	33
	2.2.2 Το υπουργείο Ανάπτυξης	34
2.3	Αρμοδιότητες του ΕΟΤ	34
	2.3.1 Η διάρθρωση του Ε.Ο.Τ.	35
	2.3.2 Η περιφερειακή διοικητική οργάνωση του τουρισμού	35
	2.3.3 Οι περιφερειακές διευθύνσεις του ΕΟΤ	36
	2.3.4 Η νομαρχιακή οργάνωση του τουρισμού	36
2.4	Η διαχρονική εξέλιξη της τουριστικής πολιτικής του Ε.Ο.Τ. στην Ελλάδα	39
2.5	Λειτουργίες του Ε.Ο.Τ.	42

	<i>Σελίδα</i>
2.5.1 Μορφές τουριστικής πολιτικής Ε.Ο.Τ.	42
2.5.2 Στόχοι τουριστικής πολιτικής Ε.Ο.Τ.	43
2.5.3 Στόχοι marketing Ε.Ο.Τ.	44
2.5.4 Μήνυμα marketing Ε.Ο.Τ.	44
2.5.5 Μέσα διαφημιστικής καμπάνιας Ε.Ο.Τ.	45
2.5.6 Συνεργασία Ε.Ο.Τ. με τουριστικούς φορείς	46
2.5.7 Συμμετοχή του Ε.Ο.Τ. σε διεθνείς τουριστικές εκδηλώσεις	47

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**

#### **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥ ΕΟΤ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

3.1	Εισαγωγή	48
3.2	Η πολιτική του ΕΟΤ για την ανάπτυξη	49
3.3	Προοπτικές ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού στο εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον	51
3.3.1	Διεθνές περιβάλλον: Χαρακτηριστικά και εξελίξεις στον παγκόσμιο τουρισμό	51
3.3.2	Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού – Συνέπεια –Στρατηγική εστίαση	52
3.3.3	Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα	54
3.3.4	Οι προβλέψεις των Διεθνών Οργανισμών για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού	55
3.4	Σχέδιο ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού και συμβολή του ΕΟΤ	56
3.4.1	Στόχοι για τον ελληνικό τουρισμό με ορίζοντα το 2010	56
3.4.2	Άξονες δράσης - Εξειδίκευση των στόχων – Μέτρα για τον εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό	58
3.4.3	Μέσα - πόροι για την υλοποίηση του σχεδίου ανάπτυξης	72
3.5	Υλοποίηση των στόχων της τουριστικής πολιτικής από τον ΕΟΤ	72

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>**

#### **Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

4.1	Η αναγκαιότητα των προβλέψεων στον τουρισμό	73
4.1.1	Χάος, κρίσεις και καταστροφές	74
4.2	Στρατηγική του ΕΟΤ για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό	75
4.2.1	Εισαγωγή	75
4.2.2	Προτεραιότητες στον τομέα της τουριστικής πολιτικής	76
4.2.3	Αναστροφή του αρνητικού κλίματος με επικοινωνιακή πολιτική	76
4.2.4	Νέο forum για τον τουρισμό	77
4.2.5	Πόρταλ του ΕΟΤ για διοργάνωση συνεδρίων	77
4.2.6	Τουριστική συνεργασία Ελλάδας-Κίνας	78
4.2.7	Προγράμματα του ΕΟΤ ενίσχυσης εσωτερικού τουρισμού	81
4.2.8	Επιδότησεις για πρόσληψη ανέργων	82
4.2.9	Επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων κορεσμένων περιοχών	82
4.2.10	Επιδότησεις για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία	83
4.2.11	Επιδότηση αποκατάστασης διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων	84
4.2.12	Ίδρυση ιδιωτικού φορέα ΕΟΤ	87
4.3	Αναπτυξιακοί στόχοι του ΕΟΤ στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό	88

## Β΄ ΜΕΡΟΣ: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ

---

Έρευνα σε 5 ξενοδοχεία ★★★ στην πόλη της Ρόδου	
Μεθοδολογία έρευνας	95
Αποτελέσματα έρευνας	96
- Hotel Nathalie ★★★	96
- City Center Hotel ★★★	100
- Hotel Angela Suites & Lobby ★★★	105
- Athena Hotel ★★★	110
- Lindos Sun Hotel ★★★	114
Διαπιστώσεις έρευνας	119
Συμπεράσματα	122
Προτάσεις	125
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Ερωτηματολόγιο	127
Βιβλιογραφία	130

### Πίνακας περιεχομένων εικόνων

#### Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>

Εικ. 1.1 Το απολιθωμένο δάσος στη Λέσβο	27
---	----

#### Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>

Εικ. 2.1 1988, Πάτμος, Δωδεκάνησα, έκδοση ΕΟΤ	47
---	----

#### Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>

Εικ. 3.1 1973, Κρήτη, έκδοση ΕΟΤ	72
----------------------------------	----

#### Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>

Εικ. 4.1 1956, Απόλλων, Ολύμπια, έκδοση ΕΟΤ	93
---	----

#### Ερευνητικό μέρος

Εικ. 1 Άποψη του Hotel Nathalie	96
---------------------------------	----

Εικ. 2 Άποψη του City Center Hotel	101
------------------------------------	-----

Εικ. 3 Άποψη του Hotel Angela Suites & Lobby	105
--	-----

Εικ. 4 Άποψη του Athena Hotel	111
-------------------------------	-----

Εικ. 5 Άποψη του Lindos Sun Hotel	115
-----------------------------------	-----

#### Παράρτημα

Εικ. 6 Διαφημιστική προβολή – διαφήμιση του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό 2010	129
---	-----

### Πίνακας περιεχομένων πινάκων

#### Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>

Πίνακας 1.1 Κύριοι τουριστικοί προορισμοί βάσει του αριθμού αφίξεων, (σε εκατ.) έτος 1999	12
---	----

Πίνακας 1.2 Διάρθρωση προελεύσεως αλλοδαπών τουριστών	13
---	----

Πίνακας 1.3 Έκθεση του Ε.Ο.Τ.	14
-------------------------------	----

Πίνακας 1.4 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού	24
---	----

Πίνακας 1.5 Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού 2008	32
--	----

Πίνακας 1.6 Επιδόσεις 2008	32
----------------------------	----

## **ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ**

Δ.Ε.Θ.:	Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης
Ε.Λ.Ο.Τ.:	Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης
Ε.Ο.Τ.:	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Ε.Π.Α.Ν.:	Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα
Ε.ΣΥ.Δ.:	Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης
Ε.Τ.Α.:	Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης
Ι.Ο.Β.Ε.:	Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
Ι.Τ.Ε.Π.:	Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
Κ.Ε.Δ.:	Κτηματική Εταιρεία του Δημοσίου
Κ.Ο.Τ.:	Τουριστικός Οργανισμός της Κύπρου
Κ.Π.Σ.:	Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης
Ν.Ε.Τ.Π.:	Νομαρχιακές Επιτροπές Τουριστικής Προβολής
Ν.Π.Δ.Δ.:	Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου
Ν.Π.Ι.Δ.:	Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου
Ξ.Ε.Ε.:	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας
Ο.Α.Ε.Δ.:	Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού
Ο.Δ.Π.:	Οργανισμός Διαχείρισης Προορισμών
Ο.Τ.Α.:	Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης
Ο.Τ.Ε.Κ.:	Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης
Π.Δ.:	Προεδρικό Διάταγμα
Π.Ε.Π.:	Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Π.Ο.Τ.	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
Π.Υ.Τ.:	Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού
Σ.Ε.Τ.Ε.:	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
Σ.Τ.Ε.:	Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών
Τ.Ε.Τ.:	Τοπικές Επιτροπές Τουρισμού
ΥΠ.ΕΘ.Ο.:	Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
ΥΠ.ΕΣ.Δ.Α.:	Υπουργείο Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης
ΥΠΑΝ:	Υπουργείο Ανάπτυξης
Φ.Ε.Κ.:	Φύλλο Εφημερίδος Κυβερνήσεως
Φ.Π.Α.:	Φόρος Προστιθέμενης Αξίας
ΗΑΡСО:	Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων
TCVB:	Γραφείο Επισκεπτών και Συνεδρίων Θεσσαλονίκης
W.E.F.:	Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ
W.T.O.:	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
W.T.T.C.:	Travel and Tourism Economic research: Greece

## **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Ο τουρισμός για την Ελλάδα αποτελεί χωρίς άλλο ένα σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, η συμβολή του οποίου στην αντιμετώπιση των μεγάλων προβλημάτων της οικονομίας κάθε άλλο παρά να αμφισβητηθεί μπορεί και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθεί. Παρά το γεγονός αυτό, όμως, κανένας άλλος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας δεν δοκιμάζεται τόσο πολύ τα τελευταία χρόνια και ειδικότερα από το τέλος της δεκαετίας του '80 και μετά όσο ο τουρισμός ([www.ste.edu.gr](http://www.ste.edu.gr)).

Το ερώτημα που δικαιολογημένα τίθεται από τους παράγοντες της τουριστικής προσφοράς, δηλαδή τους ξενοδόχους, τουρ οπερέιτορς, ταξιδιωτικούς/τουριστικούς πράκτορες, απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία κ.λπ., αλλά και από απλούς πολίτες είναι το εξής: υπάρχει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής και μάρκετινγκ, με το οποίο να μπορούν να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά χρόνια και άλλα πιεστικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας, και αν πραγματικά υπάρχει τέτοιο πρόγραμμα ποιο είναι αυτό, ποιοι είναι οι στόχοι του και με ποια μέτρα θα επιχειρηθεί, εκ μέρους του Ε.Ο.Τ., η επίτευξή τους.

Σήμερα, ο τουρισμός διέρχεται μια περίοδο δύσκολη που δημιουργήθηκε εκτός των άλλων προβλημάτων από την παγκόσμια οικονομική κρίση. Ο επαγγελματισμός των ανθρώπων του τουρισμού με τη υποστήριξη του ΕΟΤ και της πολιτείας έχει θέσει σαν στόχο η Ελλάδα να αναδειχθεί ως επιτυχημένο αειφόρο επιχειρηματικό κέντρο της Μεσογείου σαν ένας ποιοτικός τουριστικός προορισμός. Η σημερινή δύσκολη συγκυρία θα μπορούσε να αποτελέσει την ευκαιρία για να πραγματοποιηθούν αλλαγές για τη στήριξη του τουρισμού και να αυξηθούν οι δυνατότητές του. Απαιτείται δε για το σκοπό αυτό η συνεργασία των φορέων του ΕΟΤ και της πολιτείας με επενδυτές και με επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου σε διεθνή κλίμακα ώστε να βρεθεί διέξοδος από την οικονομική κρίση. Μια λοιπόν σειρά από θεσμικές παρεμβάσεις και ο επαγγελματισμός, είναι οι στόχοι που έχει να κατακτήσει ο ΕΟΤ, ώστε ο κάθε επισκέπτης της Ελλάδας να μπορέσει να ζήσει μια ολοκληρωμένη εμπειρία. Να είναι σε θέση να βιώσει τις απεριόριστες δυνατότητες που του προσφέρει ο `ήλιος και θάλασσα`, αλλά και ασφαλώς και κάτι πολύ παραπάνω. Είναι η εκπληκτικής ομορφιάς ενδοχώρα της, το κλίμα και η γαστρονομική της παράδοση, η ιστορία και ο πολιτισμός της. Αποτελεί στόχο για τον ΕΟΤ η δημιουργία νέων `αφορμών` για να επισκεφθεί την Ελλάδα κάποιος. Το Νέο Μουσείο της Ακρόπολης, το όραμα της Μερίνας Μερκούρη, είναι ήδη πραγματικότητα και στους πρώτους μήνες λειτουργίας του, το έχουν επισκεφθεί πάνω από ένα ενάμισι εκατομμύριο επισκέπτες. Η ενοποίηση του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, στοχεύει ακριβώς στο να δημιουργεί διαρκώς και άλλους



τέτοιους `λόγους`, για τους οποίους αξίζει να επισκεφθεί κανείς την Ελλάδα, πέρα από τη φυσική της ομορφιά: καινούργιες εγκαταστάσεις πολιτιστικών εκδηλώσεων, αναβάθμιση των αρχαιολογικών χώρων, φεστιβάλ, εκθέσεις, συναυλίες, αθλητικά γεγονότα παγκόσμιου ενδιαφέροντος - όλα αυτά βρίσκονται στον άμεσο σχεδιασμό της πολιτείας. Στους στόχους του ΕΟΤ είναι να καταστεί και να παραμείνει η Ελλάδα ως ένα επιτυχημένο αειφόρο επιχειρηματικό κέντρο της Μεσογείου με τον «ποιοτικό πράσινο προορισμό». Όλες οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού χρειάζεται να ενισχυθούν προνομιακά, κατά τον ίδιο τρόπο που θα ενισχυθούν προνομιακά και όσες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες θα αναπτυχθούν με γνώμονα την περιβαλλοντική προστασία (Ρόκου, 2010).

Με αυτούς τους στόχους ο ΕΟΤ καλεί τον τουρίστα να επενδύσει στην Ελλάδα επισκέπτοντάς την, ενισχύοντας τον εξωτερικό τουρισμό αλλά και τον εσωτερικό.

Εδώ εντοπίζεται και ο σκοπός της εργασίας που είναι να παρουσιάσει την εικόνα του τουρισμού, αναλύοντας διάφορες πτυχές του θέματος καθώς και να απαντήσει στο ερευνητικό ερώτημα που συνίσταται, στο πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά όσον αφορά τον εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό αλλά και πώς αντιμετωπίζει τη σημερινή δύσκολη συγκυρία της οικονομικής κρίσης, από την οποία έχουν επηρεαστεί άμεσα πολλές δραστηριότητές του στο εξωτερικό και στο εσωτερικό. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε με συνέντευξη και 18 ερωτήσεις κλειστού τύπου στους υπευθύνους δημοσίων σχέσεων τουρισμού σε πέντε ξενοδοχεία της πόλης της Ρόδου, κατηγορίας τριών αστέρων, που αποτελούν μια κατηγορία προτίμησης των περισσότερων τουριστών εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού, επιχειρήθηκε να συλλεχθούν στοιχεία για την πολιτική του ΕΟΤ για την ανάπτυξη και προβολή του τουρισμού και πόσο αυτή επηρεάζει τις διακοπές των τουριστών καθώς επίσης και πώς βοήθησαν τα προγράμματα εσωτερικού τουρισμού του ΕΟΤ στην αύξηση της τουριστικής κίνησης. Επίσης επιχειρήθηκε να ερευνηθεί αν η δημιουργία ιδιωτικού φορέα τουριστικής προβολής από τους επιχειρηματίες τουρισμού θα συμβάλλει θετικά στον τουρισμό εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η οικονομία της Ελλάδας γενικότερα αλλά και ιδιαίτερα στον κλάδο του τουρισμού (Ρόκου, 2010).

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

---

# **Α ' ΜΕΡΟΣ**

# **ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ**

---

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**

### **Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

#### **1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Η Ελλάδα είναι χώρα τουριστική. Το φυσικό κάλλος, ο εξαιρετος καιρός, η παραδοσιακή φιλόξενη συμπεριφορά των Ελλήνων και μια σειρά άλλων πλεονεκτημάτων οδήγησε στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα. Στη Ελληνική τουριστική βιομηχανία, στη σημαντικότερη μέχρι τώρα εθνική οικονομική δραστηριότητα της χώρας, εργάζονται και απασχολούνται χιλιάδες άνθρωποι.

Ο τουριστικός τομέας, αν και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της ελληνικής οικονομίας με περισσότερο από 18% συμμετοχή στο ΑΕΠ, με εισαγωγή συναλλάγματος περισσότερο των 9 δισ. δολαρίων και σημαντική συμμετοχή στη δημιουργία θέσεων εργασίας, εξακολουθεί, παρά τα όποια βήματα έχουν γίνει, να αντιμετωπίζεται από την πολιτεία ως ένας δευτερεύων οικονομικός παράγοντας. «Κατά το δεύτερο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα, η Ελλάδα έχει βιώσει σημαντικές ευκαιρίες σε πολλούς τομείς τις οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ζωής, τα οποία σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με την ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού. Για σχεδόν τις τελευταίες τρεις δεκαετίες ο τουρισμός έχει υπάρξει θέμα υπό διερεύνηση ανάμεσα σε κυβερνήσεις και μελετητές–επιστήμονες» (Galani–Moutafi, 2004:157).

Πολλά βιβλία οδηγού τουρισμού, μπροσούρες αποκαλύπτουν μια στερεότυπη συνεχή εικόνα και έχουν στηρίξει την φαντασία των ατόμων που ταξιδεύουν στην Ελλάδα, προσανατολίζοντάς τους στην ιστορία και τα μνημεία κυρίως. Η πρακτική του τουρισμού έχει υποστεί σημαντικές αλλαγές στις δεκαετίες του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου μέχρι σήμερα. Έως το 1950 ο τουρισμός στην Ελλάδα στηρίχτηκε κυρίως στον «πολιτισμό». Ταξιδεύοντας στην Ελλάδα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ένα είδος «προσκυνήματος», το οποίο οι συμμετέχοντες οφείλουν να καταβάλλουν ένα ποσό για τον προορισμό, ο οποίος «έδωσε την γέννηση» στο Δυτικό πολιτισμό (Galani–Moutafi, 2004).

Δια μέσου της πορείας και εξέλιξης του τουρισμού η Ελλάδα κατέχει εξέχουσα θέση γεωγραφικά, ιδιαίτερα στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου λόγω των ποιοτικών χαρακτηριστικών του περιβάλλοντος κυρίως. Παρουσιάζει έντονο τουριστικό ενδιαφέρον και μια δυναμική στις εξελίξεις, που στηρίζεται στα φυσικά και ανθρωπογενή συγκριτικά της πλεονεκτήματα.

Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός είναι αρκετά δημοφιλής στη Μεσόγειο. Διαθέτει ισχυρά κίνητρα έλξης που συνδέονται με τις φυσικές ομορφιές, κλιματολογικές

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

συνθήκες, αρχαιολογικά μνημεία, κ.λπ. που όχι μόνο εξασφαλίζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα, αλλά την καθιστούν ιδιαίτερα ανταγωνιστική σε σχέση με άλλους προορισμούς. Το κυριότερο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που διαμορφώθηκε ήταν και εξακολουθεί να είναι το πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών (συγκεκριμένες ημερομηνίες, τρόπος μετάβασης και τόπος διαμονής, με όλα τα έξοδα πληρωμένα, επομένως ένα σύνολο υπηρεσιών με χαμηλή τιμή) με μεγαλύτερο ποσοστό τουριστικής κίνησης (Κατσαΐτης, 2003).

Σύμφωνα με μελέτη που εκπόνησε το Ι.Τ.Ε.Π. (2001) στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η παγκόσμια ιεράρχηση των κρατών, με κριτήριο τον απόλυτο αριθμό των αλλοδαπών τουριστών. Η Ελλάδα κατέχει την 15<sup>η</sup> θέση στην παγκόσμια κατάταξη και την 11<sup>η</sup> στην ευρωπαϊκή. Αν και δεν είναι μειονεκτική η θέση αυτή, είναι εντούτοις πολύ χαμηλότερη σε σύγκριση με τις φυσικο-πολιτισμικές δυνατότητες της χώρας (μήκος ακτών – ηλιοφάνεια – νησιώτικα συμπλέγματα – πλούτος μνημείων).

**Πίνακας 1.1** Κύριοι τουριστικοί προορισμοί βάσει του αριθμού αφίξεων, (σε εκατ.) έτος 1999

<b>I. ΕΥΡΩΠΗ</b>			
1	Γαλλία	71,9	(1)
2	Ισπανία	52,0	(2)
3	Ιταλία	35,8	(4)
4	Ην. Βασίλειο	25,7	(5)
5	Πολωνία	17,9	(9)
6	Αυστρία	17,6	(10)
7	Γερμανία	17,1	(11)
8	ΚΑΚ	16,4	(12)
9	Τσεχία	16,0	(13)
10	Ουγγαρία	12,9	(14)
11	Ελλάδα	11,8	(15)
12	Πορτογαλία	11,0	(16)
13	Ελβετία	10,0	(18)
<b>II. ΑΜΕΡΙΚΗ</b>			
1	ΗΠΑ	47,0	(3)
2	Μεξικό	20,2	(7)
3	Καναδάς	19,6	(8)
<b>III. ΑΣΙΑ</b>			
1	Κίνα	27,0	(6)
2	Ταϊβάν	10,4	(17)

**Πηγή:** Ι.Τ.Ε.Π. (2001)

Στον Πίνακα 1.2 καταγράφονται οι κύριες χώρες προέλευσης αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα με βάση τα ποσοστά που αντιπροσωπεύουν στον αριθμό αφίξεων. Από μια

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

γενική άποψη στην ευρύτερη γεωγραφική κατανομή, ο αλλοδαπός τουρισμός εξαρτάται από Ευρωπαϊκές κυρίως πηγές προέλευσης (Γερμανία, Αγγλία, Ιταλία κ.λπ.) με ποσοστό υψηλότερο του 90% (Παυλόπουλος, 2001). Πιο παραστατική είναι η έκθεση του Ε.Ο.Τ. που παρουσιάζεται στον Πίνακα 1.3 όπου φαίνεται η διαγραμματική απεικόνιση της εξέλιξης των αφίξεων των τουριστών στην Ελλάδα, όπου και το 2002 υπήρξε διεθνής κρίση στον τουρισμό, με απόηχο και τον εισερχόμενο τουρισμό της Ελλάδας, λόγω των γεγονότων της 11/9/2001, εξαιτίας της εισβολής στο Ιράκ και της εμφάνισης του συνδρόμου SARS, με αποτέλεσμα να επηρεάζουν αρνητικά τα τουριστικά ρεύματα (Κτένας, 2003).

**Πίνακας 1.2** Διάρθρωση προελεύσεως αλλοδαπών τουριστών

	1990	1998 <sup>(1)</sup>	1999 <sup>(*)</sup>
Γερμανία	21,7	20,7	22,1
Ηνωμ. Βασίλειο	18,6	19,8	20,8
Ιταλία	7,0	6,3	4,8
Ολλανδία	5,6	5,3	5,5
Γαλλία	6,4	4,8	5,3
Σουηδία	2,8	4,5	4,5
Αυστρία	3,2	4,3	4,1
Δανία	3,2	2,9	2,9
Ελβετία	1,7	2,7	2,6
ΕΥΡΩΠΗ	90,0	92,8	91,0
(Ε.Ε.)	(75,6)	(74,2)	(76,2)
ΑΣΙΑ	3,6	3,5	4,0
ΑΜΕΡΙΚΗ	4,3	2,8	2,5

(\*) Βάσει στοιχείων α' εξαμήνου 1999. (1) Χωρίς Αλβανία.

**Πηγή:** Ι.Τ.Ε.Π. (2001)

Δίνεται όμως ιδιαίτερη βαρύτητα και στον **εσωτερικό τουρισμό** που συγκαταλέγεται στους βασικούς άξονες του υπουργείου Τουρισμού, που θα στοχεύει πρωτίστως στην παρότρυνση των Ελλήνων πολιτών να πραγματοποιούν ταξίδια αναψυχής και διακοπών σε όλες τις περιοχές της Ελλάδος καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, καθώς και στην εξοικείωσή τους με τις εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού αλλά και με νέα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται πλέον σε αρκετούς ελληνικούς προορισμούς (Αγγελής, 2004).

Το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης της Ελλάδας ήταν οργανωμένος μαζικός τουρισμός, ο οποίος όμως δημιούργησε ενδογενή προβλήματα όπως εποχικότητα ζήτησης, η υπερσυγκέντρωση της προσφοράς, οι περιφερειακές ανισότητες, η εξάρτηση από τις εισαγωγές, τα συναλλαγματικά ελλείμματα και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

Πίνακας 1.3. Έκθεση του Ε.Ο.Τ.



**Πηγή:** Δημοσίευση στην Εφημερίδα «Το Βήμα» (Οκτώβριος 2003)

Για να επιλυθούν αυτά τα προβλήματα με στόχο τον περιορισμό του οργανωμένου μαζικού τουρισμού οδηγήθηκαν στην ενθάρρυνση «ειδικών» και «εναλλακτικών μορφών τουρισμού. «Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση (π.χ. συνέδρια, πολιτισμός) ενώ οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών και χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση, το οποίο συνοδεύεται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, αθλητισμός κ.λπ.». (Κοκκώσης, Τσάρτας, 1999:88).

Τον Αύγουστο 2004, η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα ήταν η αιτία μεγάλης προσέλευσης επισκεπτών, που όμοιό του δεν έχει πραγματοποιηθεί κατά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα. Πρόκειται για εκδήλωση διεθνούς απήχησης με τεράστια συμπύκνωση εισροής τουριστών σε χρόνο και σε χώρο (Ε.Ο.Τ., 2003).

Η Ελλάδα και η Αθήνα βρίσκονται ήδη ψηλά στις προτιμήσεις των δυνητικών τουριστών. Μπορεί να γίνει ένας καθιερωμένος, επιθυμητός, ασφαλής και ευρωπαϊκός προορισμός που σε σχέση με το μέγεθος της χώρας, θα μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την ανάπτυξή της, ενώ η παγκόσμια προβολή της, θα δράσει ως ισχυρό εργαλείο στο μάρκετινγκ (Αλεξάκης, 2004). Ωστόσο με το πέρας των Ολυμπιακών Αγώνων βασική επιδίωξη της Ελλάδας για εθνική ανάκαμψη θα πρέπει να αποτελέσει ο τουρισμός. «Σύμφωνα με τους ειδικούς ένα επιτυχημένο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει να έχει ως κύριους άξονες τον πολιτισμό, την ανάδειξη της άρρηκτης σχέσης ανθρώπου και φυσικού περιβάλλοντος, την αειφορία και την ποιότητα, προκειμένου το τουριστικό παραγόμενο προϊόν, να αποκτήσει το επιθυμητό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα» (Κακούδης, 2004:02).

## **1.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

«Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο φαινόμενο με οικονομικές κυρίως, αλλά και με κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις, οι επιδράσεις του οποίου παντού όπου αναπτύσσεται, κάθε άλλο παρά να υποεκτιμηθούν μπορούν και πολύ περισσότερο να αγνοηθούν» (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1999:80).

Η έννοια του τουριστικού φαινομένου δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί και να οριοθετηθεί. Μια από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν για να οριστεί ο τουρισμός, όσο γίνεται πιο ακριβέστερα, ήταν αυτή των καθηγητών Hunziker και Krapft του Πανεπιστημίου της Βέρνης, που στη συνέχεια υιοθετήθηκε από τη Διεθνή Ένωση Επιστημονικών εμπειρογνομόνων του τουρισμού. Υποστηρίζουν την άποψη ότι ο τουρισμός μπορεί να οριστεί: «ως το σύνολο φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή των μη μόνιμων κατοίκων σε αυτόν, εφ' όσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνοδεύονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα» (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1999:84).

Αν και ο πιο πάνω ορισμός δεν είναι πλήρης, μπορεί να διακρίνει κανείς τον τουρισμό από την αποδημία, ενώ παράλληλα θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα ταξίδι και τη διαμονή, αποκλείοντας τις εκδρομές (ημερήσιες περιηγήσεις). Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες του τουρισμού.

**Τουρισμός:** Η προσωρινή μετακίνηση των ατόμων ή ομάδων από τον τόπο διαμονής τους σε άλλες περιοχές της χώρας τους ή του εξωτερικού με στόχο την επίσκεψη αξιοθέατων και γενικότερα την αναψυχή ή ειδικό σκοπό.

**Αγροτουρισμός:** Οργανωμένη τουριστική δραστηριότητα κατά την οποία εξασφαλίζεται στους τουρίστες η δωρεάν διαμονή σε αγρόκτημα με αντάλλαγμα τη συμμετοχή τους στις αγροτικές δραστηριότητες ή που οργανώνεται με σκοπό να επισκεφθούν και να παρακολουθήσουν οι επισκέπτες έκθεση αγροτικών προϊόντων.

**Οικοτουρισμός:** Ο τουρισμός που σέβεται το περιβάλλον, που συνδυάζει τους διακοπές με τις οικολογικές δραστηριότητες.

**Μαζικός τουρισμός:** Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Ο χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού οφείλεται στον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού καθώς και στον επιλεγμένο τόπο διακοπών. Μαζικός τουρισμός, τουρισμός και χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις, ερμηνεύουν βασικά το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο (Ηγουμενάκης, 1997).

**Ατομικός τουρισμός:** Ο ατομικός τουρισμός αντιτίθεται στο μαζικό τουρισμό και χαρακτηρίζεται απ

ό την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Η ανάπτυξη αυτής της κατηγορίας τουρισμού συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό με ατομικά-ιδιωτικά μέσα μετακίνησης, όπως αυτοκίνητα, θαλαμηγά σκάφη κ.ά., τόσο κατά την μετάβαση όσο και κατά την διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα ή τις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας. Ο κύριος χαρακτήρας της κατηγορίας αυτής τουρισμού είναι περιηγητικός.

**Εσωτερικός τουρισμός:** Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα, πάντα στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτειά της. Η συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα στην οποία αναπτύσσεται. Μια από αυτές είναι η συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους του ντόπιου πληθυσμού. Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού προϋποθέτει την δημιουργία κατάλληλων και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτών μέσων φιλοξενίας στους ντόπιους τουρίστες καθώς και τη βελτίωση-ανάπτυξη των διάφορων δικτύων και μέσων συγκοινωνίας, ώστε οι μετακινήσεις των ντόπιων τουριστών στην επικράτεια της χώρας που κατοικούν μόνιμα να είναι ταχύτερες, ανετότερες και ασφαλέστερες (Ηγουμενάκης, 1997).

**Εξωτερικός τουρισμός:** Ο εξωτερικός η διεθνής τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή κάποιες άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς έτσι ώστε να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους κατά συνέπεια εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν μόνιμοι κάτοικοί της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς. Στην πρώτη περίπτωση ο εξωτερικός τουρισμός χαρακτηρίζεται σαν ενεργητικός, αφού ως κύριο χαρακτηριστικό της είναι η εισροή συναλλάγματος. Στην δεύτερη περίπτωση ο εξωτερικός τουρισμός χαρακτηρίζεται σαν παθητικός, αφού ως κύριο χαρακτηριστικό της είναι η εκροή πολύτιμου συναλλάγματος.

**Συνεχής τουρισμός:** Χαρακτηριστική διάκριση του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητές του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη την διάρκεια του χρόνου. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κίνητρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.



**Εποχιακός τουρισμός:** Χαρακτηριστική διάκριση του εποχιακού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό οι δραστηριότητές του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, γι' αυτό και αναστέλλονται αυτές προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά την διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ (Ηγουμενάκης, 1997).

**Ταξιδιώτης:** Οποιοδήποτε άτομο που ταξιδεύει σε δύο ή περισσότερες χώρες ή ανάμεσα σε δύο ή περισσότερους τόπους στο εσωτερικό της χώρας διαμονής του.

**Επισκέπτης:** Οποιοδήποτε άτομο που ταξιδεύει σε έναν τόπο έξω από το σύνηθες περιβάλλον του για διάστημα μικρότερο από δώδεκα μήνες και για το οποίο ο κύριος σκοπός του ταξιδιού δεν είναι η άσκηση δραστηριότητας αμειβόμενης από το εσωτερικό του τόπου επίσκεψης.

**Σκοπός του ταξιδιού:** Υπάρχει μόνο ένας κύριος σκοπός ενός ταξιδιού, ελλείψει του οποίου το ταξίδι δεν θα είχε πραγματοποιηθεί. Δύο είναι οι κύριοι λόγοι του ταξιδιού: i) **επιχειρηματικοί και επαγγελματικοί**, ii) **διακοπές, ανάπαυση ή αναψυχή** ([www.sete.gr](http://www.sete.gr)).

**Τουριστικά καταλύματα:** Κάθε εγκατάσταση, η οποία διατίθεται τακτικά ή περιστασιακά για τη διανυκτέρευση τουριστών. Τα είδη τουριστικών καταλυμάτων είναι τα ακόλουθα: i) **Συλλογικά** τουριστικά καταλύματα, ii) **Ιδιωτικά** τουριστικά καταλύματα ([www.sete.gr](http://www.sete.gr)).

**Ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα:** Τα ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα τυποποιούνται με βάση τη διαμόρφωση σε δωμάτια, ο αριθμός των οποίων υπερβαίνει ένα ορισμένο ελάχιστο όριο με την υπαγωγή σε κοινή διαχείριση, με την παροχή ορισμένων υπηρεσιών που περιλαμβάνουν την παροχή υπηρεσιών στα δωμάτια, την καθημερινή τακτοποίηση των κρεβατιών και τον καθαρισμό των εγκαταστάσεων υγιεινής, την ομαδοποίηση σε κλάσεις και κατηγορίες σύμφωνα με τις εγκαταστάσεις και υπηρεσίες που παρέχονται και το γεγονός ότι δεν εμπίπτουν στην κατηγορία των ειδικευμένων καταλυμάτων.

**Ξενοδοχεία:** Περιλαμβάνονται ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, μοτέλ, ξενοδοχεία στους αυτοκινητοδρόμους, παραθαλάσσια ξενοδοχεία, λέσχες διαμονής και παρόμοια καταλύματα που παρέχουν ξενοδοχειακές υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένης της καθημερινής τακτοποίησης των κρεβατιών και του καθαρισμού των δωματίων και των εγκαταστάσεων υγιεινής.

**Παρόμοια καταλύματα:** Περιλαμβάνονται τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και οι πανσιόν, οι τουριστικές κατοικίες και παρόμοια καταλύματα που είναι διαμορφωμένα σε δωμάτια και παρέχουν περιορισμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες συμπεριλαμβανόμενης της ημερήσιας τακτοποίησης των κρεβατιών και του καθαρισμού των δωματίων και των εγκαταστάσεων υγιεινής. Η ομάδα αυτή περιλαμβάνει επίσης τα πανδοχεία, τα καταλύματα που παρέχουν διανυκτέρευση και πρωινό, καθώς και τα καταλύματα σε αγροικίες ([www.sete.gr](http://www.sete.gr)).

**Παραθεριστικές κατοικίες:** Περιλαμβάνονται οι συλλογικές εγκαταστάσεις με κοινή διαχείριση, όπως συγκροτήματα σπιτιών ή μπανγκαλόους που είναι διαμορφωμένα ως κατοικίες και παρέχουν περιορισμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες (όπου δεν περιλαμβάνεται η καθημερινή τακτοποίηση των κρεβατιών και ο καθαρισμός).

**Τα χωριά διακοπών** που παρέχουν ξενοδοχειακές υπηρεσίες θα πρέπει, σύμφωνα με τους ορισμούς, να συμπεριλαμβάνονται στα ξενοδοχεία ακόμη και αν δεν είναι συνήθως διαμορφωμένα σε δωμάτια. Μόνο οι εγκαταστάσεις που δεν παρέχουν ξενοδοχειακές υπηρεσίες θα πρέπει να περιλαμβάνονται στην ομάδα αυτή.

**Τουριστικοί χώροι κατασκήνωσης:** Περιλαμβάνονται συλλογικές εγκαταστάσεις σε περιορισμένους χώρους για αντίσκηνα, ρυμουλκούμενα τροχόσπιτα, ρυμούλκες και αυτοκινούμενα τροχόσπιτα. Όλα έχουν κοινή διαχείριση και παρέχουν ορισμένες τουριστικές υπηρεσίες (καταστήματα, πληροφορίες, ψυχαγωγικές δραστηριότητες).

**Μαρίνες:** Πρόκειται για λιμάνια όπου οι ιδιοκτήτες σκαφών μπορούν να ενοικιάσουν μια θέση αγκυροβόλησης στο νερό ή μια θέση στην ξηρά για μια τουριστική περίοδο ή για ένα έτος και για λιμάνια για διερχόμενα σκάφη όπου οι ναυτικοί πληρώνουν τέλη αγκυροβολίου ανά διανυκτέρευση.

**Άλλα συλλογικά καταλύματα:** Περιλαμβάνονται οι ξενώνες νεότητας, οι τουριστικοί κοιτώνες, οι εξοχικές κατοικίες για ηλικιωμένους, τα καταλύματα διακοπών για υπαλλήλους και εργάτες, οι φοιτητικές εστίες και οι σχολικοί κοιτώνες και άλλες παρόμοιες εγκαταστάσεις που έχουν κοινή διαχείριση, παρουσιάζουν κοινωνικό ενδιαφέρον και συχνά επιδοτούνται.

**Κέντρα υγείας:** Περιλαμβάνουν ιδρύματα που ασχολούνται με θεραπείες και με τη μέριμνα της υγείας και παρέχουν κατάλυμα, όπως τα κέντρα ιαματικών λουτρών, τα σανατόρια, τα ορεινά σανατόρια, τα αναρρωτήρια, τα εξοχικά κέντρα υγείας και άλλα παρόμοια κέντρα. Τα κέντρα υγείας που παρέχουν ξενοδοχειακές υπηρεσίες θα πρέπει, σύμφωνα με τους ορισμούς, να συμπεριλαμβάνονται στα ξενοδοχεία. Μόνο οι

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

εγκαταστάσεις που δεν παρέχουν ξενοδοχειακές υπηρεσίες θα πρέπει να περιλαμβάνονται στην ομάδα αυτή.

**Κάμπινγκ εργασίας και διακοπών:** Περιλαμβάνονται τα κάμπινγκ που παρέχουν κατάλυμα για δραστηριότητες διακοπών, όπως τα κάμπινγκ για γεωργική, αρχαιολογική και οικολογική εργασία, τα κάμπινγκ διακοπών, οι κατασκηνώσεις προσκόπων, τα ορεινά καταφύγια, τα εξοχικά περίπτερα και άλλες παρόμοιες εγκαταστάσεις. Στην ομάδα αυτή μπορούν να περιλαμβάνονται επίσης οι παιδικές κατασκηνώσεις, τα καταλύματα σε σχολές ιστιοπλοΐας και ιππασίας και άλλα αθλητικά κέντρα (που δεν παρέχουν ξενοδοχειακές υπηρεσίες).

**Δημόσια μέσα μεταφοράς:** Περιλαμβάνονται τα καταλύματα, με εγκαταστάσεις διανυκτέρευσης, που συνδυάζονται με δημόσια μέσα μεταφοράς και που δεν διαχωρίζονται από αυτά όσον αφορά το εισιτήριο. Αφορά κυρίως τρένα, πλοία και σκάφη.

**Συνεδριακά κέντρα:** Περιλαμβάνονται επιχειρήσεις που παρέχουν κατάλυμα και ειδικούνται στις εγκαταστάσεις για συνέδρια, διασκέψεις, διδασκαλία μαθημάτων, επαγγελματική εκπαίδευση, διαλογισμό, θρησκευτικές δραστηριότητες ή σχολές για νέους.

**Ιδιωτικά τουριστικά καταλύματα:** Είναι οι υπόλοιπες μορφές τουριστικών καταλυμάτων που δεν εντάσσονται στον ορισμό της «επιχείρησης». Τα ιδιωτικά τουριστικά καταλύματα παρέχουν, έναντι ενοικίου ή δωρεάν, περιορισμένο αριθμό θέσεων. Κάθε μονάδα καταλύματος (δωμάτιο, κατοικία) είναι ανεξάρτητη και σ' αυτή διαμένουν τουρίστες συνήθως με την εβδομάδα ή το Σαββατοκύριακο, το δεκαπενθήμερο ή το μήνα, ή οι ιδιοκτήτες της ως δεύτερη κατοικία ή κατοικία διακοπών ([www.sete.gr](http://www.sete.gr)).

### **1.3 ΟΙ ΑΙΤΙΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ**

Ο τουρισμός σήμερα είναι μια βιομηχανία, που παράγει ένα προϊόν για κατανάλωση, που προσπαθεί να ικανοποιήσει την ανάγκη του εργαζομένου για διασκέδαση στον ελεύθερο χρόνο του. Η τουριστική βιομηχανία έχει επέμβει πάνω στο έδαφος που το μετασχημάτισε σε εμπόρευμα και προκάλεσε φαινόμενα με χαρακτήρα οικονομικοκοινωνικό. Τα οικονομικά φαινόμενα φαίνονται στην αύξηση της τιμής της γης, εκεί που εμφανίζονται τουριστικά ενδιαφέροντα. Έτσι γίνεται καλό εμπόρευμα γιατί προσφέρει μεγαλύτερο εισόδημα όταν χρησιμοποιείται για τουριστικές εγκαταστάσεις, παράδειγμα δε αποτελούν τα παραλιακά μέρη. Οι επιδράσεις κοινωνικού χαρακτήρα φαίνονται στην αλλαγή της απασχόλησης των κατοίκων διαφόρων περιοχών, που από την απασχόληση στην γεωργία, κτηνοτροφία και αλιεία πέρασαν στην απασχόληση με τον τουρισμό.

Οι αιτίες που συμβάλουν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου έχουν χαρακτήρα υποκειμενικό, όπως η ανάγκη του ανθρώπου για αλλαγή περιβάλλοντος, η επιθυμία του να γνωρίσει διαφορετικούς τρόπους ζωής, καινούργιους ανθρώπους, την ιστορία και τις συνήθειες άλλων λαών, ενώ οι αντικειμενικές αιτίες είναι η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, η καλύτερευση των συγκοινωνιών, η καλύτερευση των αποδοχών και το δικαίωμα ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων, η απλοποίηση των τυπικών διαδικασιών για τους τουρίστες, διάφορες διευκολύνσεις στις πληρωμές, η αύξηση του πληθυσμού, η αύξηση του μέσου όρου ζωής και η αλλαγή νοοτροπίας.

Η πρώτη χώρα στη Μεσόγειο, που δέχτηκε το τουριστικό φαινόμενο είναι η Ιταλία αργότερα εμφανίστηκαν η Ισπανία, η Γιουγκοσλαβία, η Ελλάδα και αργότερα ακόμα η Τυνησία και το Μαρόκο. Η Ελλάδα αρχίζει να δέχεται τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα από το 1950, όμως δεν είναι μια καινούργια χώρα για τον τουρισμό, γιατί εκτός από τον ήλιο και την θάλασσα προσφέρει τον πολιτισμό και την ιστορία της. Η Ρόδος και η Κέρκυρα εξοπλισμένες από την Ιταλική κατοχή δέχτηκαν τα πρώτα ρεύματα και ακολούθησαν άλλες περιοχές της χώρας ιστορικού ενδιαφέροντος. Η Ελλάδα προσφέρει πλούσιο παραλιακό τουρισμό και είναι σημαντικό το ότι ακόμα και σήμερα υπάρχουν ζώνες που δεν τις έχει αγγίξει ο τουρισμός της μάζας, όπως η Δ. Πελοπόννησος η Νότια Κρήτη και τα νησιά κοντά στην Τουρκία (Καρακουλέκα, 1997-2009).

#### **1.4 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ**

Από τα αρχαία χρόνια υπάρχει ο ομαδικός τουρισμός στην Ελλάδα με αφορμή τις γιορτές και τα προσκυνήματα. Οι πρώτες οργανωμένες εκδρομές αρχίζουν το 1900 όμως οι δύο πόλεμοι εξαφάνισαν αυτές τις διοργανώσεις. Το 1950 η Ελλάδα τελείως εξαντλημένη από τους πολέμους βρίσκεται χωρίς πρόγραμμα, η βιομηχανοποίηση απαιτεί χρόνο και έτσι ο τουρισμός δίνει γρήγορες λύσεις στο οικονομικό πρόβλημα της χώρας που διαθέτει τις κατάλληλες προϋποθέσεις όπως το καλό κλίμα, τις φυσικές καλλονές, την τέχνη και την ιστορία. Από το 1950 με την βοήθεια του κράτους αρχίζει η τουριστική ανάπτυξη, κατασκευάζονται δρόμοι, καλύτερεύουν οι επικοινωνίες και αρχίζουν οι δανειοδοτήσεις για την κατασκευή ξενοδοχείων, Bangalous, Motels, Campings και ιδρύονται σχολές τουριστικών επαγγελματιών, διοργανώνονται κρουαζιέρες στα νησιά, φεστιβάλ και αρχίζει η παραγωγή έργων Λαϊκής Τέχνης.

Από το 1953 αρχίζει μια συνεχής αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα που σταθεροποιείται από το 1965 και μετά. **Το 1963 αναπτύσσεται και ο εσωτερικός τουρισμός** που βοηθά την περιφερειακή ανάπτυξη. Ο **εξωτερικός τουρισμός**

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

εξαρτάται από την νοοτροπία και τις συνήθειες των τουριστών, αν κάθε περιοχή προσπαθεί να προσαρμοσθεί στην ζήτηση, για να προσφέρει τις κατάλληλες συνθήκες στους τουρίστες που δέχεται. Η ανάπτυξη του παραλιακού τουρισμού παίρνει μεγάλες διαστάσεις και αρχίζει η χώρα να αξιοποιεί με κατάλληλες εγκαταστάσεις τις παραλίες της τις οποίες εκμεταλλεύονται.

#### **1.4.1 Τύποι των τουριστικών επιχειρήσεων και λειτουργίες των**

Η λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας στηρίζεται σε δύο στοιχεία: στις μεγάλες επιχειρήσεις και τους Tours Operators. Υπάρχουν τέσσερις τύποι επιχειρήσεων: α. Οι πολυεθνικές, β. Οι μεγάλες εθνικές τουριστικές επιχειρήσεις, γ. Οι μικρές επιχειρήσεις και δ. Μικρές οικογενειακού επιπέδου επιχειρήσεις. Τα ελληνικά πρακτορεία ταξιδίων αποτελούνται από αντιπρόσωπους των μεγάλων διεθνών πρακτορείων και χαρακτηρίζονται από την διαίρεση σε πολλά μικρά πρακτορεία που αντιμετωπίζουν μεγάλο συναγωνισμό και έλλειψη συνεργασίας. Οι Tours Operators είναι επιχειρήσεις με συγκεντρωμένα κεφάλαια, παρουσιάζονται στην Ευρώπη το 1960 και δημιουργούν μονοπώλια που ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος του τουριστικού εμπορίου (Ηγουμενάκης, 1999).

#### **1.4.2 Η κρατική πολιτική στις εγκαταστάσεις και στα δάνεια**

Το κράτος ελέγχει άμεσα τις κρατικές και δημόσιες επενδύσεις, έμμεσα δε τις ιδιωτικές επενδύσεις. Η πολιτική στον τουριστικό τομέα έχει εξακολουθήσει την αρχή της συγκέντρωσης της προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών. Οι δημόσιες κρατικές επενδύσεις προορίζονται για την κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων, συνήθως στα ήδη αναπτυγμένα τουριστικά κέντρα. Από το 1960 γίνεται μια προσπάθεια προγραμματισμού για την εξάπλωση του τουρισμού σε όλη την χώρα με βασικό στόχο την περιφερειακή ανάπτυξη.

#### **1.4.3 Το εργατικό δυναμικό**

Το μεγαλύτερο μέρος του εργατικού δυναμικού που απασχολείται με τον τουρισμό απορροφάται από τα ξενοδοχεία. Το τουριστικό φαινόμενο είναι εποχιακό, δεν προσφέρει σιγουριά στον εργαζόμενο και λύνει μόνον ένα μικρό ποσοστό του προβλήματος της ανεργίας και της μετανάστευσης. Οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις χωρίζονται σε 2 κατηγορίες στους μόνιμους και σε εκείνους που εργάζονται κατά την περίοδο του καλοκαιριού. Τα τουριστικά επαγγέλματα δεν είναι κατοχυρωμένα και οι επιχειρηματίες προτιμούν το ανειδίκευτο προσωπικό για λόγους καθαρά οικονομικούς, ενώ παράλληλα προσπαθούν να το περιορίσουν σε αριθμό όσο το δυνατόν περισσότερο.

#### **1.4.4 Διάρθρωση των τουριστικών πόλεων και παραλιακά μοντέλα**

Στα μεγάλα αστικά κέντρα, με την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, παρατηρήθηκε η αύξηση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων Α' κατηγορίας που κτίστηκαν χωρίς σχεδόν κανένα αρχιτεκτονικό ή πολεοδομικό περιορισμό, προκάλεσαν δε γρήγορη ανάπτυξη της γύρω περιοχής τους και αύξηση τιμών των οικοπέδων. Άλλο φαινόμενο που παρουσιάστηκε είναι τα τουριστικά χωριά. Ακόμα σε περιοχές με μικρή τουριστική κίνηση οι επιχειρήσεις οικογενειακού επιπέδου εξαπλώνονται ταχύτατα τόσο οριζόντια όσο και κάθετα (Ηγουμενάκης, 1997).

#### **1.4.5 Συμπέρασμα**

Η φύση του τουριστικού φαινομένου δεν επιτρέπει ώστε τούτο να γίνει το κλειδί για την καλυτέρευση της οικονομικοκοινωνικής κατάστασης ενός κράτους. Δεν μπορεί όμως κανείς να αμφισβητήσει ότι με κατάλληλο προγραμματισμό θα μπορούσε να προσφέρει πάρα πολύ μεγάλα οφέλη και να εξαφανισθούν οι αρνητικές πλευρές του. Ο τουρισμός στην Ελλάδα χρησιμοποιήθηκε, σαν την πιο εύκολη και γρήγορη λύση στα οικονομικά προβλήματα, από τους ιδιώτες και από το κράτος (Καρακουλέκα, 1997-2009).

### **1.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα μια γιγάντια οικονομική δραστηριότητα. Είναι η πρώτη σε παγκόσμιο επίπεδο, έχοντας υποσκελίσει την αυτοκινητοβιομηχανία, ενώ βρίσκεται πολύ ψηλότερα από τις βιομηχανίες χημικών, τροφίμων ή καυσίμων. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ακόμη, είναι ότι αποτελεί τη μόνη ίσως δραστηριότητα που έχει πραγματικά παγκόσμια διάσταση.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ), η δραστηριότητα αυτή αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά μέσα στα επόμενα χρόνια, φθάνοντας το 2020 τα 1.6 δισεκατομμύρια αφίξεις από 665 εκατομμύρια που ήταν το 1999, καταγράφοντας δηλαδή μια εντυπωσιακή μέση ετήσια αύξηση 4,3%. Η Ευρώπη είχε πάντοτε τη μερίδα του λέοντος στην παγκόσμια τουριστική κίνηση με ποσοστό γύρω στο 64%, το οποίο προβλέπεται να διατηρήσει, έστω και ελαφρά μειωμένο, τα επόμενα χρόνια.

#### **1.5.1 Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα**

Μέσα στο έντονα αυτό ανταγωνιστικό περιβάλλον, η Ελλάδα κατέχει μια εξαιρετικά προνομιούχα θέση με μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Τα κυριότερα από αυτά είναι:

- Μια πολύ υψηλή και θετική αναγνωρισιμότητα. Η Ελλάδα ως χώρα είναι γνωστή και ευμενώς αποδεκτή σε μεγάλο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη.
- Οι μοναδικές ιστορικές και πολιτισμικές καταβολές της, που ασκούν παγκόσμια γοητεία.
- Οι εξαιρετικές φυσικές ομορφιές και το ήπιο, φιλικό στον άνθρωπο, μεσογειακό κλίμα.
- Τέλος, η παρουσία της μέσα στην Ευρώπη, τον κύριο προορισμό του παγκόσμιου τουρισμού, και η άμεση γειτνίασή της με άλλες χώρες ιδιαίτερου τουριστικού ενδιαφέροντος (Ηγουμενάκης, 1997).

Ο ελληνικός τουρισμός, είναι ένας από τους δυναμικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος συνεισφέρει περίπου το 18% στο ΑΕΠ και απασχολεί περίπου 700.000 εργαζομένους σε πολύ μεγάλο αριθμό μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, ιδιαίτερα στην περιφέρεια. Ακολουθώντας, έναν εντυπωσιακό ρυθμό ανάπτυξης κατά τις δεκαετίες 1960 και 1970, και μια σταθερά ανοδική πορεία τις δεκαετίες 1980 και 1990, ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί σήμερα μια από τις βασικότερες πηγές εσόδων για την ελληνική οικονομία. Σήμερα, υπάρχουν νέες ευκαιρίες για τον ελληνικό τουρισμό, οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν, με τα κατάλληλα βήματα. Για παράδειγμα, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων, ο διαρκής εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων και η ανάπτυξη μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών θα ευνοήσουν την εξέλιξη ειδικών μορφών τουρισμού και θα αμβλύνουν την έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τη ζήτηση για τη χώρα. Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς του τουρισμού, γεγονός που δεν οφείλεται αποκλειστικά στην ύπαρξη χιλιάδων νησιών στην Ελλάδα.

Η ενηλικίωση του τουριστικού φαινομένου συμπίπτει με τον μαζικό οργανωμένο τουρισμό που οδήγησε τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο στην ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με σκοπό να συμβάλλουν στην καλύτερη διαχείριση του μαζικού τουρισμού, στην προσέλκυση τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων, κυρίως εκτός περιόδου αιχμής και στην αξιοποίηση των μη τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών. Οι πιο γνωστές και ευρύτερα διαδομένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνονται από τον Πίνακα 1.4 (Ηγουμενάκης, 1997).

**Πίνακας 1.4** Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

1. ΓΕΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	13. ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ	14. ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
3. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ	15. ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
4. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	16. ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
5. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΘΛΗΣΗΣ	17. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
6. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΗΣ	18. ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
7. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ	19. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ
8. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	20. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
9. ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	21. ΛΑΪΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
10. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ	22. ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
11. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΣΠΟΡ	23. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
12. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ	24. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΠΗΡΩΝ

*Πηγή: Ηγουμενάκης (1997)*

## 1.6 ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα ως ιδανικός προορισμός εναλλακτικού τουρισμού προσφέρει αμέτρητες επιλογές και την ευκαιρία στους επισκέπτες της να εκμεταλλευτούν την ποικιλία αυτή που πηγάζει από την εκπληκτική γεωγραφική της θέση και τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες.

Η πορεία του τουρισμού τα τελευταία 20 χρόνια στην Ελλάδα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια απρογραμμάτιστη, περιστασιακή και άναρχη ανάπτυξη, στηριγμένη μόνο στη ζήτηση της αγοράς και στο ένστικτο των επιχειρηματιών. Το αποτέλεσμα είναι ότι ο τουρισμός είναι έντονα εποχικός και μαζικός, καθώς περιορίζεται χρονικά στους καλοκαιρινούς μήνες και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους tour operators, αλλά και μονοδιάστατος, αφού στηρίζεται σχεδόν αποκλειστικά στο γνωστό τρίπτυχο «ήλιος, αμμουδιά, θάλασσα».

Στα παραπάνω προβλήματα η αξιοποίηση και ανάδειξη των ήπιων μορφών τουρισμού, σε συνάρτηση με την ποιοτική αναβάθμιση, μπορούν να αποτελέσουν μια δυναμική απάντηση. Άλλωστε παρατηρείται διεθνώς αυξανόμενη ζήτηση για ήπιες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αξιοποιούν τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της περιοχής-προορισμός, στην κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης. Η ζήτηση αυτή εμφανίζεται ως αντίδραση στον τρόπο ζωής στις πόλεις, κι έτσι ο σημερινός τυπικός τουρίστας διαφοροποιείται, αφού επιζητεί διακοπές μικρής κλίμακας και ήπιας μορφής, γεγονός που τον κάνει να απομακρύνεται από τον λεγόμενο μαζικό τουρισμό (Γιάκα, 2005). Παρακάτω παρουσιάζονται οι συνηθέστερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που συναντούνται στην Ελλάδα:



### **1.6.1 Τουρισμός περιπέτειας**

**Treking:** Πεζοπορία μέσα σε μονοπάτια και διαδρομές στο βουνό με συνοδεία επαγγελματιών οδηγών βουνού, η οποία πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

**Trekking and kayak:** Το τρέκινγκ ποταμού είναι η πεζοπορία στις όχθες και σε ορισμένα σημεία μέσα στα ποτάμια. Οι πεζοπορίες αυτές πραγματοποιούνται τους καλοκαιρινούς, ενώ το καγιάκ είναι η κατάβαση ποταμού με καγιάκ και συνοδεία επαγγελματία οδηγού.

**Rafting-Monoraft:** Κατάβαση ποταμού με φουσκωτές βάρκες και με επαγγελματία οδηγό. Η διαφορά σε σχέση με το monoraft είναι ότι στο ράφτινγκ το πλήρωμα αποτελείται από 6-8 άτομα κωπηλατών, ενώ στο δεύτερο η κατάβαση του ποταμού πραγματοποιείται με μονοθέσιες φουσκωτές βάρκες και έναν επαγγελματία οδηγό που συνοδεύει μια ομάδα φουσκωτών

**kanoe Kayak:** Περιήγηση σε λίμνη σε διθέσια Canoe-Kayak με τη συνοδεία επαγγελματία οδηγού.

**Αναρρίχηση:** Ανάβαση σε βράχους και αναρριχητικά πεδία με καθοδήγηση έμπειρων συνοδών (Ηγουμενάκης, 1997).

**Mountain Bike-safari jeep:** Ποδηλασία σε δασικές διαδρομές, με ποδήλατα 28 ταχυτήτων με δισκόφρενα και πλήρη ανάρτηση με συνοδεία επαγγελματία οδηγού και οδήγηση με 4x4 σε δασικές διαδρομές με συνοδεία επαγγελματιών οδηγών.

**Sailing-Windsurfing:** Χαρακτηρίζεται η πλεύση στην θάλασσα, χρησιμοποιώντας πανιά εκμεταλλευόμενα τη δύναμη του ανέμου (Δωδεκάνησα, Κρήτη, Σποράδες, Ιόνια Νησιά, Λευκάδα) και η πλεύση με την βοήθεια του ανέμου πάνω σε σανίδα με την επίβλεψη εκπαιδευτών (Λευκάδα).

**Κατάδυση:** Υποβρύχιες εξερενήσεις με τον απαραίτητο καταδυτικό εξοπλισμό και τη συνοδεία έμπειρου εκπαιδευτή-δύτη. Οι Έλληνες εκπαιδευτές με τους βοηθούς τους έχουν μεγάλη πείρα και γνώσεις για την υλοποίηση των προγραμμάτων καταδύσεων. Τα πλήρως οργανωμένα καταδυτικά κέντρα και σχολές -με εξοπλισμό των καλύτερων εργοστασίων καταδυτικού υλικού- προσφέρουν σίγουρη απόλαυση και άνεση για τον επισκέπτη που επιθυμεί να κάνει μαθήματα κατάδυσης ή/και οργανωμένες καταδύσεις στα ακίνδυνα και διαυγέστατα νερά της Ελλάδας.

**Σκι:** Κατάβαση με ειδικά πέδιλα σε χιονισμένες πλαγιές.

**Ιππασία:** με εκπαιδευμένα άλογα ακολουθώντας προκαθορισμένες δασικές διαδρομές, με τη συνοδεία επαγγελματιών εκπαιδευτών (Γιάκα, 2005).

### **1.6.2 Οικοτουρισμός**

Από τα άγρια βουνά της Ηπείρου και την όμορφη Μακεδονία μέχρι τα επιβλητικά σπήλαια της Κρήτης, η Ελλάδα παρουσιάζει ένα ευρύ φάσμα φυσικής ομορφιάς και ασυνήθιστης ζωικής παρουσίας στους φυσιολάτρεις τουρίστες. Με το τοπίο της κεντρικής χώρας να εναλλάσσεται μέσα από ψηλά βουνά, κοιλάδες, λίμνες, ανοιχτά δέλτα ποταμών και λιμνοθάλασσες, με την ποικιλία της σε χλωρίδα και πανίδα και με περισσότερα από 2.000 νησιά, η Ελλάδα είναι ένας παράδεισος για παρατηρητές πουλιών. Στην επίπεδη και ημιορεινή περιοχή σημαντικές υδροβιόσφαιρες χαίρουν μεγάλης διεθνούς σημασίας και αναγνώρισης. Σημείο αναφοράς για χιλιάδες ενδημικά και αποδημητικά είδη πουλιών και αμφιβίων, ενδημικούς πληθυσμούς μαλάκιων και ψαριών, βοοειδή, ερπετά και μια μεγάλη ποικιλία εντόμων, οι υδροβιόσφαιρες είναι κομμάτια ενός πιο πολύπλοκου μωσαϊκού που περιλαμβάνει υδροβιότοπους, ξερά λιβάδια, θαμνώδεις εκτάσεις, χαμηλά δάση και αγροτικές εκτάσεις (Γιάκκα, 2005).

Αναγνωρίζοντας την σημαντικότητα της περιοχής, έχουν δημιουργηθεί βιολογικοί σταθμοί που χρησιμοποιούνται από μαθητές, επιστήμονες και επισκέπτες ερευνητές, όπως και για σεμινάρια και εθελοντικές δραστηριότητες. Πολλά προγράμματα πραγματοποιούνται για την χρηματοδότηση της διαμόρφωσης των τοπικών παραδοσιακών κτιρίων που χρησιμοποιούνται για διαμονή και συναντήσεις, τα οποία διευθύνονται κυρίως από γυναικείους αγροτικούς συνεταιρισμούς. Η βασική υποδομή που υπάρχει έδωσε κίνητρα σε ιδιωτικούς φορείς ως προς την παροχή φαγητού, διαμονής και άλλων υπηρεσιών και ταυτόχρονα προσελκύει δημόσιες επενδύσεις που προσανατολίζονται στον Οικοτουρισμό ([www.ee.teihal.gr](http://www.ee.teihal.gr)). Άλλωστε, κατόπιν της προσχώρησης της Ελλάδας το 1975 στην Συνθήκη του Ραμσάρ, η προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος αποτελεί σημαντικό μέλημα της εθνικής πολιτικής της χώρας. Ο επιτυχής συνδυασμός του τουρισμού και της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος και των κατοικιών στην Ελλάδα, είναι πρότυπο και για άλλες σημαντικές περιοχές στα Βαλκάνια και την Ανατολική Μεσόγειο (Γιάκκα, 2005).

### **1.6.3 Γεωτουρισμός**

Ο γεωτουρισμός είναι μια μορφή πολιτιστικού-περιβαλλοντικού τουρισμού που μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, τα οποία αξιοποιούνται για την προσέλκυση επισκεπτών με ειδικά ενδιαφέροντα. Στηρίζεται στη μαγεία της ανακάλυψης και στη δύναμη της αυθεντικότητας που αποπνέει η επαφή με την φυσική κληρονομιά του τόπου. Συνδέοντας δημιουργικά τη φύση και τον πολιτισμό κάθε

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

περιοχής, ο γεωτουρισμός μπορεί να δώσει απάντηση στις νέες αναζητήσεις και τάσεις του τουρισμού και να συμβάλλει έτσι στην διάδοση και ανάπτυξη πολλών περιοχών της χώρας.

Ο ελληνικός χώρος αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα οικολογικά και πολιτισμικά αποθέματα της γης και είναι διάσπαρτος από μοναδικής αξίας και σπουδαιότητας φυσικά γεωλογικά μνημεία που ονομάζονται και γεώτοποι. Οι γεώτοποι, αποτελούν αδιάψευστους μάρτυρες της αέναης εξέλιξης της ζωής και του Πλανήτη. Ως γεώτοποι χαρακτηρίζονται ηφαίστεια, σπήλαια, φαράγγια, απολιθωματοφόρες θέσεις, μεγάλα γεωλογικά ρήγματα, αρχαία μεταλλεία και λατομεία, γεωμορφές και τοπία που σκάλισαν στη διάρκεια των γεωλογικών αιώνων οι δυνάμεις της φύσης. Οι θέσεις αυτές έχουν ξεχωριστή επιστημονική και αισθητική αξία και μπορούν να αποτελέσουν περιοχές με αξιόλογο τουριστικό ενδιαφέρον. Ο γεωτουρισμός εφαρμόζεται είδη σε πολλές περιοχές στην Ευρώπη με σημαντικές προοπτικές δυναμικής συνέχειας και διάδοσης (Γιάκκα, 2005).

Τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια καταγραφής, ανάδειξης και αξιοποίησης πολλών γεωλογικών μνημείων στη Ελλάδα. Το απολιθωμένο δάσος Λέσβου, τα φαράγγια της Σαμαριάς στην Κρήτη, του Βίκου και του Αώου στην Ήπειρο, τα σπήλαια της Αλιστράτης και των Πετραλώνων στη Μακεδονία, του Δυρού και των Λιμνών στην Πελοπόννησο, ο βράχος και οι καταρράκτες της Έδεσσας, οι γεωμορφές των Μετεώρων, τα ηφαίστεια της Σαντορίνης και της Νισύρου, απολιθωματοφόρες θέσεις στο Πικέρμι Αττικής, στην Τήλο, τη Σάμο, αποτελούν λίγα μόνο παραδείγματα ([www.lesvosmuseum.gr](http://www.lesvosmuseum.gr)).



**Εικ. 1.1** Το απολιθωμένο δάσος στη Λέσβο

#### **1.6.4 Αρχαιολογικός τουρισμός**

Με μια ιστορία 4000 ετών, η Ελλάδα είναι η κοιτίδα του Ευρωπαϊκού πολιτισμού. Είναι η χώρα που γέννησε φιλοσόφους, όπως ο Σωκράτης και ο Πλάτων, ηγέτες όπως ο Περικλής, ο Αριστείδης και ο Θεμιστοκλής, στρατηλάτες όπως ο Φίλιππος ο Μακεδών και ο γιος του Μέγας Αλέξανδρος. Είναι η χώρα όπου αναπτύχθηκαν και μεγαλούργησαν πολιτισμοί όπως ο Κυκλαδικός, ο Μυκηναϊκός, ο Μινωικός, ο Σπαρτιατικός, ο Μακεδονικός, ο Αθηναϊκός και ο Κορινθιακός. Είναι η πατρίδα της Μυθολογίας, του Παρθενώνα, των Δελφών (όπου βασιλιάδες και άρχοντες από όλο τον κόσμο της αρχαιότητας προσέρχονταν στο μαντείο για να συμβουλευτούν την Πυθία), της Αρχαίας Ολυμπίας όπου διεξήχθησαν οι πρώτοι Ολυμπιακοί αγώνες και της Κρήτης.

Με την επικράτηση του Χριστιανισμού, οι Έλληνες απέκτησαν εθνική συνείδηση και έθεσαν τα θεμέλια της παντοδύναμης Βυζαντινής αυτοκρατορίας. Ο Βυζαντινός πολιτισμός είναι η συνέχιση του αρχαίου Ελληνικού πολιτισμού με πολλά Ρωμαϊκά και Ανατολικά στοιχεία. Η Ελλάδα έχει άπειρα αρχαία μνημεία, συναρπαστικά μουσεία και θεαματικούς αρχαιολογικούς χώρους, όπως το Διόν και η Πέλλα, προσφέροντας την ευκαιρία για μια ιστορική περιπλάνηση στους αιώνες, την πιθανότητα για μια νοερή αναδρομή στο μύθο, την ιστορία και την κουλτούρα από τους κλασσικούς χρόνους έως τις ημέρες μας. Πολλά τουριστικά γραφεία οργανώνουν θαυμάσιες περιηγήσεις με αρχαιολογικό ενδιαφέρον, ομιλίες από διακεκριμένους ανθρώπους των γραμμάτων, επισκέψεις σε χώρους ανασκαφών και συναντήσεις με κατοίκους για συμμετοχή των επισκεπτών σε κοινές πολιτιστικές εκδηλώσεις.

#### **1.6.5 Συνεδριακός τουρισμός**

Η Ελλάδα με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, το μοναδικό φυσικό περιβάλλον με το ήπιο κλίμα, την πολυμορφία του τουριστικού πλούτου αποτελεί ιδανικό προορισμό για τον παγκόσμιο συνεδριακό τουρισμό, τα ταξίδια κινήτρων και όχι μόνο. Η ιδέα των συνεδρίων ξεκίνησε από την Αρχαία Ελλάδα με τις Δελφικές Αμφικτιονίες. Μοναδική επιδίωξη των φορέων και επαγγελματιών -όπως το Υπουργείο Τουρισμού, το Υπουργείο Ανάπτυξης, ο Ε.Ο.Τ. και ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (ΗΑΡCΟ)- είναι η προβολή της ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας, η ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών, η δημιουργία και ενίσχυση του Συνεδριακού Τουρισμού (Παπαγεωργίου, 2002 & Λαγός, 2005).

### **1.6.6 Θρησκευτικός τουρισμός**

Ο πλούτος των Βυζαντινών της μνημείων κάνει την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για χιλιάδες προσκυνητές. Μνημεία εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής και τέχνης αιώνων, αμέτρητες εκκλησίες και μοναστήρια μαρτυρούν την πλούσια θρησκευτική κληρονομιά της Ελλάδας. Οι Βυζαντινές και μετα-Βυζαντινές εκκλησίες σε πόλεις και μικρά χωριά, οι καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια της υπαίθρου, τα μοναστήρια και τα ερημητήρια, στολισμένα με θαυμάσια ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επιμονή στην πίστη και την παράδοση. Στη Δυτική Θεσσαλία, τα Μετέωρα (Βυζαντινά μοναστήρια του 14ου αιώνα), είναι σκαρφαλωμένα στις κορφές ενός συγκροτήματος επιβλητικών βράχων. Στη Βόρεια Ελλάδα στη Χερσόνησο της Χαλκιδικής, στο ανατολικό άκρο, βρίσκεται πάνω από χίλια χρόνια η μοναστική κοινότητα του Αγίου Όρους, η οποία αποτελείται από είκοσι μοναστήρια που κρύβουν μερικούς από τους πλέον πολύτιμους Βυζαντινούς θησαυρούς και μια πληθώρα κλασικών και μεσαιωνικών χειρογράφων. Και τέλος, στο νησί της Πάτμου, με το μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και το σπήλαιο, όπου πιστεύεται ότι ο Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος, έγραψε την Αποκάλυψη κατά το τέλος του 1<sup>ου</sup> μ.Χ. αιώνα. Όλα αυτά είναι λίγα μόνο από τα σημαντικά θρησκευτικά στοιχεία της Ελλάδας που θεωρείται ότι συγκαταλέγονται ανάμεσα στα πλέον θαυμαστά μνημεία του κόσμου. Εκείνοι που ακολουθούν τα βήματα του Απόστολου Παύλου διασχίζοντας τις βιβλικές πόλεις των Αθηνών, της Θεσσαλονίκης, Φιλίππων, Χριστούπολης (σημερινής Καβάλας), -της πρώτης πόλης στην Ευρώπη που ασπάστηκε το Χριστιανισμό- και της Ρόδου, κάνουν ένα οδοιπορικό μιας αξέχαστης θρησκευτικής εμπειρίας (Μοίρα-Μυλωνοπούλου, 2009).

### **1.6.7 Ιαματικός τουρισμός**

Είναι κομμάτι του τουρισμού υγείας, μια που με την χρήση του ιαματικού νερού αποσκοπεί στην ίαση διαφόρων παθήσεων και στην αναζωογόνηση του ανθρώπινου οργανισμού. **Θερμαλισμός** είναι ένα σύνολο οργανωμένων και αλληλοσυμπληρούμενων δράσεων με κυρίαρχο στοιχείο αυτό της χρήσης του ιαματικού νερού, με στόχο την πρόληψη, διατήρηση και αποκατάσταση της σωματικής ή και ψυχικής ευεξίας και υγείας του ανθρώπου. Η Ελλάδα έχει αμέτρητες φυσικές ιαματικές πηγές, οι περισσότερες από αυτές γνωστές από την αρχαιότητα. Πολλές από αυτές ήκμασαν κατά τους Ρωμαϊκούς χρόνους όταν εξελίχθηκαν σε κοσμοπολίτικα κέντρα, προσελκύοντας πολύ κόσμο για λουτροθεραπεία και ψυχαγωγία. Το λουτρό μάλιστα σε ιαματικές πηγές ήταν γνωστό από τον 13ο αιώνα στα Ασκληπιεία. Η πηγή Σύλλα στην Αιδηψό, στο χώρο του ξενοδοχείου Θέρμαι Σύλλα, αναβλύζει από βάθος 3.000 μέτρων, εδώ και αιώνες ιαματικό θεραπευτικό

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

νερό. Στο Λουτράκι Πέλλας η θερμοκρασία του νερού είναι σταθερή, ακριβώς στην θερμοκρασία του ανθρώπινου σώματος 37° Κελσίου. Επίσημως αναγνωρισμένες από την πολιτεία ως ιαματικές είναι περίπου 80 πηγές (Σπαθή, 2000).

### **1.6.8 Αθλητικός τουρισμός**

Η Ελλάδα φιλοξένησε το 2004 τους Ολυμπιακούς και Παραολυμπιακούς Αγώνες. Και οι δύο διοργανώσεις είχαν επιτυχία. Το κληροδότημα των Αγώνων είναι η σειρά έργων υποδομής που άλλαξαν την εικόνα της Αθήνας, αλλά και άλλων περιοχών της Ελλάδας. Στα έργα αυτά περιλαμβάνεται η γέφυρα του Ρίου-Αντιρρίου, έντεκα νέες αθλητικές εγκαταστάσεις, ένα συγκρότημα πέντε σταδίων, ένα Ολυμπιακό χωριό και ένα ολοκληρωμένο σύστημα μεταφορών που αποτελείται από νέες γραμμές του μετρό, τραμ και το νέο διεθνές αεροδρόμιο στην Αθήνα.

Επιπλέον, επενδύθηκαν πάνω από 910 εκατομμύρια δολάρια για υποδομές αθλητισμού και μεταφορών στις Ολυμπιακές πόλεις: Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο Κρήτη και Βόλο, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται έργα αναβάθμισης σε 123 λιμάνια - επιβατηγά και φορτίων- με μεγάλη έμφαση στα λιμάνια των πέντε Ολυμπιακών πόλεων και του Πειραιά. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες 2004 αποτέλεσαν σημείο αναφοράς στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς η χώρα έχει τώρα μια τελευταίας τεχνολογίας υποδομή. Τα Δημοσιογραφικά Χωριά, το Κέντρο Κωπηλασίας, το Κέντρο Canoe-Slalom, τα γήπεδα Beach Volley, το Κέντρο Ιστιοπλοΐας, το Ολυμπιακό Κέντρο Ιππασίας, είναι ένα μέρος της κληρονομιάς που μας άφησαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Επίσης, οι Αγώνες συνεισέφεραν στην καταρτισμένη εκπαίδευση και στην απόκτηση εμπειρίας του ανθρώπινου δυναμικού που εργάστηκε για την επιτυχή αυτή διοργάνωση, χρηματοδοτώντας και διοικώντας τομείς για την φιλοξενία σημαντικών αθλητικών εκδηλώσεων (Βίκυ Καραντζαβέλου, 2004).

### **1.6.9 Θεματικά πάρκα**

Μετά τα πρώτα νέας μορφής πάρκα ψυχαγωγίας που δημιουργήθηκαν στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα στην Αμερική, η βιομηχανία των θεματικών πάρκων άρχισε να αναπτύσσεται παγκοσμίως με ραγδαίους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια. Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται στο ότι: είναι οικογενειακής φύσης και συνήθως προσφέρουν εξυπηρέτηση, συντήρηση και καθαριότητα υψηλών προδιαγραφών, με πολλές δραστηριότητες ώστε να καταφέρουν έναν μέσο όρο παραμονής του επισκέπτη 5 έως 7 ώρες, και τέλος, σχεδόν πάντα έχουν ίδιες τιμές για όλες τις παρεχόμενες δραστηριότητες. Τα θεματικά πάρκα ψυχαγωγίας περιλαμβάνουν

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

πάρκα με δραστηριότητες στο νερό, τεχνολογικά πάρκα με ποικιλία δραστηριοτήτων και υψηλής τεχνολογίας παιχνίδια, στελεχωμένα από ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό (Γιάκκα, 2005). Στην Ελλάδα υπάρχουν ήδη αρκετά θεματικά πάρκα ψυχαγωγίας, το ALLOU FUN PARK στην Αθήνα, το MAGIC PARK στην Θεσσαλονίκη, πάρκα - νερουπόλεις όπως η AQUALAND και η HYDROPOLIS στην Κέρκυρα, η WATERLAND στην Θεσσαλονίκη και το WATER PARK στην Ρόδο, και πολλά ακόμη -κυρίως μεγάλης εμβέλειας- είναι υπό σχεδιασμό, με στόχο να συνδυάσουν την υψηλή τεχνολογία με τον ανθρώπινο παράγοντα και την ποιότητα στην εξυπηρέτηση. Ένα θεματικό πάρκο είναι το VAGONETTO - Μεταλλευτικό Πάρκο Φωκίδας, που αποτελεί ένα χώρο γνωριμίας με την ιστορία της εξόρυξης του βωξίτη, στο οποίο η περιήγηση διαρκεί μια ώρα με βαγονέτο. Στην πλειονότητά τους τα ελληνικά θεματικά πάρκα είναι τουριστικο-κεντρικά, μέρη ενός συνδυασμού ψυχαγωγικών και συνεδριακών εγκαταστάσεων, ξενοδοχείων Lux και εκθεσιακών εγκαταστάσεων, ψυχαγωγικών-εμπορικών κέντρων, αθλητικών δραστηριοτήτων, όπως: γκολφ, τένις κ.ά. κοντινές αποδράσεις (Γιάκκα, 2005).

#### **1.6.10 Ιστιοπλοΐα**

Τα τελευταία είκοσι χρόνια οι κρουαζιέρες στις ελληνικές θάλασσες έχουν γίνει πολύ δημοφιλείς, και η ενοικίαση θαλαμηγών έχει αναπτυχθεί σε “μεγάλη βιομηχανία”, προσφέροντας πάνω από 20.000 θαλαμηγούς και διαδρομές που ταιριάζουν και στον πιο απαιτητικό θαλασσίνο ταξιδιώτη. Η Ελλάδα έχει να προσφέρει πάρα πολλά στους ιδιοκτήτες θαλαμηγών, όχι μόνο επειδή έχει υπέροχα φυσικά τοπία στο Αιγαίο και στο Ιόνιο πέλαγος, αλλά και χάρη στις άμεσα διαθέσιμες προμήθειες από τα γύρω νησιά και την Στερεά Ελλάδα. Επιπλέον, η χώρα περιλαμβάνει πάνω από 2.000 νησιά προς εξερεύνηση και πάνω από 20.000 χλμ. ακτογραμμής. Οι καιρικές συνθήκες είναι συνήθως καλές και υπάρχουν καταφύγια σε εύκολα προσβάσιμες περιοχές (Γιάκκα, 2005).

### **1.7 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία και κοινωνία είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Όπως αναφέρθηκε η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2008 στο ΑΕΠ της χώρας φτάνει το 16,2%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (833.200 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 19,6% των απασχολουμένων. Μέχρι το 2019 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία έχει τη δυνατότητα να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, καλύπτοντας μεγάλο ποσοστό των ανέργων τα επόμενα έτη.

Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2008 ήταν 16η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 12η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2009, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 24η θέση μεταξύ 133 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 67η. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο (ΣΕΤΕ, 2009).

**Πίνακας 1.5** Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού 2008

<b>Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού 2008</b>	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,2% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	19,6% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Απασχόληση (άμεση & έμμεση)	833.200 [WTTC]
Εσοδα	11,6 δισ. € [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	15,9 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	730 €
Μερίδιο Αγοράς	1,73% Παγκόσμια, 3,26% Ευρώπη
Εποχικότητα	50% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	52% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 3 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.385 ξενοδοχεία / 715.857 κλίνες [ΞΕΕ]
Top 5 αγορές	Γερμανία (2.469.151), Ην. Βασίλειο (2.278.014), Ιταλία (1.099.983), Γαλλία (910.021), Ολλανδία (756.940) [ΕΣΥΕ]
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.472.845), Ηράκλειο (2.135.198), Ρόδος (1.369.406), Θεσσαλονίκη (919.677), Κέρκυρα (806.713) [ΕΣΥΕ]

**Πίνακας 1.6** Επιδόσεις 2008

<b>Ελλάδα - Ανταγωνιστές</b>						
<b>Δείκτες Απόδοσης 2008</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>Ισπανία</b>	<b>Κύπρος</b>	<b>Τουρκία</b>	<b>Αίγυπτος</b>	<b>Κροατία</b>
Κατάταξη - Διεθνείς Αφίξεις	16 <sup>η</sup>	3 <sup>η</sup>	κάτω από την 50 <sup>η</sup>	8 <sup>η</sup>	21 <sup>η</sup>	25 <sup>η</sup>
Κατάταξη - Έσοδα	12 <sup>η</sup>	2 <sup>η</sup>	κάτω από την 50 <sup>η</sup>	9 <sup>η</sup>	25 <sup>η</sup>	26 <sup>η</sup>
Διεθνείς Αφίξεις 2008 (εκατ.)	15,9	57,2	2,4	25	12,3	9,4
% μεταβολή αφίξεων 2000-2008	28,2%	23,3%	-11,1%	160,4%	141,2%	62,1%
Έσοδα - 2008 δισ USD	17,1	61,6	2,7	22,0	11,0	11,0
% μεταβολή εσόδων 2000-2007	85,9%	105,3%	42,1%	189,5%	155,8%	292,8%
Μέση κατά κεφαλή Δαπάνη ανά ταξίδι σε USD	1.075,5	1.076,9	1.125,0	880,0	894,3	1.170,2
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε αφίξεις	1,73%	6,22%	0,26%	2,72%	1,34%	1,02%
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε έσοδα	1,81%	6,51%	0,29%	2,33%	1,16%	1,16%

**Πηγή:** ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ, UNWTO, WEF ([www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourism2008&la=1](http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourism2008&la=1))



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

### **ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ.**

#### **2.1 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Ε.Ο.Τ.)**

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου (Ν.Π.Δ.Δ.) υπό την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού. Ιδρύθηκε το **1950** με τον Α.Ν. 1565/50 που κυρώθηκε με τον Ν. 1624/51 και έκτοτε αποτελεί τον βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα. Κύριος **σκοπός** του ΕΟΤ είναι η ανάπτυξη και η προώθηση του τουρισμού της χώρας.

Σύμφωνα με τον ν. 3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004) ο Ε.Ο.Τ. διαρθρώνεται σε Κεντρική Υπηρεσία, με έδρα την Αθήνα και σε Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (ΠΥΤ) από 1.1.2005. Η διάρθρωση των υπηρεσιών του ΕΟΤ και οι αρμοδιότητες της κάθε υπηρεσιακής μονάδας περιλαμβάνονται στο Π.Δ. 343/2001 (ΦΕΚ 231 Α) ([www.ando.gr/eot](http://www.ando.gr/eot)).

Άλλοι φορείς εποπτευόμενοι από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, ν. 3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004):

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

#### **2.2 Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ.**

##### **2.2.1 Η κεντρική διοίκηση του τουρισμού**

Η κεντρική διοίκηση του τουρισμού στην Ελλάδα ασκείται από φορείς:

1. Το Υπουργείο Ανάπτυξης
2. Τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ)

§ Κεντρική Διοίκηση: Υπουργείο Ανάπτυξης, ΕΟΤ

§ Περιφέρεια: Περιφερειακές διευθύνσεις του ΕΟΤ

§ Νομός: Νομαρχιακές επιτροπές τουριστικής προβολής

### **2.2.2 Το υπουργείο Ανάπτυξης**

Το υπουργείο Ανάπτυξης είναι το αρμόδιο υπουργείο για θέματα τουρισμού. Αυτό δημιουργήθηκε το 1996 (Π.Δ. 27/96) από τη συγχώνευση του Υπουργείου Τουρισμού Βιομηχανίας, Ενέργειας και Τεχνολογίας και του Υπουργείου Εμπορίου. Κύριος σκοπός του Υπουργείου Ανάπτυξης είναι ο σχεδιασμός και η άσκηση της τουριστικής πολιτικής της χώρας. Οι κύριες λειτουργίες που καλείται να ασκήσει έγκειται στην εποπτεία, τον συντονισμό και την υποστήριξη των ακόλουθων προσώπων δημοσίου δικαίου:

- ✚ Του Ε.Ο.Τ.
- ✚ Του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε.)
- ✚ Της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών (Σ.Τ.Ε.)

Αν και το Υπουργείο Ανάπτυξης διαθέτει οργανισμό, ο οποίος προβλέπει υπηρεσίες και αρμοδιότητες στον τομέα του τουρισμού, στην πράξη οι υπηρεσίες αυτές ελάχιστα έχουν ενεργοποιηθεί και το σύνολο σχεδόν της διοικητικής παρέμβασης στο χώρο του τουρισμού ασκείται από τον ΕΟΤ ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

### **2.3 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΟΤ**

Η υλοποίηση του κύριου σκοπού ενεργοποιεί, στα πλαίσια της λειτουργίας του ΕΟΤ, μια ακολουθία αρμοδιοτήτων, οι οποίες εντάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- ✚ Κανονιστικές-νομοθετικές αρμοδιότητες
- ✚ Τουριστικός σχεδιασμός
- ✚ Ανάπτυξη τουριστικής υποδομής και ανωδομής
- ✚ Διαχείριση τουριστικών εγκαταστάσεων
- ✚ Επιχορηγήσεις
- ✚ Προβολή-πληροφόρηση
- ✚ Κατάρτιση-εκπαίδευση
- ✚ Έρευνες, εκπόνηση μελετών, στατιστικές
- ✚ Συνεργασία με τις τοπικές αρχές, τους επαγγελματίες του τουριστικού τομέα και συντονισμός των δράσεων τους
- ✚ Κοινωνικός τουρισμός
- ✚ Διεθνείς σχέσεις-συνεργασίες
- ✚ Διοργάνωση πολιτιστικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

### **2.3.1 Η διάθρωση του Ε.Ο.Τ.**

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) αποτελείται από τρεις κύριες υπηρεσίες:

- ✚ Την κεντρική υπηρεσία
- ✚ Τις περιφερειακές υπηρεσίες εσωτερικού
- ✚ Τις υπηρεσίες εξωτερικού

Η κεντρική υπηρεσία διαρθρώνεται σύμφωνα με την ακόλουθη διάταξη:

- ✚ Γενική Διεύθυνση Τουριστικής Ανάπτυξης
  - ✚ Υπηρεσία Διοίκησης και Διαχείρισης
  - ✚ Γραφείο Μελετών και Προγραμματισμού
  - ✚ Γραφείο Νομικού Συμβούλου
  - ✚ Γραφείο Τύπου
- ✚ Στα πλαίσια όμως της ορθολογικότερης και αποδοτικότερης λειτουργίας του ΕΟΤ, σύμφωνα με τον Ν. 2636/98, συνίστανται δύο ανώνυμες εταιρείες. Η πρώτη αφορά την οργάνωση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων και φέρει την επωνυμία Ελληνικό Φεστιβάλ Ανώνυμος Εταιρεία (Κεφάλαιο Α', άρθρα 1-11). Η δεύτερη αφορά την διαχείριση της περιουσίας του ΕΟΤ και φέρει την επωνυμία Ανώνυμη Εταιρεία Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ. Η σύσταση αυτής της ανώνυμης εταιρείας συνεπάγεται έναν αριθμό μεταβολών στην διάθρωση των υπηρεσιών του ΕΟΤ, όπως η κατάργηση των διευθύνσεων Γ' τεχνική, ΙΓ' Περιουσίας και ΙΔ' Εκμετάλλευσης, καθώς και ορισμένων Υπηρεσιών Αυτεπιστασίας. Παράλληλα, συνίσταται το Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης, που έχει συμβουλευτικό χαρακτήρα. Ο ΕΟΤ διοικείται από εννεαμελές διοικητικό συμβούλιο, το οποίο αποτελείται από: τον πρόεδρο του ΕΟΤ, επτά μέλη και το Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ (<http://edu.gnto.gr/education/>).

### **2.3.2 Η περιφερειακή διοικητική οργάνωση του τουρισμού**

Σε περιφερειακό επίπεδο, η διοικητική οργάνωση του τουρισμού ασκείται από τις περιφερειακές διευθύνσεις του ΕΟΤ. Σύμφωνα με το άρθρο 29 του Ν. 2636/98 παράγραφος 1, μπορούν να μεταβιβάζονται αρμοδιότητες των κεντρικών και περιφερειακών υπηρεσιών του ΕΟΤ στις περιφέρειες και να καταργούνται ή να αναδιαρθρώνονται αυτές οι υπηρεσίες του ΕΟΤ με προεδρικά διατάγματα.

Κατά τον ίδιο τρόπο, με προεδρικά διατάγματα, μπορεί να συνιστώνται νέες ή να αναδιαρθρώνονται οι υφιστάμενες υπηρεσίες του Υπουργείου Ανάπτυξης (τομέας τουρισμού) και των περιφερειών, στις οποίες μεταβιβάζονται αρμοδιότητες, να συνιστώνται

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

ή να μεταφέρονται οι αναγκαίες οργανικές θέσεις, μεταφέρονται οι αναγκαίοι πόροι και να θεσπίζονται τα αναγκαία όργανα για την άσκηση των αρμοδιοτήτων. Φυσικά, η μεταφορά αρμοδιοτήτων από τον ΕΟΤ στις περιφέρειες εντάσσεται στα πλαίσια της διοικητικής αποκέντρωσης της χώρας, και ειδικότερα στα πλαίσια μιας τουριστικής αποκέντρωσης, όπου η περιφέρεια εκλαμβάνεται ως μια ιδιαίτερη χωρική ενότητα, με ίδια διοίκηση και πολιτικές. Στην παρούσα όμως χρονική περίοδο, οι περιφερειακές διευθύνσεις του ΕΟΤ και οι λειτουργίες που ασκούν συμμορφώνονται στο ήδη προϋπάρχον καθεστώς ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

### **2.3.3 Οι περιφερειακές διευθύνσεις του ΕΟΤ**

Οι περιφερειακές διευθύνσεις του τουρισμού του ΕΟΤ ασκούν συγκεκριμένο αριθμό αρμοδιοτήτων. Αυτές αφορούν:

- § Την εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής
- § Την τουριστική πληροφόρηση
- § Τη συνεργασία με τους ΟΤΑ
- § Τη συνεργασία με τους φορείς του ιδιωτικού τομέα
- § Την ενημέρωση της κεντρικής υπηρεσίας
- § Την υποβολή προτάσεων
- § Την έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων
- § Τις άδειες λειτουργίας των τουριστικών καταλυμάτων
- § Τον έλεγχο των τουριστικών εγκαταστάσεων
- § Τις δημόσιες σχέσεις που τις έχει μεταβιβάσει η κεντρική υπηρεσία του ΕΟΤ με στόχο την αποκέντρωση ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Επιπλέον, επιβλέπουν την πρόοδο τυχόν τουριστικών έργων που γίνονται στην περιοχή δικαιοδοσίας τους και η λειτουργία των τοπικών τουριστικών εγκαταστάσεων ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

### **2.3.4 Η νομαρχιακή οργάνωση του τουρισμού**

#### **Οι Νομαρχιακές Επιτροπές Τουριστικής Προβολής**

Σύμφωνα με την παράγραφο 13 του άρθρου 1 του Ν. 2160/93:

- § Στην έδρα κάθε νομού συνιστάται Επιτροπή Τουριστικής Προβολής, σκοπός της οποίας είναι η κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής προβολής της συγκεκριμένης χωρικής ενότητας στο εσωτερικό και εξωτερικό, καθώς και η εκτέλεσή τους, ύστερα από έγκριση του ΕΟΤ. Η Επιτροπή Τουριστικής Προβολής συνιστάται με απόφαση του νομάρχη,

είναι επταμελής και αποτελείται από εκπροσώπους της δημόσιας διοίκησης, των ΟΤΑ και των τουριστικών παραγωγικών τάξεων.

§ Τα προγράμματα τουριστικής προβολής του προηγούμενου εδαφίου χρηματοδοτούνται μέχρι ποσοστού 50% από τον ΕΟΤ και κατά το υπόλοιπο από υποχρεωτικές εισφορές των ΟΤΑ και άλλων παραγωγικών τάξεων της χωρικής ενότητας του νομού, που καθορίζονται κάθε έτος με απόφαση του οικείου νομάρχη, ανάλογα με τις αιτήσεις ανάγκης χρηματοδότησης των περιφερειακών προγραμμάτων προβολής και πάντως μέσα στα όρια προϋπολογισμού της δαπάνης των προγραμμάτων που εγκρίνει ο ΕΟΤ ([www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr)). Οι δυο αυτές διατάξεις (εδάφια α και β) αποσκοπούν στην επίτευξη ενός διττού στόχου:

1. Συμμετοχή όλων των τουριστικών παραγωγών στις δαπάνες τουριστικής προβολής.
2. Διπλασιασμό των διατιθέμενων ποσών για τουριστική προβολή του νομού (ΕΟΤ και τουριστικοί παραγωγοί).

Μια σειρά από ασάφειες και κενά διακρίνουν τη διατύπωση των παραπάνω εδαφίων και εντοπίζονται στα ακόλουθα σημεία:

1. Δεν προβλέπονται κριτήρια για την επιλογή της δημόσιας διοίκησης, της τοπικής αυτοδιοίκησης και των τουριστικών παραγωγών.
2. Δεν ρυθμίζονται καθόλου τα θέματα που αφορούν τις υποχρεωτικές εισφορές των ΟΤΑ και όλων των παραγωγικών τάξεων της χωρικής ενότητας του νομού.
3. Δεν προσδιορίζεται με ποιόν τρόπο προσεγγίζονται οι αιτήσεις ανάγκης χρηματοδότησης των περιφερειακών προγραμμάτων προβολής, ανάλογες των οποίων θα πρέπει να είναι οι καθοριζόμενες με απόφαση του νομάρχη υποχρεωτικές εισφορές των ΟΤΑ και των παραγωγικών τάξεων.
4. Δεν προβλέπονται κριτήρια προσδιορισμού της οικονομικής συμμετοχής του ΕΟΤ (αυτή κυμαίνεται, σύμφωνα με το Ν. 2160/93, από 1% έως 50%) (<http://edu.gnto.gr/education/>).

Ένας αριθμός διευκρινίσεων, που αφορούσε τις παραπάνω ασάφειες και κενά και αποσκοπούσε σε μια ορθολογική κατάργηση των προγραμμάτων τουριστικής προβολής του νομού, δόθηκε από τον Ε.Ο.Τ. με το έγγραφο του 520896/30-11-1994. Αυτό περιλάμβανε τα πέντε ακόλουθα σημεία:

1. Σκοπός της διάταξης της παρ. 13 του άρθρου 1 του Ν. 2160/93 είναι η προβολή των τουριστικών υπηρεσιών, προϊόντων και εκδηλώσεων που προβάλλουν την συνολική τουριστική προσφορά του νόμου, με τρόπο συντονισμένο και μέσα από μια ενιαία

αντίληψη των πραγματικών αναγκών της περιοχής, ώστε να αποφεύγεται, εκτός των άλλων ο καταμερισμός των πιστώσεων σε αποσπασματικές πρωτοβουλίες ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Μετά από αυτά και προς διευκρίνιση των ζητημάτων που τέθηκαν από τις νομαρχίες, τις περιφερειακές διευθύνσεις ΕΟΤ και τους ενδιαφερόμενους φορείς, καθώς και για την επίτευξη αρμονικής συνεργασίας των Νομαρχιακών Επιτροπών Τουριστικής Προβολής (ΝΕΤΠ) με τον ΕΟΤ, διευκρινίζονται τα ακόλουθα:

**2. Αρμοδιότητες της Επιτροπής (ΝΕΤΠ)**

- α. Η κατάρτιση ολοκληρωμένων προγραμμάτων που θα ανταποκρίνονται σε μια φιλοσοφία προβολής της συνολικής τουριστικής προσφοράς σε τοπικό επίπεδο
- β. Η υποβολή των προγραμμάτων στον ΕΟΤ προς έγκριση.
- γ. Η παρακολούθηση υλοποίησής τους.
- δ. Η απόδοση στον ΕΟΤ του απολογισμού εφαρμογής τους ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

**3. Σύνθεση της Επιτροπής (ΝΕΤΠ)**

**4.** Η Επιτροπή είναι επταμελής και προεδρεύεται από τον νομάρχη ή εκπρόσωπό του. Συμμετέχουν εκπρόσωποι των ΟΤΑ και των τουριστικών παραγωγικών τάξεων (ξενοδοχείων, τουριστικών γραφείων) που επιθυμούν να συμμετέχουν στην τοπική αυτή πρωτοβουλία. Οι εκπρόσωποι αυτοί ορίζονται από τους αντίστοιχους συλλογικούς φορείς. Σε όσες περιφέρειες υπάρχουν διευθύνσεις-γραφεία του ΕΟΤ, συμμετέχει στην επιτροπή και ο προϊστάμενος του ΕΟΤ ως εκπρόσωπος (<http://edu.gnto.gr/education/>).

**5. Χρηματοδότηση των προγραμμάτων**

- α. Τα προγράμματα χρηματοδοτούνται από τον ΕΟΤ μέχρι και ποσοστού 50% επί του συνόλου του προϋπολογιζόμενου (και εγκεκριμένου από τον ΕΟΤ) κόστους, το δε υπόλοιπο καλύπτεται από εισφορές των συμμετεχόντων φορέων.
- β. Είναι προφανές από τη διατύπωση της διάταξης ότι η υποχρεωτική εισφορά που καθορίζεται κάθε χρόνο με απόφαση του νομάρχη, επιβάλλεται μόνο σε όσους εκ των φορέων (επαγγελματικών ή ΟΤΑ) έχουν ζητήσει με αίτησή τους τη συμμετοχή τους στο τρέχον ετήσιο πρόγραμμα, η δε απόφαση για τη συμμετοχή τους ή μη εναπόκειται αποκλειστικά στους ίδιους τους φορείς.

Εξυπακούεται ότι η έλλειψη βούλησης συμμετοχής στην κατάρτιση των προγραμμάτων συνεπάγεται εξαίρεση του επαγγελματικού φορέα ή του ΟΤΑ από το τρέχον ετήσιο πρόγραμμα. Η οικειοθελής αποχή από το πρόγραμμα πρέπει να αποδεικνύεται με έγγραφη απάντηση στην πρόσκληση του νομάρχη για συμμετοχή.

**6. Διαδικασία-προϋποθέσεις έγκρισης**

Το υπό έγκριση πρόγραμμα υποβάλλεται στην Κεντρική Υπηρεσία του ΕΟΤ, Διεύθυνση Ε', η οποία από κοινού με τις Διευθύνσεις Α' και Δ', εξετάζουν τις προτάσεις και, με βάση τις διατιθέμενες προς το σκοπό αυτό πιστώσεις από το ΠΔΕ του ΕΟΤ, γνωμοδοτούν για την σκοπιμότητα και αποτελεσματικότητα του προγράμματος, καθώς και για το ποσοστό χρηματοδότησής του από τον ΕΟΤ, το οποίο δεν μπορεί να υπερβαίνει το 50% του συνολικού προϋπολογισμού. Τέλος, εισηγείται στο Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ την έγκριση του προγράμματος, σύμφωνα με τη νόμιμη διαδικασία ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

#### **2.4 Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Όπως αναφέρει ο Κατσιγιάννης (2009), συχνά τίθεται το ερώτημα εάν υπάρχει στην Ελλάδα τουριστική πολιτική ή καλύτερα εάν εφαρμόζεται μια τουριστική πολιτική (σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο). Μια πολιτική που θα έχει διαμορφωθεί σε βάθος χρόνου (π.χ. δεκαετία) με συγκεκριμένο στόχο και καθορισμένες προτεραιότητες.

Αν ανατρέξουμε στην προπολεμική περίοδο είναι αναμφισβήτητο ότι σταθμός στην ιστορία του Ελληνικού τουρισμού αποτέλεσε το 1929 η ίδρυση από την Κυβέρνηση Βενιζέλου του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού.

Κατά το διάστημα 1929-36 ο Ε.Ο.Τ. λειτούργησε παράλληλα με τη δημόσια υπηρεσία (διεύθυνση «Ξένων και Εκθέσεων» του ΥΠΕΘΟ) που είχε δημιουργηθεί το 1914 (Κατσιγιάννης, 2009).

Με βάση συγκροτημένη πολιτική ο ΕΟΤ, και έχοντας επικεφαλής του αξιόλογα άτομα (Λέκκας Ν.) παρήγαγε σημαντικό έργο, θέτοντας τις βάσεις του σύγχρονου τουρισμού. Οργάνωσε τα πρώτα διαφημιστικά προγράμματα, εξέδωσε έντυπα καθώς και τις πρώτες αφίσες σε δύο ξένες γλώσσες.

Επίσης κατασκεύασε περίπτερα δίπλα σε αρχαιολογικούς χώρους ενώ θέσπισε τις πρώτες τεχνικές προδιαγραφές των ξενοδοχείων. Το 1936 καταργήθηκε ο Ε.Ο.Τ. από το καθεστώς Ι. Μεταξύ και έδωσε τη θέση του στο Υφυπουργείο Τύπου και Τουρισμού. Οι βασικοί στόχοι του Υφυπουργείου ήταν η οργάνωση του τουρισμού στο εσωτερικό, η προβολή της χώρας στο εξωτερικό και ιδίως η καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης που θεωρήθηκε και πολύ σωστά, ως απαραίτητη προϋπόθεση για οποιαδήποτε τουριστική ανάπτυξη. Στον τομέα της τουριστικής προβολής συνεχίστηκε το έργο που είχε ξεκινήσει ο Ε.Ο.Τ. αλλά με πολλές δυσκολίες λόγω της γενικής κατάστασης (παγκόσμιος πόλεμος και εμφύλιος). Αξίζει να αναφερθεί η τουριστική κίνηση της προπολεμικής περιόδου. Το 1925 καταγράφηκαν 22.500 αφίξεις αλλοδαπών τουριστών. Τα επόμενα έτη παρατηρήθηκε

συνεχής αύξηση της κίνησης μέχρι το 1938, οπότε σημειώθηκε αριθμός ρεκόρ 153.632 αφίξεων (μέση ετήσια αύξηση 10.000 άτομα) ή ετήσιο ποσοστό 50%. Χρειάστηκε να περάσουν 16 χρόνια για να επιτευχθεί ο ίδιος αριθμός αφίξεων (1954). Με την επανίδρυση του Ε.Ο.Τ. το 1950-51, ως μόνης δημόσιας υπηρεσίας για τον τουρισμό, σήμανε γενικός συναγερμός για την τουριστική ανασυγκρότηση της Ελλάδας. Τέθηκε ως βασικός στόχος η προσέλκυση αλλοδαπών τουριστών σε μια χώρα που είχε σχεδόν καταστραφεί.

Η τότε ηγεσία του τουρισμού με επικεφαλής τον αείμνηστο Νικόλαο Φωκά προχώρησε σε μια σειρά από επιτυχημένες δράσεις, όπως:

§ ειδικά προγράμματα διαφημιστικής καμπάνιας στο εξωτερικό,

§ κατασκευή εκατοντάδων πρότυπων τουριστικών εγκαταστάσεων (ξενοδοχεία, οδικοί σταθμοί, εστιατόρια, οργανωμένες ακτές, κάμπινγκ κ.ά.).

Επίσης, ανέπτυξε τον τουρισμό στα νησιά, εξασφαλίζοντας και μεγάλες παραγωγές του Χόλιγουντ, όπως «Το παιδί και το δελφίνι» και «Τα κανόνια του Ναβαρόνε», ενώ ίδρυσε την περίοδο 1955-56 τα Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου.

Προέβη ακόμη στην έκδοση δεκάδων αφισών με εικαστικό περιεχόμενο (Σπ. Βασιλείου, Γ. Μόραλης) που πρόβαλαν τόσο τα νησιά της Ελλάδας όσο και την ηπειρωτική Ελλάδα.

Έτσι μέσα σε 15 χρόνια ο αριθμός των ετήσιων αφίξεων αλλοδαπών τουριστών αυξήθηκε κατά 16 φορές περίπου (από 68.000 αφίξεις το 1951 σε 1.130.000 το 1966).

Η ανοδική πορεία του ελληνικού τουρισμού συνεχίστηκε και κατά τη δεκαετία 1970-80, οπότε και αυξήθηκε σημαντικά η ξενοδοχειακή υποδομή της χώρας με τη δημιουργία μικρού ή μεσαίου μεγέθους ξενοδοχειακών μονάδων που αναγέρθηκαν συχνά με δάνεια (57.000 κλίνες σε ξενοδοχεία όλων των τάξεων το 1961 – 286.000 κλίνες το 1980).

Η ανέγερση νέων τουριστικών κτιρίων συνεχίστηκε και μετά το 1980 με επιδοτήσεις μέσω του αναπτυξιακού νόμου. Μάλιστα, σε πολλές περιοχές της χώρας ραγδαία αναπτυσσόμενες, το κράτος συνέχιζε να επιδοτεί κλίνες χωρίς πολλές φορές να έχει κατασκευάσει τα αναγκαία έργα υποδομής (περίπτωση βόρειας Κρήτης).

Την περίοδο 1985-87 εξαγγέλθηκε μια τουριστική πολιτική προς την κατεύθυνση της βελτίωσης της ποιότητας του τουριστικού μας προϊόντος. Δηλαδή επιχειρήθηκε να ξεκινήσει η απεξάρτηση από το μαζικό τουρισμό και επιδιώχθηκε η αξιοποίηση όλων των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Ελλάδας για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού (Κατσιγιάννης, 2009).

Η πολιτική αυτή που ισχύει και μέχρι σήμερα με ελάχιστες παραλλαγές υπαγορεύθηκε κυρίως από το γεγονός ότι με την πάροδο του χρόνου είχε μειωθεί ο ρόλος



*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

του «πολιτισμού» γενικά ως ειδικής και ελκυστικής διάστασης της χώρας, με αποτέλεσμα η Ελλάδα να περιοριστεί σχεδόν αποκλειστικά σε προορισμό ήλιου-θάλασσας αλλά βέβαια με πολύ πιο έντονο ανταγωνισμό και από τις αναδυόμενες τότε νέες τουριστικές αγορές της Ν.Α. Ασίας και της Αφρικής. Επίσης τέθηκαν επί μέρους στόχοι, όπως η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η καλύτερη κατανομή στο χώρο των τουριστικών δραστηριοτήτων και η προστασία του περιβάλλοντος (Κατσιγιάννης, 2009).

Παράλληλα, η τελευταία εικοσαετία χαρακτηρίζεται και από πολλές αλλαγές στο δημόσιο φορέα του τουρισμού. Ο μεν Ε.Ο.Τ. παραμένει μέχρι σήμερα αλλά με σημαντικά μειωμένες αρμοδιότητες σε σχέση με το παρελθόν, ενώ όσον αφορά το Υπουργείο έγιναν πολλές αλλαγές. Συστάθηκε το 1988, καταργήθηκε το 1991, επανιδρύθηκε το 1993 για να καταργηθεί πάλι το 1996 και να ιδρυθεί εκ νέου το 2004 ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Ως προς τις λεγόμενες ειδικές μορφές, όπως αναφέρεται στον Κατσιγιάννη (2009), θα αναφερθεί μια άποψη που διατυπώθηκε από τους μελετητές της έρευνας αγοράς (Market Study) που εκπονήθηκε πριν 10 χρόνια για λογαριασμό του Ε.Ο.Τ. και που παραμένει πάντα επίκαιρη, τουλάχιστον σε μεγάλο τμήμα της: «Η μετάβαση από την κυρίαρχη μορφή του μαζικού τουρισμού σε ζήτηση τουρισμού υψηλότερου επιπέδου – ειδικές μορφές – απαιτεί σημαντικό χρόνο, προσπάθεια και πόρους. Έτσι, η ανάπτυξη των ειδικών μορφών αφορά κυρίως κάποιες περιοχές, ενώ η περαιτέρω ανάπτυξη αυτών δεν αποτελεί πανάκεια για τον Ελληνικό τουρισμό ούτε είναι δυνατόν μεσο-μακροπρόθεσμα οι ειδικές μορφές τουρισμού να υποκαταστήσουν το κυρίαρχο προϊόν «ήλιος-θάλασσα». Επομένως, απαιτείται καλύτερη διαχείριση του μαζικού τουρισμού, ιδίως στα νησιά με την ανάδειξη επιλεκτικά πολιτιστικών ή και οικολογικών στοιχείων ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Όλες όμως οι πολιτικές του τουρισμού είναι καταδικασμένες αν όχι σε πλήρη αποτυχία οπωσδήποτε όμως σε αδιέξοδο, εάν δεν συνοδεύονται από την επιδίωξη επίτευξης συντονισμού με τις άλλες συναρμόδιες κρατικές τομεακές πολιτικές που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν. Έτσι ώστε να επιτευχθεί αναβάθμιση ολόκληρης της τουριστικής αλυσίδας υπηρεσιών: Μεταφορές, τηλεπικοινωνίες, λοιπές παροχές, αρχαιολογικοί χώροι και μνημεία, υπηρεσίες υγείας, απασχόληση, εκπαίδευση-κατάρτιση.

Επίσης χρειάζεται εξειδίκευση της όποιας εθνικής πολιτικής σε επίπεδο περιφέρειας και όχι νομού αφού η Ελλάδα είναι μικρή χώρα. Και μάλιστα με μειωμένο αριθμό περιφερειών (4-6 το πολύ) έτσι ώστε να υπάρξει αποτελεσματικότητα. Κυρίως στο θέμα της προβολής επί μέρους προορισμών, αφού το “Visit Greece” θεωρείται ξεπερασμένο σλόγκαν.

Η συνέργια μεταξύ γενικών στόχων των άλλων τομέων και εκείνων του τουρισμού εξασφαλίζει σε σημαντικό βαθμό το συντονισμό αυτό και την τελική αναβάθμιση όλων των

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

κρίκων της τουριστικής αλυσίδας προϊόντων και υπηρεσιών δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Με το σκεπτικό ότι ο ικανοποιημένος επισκέπτης αποτελεί τον καλύτερο διαφημιστή, πολύ πιο αποτελεσματικό και από την πιο ακριβοπληρωμένη διαφήμιση. Αλλά και να υπάρξει ο τέλειος συντονισμός των διάφορων τομέων πάλι θα προκύψει πρόβλημα για τον τουρισμό εάν δεν γίνει κοινό κτήμα όλων των πολιτών η τουριστική συνείδηση. Η εμπέδωση της οποίας ξεκινάει από τους νέους, επομένως απαιτείται ειδική εκπαίδευση, όπως πρόβλεψη ειδικού μαθήματος τουρισμού στα σχολεία, όπως υπάρχει στην Τουρκία αλλά και επιμορφωτικά σεμινάρια σε επαγγελματίες που απασχολούνται είτε άμεσα είτε έμμεσα με τον τουρισμό. Και όλα αυτά σε συνεργασία δημόσιου με ιδιωτικό τομέα σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο (Κατσιγιάννης, 2009).

## **2.5 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ.**

Η τουριστική πολιτική–στρατηγική του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) επικεντρώνεται στα πιο κάτω:

### **2.5.1 Μορφές τουριστικής πολιτικής Ε.Ο.Τ.**

Βασική επιδίωξη της πέραν του παραθεριστικού τουρισμού τουριστικής πολιτικής του Ε.Ο.Τ. αποτελεί η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, με έμφαση στον επιλεκτικό τουρισμό (οργανωμένο ή μεμονωμένο) μέσω της αναβάθμισης και του εμπλουτισμού, της τουριστικής προσφοράς (υψηλής στάθμης καταλύματα και υπηρεσίες), ικανοποίηση αναγκών ζήτησης με νέες μορφές εγκαταστάσεων, ειδική τουριστική υποδομή, έμφαση στην άθληση, αναψυχή, ελεύθερο χρόνο, (θεραπευτικό τουρισμό, πολιτιστικό κ.λπ.).

Με βάση τα παραπάνω διαμορφώθηκαν και διατυπώθηκαν **οι στόχοι του προγράμματος τουριστικής πολιτικής Ε.Ο.Τ.** που είναι:

- § Η επέκταση της τουριστικής περιόδου και στους δώδεκα μήνες του χρόνου.
- § Η προώθηση όλων των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιου, περιηγητικού, χειμερινού, συνεδριακού κ.λπ.).
- § Τουρισμός για όλες τις ηλικίες.

Η όλη προσπάθεια εστιάζεται στη νέα αντίληψη-πολιτική ότι τουρισμός και πολιτισμός, ειδικά για την Ελλάδα, είναι δύο έννοιες άρρηκτα συνδεδεμένες και απόλυτα συνδυασμένες. Αυτό σημαίνει ότι η στέρηση του ενός τομέα από τον άλλο θα οδηγήσει σε "αναπηρία" το όλο σύστημα.

Η στρατηγική για την επίτευξη των νέων στόχων, που τέθηκαν, εστιάζεται κύρια σε μέτρα για την αναβάθμιση και διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Με στόχο την ενίσχυση της "ανταγωνιστικότητας" του τουριστικού τομέα και την αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, έγινε συνδυασμένη προσπάθεια εναρμόνισης ολοκλήρου του πλέγματος θεσμικών, οικονομικών και οργανωτικών μέτρων και κινήτρων έχοντας υπ' όψη την επιθυμητή μορφή και την φυσική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

### **2.5.2 Στόχοι τουριστικής πολιτικής Ε.Ο.Τ.**

Αυτά τα μέτρα έχουν τους ακόλουθους στόχους:

- § Ανάσχεση της τουριστικής ανάπτυξης σε περιοχές που παρουσιάζουν προβλήματα υπερσυγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας.
- § Ελεγχόμενη ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας σε περιοχές με τάσεις υπερσυγκέντρωσης και σε περιοχές με περιβαλλοντικά στοιχεία ιδιαίτερης σημασίας.
- § Ανάπτυξη του τουρισμού ως επικρατούσας χρήσης σε περιοχές με δυνατότητα - σκοπιμότητα ανάπτυξης (ιδιαίτερη έμφαση στις περιοχές της Β. Ελλάδος και ιδιαίτερα στη Μακεδονία).

Η ιδιαιτερότητα του φυσικού τοπίου της Ελλάδας, οι κλιματολογικές συνθήκες (θερμοκρασία, σχετική υγρασία, μέρες ηλιοφάνειας) και η γεωγραφική μορφολογία ανάπτυξης της δίνουν τη δυνατότητα δημιουργίας εγκαταστάσεων για να καλύψουν τις απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα, όλες τις εποχές του έτους και για ποικίλες δραστηριότητες ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Οι σύγχρονες τάσεις της τουριστικής ζήτησης επιβάλλουν την αναβάθμιση, εξειδίκευση, εκσυγχρονισμό και συμπλήρωση αυτών των εγκαταστάσεων. Οι προσπάθειες μεταξύ άλλων αποβλέπουν:

- § Στην ολοκλήρωση της γενικής υποδομής (αεροδρόμια, λιμάνια, πύλες εισόδου, οδικό δίκτυο, κ.λπ.).
- § Στη δημιουργία ή συμπλήρωση της ειδικής τουριστικής υποδομής (μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα golf, χιονοδρομικά κέντρα, υδροθεραπευτήρια κ.λπ.), για την προσέλευση ειδικών μορφών τουρισμού, όπως ο θαλάσσιος, ο συνεδριακός, ο θεραπευτικός κ.λπ. που εμφανίζουν πλεονεκτήματα όχι μόνο υψηλότερης συναλλαγματικής απόδοσης και της καλύτερης χρονικής κατανομής, αλλά και της

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

τουριστικής πελατείας με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο και διαμορφωμένη περιβαλλοντική συνείδηση.

Με τις ειδικές μορφές τουρισμού θ' αξιοποιηθούν οι ανεκμετάλλευτες μέχρι σήμερα δυνατότητες που έχει η Ελλάδα και θα προβληθούν πλευρές που έχουν αγνοηθεί.

§ Στην προώθηση των κοινωνικών προγραμμάτων και των ιδιωτικών φορέων ανάπτυξης για την επίτευξη των πιο πάνω στόχων (Κατσιγιάννης, 2009).

### **2.5.3 Στόχοι marketing E.O.T.**

Οι στόχοι του marketing και ειδικότερα της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων για την προώθηση της χώρας εστιάζονται:

§ Στη βελτίωση της ποιότητας και όχι υποχρεωτικά στους στατιστικούς αριθμούς αφίξεων τουριστών (ποσότητα) που επισκέπτονται την Ελλάδα.

§ Σε συνδυασμό με άλλες προσπάθειες από άλλους τομείς, την προώθηση της διεθνούς υπόστασης και εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό γενικά.

§ Σε πελατεία υψηλών και μεσαίων οικονομικοκοινωνικών στρωμάτων, βιομηχανικών κρατών, ηλικίας 30-60 ετών, δηλ. τουριστών που ψάχνουν για προορισμούς έξω από τα καθιερωμένα.

Γενικότερα γίνεται μια προσπάθεια άμβλυνσης της εποχικότητας της ζήτησης του τουρισμού στην Ελλάδα, προωθώντας πέραν του παραθεριστικού τουρισμού την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, με κυρίαρχο μήνυμα: Ελλάδα - Τουρισμός για όλο το χρόνο, για όλες τις ηλικίες και για όλες τις μορφές τουρισμού, πράγμα το οποίο προωθείται από τον ΕΟΤ μέσα από τα μηνύματα της διαφήμισης και των Δημοσίων Σχέσεων.

Η Ελλάδα έχει ανάγκη από φίλους πολλών κοινωνικών ομάδων από διάφορες περιοχές του κόσμου και οι εντυπώσεις και οι καλύτερες αναμνήσεις παγιώνουν τη φιλία με τη χώρα και τους ανθρώπους της ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

### **2.5.4 Μήνυμα marketing E.O.T.**

Μέσα από τα διαφημιστικά μηνύματα του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό γίνονται γνωστές όλες οι προϋποθέσεις της Ελλάδος ότι θα αρέσει στους επισκεπτόμενους και η φύση των ανθρώπων που ζουν σ' αυτή τη χώρα. Επομένως εναπόκειται στις ενέργειες του οργανισμού να καλύψει ή να βελτιώσει ελλείψεις υποδομής -γενικής και ειδικής- διαρθρωτικών προβλημάτων του τουρισμού και του επιπέδου παροχής υπηρεσιών. Το κύριο μήνυμα που δίνεται είναι ότι "Η Ελλάδα είναι μια μοναδική χώρα για διακοπές, εντελώς διαφορετική από οποιαδήποτε άλλη χώρα έχουν γνωρίσει μέχρι σήμερα". Για τη στήριξη αυτών των

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

κύριων μηνυμάτων, προωθείται παράλληλα η γνωστοποίηση του προϊόντος της Ελλάδας όπως: ήλιος - θάλασσα, αμμώδεις παραλίες, ατέλειωτες επιλογές απομονωμένων παραλιών, το "κέφι" μια έκφραση που δεν μεταφράζεται και η οποία αναφέρεται στην Ελληνική παράδοση της φιλοξενίας, η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της, θεμέλιο του Δυτικού πολιτισμού και οι σημαντικές αθλητικές δραστηριότητες στη χώρα που γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες.

Η επιθυμητή εικόνα που προωθείται είναι, ότι η Ελλάδα είναι ελκυστική από τη φύση της, είναι φιλική και φιλόξενη και τόπος για πνευματική και ψυχική ανάταση. Η διαφήμιση της Ελλάδας έχει στόχο να δώσει στους υποψήφιους επισκέπτες την εντύπωση: Αυτό είναι που ονομάζω "ΔΙΑΚΟΠΕΣ" πουθενά αλλού δεν θα μπορούσα να βρω τόσα πολλά ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Επίσης δίνεται έμφαση στις εγκαταστάσεις, διαμονής, εστίασεως και αναψυχής, τουριστικών καταλυμάτων όλων των λειτουργικών μορφών βάσει διεθνών τεχνικών προδιαγραφών ξενοδοχείων, στα καταλύματα παραδοσιακής αρχιτεκτονικής. Στις εγκαταστάσεις και υποδομή δραστηριοτήτων εκτός τουριστικών καταλυμάτων για περιήγηση, αθλητισμό, περισυλλογή, ιστορική και πολιτιστική γνώση, τις γαστρονομικές λιχουδιές, το χαμηλό κόστος των προσφερόμενων υπηρεσιών. Όσον αφορά την προσπάθεια που γίνεται για τους Έλληνες τουρίστες, δηλ. τον εσωτερικό τουρισμό, ούτε αυτοί μένουν έξω από τους πιο πάνω κύριους άξονες. Επιπλέον, όμως, σ' αυτήν την περίπτωση, δίνεται έμφαση στον οικογενειακό τουρισμό, στις εποχικές εκδηλώσεις και γεγονότα και στη συνέχεια με διαφημιστική παρουσία με προγράμματα και κείμενα με τίτλο "ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ" ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

#### **2.5.5 Μέσα διαφημιστικής καμπάνιας Ε.Ο.Τ.**

Η διαφήμιση που κάνει ο Ε.Ο.Τ. καλύπτει όλο το φάσμα των μέσων ενημέρωσης και συγκεκριμένα τα εξής έξι:

- § Τηλεοπτικά σποτ στην αγγλική γλώσσα, στα μεγάλα διεθνή δορυφορικά κανάλια.
- § Διεθνή αγγλόφωνα περιοδικά.
- § Τηλεοπτικά σποτ που μεταδίδονται στα εθνικά κανάλια και στην τοπική γλώσσα της κάθε χώρας.
- § Καταχωρήσεις στον εθνικό Τύπο και στα τοπικά διαφημιστικά μέσα, μεταφρασμένες στην τοπική γλώσσα.
- § Διαφήμιση στον ειδικό επαγγελματικό Τύπο.
- § Διαφήμιση συνεργασίας.

Ειδικότερα δίδεται έμφαση ώστε τα διαφημιστικά μέσα να επιλέγουν με τέτοιο τρόπο ώστε η διαφήμιση να πετύχει τα υψηλά επίπεδα κάλυψης, συχνότητας και εντύπωσης, που απαιτούνται για να δημιουργηθεί έντονη γνωστοποίηση αλλά και ενδιαφέρον στο κοινό-στόχο. Ο στόχος της διαφημιστικής εκστρατείας είναι ξεκάθαρος απλός και συγκεκριμένος, να επικοινωνήσει τη μοναδικότητα της Ελλάδος με τον πιο ισχυρό τρόπο ώστε να φτάσει παντού η εικόνα της και να προκαλέσει το ενδιαφέρον των απαιτητικών καταναλωτών στα πιο ανεπτυγμένα βιομηχανικά κράτη σ' όλο τον κόσμο. Η υψηλή λοιπόν ποιότητα, όχι μόνο στην ιδέα αλλά και στην υλοποίηση της είναι ζωτικής σημασίας. Με βάση αυτό το κριτήριο αναπτύχθηκε μια στρατηγική διαφημιστικών μέσων, η οποία:

- § αναπτύσσεται σε μια ισορροπημένη σύνθεση διεθνών, εθνικών και τοπικών διαφημιστικών μέσων.
- § Χρησιμοποιεί ένα συνδυασμό καταχωρήσεων μεγάλου σχήματος για δυνατή εντύπωση και μικρού σχήματος για διεισδυτικότητα.
- § Κλιμακώνει το ενδιαφέρον του κοινού χρησιμοποιώντας μια ποικιλία θεμάτων που εμφανίζεται με κοινή φόρμα ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

#### **2.5.6 Συνεργασία Ε.Ο.Τ. με τουριστικούς φορείς**

Ως γνωστό οι Tour operators είναι ο κύριος μοχλός του οργανωμένου τουριστικού ρεύματος που αποτελεί και το περίπου 60% του διακινούμενου τουρισμού. Η συνδιαφήμιση με τους Tour operators είναι μια μορφή συνεργασίας πέρα από τη φιλοξενία τους στη χώρα ή οργάνωση στους τόπους δραστηριοποίησής των ελληνικών εκδηλώσεων από τα κατά τόπους γραφεία του Ε.Ο.Τ. (τοπία της Ελλάδας, εγκαταστάσεις, ελληνικές βραδιές, γαστρονομία κ.λπ.). Βεβαίως η σύναξη Tour operators και του Ε.Ο.Τ. ή και άλλων ελληνικών φορέων σε εκθέσεις με διάφορα αντικείμενα, δημιουργεί τις προϋποθέσεις συνεργασίας για την προώθηση της Ελλάδας.

Η συνεργασία του Ε.Ο.Τ. με τους φορείς σε κρατικό και ιδιωτικό επίπεδο των πάσης φύσεως μεταφορικών μέσων, είναι άμεση και ο Ε.Ο.Τ. εάν δεν συμμετέχει θεσμοθετημένα στα γνωμοδοτικά όργανα αυτών των φορέων, τότε παρεμβαίνει για την εμπέδωση μια πολιτικής που να εξυπηρετεί τον τουρισμό της χώρας (προορισμός και ανταποκρίσεις διεθνών αεροπορικών συγκοινωνιών, τιμολόγια, έκτακτες πτήσεις -charters- συνδέσεις και ανταποκρίσεις με νέους τόπους προσέλευσης επισκεπτών) με τις ναυτιλιακές εταιρείες ειδικότερα και το υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας, ασκείται κοινή πολιτική, με τους στόχους προαγωγή, προώθηση της Ελλάδας.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και την Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων, ο Ε.Ο.Τ. συνεργάζεται άμεσα και ήδη είναι θεσμοθετημένη η εκπροσώπηση αμφοτέρων στον Ε.Ο.Τ. και αντιστρόφως. Επίσης στις Νομαρχιακές Επιτροπές και στις Τοπικές Επιτροπές Τουρισμού (Τ.Ε.Τ.) ο Ε.Ο.Τ. συμμετέχει με τους εκπροσώπους του, των περιφερειακών υπηρεσιών Ε.Ο.Τ.

### **2.5.7 Συμμετοχή του Ε.Ο.Τ. σε διεθνείς τουριστικές εκδηλώσεις**

Η παρουσία του Ε.Ο.Τ. και των ιδιωτών του τουριστικού κυκλώματος σε διεθνείς εκθέσεις, συμπόσια, συνεδριάσεις κ.λπ. είναι τόσο απαραίτητη όσο η παρουσία ενός προϊόντος στην αγορά πώλησής του.

Οι ετήσιες ανά τον κόσμο τουριστικές εκθέσεις λειτουργούν σαν σημαντικά γεγονότα πολλαπλών επιδιώξεων όπου συναντιούνται πάρα πολλοί φορείς ιδιωτικοί και κρατικοί, πολλών κρατών και διεθνών οργανώσεων.

Εκτός της τουριστικής προβολής κάθε κράτους που συμμετέχει με κάποιο περίπτερο, ανταλλάσσονται απόψεις και τάσεις για τα τουριστικά γεγονότα και την πορεία του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα. Ακόμα προβάλλονται προϊόντα και υπηρεσίες και ανταλλάσσονται νέες ιδέες στο marketing και τη δημιουργία τουριστικής υποδομής.

Με τα παραπάνω που αποτελούν ένα μέρος μόνο των δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο πλαίσιο κάθε έκθεσης, καθίσταται προφανές πόσο σημαντική θεωρείται η παρουσία της Ελλάδας σ' αυτές τις εκθέσεις ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).



**Εικ. 2.1** 1988, Πάτμος, Δωδεκάνησα, έκδοση ΕΟΤ, καλλιτ. σύνθεση: Λ. Χαδιώ, φωτ.: Γ. Γιαννέλος ([www.dyodeka.gr](http://www.dyodeka.gr))

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**

### **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

#### **3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Όπως περιγράφεται στο Σχέδιο ΥΠΙΑΝ 2004–2008 για την Ανταγωνιστικότητα και την Ανάπτυξη «κεντρικός στόχος είναι η εδραίωση των συνθηκών βιώσιμης ανάπτυξης για τη διασφάλιση της διαρκούς, μετρούμενης με ποσοτικούς και ποιοτικούς στόχους, βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου –αύξησης του πραγματικού εισοδήματος, ενίσχυσης των δικαιωμάτων και των ευκαιριών– όλων των Ελλήνων πολιτών, και σύγκλισης με το αντίστοιχο επίπεδο (μέσο όρο) που απολαμβάνουν οι πολίτες της Ε.Ε.».

Για την επίτευξη του αντικειμενικού αυτού στόχου, πρέπει, να αναβαθμιστεί η θέση της Ελλάδας, συνολικά ως χώρα, σε όλους τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, ενώ παράλληλα πρέπει να εστιαστούν και να ενισχυθούν οι τομείς εκείνοι που έχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα και προοπτικές ανάπτυξης (Υπ. Ανάπτυξης, 2003). Παράλληλα, **ο τουρισμός που είναι ο δυναμικότερος και ανταγωνιστικότερος κλάδος της ελληνικής οικονομίας σε διεθνές επίπεδο, παρουσιάζει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης στην τρέχουσα δεκαετία σε παγκόσμιο επίπεδο. Στόχος του Ε.Ο.Τ. είναι η ανάδειξη του Τουρισμού σε βασική προτεραιότητα και κινητήριο μοχλό της αναπτυξιακής διαδικασίας, και η ενίσχυση της άμεσης και της έμμεσης συνεισφοράς του στο προϊόν, το εισόδημα, την απασχόληση.** Οι ποσοτικοί και ποιοτικοί στόχοι που θέτονται υποστηρίζονται από επιμέρους πολιτικές και μέσα προώθησης που επηρεάζονται άμεσα από την κεντρική επιλογή για την **ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας.** Το προτεινόμενο στρατηγικό σχέδιο του ΕΟΤ συνοπτικά, όπως θα αναφερθεί πιο κάτω, στηρίζεται σε **έξι άξονες δράσης που περιλαμβάνουν:**

1. την αναβάθμιση της ποιότητας της προσφοράς,
2. τον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος,
3. την εκπαίδευση και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού,
4. την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας,
5. την προώθηση και την προβολή της χώρας με νέα εργαλεία και σύγχρονες μεθόδους για την ενίσχυση του εξωτερικού και εσωτερικού τουρισμού, και



6. τον εκσυγχρονισμό των δομών της δημόσιας διοίκησης και των μηχανισμών άσκησης της τουριστικής πολιτικής.

### **3.2 Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΕΟΤ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Μέχρι πρόσφατα, οι επίσημες αναφορές στον τουρισμό (κείμενα, στατιστικά στοιχεία), χρησιμοποιούσαν τον χαρακτηρισμό «βιομηχανία» (όπως η βιομηχανία τροφίμων) ή υπηρεσίες (όπως οι υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών), προφανώς εστιάζοντας στην **κλασική αντίληψη της βιομηχανίας** (πλευρά της προσφοράς) κυρίως των μεταφορών και της ξενοδοχίας και εξετάζοντας την **άμεση συνεισφορά στο προϊόν και την απασχόληση**. Όμως ο τουρισμός ορίζεται πλέον διεθνώς (από την πλευρά της ζήτησης) ως μια **πηγή ζήτησης** εγχωρίων και διεθνών (τουριστών) καταναλωτών **για αγαθά και υπηρεσίες** μεταφοράς, στέγασης, διατροφής, ένδυσης, ψυχαγωγίας, πολιτισμικά αγαθά κ.λπ. Έτσι, αναδεικνύεται **η πραγματική πλέον οικονομική φύση του τουρισμού**, δηλαδή η συνολική καταναλωτική και συνακόλουθα η συνολική βιομηχανική του φύση, η οποία ανάγεται πλέον ως η αναγκαία και ικανή βάση αξιολόγησης τόσο της ύπαρξης και της μεγέθυνσης του ίδιου του τομέα, όσο όμως, και κύρια, **της σημασίας, του ρόλου και της συμβολής του τουρισμού στην ανταγωνιστικότητα του συνόλου της ελληνικής οικονομίας και την ανάπτυξη**.

Η αντίληψη και αποδοχή της πραγματικής οικονομικής φύσης και του ρόλου του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και κοινωνία, και **η υιοθέτηση της ευρύτερης αυτής συστημικής προσέγγισης είναι καθοριστική για την χάραξη και την εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής** ως μέρους της ευρύτερης πολιτικής για την ανταγωνιστικότητα την ανάπτυξη και την πραγματική οικονομική και κοινωνική σύγκλιση.

Η σημερινή εικόνα της οικονομικής φύσης του ελληνικού τουρισμού και της οργανικής του σχέσης με τη δομή και λειτουργία της ελληνικής οικονομίας, δηλαδή η εικόνα της παραγωγής και διάθεσης μιας ετησίως ιδιαίτερα διαμορφούμενης ιδιωτικής κατανάλωσης για τη διαβίωση των περίπου, 13 εκατ. εισερχομένων τουριστών έχει σήμερα την ακόλουθη μορφή και διαστάσεις:

Οι σημερινές δυναμικότητες της κλασσικής ξενοδοχίας που ξεπερνούν τις 8.000 μονάδες με πάνω από 312.000 δωμάτια και περισσότερες από 600.000 κλίνες συγκροτούν το θεμελιωδέστερο στοιχείο της τουριστικής ανωδομής επί του οποίου στηρίζεται και μέσω του οποίου καθορίζεται η διαρθρωτική εξέλιξη του επιπέδου παραγωγής και διάθεσης της ετήσιας τουριστικής κατανάλωσης στη χώρα (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

Η παραξενοδοχία έχοντας την τελευταία 15ετία ξεφύγει από το αρχικό πρότυπο των απλών ενοικιαζομένων δωματίων αριθμεί σήμερα περί τις 30.000 επιχειρήσεις με περισσότερες από 500.000 κλίνες και συγκροτείται σε μεγάλο βαθμό από καταλύματα αυτόνομων κατοικιών αυτοεξυπηρετούμενου χαρακτήρα.

Η διαμονή, διακίνηση και κυρίως η κατανάλωση των ετησίως 13 εκατ. τουριστών με τις περισσότερες από 100 εκατ. διανυκτερεύσεις στα πάσης φύσεως καταλύματα υποστηρίζεται από ένα κύκλωμα υποτομέων αποκλειστικής παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με τα ακόλουθα μεγέθη (προσεγγίσεις):

§ 4.850 Τουριστικά γραφεία

§ 750 Τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών

§ 200 Ναυλομεσιτικά γραφεία για την αντιπροσώπευση περισσότερων από 4.500 σκαφών αναψυχής

§ 30.000 Επιχειρήσεις εστίασης – καφετέριες- διασκέδασης

§ 10.500 Εμπορικές επιχειρήσεις αναμνηστικών πάσης φύσεως

§ Διπλωματούχοι ξεναγοί ως ατομικοί επαγγελματίες

§ 350 Κάμπινγκ με περίπου 34.000 θέσεις κατασκήνωσης ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Εκτός των αναφερομένων, την ετήσια τουριστική κατανάλωση υποστηρίζει η παραγωγή από μια πληθώρα εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής-ανωδομής όπως Συνεδριακά Κέντρα, αίθουσες συνεδρίων μικρότερων μεγεθών, γήπεδα γκολφ, Κέντρα Θαλασσοθεραπείας, Καζίνα και ένας σημαντικός αριθμός από Μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα, Ιαματικές Πηγές και τόπους τουριστικής επίσκεψης που συμπληρώνουν την εικόνα της τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα.

Στο αναφερόμενο κύκλωμα τουριστικής παραγωγής θα πρέπει να συνυπολογίσει κανείς τα εποχικά προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες από ένα πλήθος επιχειρήσεων σε διάφορους τομείς, μη αποκλειστικής τουριστικής παραγωγής, όπως, Τράπεζες, Οδικές, Θαλάσσιες και Αεροπορικές Μεταφορές, Ταχυδρομικές και Ιατρικές Υπηρεσίες, Πρατήρια Καυσίμων, Καταστήματα Τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών, Υπηρεσίες Αεροδρομίων, Λιμένων και Σταθμών και πίσω από αυτές το σύνολο σχεδόν των κλάδων μεταποιητικής παραγωγής καταναλωτικών αγαθών καθώς και ένα σημαντικό μέρος των κλάδων παραγωγής κεφαλαιουχικών προϊόντων.

Με βάση αυτά τα δεδομένα είναι δυνατόν να γίνει αντιληπτό το «σφάλμα» στον προσδιορισμό του τουρισμού ως απλά και μονοδιάστατα «βιομηχανίας» ή «τομέα υπηρεσιών» και όχι στις πραγματικές οικονομικές του διαστάσεις, ως μιας ετησίως ιδιαίτερα διαμορφούμενης ιδιωτικής κατανάλωσης. Δηλαδή τον οικονομικό και **πολιτικό**

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**προσδιορισμό του τουρισμού ως βασικού πλέον συντελεστή της συνολικής τελικής ζήτησης για εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα και επομένως βασικού συντελεστή της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας του συνόλου της ελληνικής οικονομίας.**

Η παραγωγική αυτή δομή για τη τροφοδότηση και τη διαχειριστική ρύθμιση της ετήσιας κατανάλωσης των 13 εκ. τουριστών, δηλαδή για ένα σημαντικό τμήμα της εγχώριας παραγωγής, παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά, των οποίων η αξιόπιστη προσέγγιση και η συνεχής παρακολούθηση συνιστά βασική προϋπόθεση για κάθε παρέμβαση της τουριστικής και της γενικότερης οικονομικής πολιτικής με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας τόσο του ίδιου του τουρισμού όσο και της συμβολής του στη συνολική ανταγωνιστικότητα της οικονομίας (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

### **3.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Απαραίτητο στοιχείο για τη διαμόρφωση του Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού είναι η **αξιολόγηση της στρατηγικής θέσης** (το που βρίσκεται σήμερα η Ελλάδα σε σχέση με τις εξελίξεις στο διεθνές περιβάλλον και τους ανταγωνιστές της). Η διαδικασία αυτή συνεκτιμά, συνυπολογίζει και προσμετρά δυο μεγάλες ομάδες παραγόντων:

- § Η πρώτη ομάδα αφορά το **διεθνές περιβάλλον (εξωτερικός τουρισμός)** και τους περιορισμούς, προκλήσεις αλλά και ευκαιρίες που αυτό περικλείει.
- § Η δεύτερη ομάδα αναφέρεται στο **εσωτερικό περιβάλλον** και αφορά τα χαρακτηριστικά και το επίπεδο ανάπτυξης του τομέα, τη διασύνδεσή του με τους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας και την τοπική κοινωνία, τη συνεισφορά του στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη, και τη δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης, το ρόλο των κοινωνικών εταίρων στην ανάπτυξη, το ρόλο και τις δομές στήριξης του κράτους, και εν γένει το επίπεδο πολιτισμού, παροχής κοινωνικών αγαθών και την εικόνα της χώρας στο εξωτερικό.

#### **3.3.1 Διεθνές περιβάλλον: Χαρακτηριστικά και εξελίξεις στον παγκόσμιο τουρισμό**

Με βάση τις εκτιμήσεις για τις προοπτικές της εξέλιξης της προσφοράς όσο και της ζήτησης στις διάφορες περιοχές του κόσμου για τα αμέσως επόμενα χρόνια, που έχουν γίνει πρόσφατα από εκπροσώπους των διεθνών οργανισμών, οι εξελίξεις στον **διεθνή τουρισμό** θα έχουν τα ακόλουθα **χαρακτηριστικά**:

- 1. Σημαντικές αλλαγές στο διεθνές περιβάλλον, αλλαγή κλίματος και διάθεσης για τουρισμό από ξένους επισκέπτες, ανάδειξη νέων προορισμών.*

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

- 2. Επιτάχυνση του ετήσιου ρυθμού ανόδου του διεθνούς τουρισμού το 2004, με αύξηση 3 έως 4%.*
- 3. Αύξηση του εξερχόμενου τουρισμού από τις ΗΠΑ κατά 4% το 2003 και κατά 6% το 2004.*
- 4. Ανάκαμψη του εξερχόμενου τουρισμού της Ιαπωνίας (στο τέλος του 2003 θα επιτευχθούν τα επίπεδα του 2000).*
- 5. Ανοδικός ρυθμός και διεύρυνση της κοινωνικής βάσης του τουρισμού με προέλευση την Κίνα.*
- 6. Συνεχιζόμενες και πιθανώς ενισχυμένες απαιτήσεις ασφαλείας.*
- 7. Ενίσχυση των ενδο-περιφερειακών ταξιδιών για διακοπές σε σύγκριση με τους μακρινούς προορισμούς.*
- 8. Συντομότερες και συχνότερες παραδοσιακές διακοπές.*
- 9. Συνεχιζόμενη μεταστροφή από τις παραδοσιακές τακτικές αερογραμμές και τις εταιρείες charter σε ραγδαία αναπτυσσόμενους αερομεταφορείς χαμηλού κόστους (όπως Ryanair, Easyjet, κ.ά.).*
- 10. Συνέχιση της τάσης για κρατήσεις «τελευταίας στιγμής».*
- 11. Αυξημένη χρήση του διαδικτύου για σχεδιασμό και κρατήσεις διακοπών, καθώς και άνοδος των τμηματικά «πακετοποιημένων» και εξατομικευμένων διακοπών.*
- 12. Αυξημένη ζήτηση για αυθεντικές εμπειρίες, γνωριμία με τη φύση και τον πολιτισμό των προορισμών.*
- 13. Εξακολούθηση της αυξητικής τάσης του αριθμού των ερχομένων τουριστών ηλικίας 45+ από τις δυτικές χώρες και την Ιαπωνία.*
- 14. Διεύρυνση του χάσματος που διαπιστώνεται ανάμεσα στην ολοένα απαιτητικότερη διεθνή ζήτηση και την προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών σε αρκετούς προορισμούς.*
- 15. Ισχυρός ανταγωνισμός από άλλους προορισμούς της Μεσογείου. Ενδυνάμωση των ανταγωνιστικών χωρών σε ειδικές μορφές τουρισμού και υποδομές ([www.eot.2003](http://www.eot.2003)).*

### **3.3.2 Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού – Συνέπεια –Στρατηγική εστίαση**

**1. Χαρακτηριστικό: η βασική σύνθεση των πλεονεκτημάτων της Ελλάδας παραμένει η ίδια.** Η μεγάλη μάζα των επισκεπτών που στηρίζει τον τουρισμό έρχεται στην Ελλάδα για τον ήλιο, τη θάλασσα, το περιβάλλον, τη φιλοξενία και την αυθεντικότητα των ανθρώπων, διακινείται δηλαδή για παραθερισμό σε παραλιακές περιοχές και νησιά και μάλιστα διακινείται οργανωμένα - **προϊόν:**

«**Ήλιος + Θάλασσα**». Η ζήτηση αυτή κυριαρχεί, ενώ μικρά μόνο έως μηδαμινά τμήματα ζήτησης διακινούν οι νέες ή ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**Συνέπεια:** Στην εξυπηρέτηση αυτής της ζήτησης είναι στραμμένο το μεγαλύτερο τμήμα της ελληνικής τουριστικής προσφοράς (κορμός της τουριστικής οικονομίας). Υπάρχει κίνδυνος εύκολης υποκατάστασης από άλλες χώρες.

**Εστίαση:** **Στήριξη του βασικού προϊόντος. Δράσεις διαφοροποίησης και εμπλουτισμού** της σύνθεσης – διατήρηση και επαύξηση των μεριδίων στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

**2. Χαρακτηριστικό: σταδιακή μετάβαση** από την κυρίαρχη αυτή μορφή (χαμηλής σχετικά για την Ελλάδα απόδοσης) **σε ζήτηση παραθεριστικού τουρισμού υψηλότερου επιπέδου** ή και **σε ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.**

**Συνέπεια:** απειλή επικράτησης ανταγωνιστικών (γειτονικών) προορισμών. Η διαρκής βελτίωση της ποιότητας που είναι όμως σε περιορισμένο βαθμό εφικτή και απαιτεί μακροχρόνια προσπάθεια και πόρους.

**Εστίαση:** **ταχύτερη «αναβάθμιση του συνόλου της τουριστικής προσφοράς της Ελλάδας»**, ώστε ν' ανταποκρίνεται στις αυξημένες απαιτήσεις καταναλωτών υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης και ταυτόχρονα «διαφοροποίηση» της προσφοράς αυτής, ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες της πελατείας των διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Δόμηση νέων ανθρωπογενών πλεονεκτημάτων για τη συμπλήρωση των κληρονομημένων.

**3. Χαρακτηριστικό: ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.**

**Συνέπεια:** περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού.

**Εστίαση:** ενίσχυση της επιχειρηματικότητας-δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών και ανωδομών υψηλής ποιότητας.

**4. Χαρακτηριστικό: σημαντική μείωση του μεριδίου Αμερικανών τουριστών.**

**Εξάρτηση από την Ευρώπη.**

**Συνέπεια:** απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος.

**Εστίαση:** αναζήτηση νέων αγορών ([www.eot.2003](http://www.eot.2003)).

**5. Χαρακτηριστικό: αυξανόμενη συμμετοχή του εσωτερικού τουρισμού.**

**Συνέπεια:** δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης του τομέα και χρονικής κατανομής της ζήτησης.

**Εστίαση:** ενίσχυση του εσωτερικού Τουρισμού.

**6. Χαρακτηριστικό: υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής.**

**Συνέπεια:** άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών και ανωδομών.

**Εστίαση:** δημιουργία συνθηκών ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης.

**7. Χαρακτηριστικό: ολιγοψωνιακή διάθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους tour-operators.**

**Συνέπεια:** ισχυρές πιέσεις για χαμηλές τιμές.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**Εστίαση:** ενίσχυση της επιχειρηματικότητας βασισμένης στην ποιότητα και τη νέα αντίληψη - ποιότητα προς τιμές (value for money). Νέο μοντέλο ενίσχυσης της διαπραγματευτικής δύναμης, τριμερής συνεργασία για την προώθηση και προβολή των τουριστικών περιοχών της χώρας και των εναλλακτικών μορφών σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

#### **8. Ξενοδοχειακές μονάδες/καταλύματα:**

- Μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης / χαμηλής ποιότητας
- Μικρός βαθμός συγκέντρωσης και πολύ μικρή καθετοποίηση

**Συνέπεια:** αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς tour-operators.

**Εστίαση:** ενίσχυση των δικτύσεων και των συνεργασιών των επιχειρήσεων.

Συντονισμός όλων των φορέων της τουριστικής δραστηριότητας με τη συμμετοχή, πληροφόρηση και αρωγή του κράτους.

**9. Χαρακτηριστικό:** μικρό μέγεθος των μη-ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων.

**Συνέπεια:** πληθώρα φορέων, προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα.

**Εστίαση:** ενίσχυση της συμμετοχής στην ανάπτυξη, ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (τεχνολογική ανταγωνιστικότητα, είσοδος στην κοινωνία της γνώσης, κ.λπ.) (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

### **3.3.3 Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα**

Σύμφωνα με την εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η οποία στηρίζεται στην μέθοδο κατάρτισης των δορυφόρων λογαριασμών του Oxford Economic Forecasting, το 2003, το μερίδιο του «τουριστικού τομέα» στο ελληνικό ΑΕΠ αναμένεται να ανέλθει στο 4,5%, ενώ το μερίδιο της συνολικής απασχόλησης αναμένεται να ανέλθει στο 5% (205.000 θέσεις εργασίας). Σύμφωνα με την ευρύτερη προσέγγιση, όπως αναφέρουν στοιχεία από τον ίδιο οργανισμό, η πραγματική επίδραση του τουρισμού στο σύνολο της οικονομίας και της κοινωνίας θα είναι μεγαλύτερη. Συγκεκριμένα, το 2003, η **πραγματική επίδραση της τουριστικής οικονομίας** στο ελληνικό ΑΕΠ προβλέπετο στο 14,6%, ενώ το μερίδιο της συνολικής απασχόλησης αναμένεται να ανέλθει στο 16,8% (687.000 θέσεις απασχόλησης) (Πηγή: WTTC, The 2003 Travel and Tourism Economic research: Greece).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Πηγή: WTTC, The 2003 Travel and Tourism Economic research: Greece.

**Η αναπτυσσόμενη τουριστική οικονομία της Ελλάδας δημιουργεί, με άμεσο και έμμεσο τρόπο, νέες θέσεις εργασίας στην συνολική οικονομία:**

- § Αυξάνοντας **άμεσα** την απασχόληση στις επιχειρήσεις που προσφέρουν καταναλωτικές υπηρεσίες τουρισμού (αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, κ.λπ.).
- § Αυξάνοντας **έμμεσα** την απασχόληση στους κλάδους που στηρίζουν ή προμηθεύουν τους παραπάνω κλάδους, όπως είναι η γεωργία, μεταποίηση, επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, κ.ά.).
- § Αυξάνοντας επίσης **έμμεσα** την απασχόληση στο δημόσιο τομέα στους τομείς που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες.

Η τουριστική ανάπτυξη, κυρίως των νησιωτικών και παραθαλασσιών περιοχών της χώρας, αποτελεί **σημαντική πηγή οικονομικής ανάπτυξης**, συμβάλει στη συγκράτηση του πληθυσμού, αλλά και στη δραστηριοποίηση παραγωγικών μονάδων που δρουν συμπληρωματικά με τον τουρισμό και γενικότερα στην **ενδογενή περιφερειακή ανάπτυξη**.

### **3.3.4 Οι προβλέψεις των Διεθνών Οργανισμών για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού**

Όπως αναφέρεται σε ανακοίνωση του Υπ. Ανάπτυξης (2003), σύμφωνα με την εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η οποία στηριζόταν στην μέθοδο κατάρτισης των δορυφόρων λογαριασμών του Oxford Economic Forecasting, τα επόμενα δέκα χρόνια, πρόκειται να γνωρίσει σημαντικούς (ετήσιους) ρυθμούς ανάπτυξης μετρούμενης, σύμφωνα με τους ακόλουθους δείκτες: • 5% στην ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες, • 4,6% συμβολή στο ΑΕΠ του τομέα (άμεση επίδραση) όπου ανεβάζει τον αριθμό των επισκεπτών σε περίπου 19,7 εκατ., • 2,1% στην απασχόληση (άμεση) στον τομέα, • 2,2% στη συνολική απασχόληση της χώρας • 4,8% στις επενδύσεις.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) προέβλεπε ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 2% (15,2 εκατ. αφίξεις). Το IOBE εκτιμούσε ένα υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης (αύξησης αφίξεων) μεταξύ 2003-2009 σε 6,7%. Το ΙΤΕΠ, συνυπολογίζοντας την θετική επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων, εκτίμησε ότι οι αφίξεις θα προσεγγίσουν το 2010 τα 17,5 εκατ. Ο ΣΕΤΕ υιοθέτησε ένα «συντηρητικά αισιόδοξο» σενάριο με παραδοχές την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων, την ποιοτική βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και την «ελάχιστη» ενίσχυση της επενδυτικής δραστηριότητας. Σύμφωνα με το σενάριο αυτό ο Ελληνικός τουρισμός, μέχρι το 2010, αναμενόταν να αναπτύσσεται με ετήσιο ρυθμό αύξησης αφίξεων 4,5%, και εσόδων 5% (προσεγγίζοντας τα 19,4 εκατ. αφίξεις και 15 εκατ. Η προσέγγιση αυτή ήταν ρεαλιστική για την τότε εκτίμηση της κατάστασης, μπορεί όμως να

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

υιοθετηθεί στο παρόν στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης. Άλλωστε τα προβλήματα και η αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό θα αναλυθούν σε επόμενο κεφάλαιο.

### **3.4 ΣΧΕΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ.**

#### **3.4.1 Στόχοι για τον ελληνικό τουρισμό με ορίζοντα το 2010**

##### **A Ποσοτικοί στόχοι**

1. Αύξηση των αφίξεων σε 20 εκ.
2. Αύξηση των εισπράξεων από τον τουρισμό σε 20 δις.€
3. Αύξηση της Μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης σε 1020 €(ποιοτικός τουρισμός).
4. Αύξηση της συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ κατά 3 τουλάχιστον ποσοστιαίες μονάδες.
5. Αύξηση του απασχολούμενου στον τουρισμό εργατικού δυναμικού τουλάχιστον κατά 16%.
6. Αύξηση των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία σε 87 εκ.
7. Αύξηση των πληροτήτων των ξενοδοχείων των ανεπτυγμένων περιοχών κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες (Υπ. Ανάπτυξης, 2003 & [www.eot.2003](http://www.eot.2003)).

##### **B Ποιοτικοί στόχοι**

1. **Καλύτερος συντονισμός όλων των φορέων της «τουριστικής αλυσίδας» και αναβάθμιση της τριμερούς συνεργασίας** (κυβέρνηση και τοπική αυτοδιοίκηση, επιχειρήσεις και εργαζόμενοι) **για κοινή δράση - τη διαμόρφωση και την εφαρμογή των πολιτικών για την ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας** (Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας και Ανάπτυξης, Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού, Εταιρία Προβολής, Ε.Ο.Τ., Μηχανισμοί Στήριξης).
2. **Βελτίωση (της ανταγωνιστικότητας) της εικόνας και της θέσης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις διεθνείς αγορές.**
3. **Πλήρης τουριστική επιτυχία των μεγαλύτερων τουριστικών γεγονότων:** Ολυμπιακών Αγώνων 2004, EXPO 2008 Θεσσαλονίκης και Πάτρα – Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006 και Μεσογειακή 2007.
4. **Αναβάθμιση και διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς,** ώστε όλο το δυναμικό των τουριστικών εγκαταστάσεων και επιχειρήσεων να είναι σε θέση να προσφέρει «προϊόντα» και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου (σύμφωνα με το κυρίαρχο καταναλωτικό



πρότυπο και ειδικότερα την σχέση ποιότητας προς τιμή) ανάλογα με το επίπεδό ανάπτυξης της κάθε (εγκατάστασης) επιχείρησης.

- 5. Αναβάθμιση του συνόλου των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών που απαρτίζουν την «τουριστική αλυσίδα»** χωρίς να είναι αμιγώς τουριστικές (π.χ. οδικό δίκτυο, λιμάνια, αεροδρόμια, χερσαίες και σιδηροδρομικές μεταφορές, μουσεία και αρχαιολογικοί χώροι, ταξί, κ.λπ.).
- 6. Προώθηση των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής καθώς και των οργανωτικών υποδομών** για την περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ως «τμημάτων» του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, που μπορούν να στηρίξουν σταδιακά τη, μερική και περιορισμένη πάντως μεσο-μακροπρόθεσμα, διαφοροποίηση της ζήτησης. Προτεραιότητα στις μορφές εκείνες στις οποίες η Χώρα διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της (π.χ. θαλάσσιος τουρισμός, θαλασσοθεραπεία, οικοτουρισμός κ.λπ. και κυρίως πολιτιστικός τουρισμός). Έμφαση επίσης στις μορφές εκείνες τουρισμού, που δεν έχουν αναπτυχθεί όχι λόγω έλλειψης των αναγκαίων τουριστικών πόρων, αλλά λόγω οργανωτικών αδυναμιών και ελλείψεων, όπως π.χ. ο αστικός τουρισμός.
- 7. Ενίσχυση της «επιχειρηματικής κουλτούρας» για την έμμεση υποστήριξη μιας τιμολογιακής πολιτικής ανταγωνιστικού χαρακτήρα,** που θα εξασφαλίσει την ομαλή μετάβαση από την «ανταγωνιστικότητα που εξαρτάται αποκλειστικά από την τιμή» στην «ανταγωνιστικότητα που εξαρτάται από τον λόγο ποιότητας/τιμής». Οι επιχειρήσεις θα πρέπει βραχυπρόθεσμα να ευθυγραμμίσουν τις τιμές ενώ σε ορίζοντα δεκαετίας να βελτιώσουν σημαντικά την ποιότητα, προκειμένου να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Αυτό σημαίνει ότι θα είναι περισσότερο ενημερωμένοι και καλύτερα προετοιμασμένοι από τους μηχανισμούς στήριξης (Ινστιτούτο Οικονομικών και Τουριστικών Ερευνών, Επιμελητήριο, Παρατηρητήριο Διεθνών Εξελίξεων και Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού).
- 8. Συστηματική ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος με το συγκριτικό πλεονέκτημα του πολιτιστικού μας αποθέματος** (ως του βασικότερου τουριστικού πόρου, που διαφοροποιεί τον ελληνικό τουρισμό από τους ανταγωνιστικούς προορισμούς), οργανωμένου με σύγχρονους τρόπους επικοινωνίας και νέες ιδέες παρουσίασης.
- 9. Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου των ανεπτυγμένων κυρίως περιοχών** (προσέλκυση του μεμονωμένου τουρίστα, αλλά και του τουρίστα τρίτης ηλικίας, δεδομένου ότι η τελευταία αυτή κατηγορία μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά στην επέκταση της τουριστικής περιόδου κατά τους πλάγιους μήνες Άνοιξης και Φθινοπώρου.

Προσέλκυση του τουρίστα του «τριημέρου» στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας όπου εκτός από τη δυνατότητα αναψυχής θα πρέπει να προβληθεί η δυνατότητα shopping, ιδιαίτερα προϊόντων αργυροχοΐας και υψηλής κοσμηματοποιΐας, όπως γουνοποιΐας. Ανάδειξη της χώρας ως αξιόλογου κέντρου υποδοχής συνεδριακού τουρισμού, που όπως είναι γνωστό είναι μια μορφή τουρισμού εξαιρετικά προσοδοφόρα και συμβάλλει στην άμβλυνση της εποχικότητας (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

### **3.4.2 Άξονες δράσης - Εξειδίκευση των στόχων – Μέτρα για τον εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό**

Η δεκαετία που διανύουμε έχει πολλές προκλήσεις που θα πρέπει να αντιμετωπιστούν, αλλά και ευκαιρίες που θα πρέπει να αξιοποιηθούν. Οι ποιοτικές απαιτήσεις τόσο του μαζικού τουρισμού, όσο και των μεμονωμένων, ειδικών ενδιαφερόντων επισκεπτών έχουν αυξηθεί, ενώ ταυτόχρονα έχει ενταθεί ο διεθνής ανταγωνισμός με την ανάδειξη νέων τουριστικών προορισμών και τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος.

Για την ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος χρειάζεται η Ελλάδα να προσδιορίσει την ακριβή ανταγωνιστική της θέση μέσα στη **διεθνή τουριστική αγορά**, με βάση τα αδύνατα και δυνατά σημεία που διαθέτει, να μελετήσει τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που προσφέρονται με βάση τις νέες συνθήκες και τάσεις που επικρατούν στη διεθνή τουριστική αγορά και να εφαρμόσει πολιτικές και δράσεις τόσο στο εξωτερικό περιβάλλον (διεθνή αγορά), όσο και στο εσωτερικό (εμπλουτισμός και ποιοτική βελτίωση του τουριστικού προϊόντος, λειτουργική διασύνδεση με τους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας, συμπληρωματικότητα και συνέργια δράσεων).

Για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού πρέπει αφενός το ελληνικό τουριστικό προϊόν να κερδίζει όλο και μεγαλύτερο μερίδιο από τη διεθνή τουριστική αγορά και αφετέρου να αναβαθμίζεται η ποιότητα της προσφοράς του, να εμπλουτίζεται και να διαφοροποιείται (σε σχέση με τα προϊόντα των ανταγωνιστών), να ενσωματώνει ένα όλο και μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών, μέσα από την ενίσχυση του ρόλου του ανθρώπινου δυναμικού και της επιχειρηματικότητας, και τον εκσυγχρονισμό των δομών της δημόσιας διοίκησης καθώς και των μηχανισμών άσκησης της τουριστικής πολιτικής (Υπ. Ανάπτυξης, 2003). Στο πλαίσιο αυτό, για την περίοδο 2004 – 2010, η στρατηγική για την ανάπτυξη του τουρισμού, προτείνεται να υλοποιηθεί μέσα από **έξι βασικούς άξονες**:

### **ΑΞΟΝΑΣ 1: Βελτίωση της ποιότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος**

Το κλειδί για την εκμετάλλευση από τα οφέλη του ελληνικού τουρισμού, για την αντιμετώπιση των προκλήσεων του διεθνούς ανταγωνισμού και για να μη καταστούμε θύμα του ανταγωνισμού των τιμών και της αντίληψης περί φθηνού εναλλακτικού προορισμού, είναι να προσφέρουμε **ποιοτικό τουρισμό**. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την αναβάθμιση της θέσης μας στη διεθνή αγορά, εξαιτίας του ότι η ποσοτική αύξηση δείχνει να συμπορεύεται με μία καθαρά ποιοτική εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης, έτσι ώστε στις περισσότερες χώρες προορισμού τουριστών η ποιότητα στον τομέα του τουρισμού, δηλαδή της τουριστικής προσφοράς, να καθίσταται όλο και πιο απαιτητή. Κρίνεται λοιπόν σκόπιμο και σημαντικό να ενισχυθεί ο πυρήνας της ποιότητας του ελληνικού τουρισμού και να εφαρμοστούν πολιτικές που προστατεύουν τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και τα φυσικά πλεονεκτήματα στα τοπικά περιβάλλοντα, ώστε να διασφαλιστεί έτσι την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα του τομέα.

Η εφαρμογή πολιτικών για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη απαιτεί κοινωνική υπευθυνότητα και συλλογικότητα πέρα από τη λογική του βραχυπρόθεσμου μεμονωμένου ατομικού ή και πολιτικού κέρδους. Αυτό αφορά όλους τους συμμετέχοντες στο τουριστικό γίγνεσθαι, συμπεριλαμβανομένων και των τουριστών.

Οι θεσμοί, οι οποίοι αναπαράγουν αξίες και στάσεις, οφείλουν να μεταδίδουν τα κοινωνικά μηνύματά τους, προς την κατεύθυνση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Πιο άμεσα από ποτέ, οι ίδιες οι επιχειρήσεις απαιτούν πληροφόρηση, ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση στα μέσα και τις στρατηγικές για την επίτευξη βιώσιμου τουρισμού ως προϋπόθεση για την ανταγωνιστικότητά του. Για τη βελτίωση της ποιότητας του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, απαραίτητες είναι οι δράσεις βελτίωσης των υποδομών, των ανωδομών και των συμπληρωματικών υποδομών. Οι υποδομές περιλαμβάνουν τα μέσα και τις υπηρεσίες όπως είναι τα αεροδρόμια, τα λιμάνια, δρόμοι, δημόσιες μεταφορές, παροχή νερού και ηλεκτρικού ρεύματος, συλλογή απορριμμάτων, επικοινωνία, κ.ά. Η βελτίωσή τους δεν αποτελεί επιτακτική ανάγκη μόνο υποστήριξης της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας, αλλά γενικότερα για την οικονομική ανάπτυξη αυτής. Μέσω του ΕΠΑΝ και των ΠΕΠ χρηματοδοτούνται και ολοκληρώθηκαν έως το 2006 εγκαταστάσεις συμπληρωματικών τουριστικών υποδομών (μαρινών, χιονοδρομικών κέντρων, συνεδριακών κέντρων, τουριστικών αγκυροβολίων, εγκαταστάσεων γκολφ και υποδομών και προγραμμάτων εναλλακτικού τουρισμού) ([www.eot.gr](http://www.eot.gr), 2003).

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

• ***Καθιέρωση συστημάτων ποιοτικού ελέγχου και πιστοποίησης***

**Νομοθετικές παρεμβάσεις για τη δημιουργία Συστημάτων Ποιοτικού Ελέγχου και Πιστοποίησης που θα συμβάλουν στην αναβάθμιση της ποιότητας:**

> Η ποιότητα του ελληνικού τουρισμού, θα επηρεαστεί θετικά τα επόμενα χρόνια με την καθιέρωση (Π.Δ. 43/2002) του νέου συστήματος κατάταξης των ξενοδοχείων σε κατηγορίες **αστέρων**. Συγκεκριμένα, καθορίζονται οι διαδικασίες καθώς και οι Τεχνικές Προδιαγραφές, οι Λειτουργικές Προδιαγραφές και τα Βαθμολογούμενα Κριτήρια που λαμβάνονται υπόψη για την κατάταξη των ξενοδοχείων σε κατηγορίες από 1 έως 5 Αστέρια. Το νέο σύστημα εφαρμόζεται στα: Ξενοδοχεία κλασικού τύπου, Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων, Ξενοδοχεία μικτού τύπου, Ξενοδοχεία τύπου μοτέλ.

Με νομοθετική ρύθμιση (Σεπτ. 2003), ρυθμίστηκε και ο τρόπος εφαρμογής του συστήματος κατηγοριοποίησης των ξενοδοχείων σε αστέρια, βάση του οποίου το Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης (ΕΣΥΔ), θα διαπιστεύει φορείς (λ.χ. Ε.Ο.Τ., ΞΕΕ, ΕΛΟΤ, ιδιώτες), οι οποίοι με τη σειρά τους θα πιστοποιούν την κατάταξη ενός ξενοδοχείου σε κατηγορία αστέρα.

> Επιπρόσθετα, με το Π.Δ. 337/28-12-00 "περί κατάταξης των ενοικιαζομένων δωματίων και ενοικιαζομένων επιπλωμένων διαμερισμάτων σε κατηγορίες με το σύστημα των κλειδιών" θεσμοθετήθηκε ένα νέο **σύστημα κατάταξης για τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα**. Σύμφωνα με το εν λόγω Π.Δ., τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα κατατάσσονται σε 4 κατηγορίες, με βάση σύστημα λειτουργικών και τεχνικών προδιαγραφών και βαθμολογούμενων κριτηρίων, με ανώτατη την κατηγορία των 4 κλειδιών και κατώτατη την κατηγορία του ενός κλειδιού. Το Υπουργείο Ανάπτυξης, θα επικεντρωθεί στην εφαρμογή των πιο πάνω ρυθμίσεων, για την ποιοτική αναβάθμιση της Ελληνικής ξενοδοχίας, συντονίζοντας τους εποπτευόμενους φορείς με τις Γενικές Γραμματείες της Περιφέρειας.

• ***Ανάδειξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων βασισμένων στην ποιότητα και αξιοποίηση των υποδομών και συμπληρωματικών υποδομών ΕΤΑ Α.Ε.:***

**ΕΤΑ Α.Ε.**

Με τη σωστή διαχείριση της περιουσίας του **Ε.Ο.Τ.**, και την ανάπτυξη νέων ποιοτικών τουριστικών προϊόντων η ΕΤΑ Α.Ε. μπορεί να γίνει μοχλός τουριστικής ανάπτυξης της Ελλάδας (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

### **Ειδικοί στόχοι ΕΤΑ και πορεία στοχοθέτησης**

- 1. Αποσύνδεση Δημοσίου από την Τουριστική Επιχειρηματική Δραστηριότητα.** Ολοκληρώθηκε το τέλος του 2003.
- 2. Άνοιγμα της Δημόσιας Τουριστικής Περιουσίας και των Τουριστικών Υποδομών του Ε.Ο.Τ. στην αγορά.** Ολοκληρώθηκε το τέλος του 2003 στο σύνολο των υποδομών της Αττικής, όπως: Μαρίνες, Συνεδριακό Κέντρο, Ακτές, Mont Parnes, καθώς και μία σειρά μικρότερων περιουσιακών στοιχείων, όπως Ιαματικές Πηγές, Λυκαβηττός, κ.α.
- 3. Δημιουργία Ολοκληρωμένων Τουριστικών Υποδομών (Golf, Resortes, Spa) στις μεγάλες Δημόσιες Τουριστικές Εκτάσεις.** Η δημιουργία αυτών των Ολοκληρωμένων Τουριστικών Υποδομών ήδη έχει αρχίσει σε Αφάντου, Ανάβυσσο και συνεχίζεται με Καϊάφα και Παλιούρι Χαλκιδικής και ολοκληρώθηκε το 2004.
- 4. Προσέλκυση Επενδύσεων.** Με το επενδυτικό πρόγραμμα των ιδιωτικών επενδύσεων.
- 5. Δημιουργία πόρων για τη χρηματοδότηση της τουριστικής πολιτικής.** Για την τουριστική προβολή και διαφήμιση και για την κάλυψη λειτουργικών αναγκών Ε.Ο.Τ., ΟΤΕΚ και Ελληνικό Φεστιβάλ).
- 6. Εξασφάλιση πόρων για τη λειτουργία τουριστικών πόλων αναψυχής της Αττικής και της Περιφέρειας σε περιουσία του Ε.Ο.Τ. που έχει κοινωφελή και κοινόχρηστο χαρακτήρα.**
- 7. Επενδύσεις από ίδια κεφάλαια για την ανάπτυξη υποδομών που συμβάλουν στην αναβάθμιση της τουριστικής εικόνας της Ελλάδας.**
- 8. Εισαγωγή της ΕΤΑ στο ΧΑΑ.** Ολοκληρώθηκε τον Οκτώβριο του 2003 και θα είναι η αναγνώριση του έργου αξιοποίησης της δημόσιας περιουσίας, δημιουργώντας έτσι μία βάση για την αποτίμηση εταιρειών του Δημοσίου με παρόμοιες δραστηριότητες όπως Κτηματική Εταιρεία Δημοσίου (ΚΕΔ) κ.ά., ενώ η εμπειρία των ΕΤΑ έχει ήδη προγραμματιστεί να μεταφερθεί στις εταιρείες που διαχειρίζονται τα Ολυμπιακά Ακίνητα, τα Αγροτικά Ακίνητα και τα λοιπά δημόσια Ακίνητα.

### **Στόχοι ΕΤΑ μέχρι το 2010:**

- 1. Ανάπτυξη Ολοκληρωμένων Τουριστικών Υποδομών σε όλα τα ακίνητα της δημόσιας τουριστικής περιουσίας του Ε.Ο.Τ., που διαχειρίζεται η ΕΤΑ.**
  - 2. Ολοκλήρωση προγράμματος προσέλκυσης ιδιωτικών επενδύσεων από την ΕΤΑ.**
- § *Αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός των τουριστικών επιχειρήσεων.*
- § *Ενίσχυση της εφαρμογής των προτύπων ποιότητας, περιβάλλοντος, και εξέταση της δυνατότητας ενίσχυσης του προφίλ εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.*

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**ΑΞΟΝΑΣ 2. Διαφοροποίηση και εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με ανάπτυξη θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού με στόχο την ικανοποίηση των εξελισσόμενων προσδοκιών/αναγκών των τουριστών και επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου**

Το μεγαλύτερο μέρος των αλλοδαπών τουριστών ανήκει στην κατηγορία του μαζικού τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια ένας αυξανόμενος αριθμός τουριστών στρέφεται στον εναλλακτικό τουρισμό. Η επιλογή των μορφών τουρισμού υψηλής προστιθέμενης αξίας που πρέπει να προσφέρει η χώρα, είναι θέμα συνδυασμού των προτιμήσεων των αλλοδαπών τουριστών και των δυνατοτήτων της χώρας, οι οποίες θα ανταποκρίνονται στις σύγχρονες κοινωνικές απαιτήσεις για περισσότερο σεβασμό στον άνθρωπο, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον. Η Ελλάδα, πέρα από την διατήρηση του μαζικού τουρισμού, που θα γίνει με την βελτίωση και διαφοροποίηση του προϊόντος που προσφέρει σήμερα εμπλουτίζοντάς το με νέες δραστηριότητες, όπως: η ιστιοπλοΐα, καταβάσεις, η διοργάνωση κρουαζιέρων, το γιότινγκ, το γκολφ κ.ά, θα πρέπει να στραφεί και σε άλλες μορφές τουρισμού όπως είναι ο οικοτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός ή συνδυασμοί αυτών.

Για την περίοδο 2005-2010, στα πλαίσια αυτού του άξονα πρόκειται να υλοποιηθούν οι επόμενες δράσεις:

**§ Ανάπτυξη των θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (όπως του Θαλάσσιου, του Συνεδριακού, του Ιαματικού Θεραπευτικού και Αναζωογονητικού Τουρισμού, του Χιονοδρομικού Τουρισμού, του Πολιτιστικού Τουρισμού, Αγροτουρισμός κ.λπ.).**

**Νομοθετικές παρεμβάσεις για την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού (Ιαματικός τουρισμός και Θερμαλισμός):**

**Αγροτουρισμός:** Οι κεντρικοί στόχοι για την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού, για να υλοποιηθούν χρειάζονται οι εξής παρεμβάσεις:

**α) Διαμόρφωση Πλαισίου Εθνικής Πολιτικής για τον Αγροτουρισμό**

**β) Σύσταση Εθνικού Παρατηρητηρίου Αγροτουρισμού**

**γ) Ανάπτυξη Εθνικής δομής προώθησης/στήριξης της επιχειρηματικότητας των κατοίκων του αγροτικού χώρου στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού**

**δ) Προώθηση της ποιότητας και της συνεργασίας, μέχρι το 2010.** Προώθηση της ποιότητας στους παρακάτω 4 άξονες:

- Καθιέρωση της **Ελληνικής Προδιαγραφής Αγροτουρισμού.**
- Καθιέρωση **σήματος ποιότητας και συστήματος πιστοποίησης.**

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

- Επιδότηση των υφιστάμενων αγροτουριστικών μονάδων.
- Δημιουργία δικτύου αγροτουριστικών επιχειρήσεων.

#### **ε) Στήριξη πρότυπων επενδύσεων στον αγροτουρισμό**

**στ) Προβολή:** Στο πλαίσιο της γενικότερης τουριστικής προβολής της Ελλάδας, από το 2005 και μετά, θα προβλέπεται ένα επιμέρους **ειδικό κονδύλι** για την Προβολή των Εναλλακτικών Μορφών τουρισμού στην Ύπαιθρο.

**Συνεδριακός τουρισμός:** Λειτουργία του Μητροπολιτικού Συνεδριακού Κέντρου Αθηνών στο Ελληνικό. Συστηματική προσπάθεια για την προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού με την ίδρυση Convention Bearau και στη Θεσσαλονίκη και παράλληλα, μετεγκατάσταση της Διεθνούς έκθεσης Θεσσαλονίκης (ΔΕΘ) σε χώρο γύρω από τον ιστό της πόλης της Θεσσαλονίκης.

**Χιονοδρομικός τουρισμός:** Εκσυγχρονισμός των υποδομών των χιονοδρομικών κέντρων της χώρας και συγκεκριμένα για τον **Παρνασσό** ο οποίος ανήκει στην ΕΤΑ Α.Ε., η αξιοποίησή του θα επιτευχθεί με τη σημαντική βελτίωση στο δίκτυο των μέσων μαζικής μεταφοράς (ΜΕΤΡΟ, προαστιακός, ΟΣΕ και τελεφερίκ), με τη δημιουργία πρότυπου τουριστικού χωριού

**Δημιουργία και προώθηση τουριστικών πακέτων off-season** (για ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες – ΑΜΕΑ, μαθητές και τρίτη ηλικία).

**Άτομα με Ειδικές Ανάγκες (ΑμεΑ):** Τα Άτομα με Αναπηρία που αποτελούν το 10% του πληθυσμού, έχουν ανάγκη ειδικών υποδομών - τεχνικών παρεμβάσεων, ώστε να μπορούν να προσεγγίσουν το νερό (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

#### **Εσωτερικός τουρισμός: Προγράμματα για Μαθητές:**

Προγράμματα «**Τάξεις του Χειμώνα**» και «**Πράσινες Τάξεις**», τα οποία ως σκοπό τους πέρα της ανάδειξης των τουριστικών υποδομών Χειμερινού Τουρισμού και Αγροτουρισμού που διαθέτει η χώρα και της επιμήκυνσης της Τουριστικής περιόδου στις περιοχές εφαρμογής των, έχουν και τη δημιουργία οικολογικής και εν γένει τουριστικής συνείδησης στους μελλοντικούς τουριστικούς καταναλωτές που είναι η μαθητιώσα νεολαία. Τα προγράμματα αυτά, θα έχουν ως χώρους εφαρμογής, όλα τα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας και τις ορεινές περιοχές της Κεντρικής Ελλάδας, της Ηπείρου, της Μακεδονίας, της Θεσσαλίας και της Πελοποννήσου. Τα προγράμματα αυτά θα απευθύνονται σε **200.000 μαθητές έως το 2008**, με **50.000 μαθητές το χρόνο** και το **κόστος** των προγραμμάτων δεν θα υπερβαίνει τα **12.000€ το χρόνο**, παρέχοντας μία σημαντική ευκαιρία για τους μαθητές των μεγάλων κυρίως αστικών κέντρων της χώρας και κυρίως των περιοχών συγκέντρωσης

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

πληθυσμού σε αυτά με χαμηλά εισοδήματα, να εξοικειωθούν με την ύπαιθρο, να έρθουν σε επαφή με τον τρόπο ζωής των ανθρώπων της υπαίθρου, να γνωρίσουν τις όμορφες πτυχές του Χειμερινού Τουρισμού.

§ *Ανάπτυξη εξειδικευμένων θεματικών προϊόντων, σε τοπικό επίπεδο, με βάση τα ενδιαφέροντα ειδικών ομάδων τουριστών (πολιτισμικά, οικολογικά, αθλητικά, Ενίσχυση Εγκαταστάσεων Ειδικής Τουριστικής Υποδομής, ΠΟΤΑ, αγκυροβόλια).*

§ *Δημιουργία νέων επαγγελμάτων (π.χ. οικοτουρισμού) και εκπαίδευση στελεχών. Συνδυασμός επαγγελμάτων στον αγροτικό χώρο με αντίστοιχα που συνδυάζουν την παράδοση ή τα τοπικά πρότυπα (π.χ. παραδοσιακές καλλιέργειες, δημιουργία μικρών παραδοσιακών αγορών).*

§ *Εφαρμογή της δράσης τουριστικής προβολής (σε συνέργια ιδιωτικού και δημόσιου τομέα και μείωσης της εποχικότητας) (Βαρβαρέσος, 1997).*

### **ΑΞΟΝΑΣ 3. Επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο. Εκπαίδευση – επιμόρφωση - κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού σε ευρεία κλίμακα**

Η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού του τουρισμού συμπληρώνει την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και δρα ευεργετικά ως προς την απασχόληση, τόσο για το υφιστάμενο βασικό παραθεριστικό προϊόν, όσο και για τις θεματικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

#### **Νομοθετικές παρεμβάσεις για τη δημόσια Τουριστική Εκπαίδευση**

Για την αναβάθμιση και διατήρηση ενός ικανοποιητικού επιπέδου ποιότητας στο προσφερόμενο «πακέτο» αγαθών και υπηρεσιών στον τουρίστα-καταναλωτή, είναι αναγκαία η επένδυση στην υιοθέτηση κάποιων επιπέδων δεξιοτήτων, γνώσεων και προθέσεων, καθώς και πιστοποίησης αυτών, τα οποία εξασφαλίζουν επιπλέον και βελτίωση της παραγωγικότητας και παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τον τομέα. Παράλληλα, αναγκαία είναι η διάχυση σύγχρονων εργαλείων διοίκησης στις επιχειρήσεις, μέσω, μεταξύ άλλων, και της εκπαίδευσης των επιχειρηματιών, της ευαισθητοποίησής τους σε θέματα ποιότητας, κοινωνικής ευθύνης, περιβάλλοντος και καταναλωτή, καθώς και της υιοθέτησης της κατάλληλης πολιτικής στον τομέα του προσδιορισμού των τιμών και των επενδύσεων. Για την περίοδο 2004–2010, πρόκειται να χρηματοδοτηθούν σταθερά τα ακόλουθα προγράμματα και δράσεις: *Εκσυγχρονισμός της τουριστικής εκπαίδευσης, Ανάπτυξη νέων επαγγελμάτων, Επανεκπαίδευση – μετεκπαίδευση, Γεωγραφική ανάπτυξη ΟΤΕΚ, Δημιουργία Παρατηρητηρίου Απασχόλησης στον Τουρισμό.*



#### **ΣΤΟΧΟΣ 4. Δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και σταθερού περιβάλλοντος ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και ενίσχυσης των ιδιωτικών επενδύσεων**

Η πλειοψηφία των τουριστικών επιχειρήσεων χαρακτηρίζεται από μικρό ή μεσαίο μέγεθος με αδυναμία αξιοποίησης οικονομιών κλίμακας και σκοπού, παραδοσιακές δομές οργάνωσης και χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης-επιμόρφωσης ή επαρκούς επιχειρηματικής εμπειρίας. Το μικρό αυτό μέγεθος αποτελεί εμπόδιο τόσο στη μείωση του κόστους, όσο και στη βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών. Με κριτήριο το μέγεθος, οι ελληνικές επιχειρήσεις υστερούν έναντι των αντίστοιχων επιχειρήσεων των σημαντικότερων ανταγωνιστών της. Η αύξηση του μεγέθους των επιχειρήσεων θα τους επιτρέψει να αξιοποιήσουν τις οικονομίες κλίμακας, να μειώσουν το κόστος και να γίνουν πιο ανταγωνιστικές. Ωστόσο, θα πρέπει να χρηματοδοτηθούν δράσεις συνεργασίας, συνένωσης, συγχωνεύσεων ή και απλών κοινοπραξιών επιχειρήσεων στο επίπεδο των κρατήσεων ή του μάρκετινγκ, ή ακόμη και στο επίπεδο της πραγματοποίησης οικονομιών κλίμακας σε προμήθειες και εξοπλισμούς.

Ο παραγωγικός δυναμισμός έρχεται ως επίπτωση της παραγωγικής επένδυσης. Για να είναι όμως σταθερά αποτελεσματική η επένδυση, θα πρέπει και να είναι διαρκής και ισόρροπα κατανομημένη ανάμεσα στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα και να δημιουργεί τις απαραίτητες συμπληρωματικότητες και συνέργιες έτσι ώστε το συνολικό αποτέλεσμα να είναι μακροπρόθεσμα θετικό και η ανάπτυξη βιώσιμη (Βαρβαρέσος, 1997). Οι δημόσιες επενδύσεις σε βασικές και συμπληρωματικές υποδομές είναι ο σταθερότερος “κινητήρας” της ανάπτυξης του τουριστικού τομέα, ενώ οι ιδιωτικές επενδύσεις είναι επίσης σημαντικές και αναμένονται ισχυρές σε όλη τη διάρκεια της δεκαετίας. Μια εναλλακτική πηγή επένδυσης είναι οι ξένες άμεσες επενδύσεις, οι οποίες μπορούν να λάβουν νέες διαστάσεις με την ανάπτυξη στρατηγικών συνεργασιών των επιχειρήσεων με αντίστοιχες διεθνείς σε όλο το φάσμα των παρεχόμενων υπηρεσιών της τουριστικής βιομηχανίας.

Ο Ελληνικός τουρισμός έχει μια επενδυτική δυναμική που ενεργοποιήθηκε από:

- § τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, οι οποίες αποτέλεσαν βασικό μοχλό για δημιουργία έργων που θα μείνουν στην Ελλάδα τα επόμενα χρόνια,
- § τις διαδικασίες αξιοποίησης των τουριστικών ακινήτων της ΕΤΑ Α.Ε.,
- § τα προγράμματα του Γ΄ ΚΠΣ (ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας).
- § τη χρηματοδότηση και ολοκλήρωση έως το 2006 των επόμενων δράσεων:
  - ο Επενδύσεις ποιοτικού εκσυγχρονισμού ξενοδοχειακών μονάδων, κάμπινγκ και λοιπών καταλυμάτων.
  - ο Επενδύσεις οργανωτικού εκσυγχρονισμού

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

- ο Καινοτόμες επενδύσεις για την ανάδειξη στοιχείων του τουριστικού προϊόντος (όπως γαστρονομίας, πολιτισμού, εικαστική και λογοτεχνική παραγωγή, κ.λπ.).
- ο Κοινές επενδύσεις του κράτους με τους συλλογικούς φορείς του τομέα για τη δημιουργία δικτύου στήριξης μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων.
- ο Επενδύσεις για την ενίσχυση της καινοτομίας και την ένταξη των επιχειρήσεων στην κοινωνία της γνώσης.

Οι επόμενες δράσεις που πρέπει να υλοποιηθούν είναι:

- § **Δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και σταθερού περιβάλλοντος επενδύσεων** (απλοποίηση διαδικασιών χρηματοδότησης επιχειρήσεων, αφορολόγητα αποθεματικά, ενίσχυση των κινήτρων του νέου Αναπτυξιακού Νόμου για επενδύσεις που αφορούν στον Τουρισμό κ.λ.π.).
- § **Λήψη μέτρων για την ενίσχυση των επενδύσεων - προσέλκυση Διεθνών Άμεσων Επενδύσεων**
  - Η αξιοποίηση της Δημόσιας Τουριστικής Περιουσίας που διαχειρίζεται η ΕΤΑ, εκτός από τουριστικές εκμεταλλεύσεις.
  - Οι εκτάσεις αυτές προσφέρονται για **ολοκληρωμένες τουριστικές επενδύσεις μεγάλης κλίμακας** και για το λόγο αυτό:
- § Με τον τρόπο αυτό η χώρα προσδοκά αφενός να καταστεί σημαντικός προορισμός επενδυτικών κεφαλαίων και αφετέρου να διεκδικήσει με αξιώσεις **μερίδιο στις τουριστικές επενδύσεις της διεθνούς αγοράς.**
- § **Άνοιγμα της αγοράς υψηλής ποιότητας παραθεριστικής κατοικίας σε συνέργια με τις μεγάλες ολοκληρωμένες τουριστικές επενδύσεις** (παρέμβαση αποτελεί η νομοθετική ρύθμιση του ΥΠ.ΑΝ. για άνω των 300 στρεμ. εκτάσεις).
- § **Λήψη μέτρων για τη βελτίωση της ποιότητας των συμπληρωματικών υποδομών.**
- § **Οι νέες μορφές τουρισμού απαιτούν και νέα υποδομή, π.χ. γήπεδα γκολφ, μαρίνες, κ.ά.**
- § «Απόσυρση» των σχολαζουσών ξενοδοχειακών και λοιπών καταλυμάτων, καθώς και μερική «Απόσυρση» όσων καταλυμάτων, ξενοδοχειακών και μη, που δεν συνάδουν με την αισθητική της αρχιτεκτονικής των περιοχών που δραστηριοποιούνται.
- § **Διεύρυνση της προσπάθειας αντιμετώπισης της παραοικονομίας και του αθέμιτου ανταγωνισμού** (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

### **Νομοθετικές παρεμβάσεις για τον έλεγχο της τουριστικής αγοράς και των περιπτώσεων αισχροκέρδειας και αθέμιτου ανταγωνισμού:**

Το Υπουργείο Ανάπτυξης δημιούργησε το θεσμό ελέγχου της τουριστικής αγοράς, τα «**Κλιμάκια Ελέγχου της Τουριστικής Αγοράς**». Έργο τους είναι η διενέργεια επιτόπιων ελέγχων της ποιότητας του προσφερόμενου Τουριστικού προϊόντος όπως: την ύπαρξη τιμολογίων και εν γένει λοιπών παραστατικών προμήθειας των προς πώληση αγαθών και προϊόντων, τις τιμές πώλησης προϊόντων ευρείας κατανάλωσης σε τουρίστες, την κανονικότητα και συχνότητα των δρομολογίων των μέσων μαζικής μεταφοράς κατά τους μήνες της τουριστικής αιχμής, της τήρησης ή μη των κανόνων υγιεινής στις τουριστικές επιχειρήσεις και στους κοινόχρηστους δημοτικούς και δημόσιους χώρους, για την άγρα πελατών, τον εντοπισμό περιπτώσεων αισχροκέρδειας και περιπτώσεων αθέμιτου ανταγωνισμού, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, σε τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κάμπινγκ), σε χώρους μαζικής σίτισης εστίασης και διασκέδασης (bar, καφετέριες, καφενεία, εστιατόρια), σε χώρους αεροδρομίων, λιμανιών, μεθοριακών σταθμών, καθώς και σε επιχειρήσεις πώλησης αγαθών πρώτης ανάγκης (περίπτερα, mini markets) σε τουριστικές περιοχές. Έτσι, με την ενίσχυση του ελεγκτικού μηχανισμού και με άλλα όργανα ελέγχου, όπως υπηρεσίες Ν.Α, Δημοτική Αστυνομία, ΕΛ.ΑΣ., Τουριστική Αστυνομία, Δημοτική Αστυνομία, με τα κλιμάκια ελέγχου καθίσταται δυνατή η αντιμετώπιση του παραεμπορίου, της αισχροκέρδειας και της προστασίας του καταναλωτή.

### **Η αναπτυξιακή στρατηγική του ΕΟΤ στον Εξωτερικό τουρισμό**

#### **ΑΞΟΝΑΣ 5. Επαύξηση των μεριδίων (αριθμός τουριστών, εισοδήματα) από τη διεθνή τουριστική αγορά. Ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας**

#### **Εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων και εργαλείων μάρκετινγκ**

Σημαντική παράμετρος των εξελίξεων της διεθνούς τουριστικής αγοράς είναι οι γρήγορες αλλαγές των προτιμήσεων των καταναλωτών με τη συνακόλουθη ανάδειξη νέων προορισμών που ικανοποιούν, ή, με την προσφορά νέων προϊόντων και υπηρεσιών, δημιουργούν /ενισχύουν αυτές τις αλλαγές στις προτιμήσεις (αλλαγή χαρακτηριστικών του τουριστικού προϊόντος, ευαισθητοποίηση σε θέματα ποιότητας, περιβάλλοντος, κοινωνικής υπευθυνότητας).

Η εικόνα που έχει σήμερα η Ελλάδα στους ξένους είναι αυτή του προορισμού που προσφέρει κυρίως τουρισμό αναψυχής, ήλιου και θάλασσας, σε χαμηλές τιμές μεν, αλλά υψηλές σε σχέση με την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει. Για την επαύξηση των μεριδίων από τη διεθνή τουριστική αγορά θα πρέπει να προωθηθεί η εικόνα

της χώρας μας, εκτός από αυτή της χώρας «ήλιου και θάλασσας», και ως χώρας που εμπεριέχει τα χαρακτηριστικά του εξελισσόμενου τουριστικού προϊόντος, όπως χώρα της «κουλτούρας, του πολιτισμού, της ποιότητας διαβίωσης και του σεβασμού στο περιβάλλον». Αυτό μπορεί να γίνει με την κατάλληλη πολιτική μάρκετινγκ, η οποία προϋποθέτει την ύπαρξη σταθερής και ολοκληρωμένης στρατηγικής, χωρίς σημαντικές αλλαγές της επικοινωνιακής πολιτικής, οι οποίες δεν επιτρέπουν στον δέκτη να αφομοιώσει τα μηνύματα που θέλουμε να του περάσουμε. Από την άλλη πλευρά, απαιτείται και η ύπαρξη σχεδίων έκτακτης ανάγκης για την αντιμετώπιση κρίσεων, έτσι ώστε να μην δημιουργούνται κενά στην παρουσίαση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Βασικός προσδιοριστικός παράγοντας στην τελική απόφαση των τουριστών για την επιλογή του τουριστικού πακέτου στη χώρα προορισμού, εκτός από την εκπλήρωση προσδοκιών και καταναλωτικών αναγκών είναι και η σχέση **τιμής/εκπλήρωσης προσδοκιών ή τιμής/ποιότητας**. Η βελτίωση της εν λόγω σχέσης οδηγεί σε βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της χώρας μας ως χώρας προορισμού, σε υψηλότερους ρυθμούς αφίξεων, αλλά και σε υποβάθμιση της θέσης των ανταγωνιστικών προορισμών.

Για τη **βελτίωση** αυτής της σχέσης θα πρέπει να επιτευχθούν οι αναγκαίες συνέργιες κράτους–επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις που έχουν ως στόχο να επιβιώσουν σε ένα περιβάλλον σκληρού ανταγωνισμού, χρειάζεται να αντιλαμβάνονται τα μηνύματα της αγοράς και να προσαρμόζουν αναλόγως τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Προκειμένου να γίνει αυτό απαιτείται συνεχής έρευνα της αγοράς με τη χρησιμοποίηση σύγχρονων εργαλείων, τα οποία θα επιτρέψουν στους ελληνικούς προορισμούς να μαθαίνουν και να προσαρμόζονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις του τουρίστα/καταναλωτή. Παράλληλα, αναγκαίες είναι οι δράσεις ενίσχυσης της προσφοράς και αναβάθμισης της ποιότητας, αλλά και της ευθυγράμμισης της σχέσης ποιότητας-τιμής ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Επίσης η ραγδαία συγκέντρωση της ζήτησης τουριστικών «πακέτων» στην Ευρώπη αλλάζει τη διαπραγματευτική σχέση αγοραστών–πωλητών υπέρ των πρώτων και συμπιέζει τις τιμές και την κερδοφορία της τουριστικής βιομηχανίας, ιδιαίτερα στους ανταγωνιστικούς προορισμούς της Μεσογείου. Η διαρκής ενίσχυση της διαπραγματευτικής θέσης των tour operators είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός, ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσεων. Κύριο χαρακτηριστικό της ευρωπαϊκής αγοράς των tour operators είναι η ολιγοπωλιακή μορφή της, με κύρια τάση την καθετοποίηση και συγκέντρωση, φαινόμενα που αναμένεται να ενισχυθούν και στο μέλλον όπου σε συνδυασμό με τις διαρθρωτικές αλλαγές των αερομεταφορών θα φέρουν τον τουριστικό τομέα σε χειρότερη θέση από πλευράς δύναμης αγοράς. Ως προς τη θέση των ελληνικών επιχειρήσεων και επιχειρηματιών στη διεθνή

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

αγορά, η στενή συνεργασία με τους tour operators αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Χρειάζεται η καλλιέργεια μιας νέας επιχειρηματικής αντίληψης με στόχο την υιοθέτηση ενός κοινά αποδεκτού κώδικα σχέσεων μεταξύ tour operators και τουριστικών επιχειρήσεων. Αυτή η αντίληψη θα διαμορφωθεί μέσα από την εδραίωση θεσμών που προωθούν την τριμερή συνεργασία (κράτους–επιχειρήσεων–εργαζομένων) σε πολλαπλά επίπεδα (κοινής προώθησης με τους tour operators στο εξωτερικό, συμπράξεων για την ανάδειξη νέων προϊόντων, κ.λπ.). Για την περίοδο μέχρι το 2010, έχει προγραμματιστεί να υλοποιηθούν οι επόμενες δράσεις:

- § *Βελτίωση της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό με την εικόνα που δημιουργήθηκε από την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων αλλά και με διαφημιστική προβολή από τον Ε.Ο.Τ. και επικοινωνιακή πολιτική του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό για την μεγιστοποίηση των αποτελεσμάτων και το διάστημα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες.*
- § *Συνέργιες με τον ιδιωτικό τομέα και τους φορείς του εξωτερικού (όπως tour operators, διεθνείς οργανισμοί κ.λπ.) ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).*
- § *Δημιουργία μιας σαφούς «τοποθέτησης» (positioning) της χώρας από τον Ε.Ο.Τ., διακριτής από αυτής των ανταγωνιστών της, σε συνδυασμό με ένα σαφές ελκυστικό προφίλ του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.*
- § *Δημιουργία σύγχρονων δικτύων διανομής από τον Ε.Ο.Τ. (για την προσέγγιση ολοένα μεγαλύτερων ομάδων και κατηγοριών πελατών) και καλύτερη εκμετάλλευση των γραφείων του Ε.Ο.Τ. ανά την υφήλιο. Άμεση υλοποίηση της μελέτης αναδιοργάνωσης των Γραφείων του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό που είχε έναρξη το 2003 και αναμένεται να ολοκληρωθεί το 2010.*
- § *Διείσδυση του Ε.Ο.Τ. σε νέες αγορές (σε συνδυασμό με τις δράσεις διαφοροποίησης και εναλλακτικών μορφών τουρισμού). Ως ενδεικτικά παραδείγματα μπορούν να αναφερθούν η αγορά της Κίνας, της Ρωσίας και η αγορά των τουριστών άνω των 50 ετών. Απλοποίηση και επιτάχυνση των διαδικασιών χορήγησης άδειας visa από τις πρεσβείες και τα προξενεία της Ελλάδας κυρίως σε Κίνα και Ρωσία (άμεση συνεργασία με ΥΠ.ΕΞ.) (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).*
- § *Ανάπτυξη των διεθνών σχέσεων στον Ε.Ο.Τ. και εκμετάλλευση του μνημονίου συνεργασίας μεταξύ των χωρών της Νοτιοανατολικής Ευρώπης για τη σύσταση Διαβαλκανικού Συμβουλίου Τουρισμού.*
- § *Δημιουργία θεσμικού φορέα Μάρκετινγκ και Διαφήμισης με την ενεργό λειτουργική και οικονομική συμμετοχή του Δημοσίου και των Αντιπροσωπευτικών Συλλογικών Επαγγελματικών Φορέων του Τουρισμού, της Βιομηχανίας και των Υπηρεσιών.*

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**Δημιουργία Εταιρείας Marketing**, με την ενεργό λειτουργική και οικονομική συμμετοχή του Δημοσίου (ΥΠ.ΑΝ., ΥΠ.ΕΘ.Ο., ΥΠ.ΕΣ.Δ.Α.) και Επαγγελματικών φορέων του Τουρισμού, της Βιομηχανίας και των Υπηρεσιών.

Για τη δημιουργία της Εταιρείας αυτής, η οποία θα μπορεί να λειτουργεί με καθαρά ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια και όρους ελεύθερου ανταγωνισμού, το Υπ. Ανάπτυξης έκανε νομοθετική ρύθμιση το 2003, βάση της οποίας, παρέχεται η εξουσιοδότηση στο δημόσιο να μετέχει σε εταιρείες αυτής της μορφής. Σκοπός της δημιουργίας αυτής της εταιρείας Marketing, είναι η συνεργασία μεταξύ δημόσιου (Ε.Ο.Τ., κ.ά.) και ιδιωτικού τομέα για το σχεδιασμό ευέλικτου και δυναμικού marketing των προϊόντων τόσο της Βιομηχανίας, όσο των Υπηρεσιών, αλλά κυρίως του Τουρισμού σε επαγγελματική βάση και με συνεχή προσαρμογή στα διαρκώς μεταβαλλόμενα στοιχεία του διεθνούς ανταγωνισμού.

#### **ΑΞΟΝΑΣ 6. Εκσυγχρονισμός δομών δημόσιας διοίκησης και μηχανισμών άσκησης της τουριστικής πολιτικής**

Η αποτελεσματικότητα των δράσεων στον τουρισμό, θα εξαρτηθεί και από το πόσο αρμονικά συνεργάζονται όλοι οι κρίκοι της τουριστικής αλυσίδας στην Ελλάδα, τόσο μεταξύ τους, όσο και με τους άλλους κρίκους αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης της ελληνικής οικονομίας. Από την πλευρά του ιδιωτικού τομέα δεν έχει ακόμη σφυρηλατηθεί η ενότητα στόχων/σκοπών του τομέα, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ενιαία έκφραση από όλους τους φορείς και ευθυγράμμιση στους στόχους του τομέα (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

Δεν έχει επίσης γίνει αντιληπτή η διασύνδεση και αλληλεξάρτηση του τομέα με τους άλλους τομείς της οικονομίας (βιομηχανία, εμπόριο, κ.ά.) και δεν έχουν προσδιοριστεί οι περιοχές κοινής δράσης. Κατά συνέπεια, απαιτείται καλύτερη άρθρωση των ζητημάτων του Τουρισμού από την πλευρά του ιδιωτικού τομέα, αλλά και καλύτερος συντονισμός των κρίκων της τουριστικής αλυσίδας από πλευράς του κράτους. Με τον τουριστικό τομέα εμπλέκονται μια σειρά από υπουργεία, όπως είναι το υπ. Ανάπτυξης, που καθορίζει την ακολουθούμενη πολιτική, το ΥΠ.ΕΘ.Ο. (φορολογία, αναπτυξιακά κίνητρα, κ.λπ.), το υπ. Συγκοινωνιών (ταξί, πούλμαν, κ.λπ.), το υπ. Εμπορικής Ναυτιλίας (πλωτά μέσα), το υπ. Εργασίας (εργασιακές σχέσεις), το υπ. Παιδείας (εκπαίδευση), το υπ. Πολιτισμού (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, κ.λπ.) κ.ά. Στο πλαίσιο αυτό είναι απαραίτητος ο καλύτερος συντονισμός των φορέων και των «τομέων» της τουριστικής δραστηριότητας με τη συμμετοχή, πληροφόρηση και αρωγή του κράτους. Οι νέοι θεσμοί που δημιουργήθηκαν όπως το Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας και Ανάπτυξης, η Διυπουργική Επιτροπή για τον Τουρισμό, αλλά και ο επανασχεδιασμός του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού και ο

εκσυγχρονισμός της οργανωτικής δομής και λειτουργίας του, είναι καθοριστικοί για την περαιτέρω πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα.

Κάθε προσπάθεια ή πολιτική, για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού, και δια μέσου αυτού, της ελληνικής οικονομίας, προϋποθέτει την αξιόπιστη γνώση του ειδικού οικονομικού βάρους που έχει η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα. Η συνεχής διατήρηση και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, δηλαδή της παραγωγής και διάθεσης ενός μεγάλου μέρους της ετήσιας παραγωγής της Ελλάδας επιβάλλει, όχι μόνον νέους κανόνες και μορφές διαχείρισης και διοίκησης, αλλά και νέα εργαλεία έρευνας και πληροφόρησης της οικονομικής και της τουριστικής πολιτικής.

Βασική προϋπόθεση αυτής της γνώσης είναι η εθνικολογιστική αντιμετώπιση του τουρισμού ως συγκεκριμένης πλέον αναλυτικής κατηγορίας της ελληνικής οικονομίας, κατά τα διεθνή και ευρωπαϊκά λογιστικά πρότυπα με τις τεχνικές συγκρότησης των Δορυφόρων Λογαριασμών. Οι Δορυφόροι Λογαριασμοί Τουρισμού, με εφικτό για την ελληνική οικονομία μεθοδολογικό και θεσμικό πλαίσιο εφαρμογής είναι η μόνη διαδικασία για τη σωστή πληροφόρηση της τουριστικής και οικονομικής πολιτικής σε ό,τι αφορά τον πραγματικό οικονομικό και κοινωνικό ρόλο του τουρισμού και κυρίως την συμβολή του στη περαιτέρω βιομηχανική ανάπτυξη της χώρας και στην ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας σε εθνικό, περιφερειακό αλλά και τοπικό επίπεδο. Επιπλέον, σε συνδυασμό με ένα μηχανισμό δεικτών παρακολούθησης της βιώσιμης ανάπτυξης μπορούν να παρέχουν έγκυρα στοιχεία στους διεθνείς οργανισμούς, με τους οποίους συνεργάζεται η χώρα. Οι δράσεις που πρέπει να γίνουν είναι οι επόμενες:

- § Καλύτερη εκπροσώπηση και ενίσχυση της συμμετοχής των τουριστικών επιχειρήσεων στην τριμερή συνεργασία και τη δημόσια διαβούλευση, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τομέα δια της κοινής δράσης (Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας, Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού) (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).
- § Εξειδίκευση της λειτουργίας του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού.
- § Συμπληρωματικότητα και συνέργια των πολιτικών της Βιομηχανίας, των Υπηρεσιών και των Περιφερειών της χώρας με την πολιτική για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος.
- § Δημιουργία του Ελληνικού Ινστιτούτου Τουριστικής Οικονομίας (με την συνεργασία του ΙΤΕΠ, του ΕΟΤ, και πανεπιστημίων, το οποίο θα λειτουργεί και ως επίσημος οικονομοτεχνικός σύμβουλος του κράτους στον Τουρισμό) ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).
- § Ανάπτυξη συστήματος δορυφόρων λογαριασμών τουρισμού (Υπ. Ανάπτυξης, 2003).

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

### **3.4.3 Μέσα - πόροι για την υλοποίηση του σχεδίου ανάπτυξης**

Τα μέσα και τα εργαλεία για την προώθηση των στόχων και των δράσεων του τουρισμού μπορεί να είναι τα: ΕΠΑΝ, ΠΕΠ, Αναπτυξιακός Νόμος, Πρωτοβουλίες Interreg και Leader. Μετά το 2006, οι χρηματοδοτήσεις μπορούν να προέλθουν από το Δ' ΚΠΣ, από πρωτοβουλίες public – private – partnership (για μεγάλες επενδύσεις που εφαρμόζει ήδη με επιτυχία η ΕΤΑ Α.Ε.) ή από χρηματοδοτήσεις της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων.

## **3.5 ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΟΤ**

- § Επαύξηση των μεριδίων (αριθμός τουριστών, εισοδήματα) από τη διεθνή τουριστική αγορά. Ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας ως τόπου προορισμού. Εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων και εργαλείων μάρκετινγκ στη βάση της τριμερούς συνεργασίας.
- § Βελτίωση της ποιότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- § Η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με ανάπτυξη θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με στόχο την ικανοποίηση των εξελισσόμενων προσδοκιών / αναγκών των τουριστών.
- § Δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και σταθερού περιβάλλοντος ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και ενίσχυσης των ιδιωτικών επενδύσεων.
- § Επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο. Εκπαίδευση–επιμόρφωση επιχειρηματιών και εργαζομένων στον τομέα.
- § Ανάπτυξη εργαλείων έρευνας και πληροφόρησης της οικονομικής δραστηριότητας στον τομέα και υποβοήθησης της τουριστικής πολιτικής.



**Εικ. 3.1** 1973, Κρήτη, έκδοση ΕΟΤ, καλλιτ. σύνθεση: Θ. Πανταλέον, φωτ.: Ν. Μαυρογένης (Πηγή: Κοκκίνη Μ., Τοπ 10 αφίσες του ΕΟΤ, [www.dyodeka.gr/mag/features/1598](http://www.dyodeka.gr/mag/features/1598))



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>**

### **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΕΟΤ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ**

#### **4.1 Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Οι ερευνητές του τουρισμού ενδιαφέρονται για την πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης για τους ακόλουθους λόγους: Πρώτον, η τουριστική ζήτηση είναι το θεμέλιο πάνω στο οποίο βασίζονται τελικά όλες οι αποφάσεις των τουριστικά-σχετιζομένων επιχειρήσεων. Η επιτυχία πολλών επιχειρήσεων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό ή εντελώς από την κατάσταση της τουριστικής ζήτησης και τελικά η αποτυχία του management οφείλεται συχνά στην αδυναμία του να καλύψει τη ζήτηση της αγοράς. Εξαιτίας του ρόλου-κλειδί της ζήτησης σαν καθοριστικού παράγοντα της επιχειρηματικής κερδοφορίας, οι εκτιμήσεις της προσδοκώμενης μελλοντικής ζήτησης συνιστούν ένα πολύ σημαντικό στοιχείο σε όλες τις δραστηριότητες σχεδιασμού. Είναι σαφές πως ακριβείς προβλέψεις της τουριστικής ζήτησης είναι ουσιώδους σημασίας για αποτελεσματικό σχεδιασμό από τις τουριστικά σχετιζόμενες επιχειρήσεις, ιδιαίτερα λαμβάνοντας υπόψη τη φθαρτή φύση του τουριστικού προϊόντος.

Δεύτερον, η τουριστική επένδυση, ιδιαίτερα η επένδυση στις υποδομές του προορισμού, όπως αερογραμμές, σιδηρόδρομους, απαιτούν μακροχρόνιες οικονομικές δεσμεύσεις και το κόστος σε περίπτωση «ναυαγίου» μπορεί να είναι πολύ υψηλό, αν τα έργα επενδύσεων αποτύχουν να εκπληρώσουν τις δυνατότητες σχεδιασμού τους. Τρίτον, οι κυβερνητικές μακροοικονομικές πολιτικές εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την σχετική σπουδαιότητα των ανεξάρτητων τομέων μέσα στον προορισμό. Έτσι, ακριβείς προβλέψεις της ζήτησης του τουριστικού τομέα της οικονομίας θα βοηθήσει τις κυβερνήσεις των προορισμών στην διαμόρφωση και εφαρμογή κατάλληλων μεσοπρόθεσμων τουριστικών στρατηγικών (Witt, 1995). Η έννοια του Tour Operator ταυτίζεται με τον οικονομικό προσδιορισμό του παραγωγού των οργανωμένων ταξιδιών. Οι Tour Operators αποτελούν σήμερα τους κυριότερους μεσολαβητές μεταξύ της τουριστικής ζήτησης που εκδηλώνεται στις χώρες προέλευσης των τουριστών και της τουριστικής προσφοράς των χωρών υποδοχής και εδράζουν στις κύριες χώρες προέλευσης των τουριστών (Δυτική Ευρώπη, Βόρεια Αμερική, Ιαπωνία) (Καραφλού, 2006). Συμπερασματικά λοιπόν οι ειδικές δυσκολίες συγκεντρώνονται στα ακόλουθα: Ευμετάβλητη και πολύπλοκη φύση της τουριστικής συμπεριφοράς, ευαισθησία της τουριστικής ζήτησης στις κρίσεις ή τις φυσικές καταστροφές και περιορισμένη διαθεσιμότητα δεδομένων (Καραφλού, 2006).

#### **4.1.1 Χάος, κρίσεις και καταστροφές**

Μέρος της μακροπρόθεσμης μεταβλητότητας της τουριστικής ζήτησης οφείλεται στη διαταραχή του τουριστικού συστήματος από εξωτερικά γεγονότα. Η πολιτική αστάθεια, οι κοινωνικές αναταραχές, οι τρομοκρατικές ενέργειες, οι ταξιδιωτικοί ή συναλλαγματικοί περιορισμοί (Little, 1980), η οικονομική ύφεση, η πετρελαϊκή κρίση, οι ταξιδιωτικές οδηγίες, αλλά και πολιτιστικά ή αθλητικά γεγονότα επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση σε διάφορες περιοχές του κόσμου (Πετρόπουλος, 2005).

Ο Faulkner αναγνωρίζει ένα μεγάλο αριθμό κρίσεων και καταστροφών που επηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία και κυμαίνονται από φυσικά μέχρι -από ανθρώπους προκαλούμενα περιστατικά. Τα τελευταία χρόνια η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία έχει βιώσει πολλές κρίσεις και καταστροφές που περιλαμβάνουν: τρομοκρατικές επιθέσεις, πολιτική αστάθεια, οικονομική ύφεση, απειλές βιοασφάλειας και φυσικές καταστροφές. Ο Lee και ο Harrald (1990) δηλώνουν: “Οι φυσικές καταστροφές διαταράσσουν όχι μόνο τις αλυσίδες παροχής και διανομής, αλλά και τις καλύτερα προετοιμασμένες επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών είναι ιδιαίτερα ευάλωτες σε αποτυχίες ηλεκτρικών, επικοινωνιακών και άλλων κριτικών υποδομών. Αυτή η τρωτότητα μπορεί να γίνει καλύτερα αντιληπτή λαμβάνοντας υπόψη μας τα γεγονότα της 11ης Σεπτεμβρίου ή της βομβιστικής επίθεσης στο Bali, που επέδρασαν δραματικά στην τουριστική βιομηχανία. Ο Ritchie υποστηρίζει πως παρόλο τον απρόβλεπτο και δύσκολο ελέγξιμο χαρακτήρα των κρίσεων, το χάος και η αλλαγή πρέπει να αποτελεί ένα σημαντικό μέρος του μοντέρνου τουριστικού management.

Η ανάλυση της φύσης των κρίσεων και καταστροφών μπορεί να παρέχει οράματα για την διαχείρισή τους. Αυτό είναι εξαιρετικά σημαντικό για μια πολύπλευρη βιομηχανία όπως του τουρισμού, που επηρεάζεται από πολλούς εξωτερικούς παράγοντες. Μια στρατηγική, ενεργητική προσέγγιση στη διαχείριση κρίσεων απαιτεί:

- Ανάπτυξη ενεργητικού ελέγχου και σχεδιασμού
- Εφαρμογή στρατηγικών όταν συμβαίνουν κρίσεις ή καταστροφές
- Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των στρατηγικών αυτών για την εξασφάλιση συνεχούς βελτίωσης (Καραφλού, 2006).

## **4.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

### **4.2.1 Εισαγωγή**

Μερικά από τα συμπεράσματα της συστηματικής προσέγγισης των αναμενόμενων στον Παγκόσμιο και τον Ελληνικό Τουρισμό συνεπειών της κρίσης που περιλαμβάνει η έκθεση «Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός», την οποία κατάρτισε το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.) είναι ότι συνολικά, η τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας θα μειωθεί κατά τουλάχιστον 4,24% το 2009, ενώ η μείωση της τουριστικής κίνησης από τις παραδοσιακές αγορές θα είναι ακόμη μεγαλύτερη, τουλάχιστον 4,58%. Επίσης, η συρρίκνωση της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας θα έχει σημαντικά αρνητική επίδραση στον τομέα της απασχόλησης. Ειδικότερα, μία μείωση των αφίξεων κατά 5%, 10% ή 15% θα οδηγήσει στην απώλεια θέσεων εργασίας για ολόκληρη την οικονομία της τάξης των 69.000, 96.000 και 144.000 θέσεων εργασίας, αντίστοιχα. Η προσέγγιση αυτή, που όπως αποδείχθηκε ήταν πολύ επιεικής, βασίστηκε στις εκτιμήσεις της Eurostat για την πορεία του ΑΕΠ (Ιανουάριος 2009) στις κύριες αγορές του Ελληνικού Τουρισμού και στη συμπεριφορά των δυνητικών τουριστών των αγορών αυτών, με βάση τις μεταβολές στο εισόδημά τους. Έτσι:

- Τα πρώτα σημάδια της κρίσης βρίσκουν από τη μία τους καταναλωτές να μειώνουν δραστικά τις δαπάνες τους και από την άλλη τους μεγάλους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς να καταρρέουν.
- Οι καταναλωτές επαναπροσδιορίζουν τις προτιμήσεις τους και διαμορφώνουν τελικά νέα πρότυπα κατανάλωσης.
- Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μειωμένη ζήτηση και δυσκολία στη χρηματοδότηση.
- Οι οικονομολόγοι συμφωνούν ότι η οικονομία εισέρχεται σε περίοδο παρατεταμένης ύφεσης που θα διαρκέσει αρκετά, με κυριότερα χαρακτηριστικά εκτός από τη μείωση των καταναλωτικών δαπανών, την αύξηση της ανεργίας και τις ισχυρές αποπληθωριστικές πιέσεις (ΙΤΕΠ, 2009).

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (2009), οι κλάδοι που θα δεχτούν κατά κύριο λόγο τις δυσμενείς επιπτώσεις της κρίσης είναι εκείνοι της αγοράς αυτοκινήτων, της αγοράς ακινήτων και του τουρισμού.

#### **4.2.2 Προτεραιότητες στον τομέα της τουριστικής πολιτικής**

Ο Τουρισμός, ως βασική αναπτυξιακή επιλογή της Ελλάδας, πρέπει να εξασφαλίσει μια λειτουργική δομή, η οποία θα του επιτρέψει τον επιτυχή συντονισμό των συναρμοδιοτήτων που βρίσκονται σε πολλά υπουργεία. Πρώτη προτεραιότητα πρέπει να είναι η σαφής περιγραφή του τρόπου λειτουργίας του κυβερνητικού μηχανισμού σε ό,τι αφορά την υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής. Επόμενη προτεραιότητα, η μετεξέλιξη του ΕΟΤ σε οργανισμό προβολής του ελληνικού τουρισμού και της χώρας γενικότερα, στο πρότυπο του Visit Britain και του Maison de la France. Η εξέλιξη αυτή θα διευκολύνει την αποτελεσματική παρακολούθηση και διαχείριση της **διεθνούς τουριστικής ζήτησης**, παράλληλα με την βελτίωση της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας (Σ.Ε.Τ.Ε., 2009).

Ως προς την τουριστική αγορά αυτή καθεαυτή, προφανής προτεραιότητα είναι τα μέτρα που θα σκοπεύουν στη βελτίωση της ρευστότητας των τουριστικών επιχειρήσεων, συνολικά σε όλους τους κλάδους του τουρισμού και ανεξάρτητα από το μέγεθος κάθε επιχείρησης. Τέτοια μέτρα είναι: 1. να δοθούν άμεσα, δάνεια με εγγύηση του δημοσίου, για κεφάλαια κίνησης και 2. η αναστολή καταβολής τοκοχρεολυσίων για δυο χρόνια, με στόχο τη διευκόλυνση των επιχειρήσεων για την μετάβαση από την κρίση στην ανάκαμψη. Τέλος, στις απόλυτες προτεραιότητες της ηγεσίας του τουρισμού πρέπει να περιλαμβάνεται η συνεχής και ειλικρινής συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα, όπως αυτός εκπροσωπείται και εκφράζεται μέσω των θεσμικών φορέων του (ΣΕΤΕ, 2009).

#### **4.2.3 Αναστροφή του αρνητικού κλίματος με επικοινωνιακή πολιτική**

Ωστόσο επιθετική προωθητική επικοινωνιακή πολιτική πρέπει να ακολουθήσει ο ΕΟΤ το επόμενο χρονικό διάστημα, προβάλλοντας το «θετικό πρόσωπο» της Ελλάδας, προκειμένου να προσελκύσει όσο το δυνατόν περισσότερους τουρίστες το φετινό καλοκαίρι, εν όψει και της οικονομικής κρίσης.

Στο πλαίσιο αυτό, πρέπει να δημιουργηθούν από την κρατική τηλεόραση ειδικά προωθητικά DVD, στα οποία θα υπάρχει και μήνυμα του Πρωθυπουργού, και να σταλούν στις πρεσβείες μας στο εξωτερικό για να διανεμηθούν στους tour operators. Μάλιστα, στην προσπάθεια να σταματήσει η επίθεση εναντίον της Ελλάδας από πολλά ξένα έντυπα, πρέπει να εξασφαλιστούν κονδύλια, προκειμένου να αποπληρωθούν χρέη του ΕΟΤ σε ξένα έντυπα και τηλεοπτικά μέσα.

Μία κίνηση για συνεχή ενημέρωση των επιπτώσεων του κλάδου αποτελεί η άμεση και συνεχής εκτίμηση για τις απώλειες σε έσοδα (από κρουαζιέρες, αφίξεις, συνέδρια κ.λπ.), για το λόγο αυτό το Υπουργείο επιδιώκει να βρίσκεται σε διαρκή επαφή με το Σύνδεσμο

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ). Επίσης για προφύλαξη από επεισόδια στους αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία και για να μην αποκλειστούν αυτά (όπως συνέβη πρόσφατα με την Ακρόπολη) η πολιτεία πρέπει να φροντίζει ώστε να ενισχυθεί η φύλαξή τους (ΕΟΤ, 14-5-2020).

#### **4.2.4 Νέο forum για τον τουρισμό**

Το [www.greektourism2020.gr](http://www.greektourism2020.gr) είναι ο νέος χώρος δημόσιας διαβούλευσης στο διαδίκτυο, με θέμα τον τουρισμό. Ο κάθε ενδιαφερόμενος, απλός πολίτης, εκπρόσωπος τουριστικής επιχείρησης ή μέλος της ευρύτερης τουριστικής οικονομίας, μπορεί να σχολιάσει /καταθέσει προτάσεις που αφορούν σε καίρια θέματα του τουρισμού, όπως η Διαχείριση Κρίσεων, η Διοικητική Διάρθρωση του Ελληνικού Τουρισμού, το Περιβάλλον και οι Κλιματικές Αλλαγές, η Επικοινωνιακή Στρατηγική, η Επιστημονική Υποστήριξη του Τουρισμού κ.ά. ([www.hotel-restaurant.gr](http://www.hotel-restaurant.gr)).

Το [www.greektourism2020.gr](http://www.greektourism2020.gr) έχει σκοπό να προσφέρει ένα βήμα ελεύθερης έκφρασης των ενδιαφερομένων, από το οποίο και σε συνδυασμό με ανάλογες δράσεις δημόσιας διαβούλευσης, θα προκύψει σειρά αναπτυξιακών προτάσεων για την τουριστική οικονομία της Ελλάδας.

Η δημιουργία της ιστοσελίδας εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο δράσεων του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων για την πρωτοβουλία «Ελληνικός Τουρισμός 2020». Με το πέρας των συζητήσεων και όταν οι διάφορες απόψεις αποκρυσταλλωθούν σε προτάσεις στρατηγικής, θα προταθεί ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο, το οποίο φιλοδοξεί να αποτελέσει την κοινωνικά αποδεκτή Λευκή Βίβλο για την ανάπτυξη της ελληνικής τουριστικής οικονομίας ([www.hotel-restaurant.gr](http://www.hotel-restaurant.gr)).

#### **4.2.5 Πόρταλ του ΕΟΤ για διοργάνωση συνεδρίων**

Μία από τις ενημερωτικές και διαφημιστικές ενέργειες του ΕΟΤ αφορά το πόρταλ για τη διοργάνωση συνεδρίων. Σ' αυτό το πόρταλ διαφημίζεται η δραστηριότητα του ΕΟΤ όσον αφορά τις συνεδριακές εκδηλώσεις και στοχεύει στην ανάπτυξη του εξωτερικού αλλά και του εσωτερικού τουρισμού. Η διοργάνωση συνεδρίων αποτελεί έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους και δυναμικούς τομείς για το ελληνικό τουριστικό προϊόν (συνεδριακός τουρισμός). Τα τελευταία χρόνια και με αφορμή τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας 2004, κατασκευάστηκαν στην περιοχή της Αττικής ειδικές εγκαταστάσεις και αναπτύχθηκαν οι αναγκαίες υποδομές για τη διοργάνωση συνεδρίων, μεγάλου και μικρότερου μεγέθους. Εξάλλου, στις περισσότερες περιοχές της χώρας, σύγχρονες

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και εξειδικευμένοι χώροι οργάνωσης συνεδρίων, μπορούν να προσφέρουν διευρυμένες δραστηριότητες και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, καθώς και την απαιτούμενη υποδομή για να φιλοξενήσουν τόσο μικρές εκδηλώσεις όσο και μεγάλα παγκόσμια συνέδρια. Σημειώνεται πως η πρόσβαση σ' αυτές τις περιοχές, όπου υπάρχουν χώροι οργάνωσης συνεδρίων, είναι ιδιαίτερα εύκολη και σύντομη. Οι υποδομές αυτές, συνδυασμό με το εξαιρετο κλίμα, τις अपαράμιλλες φυσικές της ομορφιές, τις θαυμάσιες ακτές, το σπάνιο πολιτιστικό απόθεμα, την εξαιρετική γαστρονομία, τη φημισμένη φιλοξενία και την πλούσια νυκτερινή και πολιτιστική διασκέδαση, καθιστούν αναμφίβολα την Ελλάδα ως έναν ιδανικό προορισμό για τη διοργάνωση συνεδρίων ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)). Αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με τους χώρους, τις προϋποθέσεις και τις διαδικασίες διοργάνωσης συνεδρίων στην Ελλάδα, παρέχονται από τους ακόλουθους φορείς των εξειδικευμένων επαγγελματιών της χώρας: Συνέδρια [http://www.eot.gr/portal/site/eot/menuitem.7f0d4e449429307c12596610451000a0/?vgnextoid=532f866ff342d110VgnVCM100000460014acRCRD&lang\\_chosen=el](http://www.eot.gr/portal/site/eot/menuitem.7f0d4e449429307c12596610451000a0/?vgnextoid=532f866ff342d110VgnVCM100000460014acRCRD&lang_chosen=el) ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr), 2010).

#### **4.2.6 Τουριστική συνεργασία Ελλάδας-Κίνας**

##### **1) Υφιστάμενο πλαίσιο**

Η σύναψη συμφωνίας ADS η οποία επιτρέπει, από την 1η Σεπτεμβρίου του 2004 στους Κινέζους να επισκέπτονται για τουρισμό την Ευρώπη (ζώνη Schengen) άνοιξε νέες προοπτικές για τον ελληνικό τουρισμό. Στο πλαίσιο αυτό, τον Ιούνιο 2005 εγκαινιάστηκαν τα Γραφεία του ΕΟΤ στο Πεκίνο. Πρόσφατα ξεκίνησε και η λειτουργία του Γραφείου ΕΟΤ στη Σαγκάη.

Η βούληση για την ενίσχυση της τουριστικής συνεργασίας μεταξύ της Ελλάδος και της Κίνας προβλέπεται από την Κοινή Δήλωση Συνολικής Στρατηγικής Εταιρικής Σχέσης Ελλάδος-Κίνας (Κ.Δ.), παρ. 16, καθώς και από τα πρακτικά της 9ης Μεικτής Διυπουργικής Επιτροπής (ΜΔΕ) παρ. 6. Σε αυτό το πλαίσιο, υπεγράφη στις 23.06.2006 Τουριστική Συμφωνία από τους Υπουργούς Τουρισμού των δύο χωρών. Η τουριστική συμφωνία προβλέπει:

α) συνεργασία αρμόδιων υπηρεσιών & τουριστικών πρακτόρων, β) ορισμό Ελλάδας ως τιμώμενης χώρας στην Διεθνή Έκθεση Τουρισμού στο Κουνμινγκ (1-4.11.2007), γ) συνεργασία σε θέματα εκπαίδευσης στον τομέα τουρισμού, δ) Σύσταση κοινής επιτροπής.

Επίσης το 2008 προτάθηκε η υπογραφή συμφωνίας συνεργασίας μεταξύ του ΕΟΤ και του Γραφείου Τουρισμού του Δήμου του Πεκίνου. Ο ΕΟΤ συμμετέχει εδώ και τέσσερα έτη σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις στο Πεκίνο, στη Σαγκάη και στο Κουνμινγκ.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Παράλληλα, έχουν προκληθεί άρθρα και εκπομπές στα ΜΜΕ και έχει πραγματοποιηθεί μία διαφημιστική καμπάνια. Επιπλέον, έχει μεταφραστεί υλικό προβολής στην κινεζική, το οποίο διανέμεται σε διάφορες εκδηλώσεις (Παπαδημητρίου, 2009).

## **2) Διαμόρφωση της τουριστικής αγοράς της Κίνας**

Σε πρόσφατη δημοσκόπηση που δημοσιεύθηκε στην China Daily το 64% των Κινέζων ερωτηθέντων δηλώνει πρόθυμο να ταξιδέψει κατά τη διάρκεια των πληρωμένων ετήσιων διακοπών τους (5-15 ημέρες), ενώ το 40% επιθυμεί να ταξιδεύει κατά τη διάρκεια των δύο βασικών κινεζικών εορτών (7-10 ημέρες σε κάθε εορτή), ήτοι Κινεζική Πρωτοχρονιά (συνήθως τέλος Φεβρουαρίου έως μέσα Μαρτίου) και Εθνική Εορτή (αρχές Οκτωβρίου).

Σύμφωνα με την Εθνική Υπηρεσία Τουρισμού Κίνας, το 2008 πραγματοποίησαν οι Κινέζοι συνολικά 1,85 δις ταξίδια. Στο εξωτερικό ταξίδεψαν 46 εκατ. Κινέζοι, παρουσιάζοντας αύξηση 12% σε σχέση με το 2007. Από το 2005 έως το 2008, ο εξερχόμενος τουρισμός έχει αυξηθεί κατά 15 εκατομ., εμφανίζοντας αύξηση κατά 48%. Συγκριτικά, ο αριθμός εισερχομένων τουριστών ανήλθε το 2008 σε 130 εκατομ. Για το τρέχον έτος, 2009, η Εθνική Υπηρεσία Τουρισμού Κίνας προβαίνει σε εκτιμήσεις για αύξηση του εξερχόμενου τουρισμού κατά 9% και του εισερχόμενου κατά 1,5%. Σύμφωνα όμως, με εκτιμήσεις αναλυτών αλλά και από διάφορες ενδείξεις στην αγορά, οι εν λόγω εκτιμήσεις για αύξηση του τουρισμού θα πρέπει να αναθεωρηθούν σημαντικά προς τα κάτω, λόγω της αυτοσυγκράτησης των καταναλωτών εξαιτίας της διεθνούς οικονομικής επιβράδυνσης. Επιπλέον, αναμένεται, ότι ο εξερχόμενος τουρισμός θα υποστεί το 2009 και στις αρχές του 2010 μεγαλύτερη μείωση, εκτιμώντας, ότι οι κινεζικές αρχές ήδη προσπαθούν (αποστέλλοντας εγκυκλίους με σχετικές οδηγίες στα κρατικά ταξιδιωτικά πρακτορεία) να κατευθύνουν τον τουρισμό προς το εσωτερικό της χώρας, με στόχο την αναθέρμανση και ενίσχυση των τοπικών οικονομιών. Πολλά ξενοδοχεία στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α. καθώς και αρκετές διεθνείς αεροπορικές εταιρίες έχουν ήδη μειώσει τις τιμές τους, προκειμένου να προσελκύσουν περισσότερους ταξιδιώτες από την Κίνα.

Αναλύσεις δείχνουν, ότι οι κάτοικοι των νοτιοανατολικών επαρχιών πλήττονται περισσότερο από την διεθνή συγκυρία και η ανασφάλεια εάν θα απωλέσουν τις θέσεις εργασίας τους ωθεί σε μεγαλύτερη αυτοσυγκράτηση σε σχέση με την πραγματοποίηση ταξιδιών. Αντίθετα, οι διεθνείς εξελίξεις επηρεάζουν λιγότερο τους κατοίκους της κεντρικής και δυτικής Κίνας, οι οποίοι, καίτοι διαθέτουν χαμηλότερο εισόδημα, έχουν εξασφαλισμένη

εργασία και μπορούν να ταξιδεύουν τουλάχιστον μία φορά κάθε έτος. Αναμένεται, ότι αυτές οι περιοχές θα εξελιχθούν στο μέλλον σε ατμομηχανή της κινεζικής οικονομίας.

Η συντριπτική πλειοψηφία των Κινέζων τουριστών κατευθύνεται προς τις ασιατικές χώρες (Ταϊλάνδη, Βιετνάμ, Ν. Κορέα, Σιγκαπούρη κ.ά.). Μόνον το 5,5% αυτών έχει ως προορισμό την Ευρώπη. Το 2008, ο αριθμός των Κινέζων επισκεπτών που κατευθύνθηκε προς την Ευρώπη, εκτιμάται, ότι ανήλθε σε 2,5 εκατομ. Ως βασικοί προορισμοί παραμένουν η Γερμανία, η Γαλλία και η Ιταλία, στους οποίους κατευθύνεται περ. το 50% των συνολικών επισκεπτών της Ευρώπης.

Η ραγδαία αύξηση του εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού οδήγησε στην ταχεία ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας στο σύνολό της. Τα λειτουργούντα στην Κίνα τουριστικά πρακτορεία μεγάλης εμβέλειας υπολογίζονται σε περ. 600-1.000, ενώ ο αριθμός των κινεζικών αεροπορικών εταιριών, εκτός από την Air China, ανέρχεται σε 40, εκ των οποίων 10 πραγματοποιούν διεθνή δρομολόγια.. Στο εσωτερικό της χώρας, η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει πλήθος ξενοδοχείων, εστιατορίων και λοιπά επαγγέλματα, σε ορισμένες περιοχές δε, η τουριστική βιομηχανία αποτελεί την ατμομηχανή της τοπικής οικονομίας (Παπαδημητρίου, 2009).

### **3) Η θέση της Ελλάδος**

Ο τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα, μαζί με τη ναυτιλία, μία πηγή κάλυψης του εμπορικού ελλείμματος που έχει η χώρα μας με την Κίνα. Το 2008 η Ελλάδα, σε σχέση με άλλες χώρες της συμφωνίας Σένγκεν, ενίσχυσε ποσοτικά τη θέση της. Αντίθετα, όμως, εμφάνισε πτώση του αριθμού των ποιοτικών επισκεπτών που έχουν υψηλότερα εισοδήματα (ατομικές και επιχειρηματικές βίζες). Σε κάθε περίπτωση, την Ελλάδα επισκέπτονται ετησίως περ. 15.000-20.000 Κινέζοι επισκέπτες που είναι πολύ μικρός αριθμός σε σχέση με τους Κινέζους επισκέπτες στην Ευρώπη και σε σχέση με το συνολικό αριθμό τουριστών στη Χώρα μας. Ευκαιρίες προσφέρονται στον τομέα του θεματικού τουρισμού (ταξίδι μέλιτος, αρχαιότητες, καζίνο) (Παπαδημητρίου, 2009).

### **4) Τρόποι και μέθοδοι προβολής και προώθησης**

Ορισμένες χώρες ή μεγάλα ταξιδιωτικά πρακτορεία που έχουν την οικονομική δυνατότητα προβάλλουν διαφημιστικά σποτ στην τηλεόραση (The Travel Channel και China Central TV-CCTV). Ασφαλώς, αυτός είναι ένας ενδεδειγμένος τρόπος προβολής στο ευρύ κοινό. Για να είναι όμως και αποτελεσματικός, σε σχέση με τις δαπάνες, προϋπόθεση είναι,



*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

ότι θα υφίσταται ήδη συνεργασία του ΕΟΤ με βασικά ταξιδιωτικά πρακτορεία που διακινούν μεγάλο αριθμό εξερχομένων τουριστών.

Η συμμετοχή του ΕΟΤ σε Διεθνείς και Ειδικές Εκθέσεις είναι ένας καλός τρόπος προβολής και προώθησης, ιδίως για τουριστικούς πράκτορες, ξενοδοχεία, εταιρίες yachting κ.ά. που προσπαθούν να δημιουργήσουν ή να διευρύνουν το δίκτυο συνεργασιών τους. Πολλές φορές, η παρουσία της εταιρίας στις εκθέσεις θεωρείται απαραίτητη ακόμη και εάν έχει δημιουργήσει ικανοποιητικό δίκτυο συνεργατών. Η συμμετοχή στις εκθέσεις του ΕΟΤ συμβάλει στην καλλιέργεια σχέσεων με τους συνεργάτες και προσδίδει κύρος. Οι τουριστικοί πράκτορες που στοχεύουν σε συμμετοχή τους σε τουριστική έκθεση θα πρέπει να έχουν δυναμική, να προσφέρουν εξειδικευμένα πακέτα, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες των Κινέζων επισκεπτών και να στοχεύουν σε μακροχρόνιες συνεργασίες με Κινέζους τουριστικούς πράκτορες ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr), 2010).

Πέραν των ανωτέρω, στην πολιτική του κάθε τουριστικού πρακτορείου θα πρέπει να ενταχθούν και δράσεις που αποσκοπούν στην καλλιέργεια σχέσεων με τους συνεργάτες, τους πελάτες και τα πρόσωπα που βρίσκονται στο περιβάλλον του. Ιδιαίτερα στην Κίνα, οι διαπροσωπικές σχέσεις είναι σημαντικές για την ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων. Στο πλαίσιο αυτό, ο Έλληνας τουριστικός πράκτορας θα πρέπει να φροντίζει και τη στήριξη του αντιπροσώπου του στην αγορά, με την παροχή διαφημιστικού-προωθητικού υλικού, δώρων για τους πελάτες, υλικού για in-store-promotion κ.ά. (Παπαδημητρίου (2009).

#### **4.2.7 Προγράμματα του ΕΟΤ ενίσχυσης εσωτερικού τουρισμού**

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) για την ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού έθεσε σε εφαρμογή το Πρόγραμμα «Τουρισμός για όλους» Εξαήμερων Διακοπών 2010–2011, το οποίο είχε ισχύ από **09-07-2010** έως **31-3-2011**. Για το πρόγραμμα αυτό διετεθήσαν 100.000 Δελτία ([www.epa.gr](http://www.epa.gr), 2010). Ο Ε.Ο.Τ. επιδοτεί τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα ανά άτομο και ανά διανυκτέρευση και ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου από 6-14,00 € ημερησίως ([www.eot.gr](http://www.eot.gr), 2010-2011). Το πρόγραμμα αυτό αποτελεί μια προσπάθεια να τονωθούν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Δικαιούχοι είναι υπάλληλοι και συνταξιούχοι του Δημοσίου, ασφαλισμένοι του ΟΑΕΕ, του ΝΑΤ, καθώς και όσοι δεν δικαιούνται να κάνουν χρήση των αντίστοιχων προγραμμάτων της Εργατικής Εστίας. Το πρόγραμμα, προϋπολογισμού 8 εκατ. ευρώ, είναι ανεξάρτητο από το πρόγραμμα κοινωνικού τουρισμού της Εργατικής Εστίας, με αποδέκτες άλλα 550.000 άτομα. Εν όψει της οικονομικής κρίσης, όπως είδαμε, ο ΕΟΤ έθεσε το πρόγραμμα σε εφαρμογή από τον Ιούλιο, δηλαδή ενωρίτερα από άλλες χρονιές.

#### **4.2.8 Επιδοτήσεις για πρόσληψη ανέργων**

Ένα πρόγραμμα του ΟΑΕΔ, εν όψει και της οικονομικής κρίσης, που λειτούργησε το 2010 ήταν η επαναπρόσληψη 50.000 ανέργων σε εποχικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, με την επιχορήγηση των ασφαλιστικών εισφορών για χρονικό διάστημα έως και δύο μηνών. Έθεσε σε εφαρμογή το πρόγραμμα διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου και σε αυτό μπορούσαν να υπαχθούν οι εποχικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις εφόσον επαναπροσλάβουν το ίδιο προσωπικό που απασχολούσαν κατά το προηγούμενο έτος. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έπρεπε να πληρούν τις εξής προϋποθέσεις: Να διαθέτουν άδεια λειτουργίας του Ε.Ο.Τ. σε ισχύ, να έχουν βεβαίωση εποχικής λειτουργίας από τον οικείο φορέα. Από το πρόγραμμα μπορούσαν να ωφεληθούν εποχικά άνεργοι, οι οποίοι επαναπροσλαμβάνονται από τις εποχικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Άνεργοι, οι οποίοι προσλαμβάνονται από τις εποχικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για να καλύψουν ενδεχομένως κενές (λόγω της ύπαρξης εποχικών ανέργων) ή επιπλέον θέσεις ([www.pameevros.gr](http://www.pameevros.gr), 2010).

#### **4.2.9 Επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων κορεσμένων περιοχών**

Στον αναπτυξιακό νόμο του υπ. Ανάπτυξης, προβλέπονταν επιδοτήσεις για τη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών κλινών. Ένα μέτρο λοιπόν που πρόκειται να εφαρμόσει είναι η επιδότηση της απόσυρσης των παλαιών ξενοδοχείων, κυρίως στις κορεσμένες τουριστικά περιοχές και όχι η ενίσχυση της δημιουργίας νέων, καθώς η επάρκεια στις κλίνες έχει ξεπεράσει κάθε προσδοκώμενο όριο. Παράλληλα, ένα σημαντικό μέρος των κονδυλίων πρέπει να δαπανηθεί προς την κατεύθυνση της ενίσχυσης των δημόσιων υποδομών, προκειμένου να αξιοποιηθεί και αναβαθμισθεί το ξενοδοχειακό προϊόν. Από την άλλη πλευρά, οι φορείς συμφωνούν στην άρση του κορεσμού για τις τουριστικές περιοχές. Όμως οι διεθνείς οικονομικές συγκυρίες οδηγούν όχι μόνο την Ελλάδα, αλλά όλες τις ευρωπαϊκές χώρες σε δύσκολα χρόνια. Έτσι, η υπερπληθώρα στις κλίνες θα οδηγήσει πολλές επιχειρήσεις στο κλείσιμο, καθώς οι μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις αντιστοιχούν περίπου στο μισό του ξενοδοχειακού δυναμικού της Ελλάδας.

Κρίνεται λοιπόν απαραίτητη η διαφοροποίηση του περιεχομένου των νόμων παροχής επενδυτικών κινήτρων, διότι είναι γνωστό ότι υπάρχει υπερσυγκέντρωση τουριστικών καταλυμάτων σε συγκεκριμένες περιοχές, που είναι ήδη υπερανεπτυγμένες σε βαθμό που η υπερπροσφορά να λειτουργεί σε βάρος του αποτελέσματος, τόσο από μικροοικονομική όσο και από μακροοικονομική πλευρά. Το μέσο ποιοτικό κέντρο βάρους της τουριστικής ανωδομής, συγκρινόμενο με αυτό των ανταγωνιστριών χωρών της Μεσογείου, είναι χαμηλό,

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

ως αποτέλεσμα της φυσιολογικής γήρανσης πολλών καταλυμάτων αλλά και της υπερπροσφοράς.

Υπάρχουν εξαιρετικά προικισμένες περιοχές της χώρας που μπορούν και πρέπει να αναπτυχθούν τόσο για τη διασπορά του τουριστικού προϊόντος όσο και για τη βοήθεια που πρέπει να δοθεί από την κεντρική εξουσία σε περιοχές που έχουν τις προϋποθέσεις αλλά δεν έχουν εναλλακτικές λύσεις για οικονομική ανάπτυξη, βελτίωση της απασχόλησης και δυνατότητα συγκράτησης του ενεργού πληθυσμού στην Περιφέρεια. Στη βάση των πιο πάνω διαπιστώσεων, οι προτάσεις για τα επενδυτικά κίνητρα θα διαφοροποιηθούν μεταξύ αναπτυγμένων και μη αναπτυγμένων τουριστικά περιοχών, όπου στις αναπτυγμένες περιοχές θα πρέπει να συνεχιστούν τα εκτός επιδοτήσεων λοιπά κίνητρα, ενώ οι επιδοτήσεις θα πρέπει να κατευθυνθούν προς τις ανακαινίσεις ολοκληρωμένης μορφής, στις επενδύσεις ειδικού τουρισμού και γενικά στις επενδύσεις βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών, εξαιρουμένων των δωματίων. Στις υπό ανάπτυξη περιοχές, όλων των κατηγοριών τα κίνητρα, ως τα μοναδικά εργαλεία δημιουργίας οικονομικών δραστηριοτήτων, θα πρέπει να επικεντρωθούν εκεί όπου απουσιάζει ή συρρικνώνεται η συμμετοχή των άλλων τομέων της οικονομίας. Στον ίδιο τομέα αρμοδιότητας υπάγεται και το μεγάλο πρόβλημα της ανάγκης απόσυρσης των απαξιωμένων καταλυμάτων, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους που λειτουργούν υποβαθμιστικά για το σύνολο του τουριστικού προϊόντος, σύροντας τις τιμές προς τα κάτω και ασκώντας αθέμιτο ανταγωνισμό στα νεώτερα βελτιωμένα και στα ανακαινισμένα προϊόντα (Ναυτεμπορική, 2008).

#### **4.2.10 Επιδοτήσεις για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία**



Ένα από τα μέτρα ενίσχυσης της τουριστικής πολιτικής που ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2010, είναι η ενίσχυση των ξενοδοχείων μέσω της διάθεσης προκαταβολών συνολικού ύψους 20 εκατ. ευρώ σε περισσότερες από 2.200 τουριστικές επιχειρήσεις που υλοποιούν ψηφιακές επενδύσεις, στο πλαίσιο της δράσης «digi-lodge», από την Ειδική

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Γραμματεία Ψηφιακού Σχεδιασμού του Υπουργείου Περιφερειακής Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας («Καθημερινή», 15-9-2010).

Η προκαταβολή αντιστοιχεί στο 30% του κόστους της επένδυσης και καταβάλλεται με στόχο να επιταχυνθούν τα έργα ενόψει προετοιμασίας της επόμενης τουριστικής περιόδου. Στην δράση «digi-lodge» συμμετέχουν έως σήμερα 2.278 τουριστικά καταλύματα κάθε τύπου και κατηγορίας (ξενοδοχεία, Motel, ενοικιαζόμενα δωμάτια κ.λπ.) που ενισχύονται στις τεχνολογικές τους επενδύσεις, με σκοπό: -την ολοκληρωμένη και ποιοτική παρουσίαση στο Διαδίκτυο των εγκαταστάσεων τους καθώς και της ευρύτερης τοποθεσίας στην οποία βρίσκονται, ώστε να ενισχυθεί η Ελληνική τουριστική προβολή στο Διαδίκτυο, την πραγματοποίηση κρατήσεων μέσω διαδικτύου για όλο το εύρος των υπηρεσιών και προϊόντων τους, και -την προσέλκυση νέων πελατών μέσω της παροχής ολοκληρωμένων ψηφιακών υπηρεσιών εξυπηρέτησης, τη δημιουργία στις εγκαταστάσεις τους σημείων ασύρματης πρόσβασης στο διαδίκτυο κ.λπ. Η υλοποίηση των παραπάνω πραγματοποιείται με την ανάπτυξη και αξιοποίηση εφαρμογών διαδικτυακής προβολής και ηλεκτρονικών κρατήσεων καθώς και με την ολοκλήρωση αυτών των εφαρμογών με συστήματα μηχανογράφησης των τουριστικών μονάδων («Καθημερινή», 15-9-2010).

#### **4.2.11 Επιδότηση αποκατάστασης διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων**

Η επιδότηση προβλέπεται για λόγους που έχουν να κάνουν με τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε τόπου και την αισθητική αναβάθμισή του μέσω της αποκατάστασης κτιρίων που έχουν χαρακτηριστεί από τις αρμόδιες υπηρεσίες παραδοσιακά. Από την άλλη η μετατροπή παραδοσιακών κτιρίων σε ξενώνες δίνει μια άλλη προοπτική στην ανάπτυξη του τουρισμού της περιοχής και συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η μορφή και το ύψος της επιδότησης εξαρτάται από το εάν το κτίσμα έχει χαρακτηριστεί παραδοσιακό ή διατηρητέο, από την μελλοντική του χρήση και από το που βρίσκεται (μέσα σε παραδοσιακό οικισμό ή όχι) ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr), 2010).

#### **A. Επιδότηση αποκατάστασης διατηρητέων κτισμάτων σε όλη την Ελλάδα με μελλοντική χρήση κατοικίας**

Τα κίνητρα είναι δύο κατηγοριών: τα οικονομικής φύσεως και τα διοικητικής φύσεως. Οι ιδιοκτήτες διατηρητέων κτισμάτων, οι οποίοι επιθυμούν να τα συντηρήσουν προκειμένου να τα χρησιμοποιήσουν στη συνέχεια ως κατοικία, απαλλάσσονται από το ήμισυ των τόκων που θα καταβάλουν για την αποπληρωμή του δανείου. Η επιδότηση αφορά νέα δάνεια που φτάνουν μέχρι το ποσό των 100.000 ευρώ, ενώ προορίζονται για επισκευές σε διατηρητέα κτίσματα σε όλη την Ελλάδα. Για τα ίδια κτίσματα προβλέπεται και

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

μεταφορά του ενδεχομένως εναπομείναντος συντελεστή δόμησης, σύμφωνα με τον Ν. 880/79 (Ν. 2300/95). Προβλέπονται επίσης φορολογικές ελαφρύνσεις στις περιπτώσεις μεταβίβασης, κληρονομιάς και δωρεάς διατηρητέων κτισμάτων με μείωση κατά 20% επί της φορολογητέας αξίας αυτών, υπό την προϋπόθεση ότι έχει συντελεστεί η πράξη χαρακτηρισμού του κτίσματος ως διατηρητέου. Χρηματοδοτούνται μέσω ΥΠΕΘΟ (Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων) η μελέτη επισκευής - αποκατάστασης διατηρητέων κτισμάτων (η ανάθεση των μελετών μετά από διαγωνισμό γίνεται στις κατά τόπους Νομαρχίες), μέσω ΕΤΠΑ (Ειδικό Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης) οι εργασίες επισκευής - αποκατάστασης διατηρητέων κτιρίων βάσει του Ν. 2508/97, οι εργασίες αποκατάστασης διατηρητέων - παραδοσιακών κτιρίων και διαμόρφωσης ελεύθερων χώρων σε υποβαθμισμένες περιοχές - συνοικίες μέσω ΕΠΤΑ (Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης) και Μ.Ο.Π. (Μεσογειακών Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων).

Ένα βασικό κίνητρο για την διατήρηση των κτιρίων, ταυτόχρονα διοικητικής και οικονομικής φύσεως, είναι η ειδική ρύθμιση, δηλαδή η δυνατότητα προσθήκης κατ' έκταση ή καθ' ύψος σε διατηρητέο κτίσμα, όπως και η δυνατότητα ανέγερσης νέας οικοδομής στο οικόπεδο του διατηρητέου κτίσματος, με την προϋπόθεση ότι η επιτυγχανόμενη συνολική εκμετάλλευση δεν υπερβαίνει τους ισχύοντες όρους δόμησης της περιοχής.

Διοικητικής φύσεως κίνητρα είναι η μη ρυμοτόμηση των διατηρητέων κτιρίων όταν ρυμοτομούνται από το εγκεκριμένο ρυμοτομικό σχέδιο και για τους οικισμούς η εκπόνηση πολεοδομικών μελετών με ειδικούς όρους δόμησης που συμβάλλουν στην διατήρηση και ανάπτυξη αυτών των οικισμών ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Στόχος των ανωτέρω οικονομικής και διοικητικής φύσης κινήτρων είναι να ενισχυθούν οι ιδιοκτήτες διατηρητέων κτισμάτων και να παροτρυνθούν να τα αποκαταστήσουν. Αντίστοιχη επιδίωξη το να εξαλειφθεί το φαινόμενο της εγκατάλειψης και ερήμωσης των κτισμάτων που έχουν χαρακτηριστεί διατηρητέα. Τα ερειπωμένα διατηρητέα κτίσματα αποτελούν πληγή τόσο για τον ιδιοκτήτη τους όσο και για το δομημένο περιβάλλον και είναι σημαντικό τόσο να διασωθούν όσο και να αναδειχθούν. Τα κτίσματα αυτά συνθέτουν σε μεγάλο βαθμό τη φυσιογνωμία του δομημένου περιβάλλοντος κάθε περιοχής. Μέσω της δικής τους προστασίας επιτυγχάνεται και η προστασία του αρχιτεκτονικού ιστού της πόλης.

## **B. Επιδότηση αποκατάστασης παραδοσιακών κτισμάτων εντός παραδοσιακών οικισμών με μελλοντική χρήση κατοικίας**

Τα ίδια ακριβώς οικονομικής και διοικητικής φύσεως κίνητρα, με τους ανάλογους στόχους και επιδιώξεις, ισχύουν και για χαρακτηρισμένα **παραδοσιακά κτίσματα**,

προκειμένου να χρησιμοποιηθούν στη συνέχεια ως **κατοικία**, με την προϋπόθεση όμως να βρίσκονται μέσα σε **παραδοσιακούς οικισμούς**.

### **Γ. Επιδότηση αποκατάστασης διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων σε όλη την Ελλάδα με μελλοντική χρήση τουριστικού καταλύματος**

Είναι σίγουρα η πιο ενδιαφέρουσα κατηγορία επιδότησης, όπου επιδοτείται τόσο η αποκατάσταση όσο και η νέα χρήση (ως τουριστικού καταλύματος) παραδοσιακών και διατηρητέων κτισμάτων, τα οποία βρίσκονται οπουδήποτε στην Ελλάδα.

Πρόκειται για την επισκευή - αποκατάσταση παραδοσιακών ή διατηρητέων κτισμάτων και η μετατροπή τους σε τουριστικά καταλύματα, σε εφαρμογή αρχιτεκτονικής μελέτης, που συντάσσεται σύμφωνα με τα οριζόμενα στο Π.Δ. 33/79 (ΦΕΚ 10/Α/24.01.79) και με την με αρ. 532249/27.07.94 (ΦΕΚ 616Β/09.08.94) απόφαση του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ. Τα ανωτέρω κτίσματα πρέπει να είναι χαρακτηρισμένα ως παραδοσιακά ή διατηρητέα, από τις αρμόδιες κατά τόπους Υπηρεσίες του Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. ή του ΥΠ.ΠΟ.

Η μετατροπή χαρακτηρισμένων παραδοσιακών ή διατηρητέων κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα ενισχύεται κατά προτεραιότητα στις περιοχές εφαρμογής των προγραμμάτων χωρίς κανένα επιπλέον περιορισμό ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr), 2010).

Το ύψος του προς επιδότηση προϋπολογισμού είναι κι αυτό, πρακτικά, χωρίς περιορισμό, και εξαρτάται κυρίως από την δυναμικότητα (δηλαδή τον αριθμό των κλινών) του προς ίδρυση τουριστικού καταλύματος. Οι επιδοτήσεις αυτές χορηγούνται υπό τον όρο ότι έχει προηγηθεί η τήρηση των νόμιμων διαδικασιών και η λήψη των νομίμων αδειών για την ίδρυση των αντίστοιχων τουριστικών καταλυμάτων. Στην κατηγορία αυτή, και επειδή πρόκειται περί τουριστικής επένδυσης, εκτός των κτιριακών, οι λοιπές δαπάνες οι οποίες επιδοτούνται είναι: Οι δαπάνες διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου. Οι δαπάνες κατασκευής κολυμβητικών δεξαμενών. Η αγορά και η εγκατάσταση καινούργιων, σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, περιλαμβανομένου και του ξενοδοχειακού. Τα μισθώματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, του οποίου αποκτάται η χρήση. Η αγορά και η εγκατάσταση καινούργιων σύγχρονων συστημάτων αυτοματοποίησης διαδικασιών και μηχανοργάνωσης, συμπεριλαμβανομένων των δαπανών αγοράς τού αναγκαίου λογισμικού και των δαπανών εκπαίδευσης του προσωπικού, στο στάδιο εγκατάστασής του. Η αγορά καινούργιων μεταφορικών μέσων διακίνησης υλικών και μαζικής μεταφοράς προσωπικού. Οι δαπάνες επενδύσεων για προστασία του περιβάλλοντος, περιορισμό της ρύπανσης του εδάφους, του υπεδάφους, των υδάτων και της ατμόσφαιρας, αποκατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος και ανακύκλωση του ύδατος. Οι δαπάνες για αγορά και εγκατάσταση

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

καινούργιου εξοπλισμού και για κατασκευή πάσης φύσεως εγκαταστάσεων, που προκύπτουν από τις κατά περίπτωση καθοριζόμενες προδιαγραφές και την κείμενη νομοθεσία του ΕΟΤ και που τυχόν δεν καλύπτονται από τις πιο πάνω οριζόμενες ως ενισχυόμενες δαπάνες. Οι δαπάνες επενδύσεων για αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, υποκατάσταση υγρών καυσίμων ή ηλεκτρικής ενέργειας με αέρια καύσιμα, επεξεργασμένα απορριπτόμενα υλικά από εγχώριες βιομηχανίες, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ανάκτηση απορριπτόμενης θερμότητας, καθώς και συμπαραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας και θερμότητας. Επίσης οι δαπάνες επενδύσεων για εξοικονόμηση ενέργειας, υπό την προϋπόθεση ότι η επένδυση δεν αφορά τον παραγωγικό εξοπλισμό, αλλά τον εξοπλισμό και τις εγκαταστάσεις κίνησης-λειτουργίας της μονάδας και από αυτήν προκύπτει μείωση τουλάχιστον 10% της καταναλισκόμενης ενέργειας (Καραγιάννης, 2010).

#### **4.2.12 Ίδρυση ιδιωτικού φορέα Ε.Ο.Τ.**

Οι επιχειρηματίες του τουρισμού αποφάσισαν να αναλάβουν μόνοι τους ό,τι αφορά την προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και το 2011 θα είναι έτοιμος ο νέος φορέας προβολής και διαφήμισης, όπως αναφέρει ο κ. Α. Ανδρεάδης, πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων και αντιπρόεδρος του ΣΕΤΕ και ο νέος ιδιωτικός ΕΟΤ αναμένεται να ολοκληρωθεί σε δύο χρόνια. Όπως αναφέρει ο ίδιος «για το 2011 απαιτείται άμεση δημιουργία επαγγελματικού φορέα προβολής διαφήμισης στα πλαίσια του Maison de la France ή Visit Britain. Ο φορέας αυτός πρέπει να είναι έτοιμος ως τον Οκτώβριο, για να ξεκινήσει για πρώτη φορά στα ελληνικά δεδομένα, επαγγελματική προβολή και διαφήμιση της χώρας. Θα έπρεπε ήδη να έχει τεθεί σε εφαρμογή σχέδιο ενίσχυσης των συνδέσεων των περιφερειακών αεροδρομίων με τακτικές και πτήσεις χαμηλού κόστους. Υπάρχει έντονο ενδιαφέρον αλλά όχι ο φορέας και η στρατηγική να τις προσελκύσει» ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr), 2010).

Οι επιχειρηματίες τουρισμού απογοητευμένοι από τις αποσπασματικές κινήσεις του κράτους στα θέματα τουρισμού αποφάσισαν να αναλάβουν οι ίδιοι την προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Ετοιμάζεται λοιπόν το business plan του νέου οργανισμού που θα αποτελεί συνδυασμό τεχνολογίας και σωστού marketing. Στη νέα ηλεκτρονική πλατφόρμα που θα δημιουργηθεί -και θα χρηματοδοτηθεί με ιδιωτικά κεφάλαια -όλοι όσοι ασχολούνται με τον τουρισμό θα «κατοχυρώνουν» το προϊόν τους. Στην πλατφόρμα θα υπάρχει οτιδήποτε έχει σχέση με τον τουρισμό: από τα εισιτήρια (αεροπορικά, ακτοπλοϊκά, εισιτήρια Μουσείων και αρχαιολογικών χώρων), μέχρι τα ξενοδοχεία, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, τα εστιατόρια, τα σκάφη αναψυχής, τα τουριστικά γραφεία, τους tour operators κ.λπ.

Παράλληλα κάθε ενέργεια διαφήμισης που γίνεται σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο ή από κάποια επιχείρηση θα έχει μετρήσιμο αποτέλεσμα. Μάλιστα τα έσοδα -από προμήθειες- που θα έχει ο νέος φορέας θα επενδύονται επίσης για δράσεις διαφήμισης και προβολής. Στόχος, είναι η χώρα να αποκτήσει τουριστική ταυτότητα και να υπάρχει ένας αρμόδιος φορέας για τη διαφήμιση και προβολή που δεν θα εξαρτάται από την εκάστοτε πολιτική ηγεσία. Ωστόσο πρέπει στο νέο αυτό σχέδιο να συμμετέχουν οι ιδιώτες-ξενοδόχοι στο μετοχικό κεφάλαιο του νέου φορέα.

Ωστόσο οι ξενοδόχοι θα ήθελαν και τη συμβολή και των κρατικών φορέων στο εγχείρημα αυτό, η οποία θα ήταν σημαντική, εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η χώρα, όμως, δεν είναι σίγουρο ότι θα υπάρξει κάποια συνεργασία. Κυρίως, δεν προβλέπεται κάποια συνεργασία, εν όψει και του γεγονότος, ότι ο ΕΟΤ αυτήν την περίοδο της οικονομικής κρίσης αντιμετωπίζει μεγάλα οικονομικά προβλήματα και προχωρά σε δραστηκές περικοπές, προμήθειες και έξοδα για την αντιμετώπιση των αρνητικών του ιδίων κεφαλαίων που έχει (-67,3 εκατ. ευρώ), ενώ για το έτος 2009 είχαν λογιστικοποιηθεί οι υποχρεώσεις του ΕΟΤ, ύψους 106,27 εκατ. ευρώ, που δεν είχαν πληρωθεί (Καραγιώργου, 2010).

#### **4.3 ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΕΟΤ ΣΤΟΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

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

Σε αυτή λοιπόν την περίοδο αναδεικνύονται για την εθνική οικονομία ιδιαίτερα όμως για τον Τουρισμό, δύο μείζονες κατευθύνσεις:

§ Η ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας και

§ Η ανάπτυξη της βιωσιμότητας και της επιχειρηματικότητας .

Η έλλειψη στρατηγικής για τον ελληνικό τουρισμό οδήγησαν σε μια παρατεταμένη κρίση και πτωτική πορεία σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς με ακόμα μεγαλύτερη πτώση των τουριστικών εσόδων (Λιάσκος, 2010). Χρειάζεται λοιπόν ο Ε.Ο.Τ. με τους άλλους κρατικούς φορείς να συνθέσει ένα νέο σχέδιο ανασύστασης του ελληνικού Τουρισμού με τομείς και δράσεις, μέσω του οποίου το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης να



*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

επιχειρήσει να ανακτήσει το χαμένο έδαφος και να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τη διαρθρωτικού χαρακτήρα κρίση που μαστίζει τον κλάδο, δημιουργώντας ταυτόχρονα μια νέα αισιόδοξη προοπτική.

**Στόχος** του ΕΟΤ για τον τουρισμό στην Ελλάδα είναι να οδηγηθεί πλέον σε μια νέα πορεία προς την ανάδειξη της χώρας ως προορισμού υψηλής ποιότητας τουρισμού στο εσωτερικό και στο εξωτερικό.

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

Αυτή η τουριστική πολιτική, θα μπορούσε να αναδείξει μια νέα τουριστική ταυτότητα που να κατοχυρώνει τη μοναδικότητα των ελληνικών προορισμών και να εξασφαλίζει τη διεθνή αναγνωρισιμότητά τους, και να αποτελεί σημαντικό πόλη έλευσης Ελλήνων και ξένων τουριστών ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr), 2010).

Σήμερα, οι τοπικές κοινωνίες σέβονται τον επισκέπτη και οι τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις αναβαθμίζουν ποιοτικά τις υπηρεσίες τους και επανασυνθέτουν την προσφορά τους. Η προσπάθεια για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητά μας, είναι ένα γεγονός που προϋποθέτει ποιότητα, υποδομές και ζεστή φιλοξενία. Προσπαθούμε να προωθούμε όχι απλά διακοπές αλλά "μοναδικές εμπειρίες" που θα μετατρέψουν ακόμη και τον πλέον σκεπτικιστή επισκέπτη σε θαυμαστή της Ελλάδας. Ο παράγοντας των Ολυμπιακών αγώνων επηρέασε και επηρεάζει την προοπτική του Ελληνικού Τουρισμού. Το αθλητικό αυτό γεγονός, πρόσφερε την αξιοποίηση της τεράστιας δημοσιότητας και προβολής υπέρ του τουριστικού προϊόντος με νέους τρόπους και μεθόδους, παράλληλα με τα κλασικά μέσα—καθώς και την διαμόρφωση και υλοποίηση ειδικών προγραμμάτων Marketing για την προβολή των τουριστικών πόρων της Ελλάδας.

Η Ε.Ο.Τ. σήμερα προσπαθεί να εκσυγχρονίσει τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα εκτιμώντας ότι μπορούν να δημιουργηθούν νέα δεδομένα στον έντονο ανταγωνισμό που υφίσταται ο τουριστικός τομέας, υλοποιώντας δράσεις για την προώθηση του εξωτερικού και εσωτερικού τουρισμού, όπως:

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

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

- § Με την άμεσες επενδύσεις στη διαφήμιση και προβολή της Ελλάδας (με νέα λογότυπα).
- § Με έγκαιρη κύρια εκστρατεία για τη μέγιστη αξιοποίηση της **μεταολυμπιακής περιόδου** με **συγκεκριμένη στόχευση** σε όλες τις κύριες αγορές και εκθέσεις του πλανήτη, καθώς και σε νέες αναπτυσσόμενες αγορές όπως αναφέρθηκε (Κίνα).
- § Με συμπληρωματικές δράσεις προβολής στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού (Μένουμε Ελλάδα) και σε συγκεκριμένους στόχους όπως ο συνεδριακός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός κ.ά.
- § Με αναβαθμισμένη και εντυπωσιακή παρουσία της χώρας στις Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις **με θετικά μηνύματα και επαίνους από όλους τους τουριστικούς φορείς της χώρας.**
- § **Με αύξηση** της επιχορήγησης στις νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις για καλύτερο συντονισμό των δράσεων τουρισμού.

Για την επικοινωνιακή πολιτική διόρισε διεθνή στρατηγικό σύμβουλο marketing του τουρισμού καθώς και προέβη στην σχεδίαση και κατασκευή σύγχρονης διαδικτυακής πύλης (portal), η οποία θα παρέχει ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών και υπηρεσιών στην Ελλάδα και το εξωτερικό ([www.eot.gr](http://www.eot.gr)).

Εκτός από τις επιχειρήσεις του κλάδου από την διαφημιστική καμπάνια του ΕΟΤ ωφελούνται χιλιάδες ΜΜΕ και εκατοντάδες χιλιάδες εργαζόμενοι στον τουρισμό που δραστηριοποιούνται στην Ελληνική Περιφέρεια στηρίζοντάς την οικονομικά (Λιάσκος, 2010).

- Προώθησε ένα σύγχρονο πλαίσιο υποστήριξης των πρωτοβουλιών του ιδιωτικού τομέα μέσω του **Αναπτυξιακού Νόμου**, με προμετωπίδα την αναβάθμιση της ποιότητας των καταλυμάτων, την διεύρυνση του φάσματος των τουριστικών επιχειρήσεων που ενισχύονται, την ενίσχυση των ειδικών μορφών τουρισμού και την απλούστευση των διαδικασιών ένταξης. Αυτή η ενέργεια θα δώσει ιδιαίτερη κινητικότητα στον επενδυτικό τομέα και αυξημένο ενδιαφέρον σε τομείς, όπως είναι τα νέα ξενοδοχεία, η θαλασσοθεραπεία, οι ιαματικές πηγές, το γκολφ, οι μαρίνες ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr)).
- Υποστήριξη υπουργικής απόφασης με το Υπουργείο Οικονομικών, με την οποία θα άρονται τα εμπόδια που σχετίζονται με γεωγραφικούς περιορισμούς για την ίδρυση και επέκταση ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων. Παράλληλα σε συνεργασία με το υπ. Τουριστικής Ανάπτυξης, βάζει τις προδιαγραφές για την ανάπτυξη των τουριστικών εγκαταστάσεων ειδικών μορφών τουρισμού, όπως θεματικά πάρκα, προπονητικά κέντρα κ.λπ.
- **Η οριζόντια συνεργασία και συνέργια με τα άλλα αρμόδια Υπουργεία μέσω επιτροπών** (Τουριστικός Νόμος της ίδρυσης του υπ. Τουριστικής Ανάπτυξης) για τις

εμπλεκόμενες αρμοδιότητες που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν και απαιτούν διευθετήσεις όπως π.χ., των υφισταμένων πολεοδομικών εκκρεμοτήτων των ξενοδοχείων, της απλούστευσης της διαδικασίας έκδοσης αδειών των τουριστικών καταλυμάτων με μείωση των δικαιολογητικών, της απόσυρσης παλαιών μονάδων και αλλαγής χρήσης, τις τουριστικές κατοικίες, την στρατηγική αερομεταφορών, τις κολυμβητικές δεξαμενές, την χρήση στρατιωτικών αεροδρομίων για τουριστικές πτήσεις Charter, την αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και την νομοθετική τακτοποίηση όλων των εκκρεμοτήτων. Παράλληλα έγινε διαμόρφωση των εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων σε συνεργασία με τα άλλα υπουργεία, καθώς κανείς μέχρι σήμερα δεν είχε επεξεργασθεί το πλαίσιο εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ως παράδειγμα αναφέρουμε τα προγράμματα Leader που αν και είχαν περάσει, ποτέ δεν καθορίστηκαν οι προδιαγραφές και η πιστοποίηση για αγροτουριστικές δραστηριότητες (Υπ. Τουριστικής Ανάπτυξης, 2003).

Δημιουργία νομοσχεδίου για τον Αγροτουρισμό και τον τουρισμό Υπαίθρου, καθώς επίσης κατάθεση **νομοσχεδίου για τον ιαματικό τουρισμό, ενώ σε συνεργασία** με τις διϋπουργικές επιτροπές ο ΕΟΤ επεξεργάζεται το θεσμικό πλαίσιο για τον αθλητικό τουρισμό, τον ιατρικό-θεραπευτικό τουρισμό και τον πολιτιστικό τουρισμό. Πρόσφατα ψηφίστηκε το νομοσχέδιο για τον καταδυτικό τουρισμό αποτέλεσμα της συνέργιας αυτής.

Προώθηση του ΕΟΤ από κοινού με το ΥΠΕΧΩΔΕ του νομοθετικού πλαισίου για **το χωροταξικό του τουρισμού** που προσδιορίζει τις προτεραιότητες της τουριστικής ανάπτυξης στις περιοχές της χώρας και ξεκαθαρίζει το τοπίο για τις επενδύσεις στον τουρισμό, συμβάλλοντας παράλληλα στην τοπική, περιφερειακή και εθνική ανάπτυξη. Επίσης προώθηση τροπολογιών που έχουν σχέση με πολεοδομικά θέματα των τουριστικών εγκαταστάσεων, ενώ έχουν ήδη προωθηθεί ρυθμίσεις για την απλοποίηση των μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

- Δημιουργία με νόμο **Επιτροπής ανάπτυξης συνεργιών με τις Περιφέρειες και με τις διοικήσεις της ΕΝΑΕ και της ΚΕΔΚΕ** για την καλύτερη συνεργασία και συντονισμό δράσεων στην προβολή και αντιμετώπιση άλλων βασικών θεμάτων του τουρισμού. Ο κατακερματισμός της διαφημιστικής προβολής και η ανυπαρξία συντονισμού των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων στα τουριστικά δρώμενα, επέβαλλε την δημιουργία αυτής της επιτροπής καθώς και την νομοθετική ρύθμιση ενιαίας τουριστικής προβολής και πολιτικής με τις Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις. Παράλληλα δημιουργήθηκε η εκτελεστική γραμματεία του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού μια μεγάλη εκπροσώπηση των τουριστικών φορέων, η οποία με την θεσμική της ιδιότητα παρεμβαίνει με συμβουλευτικό ρόλο στην διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής του υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

- **Σύσταση** σε κάθε Περιφέρεια, **Περιφερειακών Υπηρεσιών Τουρισμού (ΠΥΤ)** υπό τον ΕΟΤ με όλες τις αρμοδιότητες, που μεταβιβάστηκαν από τα Γραφεία Υποστήριξης Τουρισμού των Περιφερειών, υλοποιείται επίσης η δυνατότητα να ανοίξουν Γραφεία Τουρισμού σε όλες τις πόλεις και τους τουριστικούς προορισμούς όπου δεν υπάρχουν. Έτσι έγιναν νέα ανακαινισμένα γραφεία στην Θεσσαλονίκη, στην Τρίπολη και στις άλλες πόλεις της Ελλάδας που βρίσκονται στην εξυπηρέτηση του κάθε ενδιαφερόμενου, διεκπεραιώνοντας εκκρεμείς υποθέσεις.

- **Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων μέσω του ΕΠΑΝ** με την προκήρυξη νέων προγραμμάτων, τα οποία αφορούν νέες δράσεις κατάρτισης, ανταλλαγές ξενοδοχειακών υπαλλήλων, στη δημιουργία τουριστικών clusters, στην προώθηση της ελληνικής κουζίνας, στο τουριστικό επάγγελμα συνοδών. Αναμόρφωση του ΕΠΑΝ με την εξειδίκευση και στόχευση των μέτρων σε νέες μορφές τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, ιαματικός, θαλάσσιος, αστικός τουρισμός).

Στις ιδιωτικές επενδύσεις εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής θα ενταχθούν οι επιχειρηματίες για να πιστοποιηθούν με το ειδικό σήμα του ΕΟΤ, αλλά και να προβούν σε δαπάνες με στόχο την βελτίωση των επιχειρήσεών τους ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr), 2010).

- Σύσταση επιτροπής για τον εκσυγχρονισμό του πλαισίου τουριστικής κατάρτισης και εκπαίδευσης καθώς και η **ένταξη νέων ειδিকেύσεων και σχολών**. Δημιουργία νέων ΙΕΚ Θαλασσοθεραπείας-SPA, ορεινού τουρισμού και Λουτροθεραπείας για ειδικότητες Συνοδού Βουνού, Ειδικών Λουτροθεραπείας και Θαλασσοθεραπείας καθώς και τεχνικούς Μαγειρικής Τέχνης στην Κέρκυρα, Ρόδο, Ανδρίτσαινα, Καστανιά Ιτάμου, Καρδίτσας, Σταυρούπολη Ξάνθης, Σάμο, Αιδηψό και Ανάβυσσο Αττικής. Αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης με την ίδρυση πανεπιστημιακής πλέον Τουριστικής Σχολής.

#### **Αξιοποίηση των νέων δυνατοτήτων και δράσεων όπως:**

- Διεργασία και επαφές για άνοιγμα 49 νέων Γραφείων Τουρισμού σε νέες αγορές όπως η Τουρκία, η Ινδία, η Αργεντινή, το Ντουμπάϊ κ.λπ. Λειτουργία Γραφείου ΕΟΤ στο Πεκίνο, με θετικά αποτελέσματα.

- Νέος σχεδιασμός τουριστικών φυλλαδίων πληροφοριών και καταλόγων και τον νέο σχεδιασμό HI-TEC των γραφείων τουριστικών πληροφοριών.

- Τουριστική εκμετάλλευση όλων των αθλητικών και πολιτιστικών γεγονότων που θα πραγματοποιηθούν στην Ελλάδα (Eurovision, champions league, Europe corporate games κ.λπ.)

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

- Δημιουργία σε όλες τις πρωτεύουσες των Νομών της Χώρας Γραφείων Πληροφοριών καθώς και της αξιοποίησης των ΚΕΠ για την παροχή τουριστικών πληροφοριών.
- Σύναψη διμερών συμφωνιών για την τουριστική συνεργασία (Βαλκανικές χώρες, Τσεχία κ.ά.) την επεξεργασία νέων συνεργασιών (Λιβύη – Ντουμπί- Αίγυπτος) και την υλοποίηση του προγράμματος εκπαιδευτικής βοήθειας στην Αρμενία.
- Προετοιμασία Ελληνοϊαπωνικού φόρουμ στο Τόκυο.
- Προετοιμασία Ελληνοϊταλικού φόρουμ στην Αθήνα για κοινή στρατηγική στις μακρινές αγορές (Κίνα- Ιαπωνία – Λατινική Αμερική κ.λπ.)
- Κωδικοποίηση της τουριστικής νομοθεσίας και θεσμικό πλαίσιο για την λειτουργία των τουριστικών γραφείων.
- Επανεξέταση και εκσυγχρονισμός του νομοθετικού πλαισίου που αφορά στην κατηγοριοποίηση των ξενοδοχείων με βάση το σύστημα των αστεριών.
- Ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού - ενίσχυση υποδομών και προβολή ([www.seteconferences.gr](http://www.seteconferences.gr), 2010).



**Εικ. 4.1** 1956, Απόλλων, Ολύμπια, έκδοση ΕΟΤ, Καλλ. σύνθεση: Γ. Βακιρτζής - Π. Γαβράλος ([www.dyodeka.gr/mag/features/1598](http://www.dyodeka.gr/mag/features/1598))

---

## **Β ' ΜΕΡΟΣ**

# **ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ**

---

Έρευνα σε 5 ξενοδοχεία 3\*\*\* στην πόλη της Ρόδου

## **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφική ανασκόπηση όπως αναπτύχθηκε στο θεωρητικό μέρος, επιχειρήθηκε μια έρευνα σε πέντε ξενοδοχεία της πόλης της Ρόδου με κατηγορία τριών αστέρων. Η επιλογή της κατηγορίας αυτής έγινε διότι τα ξενοδοχεία τριών αστέρων αποτελούν συνήθη προτίμηση των περισσότερων τουριστών μεσαίου εισοδήματος και του εσωτερικού αλλά και του οργανωμένου εξωτερικού τουρισμού και έτσι αποτελούν αντιπροσωπευτικό δείγμα για το συγκεκριμένο θέμα που επιλέξαμε να διερευνηθεί. Το ερωτηματολόγιο που απευθύνθηκε στους υπεύθυνους του ξενοδοχείου έγινε με συνέντευξη κατόπιν συνεννόησης μαζί τους και αποτελείτο από 18 ερωτήσεις ανοικτού τύπου. Οι ερωτήσεις που επιλέχθηκαν αφορούσαν την πολιτική του ΕΟΤ για την ανάπτυξη και προβολή του τουρισμού στο εξωτερικό καθώς επίσης και πώς βοήθησαν τα προγράμματα εσωτερικού τουρισμού του ΕΟΤ στην αύξηση της τουριστικής κίνησης. Επίσης ένα νέο ζήτημα που ερευνήθηκε ήταν αν η δημιουργία ιδιωτικού φορέα τουριστικής προβολής από τους επιχειρηματίες τουρισμού θα συμβάλλει θετικά στον τουρισμό εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η οικονομία της Ελλάδας γενικότερα αλλά και ιδιαίτερα στον κλάδο του τουρισμού.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

### Hotel Nathalie ★★★



Εικ. 1 Άποψη του Hotel Nathalie

Όνομασία ξενοδοχείου	Nathali Hotel
Δωμάτια	61
Αστέρια	3
Προσωπικό	25 άτομα μόνιμο 5 άτομα εποχιακό
Υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων	κ. Γιάννης Ψαρρός κ. Λίζα Ψαρρού
Διεύθυνση	Σωτήρος 65 Ιξιά, Ρόδος
Τηλέφωνο	22410-92691
Fax	22410-90019
E-mail	<a href="mailto:info@nathalihotel.com">info@nathalihotel.com</a>

Το ξενοδοχείο Nathalie Hotel απέχει 5 χιλιόμετρα από την πόλη της Ρόδου με φόντο έναν λόφο με πεύκα σε μία ήσυχη περιοχή. Απέχει 500 μέτρα από τη θάλασσα του Αιγαίου, σε μικρή απόσταση με τα πόδια από τη ζωή του χωριού και σε ελάχιστη απόσταση από τις ταβέρνες, τα εστιατόρια και τα μπαρ. Προσφέρει εξαιρετη τοποθεσία από όπου μπορεί να εξερευνήσει κανείς τα αξιοθέατα του νησιού. Το προσωπικό του είναι πάντα πρόθυμο, με φιλική συμπεριφορά και τηρεί τους κανόνες περίφημης ελληνικής φιλοξενίας. Ο θεμέλιος λίθος της επιτυχίας αυτού του ξενοδοχείου είναι η προσοχή στη λεπτομέρεια και η αγάπη και η προσωπική φροντίδα που έχουν δοθεί για το ξενοδοχείο και τους επισκέπτες του. Σε κοντινή απόσταση βρίσκονται τα συνεδριακά κέντρα της περιοχής. Διαθέτει μπαρ, κλιματισμό, ιδιωτικό μπαλκόνι σε κάθε δωμάτιο.



Στο ερωτηματολόγιο που απευθύνθηκε στους υπεύθυνους δημοσίων σχέσεων του ξενοδοχείου κ. Γιάννη και Λίζα Ψαρρού, λάβαμε τις εξής απαντήσεις:

---

**1. Ποια πιστεύετε πως είναι η συμβολή του ΕΟΤ στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας;**

Ο Ε.Ο.Τ. έχει συμβάλλει σημαντικά ώστε να κρατάει το ενδιαφέρον των τουριστών για την Ελλάδα αμείωτο, τόσο στον εξωτερικό όσο και στον εσωτερικό τουρισμό.

**2. Έχει μέλλον ο τουρισμός στη χώρα μας και σε ποιους τομείς πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία;**

Ο τουρισμός αντιμετωπίζει προβλήματα κορεσμού. Χρειάζονται σημαντικές κρατικές επενδύσεις αν και εν όψει της οικονομικής κρίσης που διανύουμε αυτό φαίνεται δύσκολο για την ώρα.

**3. Ποια είναι η συμβολή του Ε.Ο.Τ. στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων και ποια η σημασία της για το μέλλον του τουρισμού;**

Η συμβολή του Ε.Ο.Τ. στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων είναι αδιαμφισβήτητη. Δόθηκε μεγάλο βάρος στην τεχνική υποδομή και πολλοί παραδοσιακοί οικισμοί μετατράπηκαν σε τουριστικά καταλύματα κάτι το οποίο αποτελεί διαχρονική αξία στην ανάπτυξη του τουρισμού της χώρας.

**4. Ποιοι οι στόχοι και οι επιδιώξεις του Οργανισμού Ξενοδόχων; Πιστεύετε πως μπορούν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που παρέχονται από τους διαφόρους που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία (ξενοδόχοι, πράκτορες, εστιατορες, ξεναγοί);**

Οι στόχοι του Οργανισμού Ξενοδόχων είναι η διατήρηση και αύξηση του τουριστικού ρεύματος. Επίσης στόχοι μας είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Σ' αυτό μπορεί να βοηθήσουμε και εμείς αν γίνουν συντονισμένες προσπάθειες.

**5. Πώς συνδυάζετε την τουριστική ανάπτυξη με την οικολογία; Μπορούν να συνεργαστούν μεταξύ τους; Πώς ο ΕΟΤ συμμετέχει σ' αυτές τις ενέργειες;**

Τα έργα ανάπτυξης επηρεάζουν το περιβάλλον αρνητικά. Ο ΕΟΤ προσπαθεί να βοηθήσει να διατηρηθεί η οικολογία του κάθε τουριστικού τόπου. Όμως η άναρχη δόμηση το εμποδίζει.

**6. Με ποιους τρόπους μπορούν να προσελκυσθούν τουρίστες με υψηλό εισόδημα, ώστε να φέρουν ένα σεβαστό συνάλλαγμα;**

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Οι τουρίστες με υψηλά εισοδήματα θέλουν διαφορετικό τρόπο προσέλκυσης όπως καζίνο, γήπεδα αθλητισμού (σκι, ιστιοπλοία), παροχή υψηλής ποιότητας τουρισμό. Εκείνο που μπορεί να βοηθήσει λοιπόν είναι η βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών καθώς και τα δελεαστικά πακέτα προσφορών.

**7. Οι Έλληνες που ασχολούνται με τον τουρισμό είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις των καιρών (παγκοσμιοποίηση);**

Ναι, υπάρχουν αρκετά καλές κτιριακές υποδομές στην Ελλάδα, αν και σε πολλά τουριστικά σημεία της χώρας. Αν και πιστεύουμε ότι οι περιοχές αυτές είναι σχετικά λίγες.

**8. Ποια είναι η θέση του τουρισμού στην οικονομία της χώρας;**

Ο τουρισμός μαζί με τη ναυτιλία αποτελούν σημαντικό εισόδημα για την οικονομία μας. Όμως τώρα υπάρχει μεγάλη κάμψη στο εισόδημα από την βιομηχανία του τουρισμού, η οποία θα αργήσει να διορθωθεί.

**9. Πώς αντιμετωπίζετε την πολιτική του Ε.Ο.Τ. να ενισχύσει οικονομικά τα έξοδα για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία;**

Αποτελεί μια επιτακτική ανάγκη για τις επιχειρήσεις στην σημερινή ηλεκτρονική εποχή που δίνει νέες δυνατότητες στο ενδιαφερόμενο κοινό και καθιστά την κράτηση καταλυμάτων ακόμα πιο εύχρηστη. Ο,τι μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη και εξυπηρέτηση του τουρίστα είτε είναι ο ντόπιος είτε ο αλλοδαπός είναι χρήσιμο για τον τουρισμό.

**10. Πιστεύετε ότι η επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων θα συμβάλλει στη μείωση του κορεσμού στις περιοχές όπου υπάρχει υπερπληθώρα ξενοδοχείων;**

Η συγκεκριμένη επιδότηση αποτελεί ένα καινοτόμο εγχείρημα διότι συμβάλλει στον αποσυμφορισμό των κορεσμένων περιοχών και καταπολεμά την υπερσυγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων σε ένα μέρος.

**11. Παρατηρείται αύξηση στον εσωτερικό τουρισμό μετά την έναρξη του προγράμματος του Ε.Ο.Τ. «Τουρισμός για όλους». Κατά πόσο συμβάλλει στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού η προώθηση αυτών των προγραμμάτων;**

Ένα μεγάλο μέρος των συναδέλφων μας μπορεί να διαθέσει τα δωμάτια γι' αυτό το σκοπό. Βοηθάει πάρα πολύ στην συμπλήρωση της πληρότητας των ξενοδοχείων μας γι' αυτό και συμμετέχουμε στο πρόγραμμα. Όμως θα μπορούσαμε να αμειβόμαστε καλύτερα και να παρέχουμε καλύτερες υπηρεσίες.

**12. Τα κουπόνια του ΕΟΤ «Τουρισμός για όλους» έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν τα ξενοδοχεία που συμμετέχουν στο πρόγραμμα;**

Ναι, θα βοηθήσουν τα ξενοδοχεία που συμμετέχουν στο πρόγραμμα, ειδικά αυτήν την δύσκολη περίοδο.

**13. Είναι ικανή η ίδρυση ή η επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών, να ενισχύσει τον εξωτερικό τουρισμό;**

Αρκετά. Γίνεται για υψηλού επιπέδου παροχές βοηθάει αφού προσελκύει μεγάλου εισοδήματος πελάτες του εξωτερικού. Χωρίς υποδομές δεν γίνεται να μας προτιμήσουν.

**14. Σε τι βοήθησε το πρόγραμμα του ΟΑΕΔ για επαναπρόσληψη 50.000 παλαιών ανέργων με επιδότηση ασφαλιστικών εισφορών (2) μηνών από ξενοδοχεία εν όψει και της οικονομικής κρίσης;**

Βοήθησε λίγο στη μείωση της ανεργίας των εποχιακών απασχολούμενων. Αν και οι ξενοδόχοι που δεν είχαν δουλειά προτίμησαν να απασχολήσουν λιγότερο προσωπικό για μείωση των εξόδων τους.

**15. Συνέβαλε η επιδότηση του ΕΟΤ για την αποκατάσταση διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων στην αύξηση τουρισμού;**

Δεν γνωρίζω καλά το πρόγραμμα και δεν έχω γνώμη. Όμως απ' ότι αντιλαμβάνομαι καλό μέτρο φαίνεται.

**16. Θα συμβάλλει θετικά στην προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος η δημιουργία ιδιωτικού ΕΟΤ από τους επιχειρηματίες τουρισμού;**

Ναι, γιατί υπάρχουν κίνητρα πολλά στον ιδιωτικό τομέα και πολλά συμφέροντα για οποία οι ιδιώτες μπορούν και να φέρουν καλύτερα αποτελέσματα.

**17. Πιστεύετε ότι η πολιτική που εφάρμοσε ο ΕΟΤ στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό ήταν ικανοποιητική διαχρονικά;**

Όχι, έχουν διατεθεί μεγάλα κονδύλια και αυτό είναι δυσανάλογο με τις υπηρεσίες που προσέφερε. Θα μπορούσε να είχε κάνει πολύ περισσότερα και να μην χρωστάει τόσα χρήματα.

**18. Ποιες είναι οι προτάσεις σας για το μέλλον του κλάδου εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η Ελλάδα;**

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Πρέπει να αλλάξει η εικόνα της Ελλάδας ώστε ο φυσικός πλούτος της να διακρίνεται και για την καλαισθησία του και αύξηση του εξωτερικού και εσωτερικού τουρισμού στην τουριστική περίοδο που υπάρχει ικανοποιητική τιμή για εμάς ώστε να καλύψουμε τα έξοδα συντήρησής μας

## City Center Hotel ★★★



Εικ. 2 Άποψη του City Center Hotel

Όνομασία ξενοδοχείου	City Center Hotel
Δωμάτια	54
Αστέρια	3
Προσωπικό	18 άτομα μόνιμο 4 άτομα εποχιακό
Διευθυντές, υπεύθυνοι τουρισμού και Δημοσίων Σχέσεων ΕΟΤ	κ. Βασιλόπουλος Δημήτριος κ. Δημάνη Μαρία
Διεύθυνση	Ηρώων Πολυτεχνείου 2, 85100 Ρόδος
Τηλέφωνο	22410 36612
Fax	22410 25427
E-mail	<a href="mailto:City.center@hotmail.com">City.center@hotmail.com</a>

Το ξενοδοχείο City Center είναι σύγχρονο και βρίσκεται πάνω σε ένα πολυσύχναστο δρόμο στην καρδιά της Ρόδου, δίπλα στο καζίνο. Η παραλία απέχει 100 μέτρα και η παλιά πόλη της Ρόδου βρίσκεται μόλις στα 500 μέτρα με πληθώρα επιλογών σε εστιατόρια και το μεσαιωνικό κάστρο σε συνδυασμό με το γραφικό λιμάνι και τα πολυάριθμα καταστήματα. Το αεροδρόμιο Διαγόρας απέχει μόλις 15 χμ, 20 λεπτά με το αυτοκίνητο.

**Παροχές ξενοδοχείου:** Εστιατόριο– Μπαρ – 24ωρη Ρεσεψιόν– Κήπος– Αίθριο– Δωμάτια για μη καπνίζοντες– Ανελκυστήρας – Γρήγορο check in/check out – Θυρίδα ασφαλείας – Θέρμανση – Χώρος αποθήκευσης αποσκευών — Κλιματισμός – Ειδικός Χώρος Καπνιστών  
**Δραστηριότητες:** Καζίνο.

**Υπηρεσίες:** Υπηρεσία δωματίου – Επιχειρηματικό κέντρο – Πλυντήριο ρούχων – Στεγνοκαθαριστήριο – Ενοικίαση ποδηλάτων – Ενοικίαση αυτοκινήτου – Οργάνωση εκδρομών – Φαξ/Φωτοτυπικό μηχάνημα – Υπηρεσία αγοράς εισιτηρίων – Μηχάνημα αυτόματης ανάληψης (ATM).

**Internet:** Wi-Fi διατίθεται στους κοινόχρηστους χώρους και δε χρεώνεται, Wi-Fi διατίθεται στα δωμάτια του ξενοδοχείου με επιπρόσθετη χρέωση.

Στο ερωτηματολόγιο που απευθύνθηκε στους υπεύθυνους του ξενοδοχείου οι οποίοι το διευθύνουν κ. Βασιλόπουλο Δημήτριο και κ. Δημάνη Μαρία, λάβαμε τις εξής απαντήσεις:

---

**1. Ποια πιστεύετε πως είναι η συμβολή του ΕΟΤ στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας;**

Πιστεύουμε ότι ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού έχει προσφέρει πολλά στην ανάπτυξη του τουρισμού, όμως μπορεί να αναδιαρθρωθεί στα πρότυπα αντίστοιχων οργανισμών άλλων χωρών, όπως είναι ο Τουριστικός Οργανισμός της Κύπρου, ο οποίος λειτουργεί περισσότερο ως ένα ιδιωτικός οργανισμός. Υπάρχουν πολλά προβλήματα που πρέπει να διορθωθούν και έχουν δημιουργηθεί πολλά ελλείμματα και σ' αυτόν τον τομέα, πράγμα που σημαίνει ότι έχει γίνει κακοδιαχείριση από τους υπεύθυνους.

**2. Έχει μέλλον ο τουρισμός στη χώρα μας και σε ποιους τομείς πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία;**

Ο τουρισμός πάντα είχε πρωτεύοντα ρόλο στην οικονομία της Ελλάδας αλλά δεν γνωρίζουμε εάν είναι ευόιωνο το μέλλον του. Πρέπει να υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές για να προσελκύσουν τους τουρίστες γιατί η αγορά του τουρισμού έχει μετατεθεί σε άλλες χώρες, όπως π.χ. η Τουρκία. Παράλληλα, πρέπει να αξιοποιηθούν τα φυσικά χαρακτηριστικά της χώρας, δημιουργώντας σημεία προσέλκυσης σε διάφορους τόπους π.χ. ιαματικές πηγές, θέρετρα κ.ά.

**3. Ποια είναι η συμβολή του Ε.Ο.Τ. στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων και ποια η σημασία της για το μέλλον του τουρισμού;**

Σίγουρα έγιναν ενέργειες από τον Ε.Ο.Τ. όσον αφορά την αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων χωρίς όμως ταυτόχρονα να δημιουργείται η κατάλληλη διαφημιστική καμπάνια, με αποτέλεσμα η συγκεκριμένη αναπτυξιακή πολιτική να μην έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα στην προσέλκυση μελλοντικών τουριστών.

**4. Ποιοι οι στόχοι και οι επιδιώξεις του Οργανισμού Ξενοδόχων; Πιστεύετε πως μπορούν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που παρέχονται από τους διαφόρους που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία (ξενοδόχοι, πράκτορες, εστιατορες, ξεναγοί);**

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Οι στόχοι των Ξενοδόχων πρέπει να επικεντρωθούν στην διατήρηση και αύξηση του τουριστικού ρεύματος καθώς και στην ανάπτυξη προγραμμάτων εσωτερικού τουρισμού. Αποφέρει πιο σίγουρα εισοδήματα για εμάς.

**5. Πώς συνδυάζετε την τουριστική ανάπτυξη με την οικολογία; Μπορούν να συνεργαστούν μεταξύ τους; Πώς ο ΕΟΤ συμμετέχει σ' αυτές τις ενέργειες;**

Ο ΕΟΤ προσπαθεί με τις ενέργειές του να διατηρήσει το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, όμως δεν είναι πάντα εφικτό. Πολλές τουριστικές συνοικίες έχουν υποστεί αλλοιώσεις σημαντικές. Έχουν κτιστεί δε πάρα πολλά ξενοδοχεία.

**6. Με ποιους τρόπους μπορούν να προσελκυσθούν τουρίστες με υψηλό εισόδημα, ώστε να φέρουν ένα σεβαστό συνάλλαγμα;**

Είναι δύσκολο. Οι τουρίστες αυτοί προτιμούν μέρη που έχουν καζίνο, λέσυχες, χώρους για άθληση όπως ιππασία, γκολφ, τέννις κ.ά. Ένας τρόπος είναι η προσέλκυση μέσω των tour operators.

**7. Οι Έλληνες που ασχολούνται με τον τουρισμό είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις των καιρών (παγκοσμιοποίηση);**

Όχι, δεν υπάρχουν σωστές υποδομές στην Ελλάδα. Υπάρχουν ελλείψεις στην εξυπηρέτηση, στα αεροδρόμια και στα λιμάνια. Πρέπει να δημιουργηθούν επίσης μαρίνες σε αρκετά σημεία που δέχονται τουρισμό για την αγκυροβόληση και διαμονή των επισκεπτών σε κοντινές τουριστικές περιοχές.

**8. Ποια είναι η θέση του τουρισμού στην οικονομία της χώρας;**

Είναι πολύ σημαντική αλλά δεν έχει δοθεί αρκετά μεγάλη σημασία από τους κρατικούς φορείς. Υπάρχουν προβλήματα γιατί πολλές χρηματοδοτήσεις χάνονται στο δρόμο. Η οικονομική κρίση επηρέασε και τον τουρισμό σε μεγάλο βαθμό.

**9. Πώς αντιμετωπίζετε την πολιτική του Ε.Ο.Τ. να ενισχύσει οικονομικά τα έξοδα για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία;**

Καλή ήταν η κίνηση για όσους μπόρεσαν να την χρησιμοποιήσουν. Κυρίως πραγματοποιήθηκε σε ξενοδοχεία τριών αστέρων και πάνω. Άλλωστε ο εκσυγχρονισμός πάντα βοηθάει στην ποιότητα παροχής υπηρεσιών. Αυτό το εκτιμούν πολύ οι τουρίστες του εξωτερικού.

**10. Πιστεύετε ότι η επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων θα συμβάλλει στη μείωση του κορεσμού στις περιοχές όπου υπάρχει υπερπληθώρα ξενοδοχείων;**

Είναι καλό μέτρο, διότι τα απαξιωμένα παλαιά ξενοδοχεία λειτουργούν υποβαθμιστικά. Ίσως δε αποτελέσει μια γραμμή σωτηρίας γι' αυτούς που θέλουν να σταματήσουν τις δραστηριότητές τους.

**11. Παρατηρείται αύξηση στον εσωτερικό τουρισμό μετά την έναρξη του προγράμματος του Ε.Ο.Τ. «Τουρισμός για όλους». Κατά πόσο συμβάλλει στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού η προώθηση αυτών των προγραμμάτων;**

Είναι ένα μέτρο που βοηθά στην αύξηση του εσωτερικού τουρισμού. Οσοι θέλουν μπορούν να ενταχθούν και να ενισχύουν τα εισοδήματά τους αν δεν πάει καλά η σαιζόν. Ελπίζουμε να υπάρχουν όμως χρήματα για να διαθέσουν οι δικαιούχοι, γιατί με την οικονομική κρίση μπορεί να μην έχουν ούτε για την συμμετοχή αλλά ούτε και για την διακίνηση στον τόπο επιλογής τους.

**12. Τα κουπόνια του ΕΟΤ «Τουρισμός για όλους» έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν τα ξενοδοχεία που συμμετέχουν στο πρόγραμμα;**

Λίγο θα βοηθήσουν. Θα έπρεπε να δοθούν περισσότερα κουπόνια και η επιδότηση στα συμμετέχοντα ξενοδοχεία να είναι μεγαλύτερη. Έτσι θα παρείχαμε και καλύτερες υπηρεσίες στους δικαιούχους.

**13. Είναι ικανή η ίδρυση ή η επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών, να ενισχύσει τον εξωτερικό τουρισμό;**

Θα βοηθήσει αρκετά. Θα προσελκύσει τουρίστες υψηλού εισοδήματος.

**14. Σε τι βοήθησε το πρόγραμμα του ΟΑΕΔ για επαναπρόσληψη 50.000 παλαιών ανέργων με επιδότηση ασφαλιστικών εισφορών (2) μηνών από ξενοδοχεία εν όψει και της οικονομικής κρίσης;**

Δύσκολη η απόφαση. Κονδύλια δεν υπήρχαν και πολλά. Δεν ξέρουμε αν το κράτος θα πληρώσει τελικά. Θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σαν έκτακτο προσωπικό την εποχή της αιχμής του τουρισμού. Οπωσδήποτε βοήθησε κάποιους που ήταν άνεργοι, αλλά για λίγο διάστημα.

**15. Συνέβαλε η επιδότηση του Ε.Ο.Τ. για την αποκατάσταση διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων στην αύξηση τουρισμού;**



*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Αυτές οι επιδοτήσεις για να χρησιμοποιηθούν θα πρέπει να υπάρχουν και ίδια κεφάλαια. Και αυτό είναι δύσκολο αυτήν την εποχή.

**16. Θα συμβάλει θετικά στην προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος η δημιουργία ιδιωτικού ΕΟΤ από τους επιχειρηματίες τουρισμού;**

Η δημιουργία ιδιωτικού φορέα για την προβολή του τουρισμού θα είναι ένα από τα καλύτερα μέτρα. Έχει εφαρμοστεί και σε άλλες χώρες. Οι ξενοδόχοι γνωρίζουν πολύ καλά ποια είναι τα συμφέροντά τους.

**17. Πιστεύετε ότι η πολιτική που εφάρμοσε ο ΕΟΤ στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό ήταν ικανοποιητική διαχρονικά;**

Σχεδόν ικανοποιητική. Δεν είναι είμαστε ευχαριστημένοι σε πολλά σημεία. Αλλά αφού είναι κρατικός οργανισμός οπωσδήποτε προσπαθεί.

**18. Ποιες είναι οι προτάσεις σας για το μέλλον του κλάδου εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η Ελλάδα;**

Είναι πολλά τα σημεία που πρέπει να προσεχτούν. Για την ώρα στοχεύουμε στην αποφυγή μεγάλου αριθμού προσωπικού, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών από την μεριά μας. Από την μεριά του ΕΟΤ πρέπει να προσεχθεί ο εσωτερικός τουρισμός και η ανάλογη προβολή στο εξωτερικό. Επίσης πρέπει να φροντίσει ο ΕΟΤ και οι άλλοι κρατικοί φορείς η εικόνα της Ελλάδας να φαίνεται και ωραία γιατί υπάρχουν και άλλες αξιόλογες αγορές τουρισμού και μπορεί να τις προτιμήσουν οι ξένοι και τότε θα έχουμε σημαντική μείωση εισοδημάτων αλλά και σοβαρό πρόβλημα διατήρησης της επιχείρησής μας.

## Hotel Angela Suites & Lobby ★★★



Εικ. 3 Άποψη του Hotel Angela Suites & Lobby

Όνομασία ξενοδοχείου	Hotel Angela Suites & Lobby
Δωμάτια	36
Αστέρια	3
Προσωπικό	12 άτομα μόνιμο 3-4 άτομα εποχιακό
Υπεύθυνη Μάρκετινγκ και Δημοσίων σχέσεων	κ. Αθηνά Τερζή
Διεύθυνση	28 <sup>ης</sup> Οκτωβρίου 7, 85100 Ρόδος
Τηλέφωνο	22410 24614
Fax	22410 22614
E-mail	<a href="mailto:HotelAngela@gmail.com">HotelAngela@gmail.com</a>

Το Hotel Angela Suites & Lobby βρίσκεται στο κέντρο της Ρόδου, κοντά σε όλα τα σημαντικά αξιοθέατα. Διαθέτει κομψές σουίτες και πισίνα γλυκού νερού. Στις σουίτες υπάρχει ξεχωριστό σαλόνι με καναπέδες-κρεβάτια, εξοπλισμένη μικρή κουζίνα και τραπεζαρία. Προσφέρει καταλύματα με δυνατότητα προετοιμασίας γευμάτων, αλλά κατόπιν αιτήματος παρέχεται ευρωπαϊκό πρωινό. Εξασφαλίζει εύκολη πρόσβαση στη Μεσαιωνική πόλη, στα καταστήματα και στην έντονη νυχτερινή ζωή της Ρόδου. Η Ακρόπολη της Ρόδου, με τη θέα στο Αιγαίο Πέλαγος και στην πόλη, απέχει λιγότερο από 15 λεπτά με τα πόδια από το ξενοδοχείο. Η πλησιέστερη παραλία, η Έλλη, είναι εύκολα προσβάσιμη με τα πόδια. Ανακαινίστηκε το 2004.

**Παροχές ξενοδοχείου:** Μπαρ –24ωρη Ρεσεψιόν –Δωμάτια για μη καπνίζοντες– Οικογενειακά δωμάτια–Ανελκυστήρας–Χώρος αποθήκευσης αποσκευών. **Δραστηριότητες:**

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Εξωτερική πισίνα, **Υπηρεσίες:** Ενοικίαση αυτοκινήτου – Φαξ/Φωτοτυπικό μηχάνημα, **Internet:** Wi-Fi διατίθεται στους κοινόχρηστους χώρους και δε χρεώνεται.

Στο ερωτηματολόγιο που απευθύνθηκε στην υπεύθυνη μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων του ξενοδοχείου κ. Αθηνά Τερζή, λάβαμε τις εξής απαντήσεις:

---

**1. Ποια πιστεύετε πως είναι η συμβολή του ΕΟΤ στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας;**

Σαν οργανισμός όλα αυτά τα χρόνια προσπαθεί να διατηρήσει το ενδιαφέρον για τον τουρισμό ιδρύοντας πολλά τουριστικά γραφεία και κάνοντας διαφήμιση στο εξωτερικό, όμως οι δαπάνες που πραγματοποιεί είναι υπέρογκες και τα χρέη όλα αυτά δημιουργούν προβλήματα άλυτα. Δεν υπάρχει καλή διαχείριση, αυτό όμως συνηθίζεται στην Ελλάδα. Δυστυχώς δεν μπορούμε να το διορθώσουμε εμείς αλλά αυτοί που ρυθμίζουν τα οικονομικά του κλάδου.

**2. Έχει μέλλον ο τουρισμός στη χώρα μας και σε ποιους τομείς πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία;**

Ο τουρισμός αποτέλεσε από παλιά πηγή οικονομικής ανάπτυξης στην Ελλάδα. Δεν γνωρίζουμε το μέλλον του γιατί η κρίση στον κλάδο είναι μεγάλη.

**3. Ποια είναι η συμβολή του Ε.Ο.Τ. στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων και ποια η σημασία της για το μέλλον του τουρισμού;**

Ο Ε.Ο.Τ. συνέβαλε ενεργά στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων έχοντας βλέψεις σε αύξηση του ποσοστού των τουριστών ενώ ταυτόχρονα βοήθησε στην απασχόληση εργατικού δυναμικού σε πολλούς τομείς. Έδωσε κάποιες επιδοτήσεις σε ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα.

**4. Ποιοι οι στόχοι και οι επιδιώξεις του Οργανισμού Ξενοδόχων; Πιστεύετε πως μπορούν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που παρέχονται από τους διαφόρους που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία (ξενοδόχοι, πράκτορες, εστιατορες, ξεναγοί);**

Χρειάζεται προσοχή από όλους τους υπεύθυνους αλλά δεν γίνονται συντονισμένες προσπάθειες. Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου πρέπει να αποτελέσει σκοπό και γι' αυτό πρέπει να δοθούν κίνητρα για διακοπές όλο το χρόνο και τις κατάλληλες εγκαταστάσεις.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**5. Πώς συνδυάζετε την τουριστική ανάπτυξη με την οικολογία; Μπορούν να συνεργαστούν μεταξύ τους; Πώς ο ΕΟΤ συμμετέχει σ' αυτές τις ενέργειες;**

Τα έργα ανάπτυξης επηρεάζουν το περιβάλλον αρνητικά. Όμως μπαίνοντας στη σύγχρονη εποχή ήταν αναπόφευκτο να γίνει. Ο ΕΟΤ έχει κάνει ενέργειες για διατήρηση του οικολογικού περιβάλλοντος.

**6. Με ποιους τρόπους μπορούν να προσελκυσθούν τουρίστες με υψηλό εισόδημα, ώστε να φέρουν ένα σεβαστό συνάλλαγμα;**

Οι τουρίστες με υψηλά εισοδήματα μπορούν να προσελκυστούν εάν φροντίσουμε να τους παρέχουμε μαζί με την υψηλού επιπέδου τεχνογνωσία των υπηρεσιών μας και τις κατάλληλες υποδομές και εξυπηρετήσεις. Μέσα σ' αυτά είναι κατάλληλοι συνεδριακοί χώροι, καζίνα, κρουαζιέρες και χειμερινός τουρισμός με αθλήματα όπως σκι, παγοδρομές κ.ά. Επίσης το καλοκαίρι μπορούν να έρχονται για τα διάφορα τοπικά φεστιβάλ και θέατρα, τα οποία βοηθούν πάρα πολύ.

**7. Οι Έλληνες που ασχολούνται με τον τουρισμό είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις των καιρών (παγκοσμιοποίηση);**

Δεν είναι έτοιμοι πάντα υπάρχουν προβλήματα που πρέπει να ξεπεραστούν. Πρέπει να εφαρμοστεί συνδυασμός καλών κτιριακών υποδομών των ξενοδοχείων και αλλαγή της νοοτροπίας των Ελλήνων για την ενίσχυση του εξωτερικού τουρισμού.

**8. Ποια είναι η θέση του τουρισμού στην οικονομία της χώρας;**

Κατέχει μια από τις σημαντικότερες θέσεις στα κρατικά εισοδήματα. Όμως τώρα με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες έχει μειωθεί σημαντικά ο τουρισμός.

**9. Πώς αντιμετωπίζετε την πολιτική του Ε.Ο.Τ. να ενισχύσει οικονομικά τα έξοδα για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία;**

Οποιοδήποτε μέτρο μπορεί να βοηθήσει αρκεί τα κονδύλια να διατίθενται πραγματικά για το σκοπό που προορίζονται.

**10. Πιστεύετε ότι η επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων θα συμβάλλει στη μείωση του κορεσμού στις περιοχές όπου υπάρχει υπερπληθώρα ξενοδοχείων;**

Οι επιδοτήσεις θα συνεισφέρουν οφέλη στις κορεσμένες περιοχές αλλά καλό θα ήταν για πολλούς επιχειρηματίες και εργατικό προσωπικό, η επιδότηση να έχει τη μορφή ανακατασκευής και όχι απόσυρσης.

**11. Παρατηρείται αύξηση στον εσωτερικό τουρισμό μετά την έναρξη του προγράμματος του Ε.Ο.Τ. «Τουρισμός για όλους». Κατά πόσο συμβάλλει στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού η προώθηση αυτών των προγραμμάτων;**

Ναι ο εσωτερικός τουρισμός ενισχύεται από το πρόγραμμα αυτό. Ο ΕΟΤ με αυτά τα προγράμματα προσπαθεί να εξυγιάνει τις επιχειρήσεις που έχει μειωμένη πληρότητα.

**12. Τα κουπόνια του ΕΟΤ «Τουρισμός για όλους» έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν τα ξενοδοχεία που συμμετέχουν στο πρόγραμμα;**

Όχι, δεν μπορούν να βοηθήσουν σε τίποτα, λόγω της μεγάλης οικονομικής κρίσης.

**13. Είναι ικανή η ίδρυση ή η επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών, να ενισχύσει τον εξωτερικό τουρισμό;**

Αυτοί που προτιμούν την Ελλάδα για τουρισμό θα μπορέσουν να έχουν και ποιότητα παρεχομένων υπηρεσιών. Αλλά πρέπει να διαφημιστούν όλα αυτά στο εξωτερικό μέσω των γραφείων του ΕΟΤ.

**14. Σε τι βοήθησε το πρόγραμμα του ΟΑΕΔ για επαναπρόσληψη 50.000 παλαιών ανέργων με επιδότηση ασφαλιστικών εισφορών (2) μηνών από ξενοδοχεία εν όψει και της οικονομικής κρίσης;**

Δεν βοήθησε γιατί ούτως ή άλλως τα μικρά ξενοδοχεία που λόγω οικονομικής κρίσης δεν μπορούσαν να αντιμετωπίσουν τα έξοδα του μισθού του προσωπικού αυτού.

**15. Συνέβαλε η επιδότηση του Ε.Ο.Τ. για την αποκατάσταση διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων στην αύξηση τουρισμού;**

Ήταν ένα καλό μέτρο. Η εικόνα της Ελλάδας πρέπει να είναι ανταγωνιστική σε σχέση με άλλους τουριστικούς προορισμούς. Ο ήλιος και η θάλασσα σε συνδυασμό με την αρχιτεκτονική ομορφιά των παραδοσιακών κτισμάτων είναι καλό κίνητρο για επιλογή της Ελλάδας.

**16. Θα συμβάλλει θετικά στην προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος η δημιουργία ιδιωτικού ΕΟΤ από τους επιχειρηματίες τουρισμού;**

Μέτρια, γιατί θα υπάρχουν συμφέροντα για όσους συμμετέχουν στο μετοχικό κεφάλαιο του νέου οργανισμού.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**17. Πιστεύετε ότι η πολιτική που εφάρμοσε ο ΕΟΤ στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό ήταν ικανοποιητική διαχρονικά;**

Ήταν ικανοποιητική.

**18. Ποιες είναι οι προτάσεις σας για το μέλλον του κλάδου εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η Ελλάδα;**

Ιδιωτικοποίηση του ΕΟΤ, άσκηση ελέγχου από την τουριστική Αστυνομία για την ποιότητα παροχής υπηρεσιών και εξυπηρέτηση τουριστών, επενδύσεις στον ελληνικό τουρισμό με προσεκτικά βήματα.

## Athena Hotel ★★★



Εικ. 4 Άποψη του Athena Hotel

Όνομασία ξενοδοχείου	Athena Hotel
Δωμάτια	122
Αστέρια	3
Προσωπικό	38 άτομα μόνιμο 10 άτομα εποχιακό
Υπεύθυνες Δημοσίων Σχέσεων και προσωπικού	κ. Μαρία Λαχανιάτη κ. Αικατερίνη Παπαδάκη
Διεύθυνση	Γ. Λέοντος 27, 85100 Ρόδος
Τηλέφωνο	22410 22631,2,3,4
Fax	22410 34694
E-mail	<a href="mailto:Athenahotel@gmail.com">Athenahotel@gmail.com</a>

Το Athena Hotel είναι ένα μοντέρνο ξενοδοχείο στο κέντρο της πόλης της Ρόδου, απέχει δε 50 μέτρα από την παραλία. Το εστιατόριο του ξενοδοχείου σερβίρει πρωινό σε μπουφέ. Φημίζεται για τις σύγχρονες εγκαταστάσεις του, καθώς και για τις συνεδριακές του εγκαταστάσεις. Διαθέτει επίσης μια εξωτερική πισίνα και ρεσεψιόν όλο το 24ωρο. Η μεσαιωνική παλιά πόλη, το Ενυδρείο και όλα τα κύρια αξιοθέατα της Ρόδου είναι εύκολα προσβάσιμα με τα πόδια.

**Παροχές ξενοδοχείου:** Εστιατόριο – Μπαρ – 24ωρη Ρεσεψιόν – Αίθριο – Δωμάτια για μη καπνίζοντες – Οικογενειακά δωμάτια – Θυρίδα ασφαλείας – Θέρμανση – Χώρος αποθήκευσης αποσκευών – Κλιματισμός. **Δραστηριότητες:** Μπιλιάρδο – Εξωτερική πισίνα.

**Υπηρεσίες:** Εγκαταστάσεις συνεδριάσεων/επίσημων γευμάτων – Φύλαξη βρεφών/ παιδιών – Συνάλλαγμα – Ενοικίαση αυτοκινήτου – Οργάνωση εκδρομών – Φαξ/ Φωτοτυπικό μηχάνημα. **Internet:** Wi-Fi διατίθεται σε ολόκληρο το ξενοδοχείο και η χρέωση είναι EUR

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

2 ανά ώρα. **Χώρος στάθμευσης:** Δημόσιος χώρος στάθμευσης δωρεάν, στην περιοχή γύρω από το ξενοδοχείο, δεν απαιτείται κράτηση.

Στο ερωτηματολόγιο που απευθύνθηκε στην κ. Μαρία Λαχανιάτη και κ. Αικατερίνη Παπαδάκη, λάβαμε τις εξής απαντήσεις:

---

**1. Ποια πιστεύετε πως είναι η συμβολή του ΕΟΤ στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας;**

Ο τουρισμός περνάει κρίση και ο ΕΟΤ πρέπει να συνεχίσει την προσπάθεια όπως και στο παρελθόν, να πείσει τους τουρίστες να βρουν ενδιαφέροντα στην Ελλάδα.

**2. Έχει μέλλον ο τουρισμός στη χώρα μας και σε ποιους τομείς πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία;**

Ο τουρισμός αντιμετωπίζει προβλήματα κορεσμού. Χρειάζονται σημαντικές κρατικές επενδύσεις και προσπάθεια από όλους τους εμπλεκόμενους του κλάδου.

**3. Ποια είναι η συμβολή του Ε.Ο.Τ. στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων και ποια η σημασία της για το μέλλον του τουρισμού;**

Ο Ε.Ο.Τ. συνέβαλε ενεργά στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων έχοντας βλέψεις σε αύξηση του ποσοστού των τουριστών ενώ ταυτόχρονα βοήθησε στην απασχόληση εργατικού δυναμικού σε πολλούς τομείς.

**4. Ποιοι οι στόχοι και οι επιδιώξεις του Οργανισμού Ξενοδόχων; Πιστεύετε πως μπορούν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που παρέχονται από τους διαφόρους που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία (ξενοδόχοι, πράκτορες, εστιατορές, ξεναγοί);**

Στόχος είναι η διατήρηση και αύξηση του τουριστικού ρεύματος. Η βελτίωση της ποιότητας στον τουρισμό πρέπει να αποτελέσει σημείο αναφοράς όλων μας.

**5. Πώς συνδυάζετε την τουριστική ανάπτυξη με την οικολογία; Μπορούν να συνεργαστούν μεταξύ τους; Πώς ο ΕΟΤ συμμετέχει σ' αυτές τις ενέργειες;**

Τα έργα ανάπτυξης επηρεάζουν το περιβάλλον. Όμως μερικές φορές είναι απαραίτητα. Πρέπει να διατηρηθούν όσο το δυνατόν η φυσική ομορφιά και τα οικοσυστήματα.

**6. Με ποιους τρόπους μπορούν να προσελκυσθούν τουρίστες με υψηλό εισόδημα, ώστε να φέρουν ένα σεβαστό συνάλλαγμα;**



*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Προσφέροντας δελεαστικά πακέτα προσφορών και αξιόλογες υπηρεσίες ανταγωνιστικές του εξωτερικού.

**7. Οι Έλληνες που ασχολούνται με τον τουρισμό είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις των καιρών (παγκοσμιοποίηση);**

Υπάρχουν κάποιες υποδομές στην Ελλάδα σε πολλά μέρη. Όμως χρειάζονται αεροδρόμια, λιμάνια και μεταφορές για να οδηγήσουν την επιλογή του τουριστικού μας προϊόντος.

**8. Ποια είναι η θέση του τουρισμού στην οικονομία της χώρας;**

Ελπίζουμε πως θα διορθωθούν τα πράγματα γρήγορα για να ανακάμψη ο κλάδος. Είναι άλλωστε σημαντικό για την οικονομία μας.

**9. Πώς αντιμετωπίζετε την πολιτική του Ε.Ο.Τ. να ενισχύσει οικονομικά τα έξοδα για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία;**

Δεν μπορεί να βοηθήσει αρκετά γιατί η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει όλους τους τομείς υπηρεσιών του τουρισμού και δεχόμαστε τις συνέπειες στον κλάδο.

**10. Πιστεύετε ότι η επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων θα συμβάλλει στη μείωση του κορεσμού στις περιοχές όπου υπάρχει υπερπληθώρα ξενοδοχείων;**

Δεν θα έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα και με την επιδότηση πολλές ΜΜΕ θα κλείσουν ενώ θα επιβιώσουν οι πολυεθνικές ξενοδοχειακές μονάδες.

**11. Παρατηρείται αύξηση στον εσωτερικό τουρισμό μετά την έναρξη του προγράμματος του Ε.Ο.Τ. «Τουρισμός για όλους». Κατά πόσο συμβάλλει στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού η προώθηση αυτών των προγραμμάτων;**

Είναι σημαντικό να δίδονται κίνητρα και κυρίως οικονομική ενίσχυση στον εσωτερικό τουρισμό. Τα προγράμματα βοηθούν αυτούς που συμμετέχουν.

**12. Τα κουπόνια του ΕΟΤ «Τουρισμός για όλους» έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν τα ξενοδοχεία που συμμετέχουν στο πρόγραμμα;**

Μια μικρή ανάσα μπορεί να χαρακτηριστεί το πρόγραμμα τουρισμός για όλους. Τίποτε άλλο.

**13. Είναι ικανή η ίδρυση ή η επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών, να ενισχύσει τον εξωτερικό τουρισμό;**

Ναι είναι γεγονός ότι τέτοιες ενέργειες βοηθούν να γίνουμε ανταγωνιστικότεροι.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**14. Σε τι βοήθησε το πρόγραμμα του ΟΑΕΔ για επαναπρόσληψη 50.000 παλαιών ανέργων με επιδότηση ασφαλιστικών εισφορών (2) μηνών από ξενοδοχεία εν όψει και της οικονομικής κρίσης;**

Δεν βοήθησε λόγω οικονομικής κρίσης

**15. Συνέβαλε η επιδότηση του Ε.Ο.Τ. για την αποκατάσταση διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων στην αύξηση τουρισμού;**

Πολύ λίγο βοήθησε στα μέρη που εφαρμόστηκε.

**16. Θα συμβάλλει θετικά στην προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος η δημιουργία ιδιωτικού ΕΟΤ από τους επιχειρηματίες τουρισμού;**

Είναι μια ενέργεια που εφαρμόσαν πολλά κράτη και έχει επιτύχει. Πρέπει όμως να υπάρχει συνεργασία του ιδιωτικού και δημοσίου ΕΟΤ για καλύτερα αποτελέσματα.

**17. Πιστεύετε ότι η πολιτική που εφάρμοσε ο ΕΟΤ στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό ήταν ικανοποιητική διαχρονικά;**

Σε όλο το δημόσιο φάσμα υπηρεσιών υπάρχουν ενέργειες χρήσιμες που έχουν αναβαθμίσει τον κάθε κλάδο, αλλά υπάρχουν και «χαμένα» κεφάλαια και σπατάλες που δημιουργούν προβλήματα. Σε γενικές γραμμές μπορούσε να δαπανήσει πιο λίγα για την ίδια προβολή και προώθηση των συμφερόντων του τουρισμού.

**18. Ποιες είναι οι προτάσεις σας για το μέλλον του κλάδου εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η Ελλάδα;**

Η Ελλάδα διαθέτει μια πληθώρα αναξιοποίητων σημείων που πρέπει να μπορούν σε τροχιά ανάπτυξης. Επίσης πρέπει να επεκταθεί η τουριστική περίοδος με πακέτα προσφορών. Όσον αφορά τον ΕΟΤ πρέπει να προσεγγίσει τις ξένες αγορές και να επιτύχει με την σωστή προβολή ώστε η Ελλάδα να αποτελέσει πόλο έλκυσης επισκεπτών από το εξωτερικό όπως και παλαιότερα.

## Lindos Sun Hotel ★★★



Εικ. 5 Άποψη του Lindos Sun Hotel

Όνομασία ξενοδοχείου	Lindos Sun Hotel
Δωμάτια	50
Αστέρια	3
Προσωπικό	14 άτομα μόνιμο 2 άτομα εποχιακό
Υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων και Μάρκετινγκ	κ. Ιωάννης Παπασημακόπουλος
Διεύθυνση	Λίνδος, 85100 Ρόδος
Τηλέφωνο	22440 48270
Fax	22440 31104
E-mail	<a href="mailto:lindos.sun@gmail.com">lindos.sun@gmail.com</a>

Το ξενοδοχείο Lindos Sun είναι ένα παραδοσιακό ξενοδοχείο 3 αστέρων το οποίο βρίσκεται στη μέση ενός κόλπου στην περιοχή της Λίνδου στην Ρόδο, 800 μέτρα από την παραλία και την εκκλησία του Αγίου Παύλου. Απέχει δε 2 χιλιόμετρα από τους Πεύκους. Το ξενοδοχείο παρέχει σύγχρονες ανέσεις, πολλές υπηρεσίες και δείχνει στους επισκέπτες του την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία. Συνδυάζει την απλή κομψότητα και ελληνική παράδοση, με θέα τη Μεσόγειο, με την άγρια φύση του βουνού. Βρίσκεται ακριβώς 1,5 χιλιόμετρο μετά το χωριό της Λίνδου. Διαθέτει πισίνα, σνακ μπαρ, εστιατόριο. Προσφέρει σύγχρονες εγκαταστάσεις στο επαγγελματικό του κέντρο. Στην αίθουσα υποδοχής υπάρχουν χρηματοκιβώτια ενώ κάθε δωμάτιο διαθέτει μπαλκόνι ή βεράντα, ιδιωτικό μπάνιο με στεγνωτήρα μαλλιών και αξεσουάρ μπάνιου, μίνι μπαρ, τηλέφωνο και κλιματισμό. Είναι κατάλληλο για ταξιδιώτες κάθε ηλικίας, για όσους ταξιδεύουν μόνοι, με φίλους ή με την οικογένεια.

Στο ερωτηματολόγιο που απευθύνθηκε στον υπεύθυνο του ξενοδοχείου κ. Παπασημακόπουλο Ιωάννη, λάβαμε τις εξής απαντήσεις:

**1. Ποια πιστεύετε πως είναι η συμβολή του ΕΟΤ στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας;**

Ο Ε.Ο.Τ. έχει συμβάλλει ώστε να κρατάει το ενδιαφέρον των τουριστών για την Ελλάδα όλα αυτά τα χρόνια κυρίως στο εξωτερικό με καμπάνιες και προβολή σ' όλο τον κόσμο.

**2. Έχει μέλλον ο τουρισμός στη χώρα μας και σε ποιους τομείς πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία;**

Ο τουρισμός πάντα ήταν σημαντικό. Μεγάλη σημασία πρέπει να δοθεί στην ποιότητα των υπηρεσιών.

**3. Ποια είναι η συμβολή του Ε.Ο.Τ. στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων και ποια η σημασία της για το μέλλον του τουρισμού;**

Ο Ε.Ο.Τ. συνέβαλε ενεργά στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων έχοντας βλέψεις σε αύξηση του ποσοστού των τουριστών καθώς και στην εικόνα της Ελλάδας.

**4. Ποιοι οι στόχοι και οι επιδιώξεις του Οργανισμού Ξενοδόχων; Πιστεύετε πως μπορούν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που παρέχονται από τους διαφόρους που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία (ξενοδόχοι, πράκτορες, εστίατορες, ξεναγοί);**

Οι στόχοι είναι πολλοί. Σε όλους τους τομείς χρειάζεται προσοχή. Η επιμόρφωση των εμπλεκόμενων είναι ένα επιπλέον προσόν για την καλύτερη ποιότητα της παροχής υπηρεσιών.

**5. Πώς συνδυάζετε την τουριστική ανάπτυξη με την οικολογία; Μπορούν να συνεργαστούν μεταξύ τους; Πώς ο ΕΟΤ συμμετέχει σ' αυτές τις ενέργειες;**

Είναι δύσκολη η συνύπαρξη ανάπτυξης και οικολογίας. Ο ΕΟΤ συμμετέχει σε όλες τις συσκέψεις για όλα τα έργα ανάπτυξης.

**6. Με ποιους τρόπους μπορούν να προσελκυσθούν τουρίστες με υψηλό εισόδημα, ώστε να φέρουν ένα σεβαστό συνάλλαγμα;**

Προσφέροντας εξειδικευμένες υπηρεσίες όπως, καζίνο, γήπεδα αθλητισμού αίθουσες συνεδριάσεων και εκθέσεων (Διεθνής έκθεση Θεσσαλονίκης), θέρετρα, σκι, αθλητισμό σε ποτάμια και διαδρομές. Επίσης προώθηση του τουρισμού όλο το χρόνο.

**7. Οι Έλληνες που ασχολούνται με τον τουρισμό είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις των καιρών (παγκοσμιοποίηση);**

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Αρκετά, αλλά πρέπει να αλλάξει η νοοτροπία των Ελλήνων ώστε οι τουρίστες να μένουν ικανοποιημένοι

**8. Ποια είναι η θέση του τουρισμού στην οικονομία της χώρας;**

Ο τουρισμός μαζί με τη ναυτιλία αποτελούν το πιο σημαντικό εισόδημα για την οικονομία μας. Ωστόσο έχουν μειωθεί αυτό το χρονικό διάστημα.

**9. Πώς αντιμετωπίζετε την πολιτική του Ε.Ο.Τ. να ενισχύσει οικονομικά τα έξοδα για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία;**

Η επιδότηση για ψηφιακή επένδυση αποτελεί μια ουσιαστική ενέργεια που θα βοηθούσε όλες τις ξενοδοχειακές μονάδες αλλά υπάρχουν ενέργειες οι οποίες καλό θα ήταν να προηγηθούν της ψηφιακής επένδυσης.

**10. Πιστεύετε ότι η επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων θα συμβάλλει στη μείωση του κορεσμού στις περιοχές όπου υπάρχει υπερπληθώρα ξενοδοχείων;**

Είναι καλό μέτρο, διότι τα απαξιωμένα παλαιά ξενοδοχεία λειτουργούν υποβαθμιστικά.

**11. Παρατηρείται αύξηση στον εσωτερικό τουρισμό μετά την έναρξη του προγράμματος του Ε.Ο.Τ. «Τουρισμός για όλους». Κατά πόσο συμβάλλει στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού η προώθηση αυτών των προγραμμάτων;**

Πολύ λίγο. Τα εισιτήρια δεν είναι πολλά.

**12. Τα κουπόνια του ΕΟΤ «Τουρισμός για όλους» έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν τα ξενοδοχεία που συμμετέχουν στο πρόγραμμα;**

Λίγο. Θα έπρεπε να δοθούν περισσότερα κουπόνια και η επιδότηση να είναι μεγαλύτερη.

**13. Είναι ικανή η ίδρυση ή η επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών, να ενισχύσει τον εξωτερικό τουρισμό;**

Μπορεί να βοηθήσει αρκετά.

**14. Σε τι βοήθησε το πρόγραμμα του ΟΑΕΔ για επαναπρόσληψη 50.000 παλαιών ανέργων με επιδότηση ασφαλιστικών εισφορών (2) μηνών από ξενοδοχεία εν όψει και της οικονομικής κρίσης;**

Δεν βοήθησε ούτως ή άλλως τα μικρά ξενοδοχεία που λόγω οικονομικής κρίσης δεν μπορούσαν να αντιμετωπίσουν τα έξοδα του μισθού του προσωπικού αυτού.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

**15. Συνέβαλε η επιδότηση του Ε.Ο.Τ. για την αποκατάσταση διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων στην αύξηση τουρισμού;**

Ίσως μακροπρόθεσμα να βοηθήσει.

**16. Θα συμβάλλει θετικά στην προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος η δημιουργία ιδιωτικού ΕΟΤ από τους επιχειρηματίες τουρισμού;**

Ναι έχει γίνει και αλλού. Σύμπραξη ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

**17. Πιστεύετε ότι η πολιτική που εφάρμοσε ο ΕΟΤ στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό ήταν ικανοποιητική διαχρονικά;**

Δεν γνωρίζω και πολλά. Διαβάζοντας όμως ενημερώνομαι ότι έχουν γίνει πολλές σπατάλες.

**18. Ποιες είναι οι προτάσεις σας για το μέλλον του κλάδου εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η Ελλάδα;**

Πολλά πρέπει να γίνουν και κυρίως όχι διαφθορά. Η οικονομική κρίση θα πρέπει να συνεντρίψει τους ιθύνοντες και να σταματήσει η διαφθορά. Ο ΕΟΤ θα πρέπει να προσέξει στο μέλλον αν και τα προβλήματα είναι πολλά. Από τη μία μεριά πρέπει να δαπανηθούν ποσά για την προβολή και από την άλλη πρέπει να γίνουν περικοπές. Η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα θα μπορούσε να αποβεί χρήσιμη. Άλλωστε ο τουρισμός το αξίζει, γιατί είναι το μέλλον της Ελλάδας και αποτελεί τη βαριά βιομηχανία της, όπως έχει πει και η Μελίνα Μερκούρη.

## **ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Τα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα που παρουσιάστηκαν στον τουριστικό κλάδο έχουν μεγάλο αντίκτυπο στις επιχειρήσεις τουρισμού.

Η κατάσταση στην οποία έχει περιέλθει ο κλάδος του τουρισμού είναι αποτέλεσμα τόσο των χρόνιων διαρθρωτικών προβλημάτων που αντιμετωπίζει η ελληνική οικονομία και ο τουρισμός, όσο και της διεθνούς οικονομικής κρίσης.

Τα διαθέσιμα στοιχεία για την πορεία του ελληνικού τουρισμού μέχρι σήμερα δημιουργούν ανησυχία, αγωνία, προβληματισμό στους επαγγελματίες του κλάδου αλλά και ευκαιρία ώστε να συνεργαστούν όλοι μαζί, πολιτεία, παραγωγικοί φορείς και εργαζόμενοι, προκειμένου να παρθούν οι αναγκαίες αποφάσεις για ένα νέο ξεκίνημα.

Το γεγονός ότι ο τουρισμός έχει σημαντική συνεισφορά στο ΑΕΠ και την απασχόληση της ελληνικής οικονομίας δεν αφήνει περιθώρια για εφησυχασμό και άστοχες ενέργειες.

Η εμπειρία της οικονομικής κρίσης πρέπει να μας διδάξει όλους (ΕΟΤ, φορείς, ιδιώτες) στη χάραξη πολιτικής για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού, την προβολή του τουριστικού μας προϊόντος και την αποτελεσματική αντιμετώπιση των κρίσεων στο μέλλον.

Σύμφωνα με την πλειονότητα των ερωτηθέντων η σύμπραξη ιδιωτικού οργανισμού αποτελούμενη από ανθρώπους του κλάδου και δημόσιου ΕΟΤ, θα ήταν πολύ χρήσιμη και αποτελεσματική και έχει δοκιμαστεί και σε άλλα κράτη με επιτυχία.

Οι επιχειρηματίες του τουρισμού αποφάσισαν να αναλάβουν μόνοι τους ό,τι αφορά την προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Είναι σε μεγάλο μέρος απογοητευμένοι από τις κινήσεις του κράτους στα θέματα τουρισμού. Στόχος τους είναι η χώρα να αποκτήσει τουριστική ταυτότητα και να υπάρχει ένας αρμόδιος φορέας για τη διαφήμιση και προβολή που δεν θα εξαρτάται από την εκάστοτε ηγεσία. Ωστόσο πρέπει στο νέο αυτό σχέδιο να συμμετέχουν οι ιδιώτες-ξενοδόχοι στο μετοχικό κεφάλαιο του νέου φορέα. Επιπλέον οι ξενοδόχοι θα ήθελαν και τη συμβολή και των κρατικών φορέων στο εγχείρημα αυτό, η οποία θα ήταν σημαντική, εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η χώρα, όμως, δεν είναι σίγουρο ότι θα υπάρξει κάποια συνεργασία, λόγω των οικονομικών προβλημάτων του ΕΟΤ.

Οι περισσότεροι κρίνουν ότι ο ΕΟΤ έχει προωθήσει όλα αυτά τα χρόνια τον εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό, και έχει συμβάλλει σημαντικά ώστε να κρατάει το ενδιαφέρον των τουριστών για την Ελλάδα αμείωτο. Όμως σύμφωνα με τις σημερινές εκτιμήσεις η διαχείριση εκ μέρους του ΕΟΤ φαίνεται πως έχει προβλήματα και ο ΕΟΤ είναι

χρεωμένος και δεν υπάρχει οδός επίλυσης των προβλημάτων αυτών, τουλάχιστον για το παρόν διάστημα. Από τη μία πρέπει να δαπανηθούν κονδύλια για εκστρατείες στο εξωτερικό, επενδύσεις και προγράμματα εκσυγχρονισμού στο εσωτερικό και από την άλλη πρέπει να μειωθούν τα κονδύλια και τα ελλείμματα.

Πολλά από τα προγράμματα που έχει κάνει για τον εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό έχουν βοηθήσει τον τουρισμό αλλά χρειάζεται ενίσχυση ο κλάδος με έργα και υποδομές και χρηματοδοτήσεις.

Η συμβολή του ΕΟΤ στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων είναι σημαντική. Οι τεχνικές υποδομές και πολλοί παραδοσιακοί οικισμοί αξιοποιήθηκαν και δημιουργήθηκαν τουριστικά καταλύματα με χαρακτηριστικό την ελληνική παράδοση και κουλτούρα, αποτελώντας διαχρονική αξία στο μέλλον του τουρισμού στη χώρα μας.

Τα προγράμματα του ΕΟΤ για ψηφιακές επενδύσεις στα ξενοδοχεία βοήθησαν στην εξυπηρέτηση των τουριστών όσον αφορά τις κρατήσεις αλλά και στην παροχή υπηρεσιών διαδικτύου.

Οι στόχοι του Οργανισμού Ξενοδόχων είναι η διατήρηση και αύξηση του τουριστικού ρεύματος καθώς επίσης και η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Γι' αυτό πρέπει να δοθούν κίνητρα για τον χειμερινό τουρισμό, τον συνεδριακό τουρισμό καθώς επίσης και διάφορες μορφές αγροτουρισμού. Επίσης κρίνεται απαραίτητη η διαφοροποίηση του περιεχομένου των νόμων παροχής επενδυτικών κινήτρων, διότι είναι γνωστό ότι υπάρχει υπερσυγκέντρωση τουριστικών καταλυμάτων σε συγκεκριμένες περιοχές, που είναι ήδη υπερανεπτυγμένες σε βαθμό που η υπερπροσφορά να λειτουργεί σε βάρος του αποτελέσματος, τόσο από μικροοικονομική όσο και από μακροοικονομική πλευρά. Το μέσο ποιοτικό κέντρο βάρους της τουριστικής ανωδομής, συγκρινόμενο με αυτό των ανταγωνιστριών χωρών της Μεσογείου, είναι χαμηλό, ως αποτέλεσμα της φυσιολογικής γήρανσης πολλών καταλυμάτων αλλά και της υπερπροσφοράς.

Η εικόνα της Ελλάδας θα πρέπει να ενισχυθεί επίσης με αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς της (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι), με αεροδρόμια, μαρίνες, συγκοινωνίες καθώς και με χώρους άθλησης (σκι, κανόε καγιάκ) και συνεδριακά κέντρα και χώρους εκθέσεων. Παράλληλα δε με την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών από τους ξενοδόχους και με την κατάλληλη προβολή του ΕΟΤ, αυτές οι ενέργειες μπορούν να βοηθήσουν στην προσέλκυση επισκεπτών υψηλών εισοδημάτων από το εξωτερικό, εξασφαλίζοντας την βιωσιμότητα του κλάδου τουρισμού, που αποτελεί το σημαντικότερο έσοδο της οικονομίας μας μετά την ναυτιλία.



*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Τέλος, οι όποιες αποφάσεις και αλλαγές που θα συντελεστούν από πλευρά του κράτους και του Οργανισμού Τουριστικής Ανάπτυξης (ΕΟΤ), θα πρέπει να έχουν την άμεση στήριξη της ελληνικής κοινωνίας καθώς και των ανθρώπων που εμπλέκονται στην αγορά του τουρισμού. Πρέπει να γίνει κοινή συνείδηση στον κάθε πολίτη ότι ο τουρισμός αφορά τον καθένα μας, άμεσα ή έμμεσα. Η βαθιά αλλαγή στη νοοτροπία του Έλληνα είναι ο καταλυτικός παράγοντας που θα αναδείξει τις πραγματικές δυνατότητες του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

- Ο τουρισμός θεωρείται μια σημαντική δραστηριότητα για τη ζωή των κρατών, λόγω των άμεσων επιπτώσεών του στους κοινωνικούς, πολιτιστικούς, μορφωτικούς και οικονομικούς τομείς των εθνικών κοινωνιών και των διεθνών τους σχέσεων. Η ανάπτυξή του είναι συνδεδεμένη με την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των κρατών και μπορεί να πραγματοποιηθεί μόνο εάν ο άνθρωπος έχει πρόσβαση στη δημιουργική ανάπαυση και στις διακοπές και μόνο εάν απολαμβάνει την ελευθερία του να ταξιδεύει μέσα στο πλαίσιο του ελεύθερου χρόνου και της ανάπαυσης, της οποίας υπογραμμίζει το βαθιά ανθρώπινο χαρακτήρα. Αναμφίβολα η ύπαρξή του αυτή και η ανάπτυξή του εξαρτώνται εξ ολοκλήρου από την ύπαρξη ενός καθεστώτος διαρκούς ειρήνης, για το οποίο απαιτείται ο τουρισμός.
- Το μερίδιο που εκπροσωπεί ο τουρισμός στην εθνική οικονομία και στο διεθνές εμπόριο κάνει αυτόν ένα σημαντικό παράγοντα της παγκόσμιας ανάπτυξης. Ο σταθερός αποφασιστικός ρόλος του στην εθνική οικονομική δραστηριότητα, στις διεθνείς συναλλαγές και στη διασφάλιση του ισοζυγίου πληρωμών τον κάνει να είναι σαν μια από τις κυριότερες δραστηριότητες της παγκόσμιας οικονομίας.
- Σε κάθε κράτος ο εσωτερικός τουρισμός συμβάλλει στη βελτίωση του ισοζυγίου της εθνικής του οικονομίας μέσω της ανακατανομής τους εθνικού εισοδήματος. Ο εγχώριος τουρισμός επιπλέον αυξάνει τη γνώση των κοινών συμφερόντων και συμβάλλει στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων που είναι ευνοϊκές για τη γενική οικονομία του κράτους. Κατά συνέπεια η ανάπτυξη του τουρισμού από το εξωτερικό θα πρέπει να συνοδεύεται από μια παρόμοια προσπάθεια εξάπλωσης του εσωτερικού τουρισμού.
- Η οικονομική αποδοτικότητα του τουρισμού, όσο πραγματική και σημαντική αν είναι, δεν αποτελεί το μόνο κριτήριο για την απόφαση των κρατών να ενθαρρύνουν αυτήν την δραστηριότητα. Το δικαίωμα των διακοπών, η ευκαιρία για τον πολίτη να γνωρίσει το ίδιο του το περιβάλλον, μια βαθύτερη γνώση της εθνικής του ταυτότητας και της αλληλεγγύης που τον συνδέει με τους συμπατριώτες του και το αίσθημα ότι ανήκει σε έναν πολιτισμό και ένα λαό, όλα αυτά αποτελούν σημαντικούς λόγους για την τόνωση της συμμετοχής του ατόμου στο εθνικό και διεθνή τουρισμό, με τη δυνατότητα που του παρέχεται για διακοπές και ταξίδια.
- Ο κοινωνικός τουρισμός είναι ένας αντικειμενικός στόχος που η κοινωνία πρέπει να επιδιώκει προς το συμφέρον εκείνων των πολιτών που είναι ελάχιστα προνομιούχοι στην άσκηση του δικαιώματός τους για ανάπαυση.

- Ο τουρισμός για τους νέους απαιτεί τη μεγαλύτερη δυνατή προσοχή, καθόσον οι νέοι έχουν λιγότερα επαρκή εισοδήματα από άλλους για ταξίδια και διακοπές. Μια θετική προς την κατεύθυνση αυτή πολιτική πρέπει να παρέχει στους νέους την περισσότερη δυνατή ενθάρρυνση και ευκολίες. Οι ίδιες ευκολίες θα πρέπει να παρέχονται στους ηλικιωμένους και στα πρόσωπα που χρειάζονται βοήθεια.
- Μέσα από το πλατύ πλέγμα των υπηρεσιών που απαιτούνται για την ικανοποίηση των αναγκών του, ο τουρισμός δημιουργεί νέες δραστηριότητες σημαντικής σπουδαιότητας που αποτελούν την πηγή νέων απασχολήσεων. Από την άποψη αυτή ο τουρισμός αποτελεί ένα θετικό στοιχείο για την κοινωνική ανάπτυξη σε όλα τα κράτη που υπάρχει, ανεξάρτητα από το επίπεδο της ανάπτυξής τους.
- Στους παράγοντες που εκτιμάται ότι θα βοηθήσουν στην ανάσχεση της δραματικής πτώσης της τουριστικής κίνησης εν όψει της οικονομικής κρίσης, συγκαταλέγονται η ανθεκτικότητα που έχει επιδείξει στο παρελθόν ο κλάδος, η μεταπήδηση των διακοπών από το επίπεδο της πολυτέλειας σε εκείνο της ανάγκης, οι τάσεις αποπληθωρισμού που σημειώνονται σε πολλές χώρες εξαιτίας της κρίσης και η συγκράτηση του κόστους και οι προσφορές στις οποίες αναμένεται να προβούν οι επιχειρηματίες του κλάδου.
- Οι παραδοσιακές τουριστικές αγορές της Ελλάδας είναι χώρες που έχουν πληγεί ιδιαίτερα από την κρίση (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία). Για το λόγο αυτό είναι επιβεβλημένο το ελληνικό τουριστικό προϊόν μέσω του οργανισμού προβολής του, του ΕΟΤ, να στραφεί και σε άλλες αγορές, όπως αυτές της τέως Σοβιετικής Ένωσης και της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, αλλά και στον εσωτερικό τουρισμό.
- Ειδικά για τον εσωτερικό τουρισμό,
  - ∅ κατά τα φαινόμενα, ο εσωτερικός τουρισμός θα επηρεαστεί άμεσα και έμμεσα από τη διεθνή οικονομική κρίση: άμεσα εξαιτίας της μείωσης του εισοδήματος των Ελλήνων, αλλά και των περιορισμένων κεφαλαίων που θα μπορέσουν να έχουν υπό τη μορφή δανείου και έμμεσα λόγω της μείωσης των εισοδημάτων εκείνων που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουριστικό κλάδο.
  - ∅ η τουριστική δαπάνη του εσωτερικού τουρισμού δημιουργεί συγκριτικά πολύ μικρότερη προστιθέμενη αξία, ενώ τα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματά της είναι σημαντικά μεγαλύτερα. Ωστόσο, είναι γεγονός ότι η αξιοποίηση του εσωτερικού τουρισμού, ακόμη κι αν δεν λειτουργήσει ως υποκατάστατο του αλλοδαπού τουρισμού, είναι επωφελής, τόσο σε θέματα αναπτυξιακά, όσο και από περιφερειακή άποψη.

- Ø Η πορεία του εσωτερικού τουρισμού αναμένεται καλύτερη από εκείνη του αλλοδαπού κι επομένως δίνεται η ευκαιρία στους τουριστικούς φορείς της χώρας να αναγνωρίσουν την αξία του και να του αποδώσουν την ανάλογη σημασία.
- Για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος εν μέσω αυτών των δυσμενών συνθηκών απαιτείται σε επίπεδο κράτους και του ΕΟΤ η λήψη μέτρων για τη διασφάλιση της απασχόλησης, την αναπλήρωση μέρους τουλάχιστον του χαμένου εισοδήματος των ανέργων, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και την προώθησή του και τη στήριξη της ρευστότητας και βιωσιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων. Μεταξύ των μέτρων αυτών είναι η διεύρυνση των προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης, η μείωση των τελών αεροδρομίων (σπατόσημο, τέλη προσγείωσης και διαμονής, κ.ά.) και η επαναδιαπραγμάτευση των τελών του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος», η μείωση του κόστους της ακτοπλοΐας, η μείωση του συντελεστή Φ.Π.Α. σε επίπεδο που να προσεγγίζει το επίπεδο των ανταγωνιστριών χωρών (Ισπανία, Πορτογαλία), η αξιοποίηση των κεφαλαίων της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδυτών για τις ΜΜΕ, η ενίσχυση των από περιφερειακή άποψη.
  - Η τουριστική κοινότητα της χώρας, αντιλαμβανόμενη το φαινόμενο της οικονομικής κρίσης και τις επιπτώσεις του στην Ελλάδα, έδρασε καταλυτικά ωθώντας τους κρατικούς φορείς να λάβουν μέτρα, βασικά χαρακτηριστικά των οποίων είναι η αύξηση των δαπανών για την προβολή της χώρας, η κατάρτιση των εργαζομένων στον κλάδο, αλλά κυρίως η διευκόλυνση των επιχειρήσεων σε ό,τι αφορά τη χρηματοδότηση, την επιστροφή του Φ.Π.Α., κ.ά.

Εκτός από τη δράση στην οποία πρέπει να προβεί η πολιτεία και με την συνέργεια του ΕΟΤ για την αντιμετώπιση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό, αναγκαία είναι και η ανάληψη πρωτοβουλίας από την πλευρά των ίδιων των επιχειρήσεων για την προώθηση και διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος. Επίσης, η πολιτική που προτείνεται να ακολουθηθεί αφορά τον επαναπροσδιορισμό των επιχειρηματικών στόχων, του τύπου δανεισμού, των επενδύσεων και της στρατηγικής marketing, τον περιορισμό των λειτουργικών εξόδων, την αναβάθμιση της προσφερόμενης ποιότητας, την επανεξέταση της τιμολογιακής πολιτικής και την εστίαση στο ανθρώπινο δυναμικό.

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

- § Η ανάγκη εφαρμογής μιας περιφερειακής τουριστικής πολιτικής εκ μέρους των κρατικών φορέων σε διάφορες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσομένων, προέρχεται από τις ανισότητες ευκαιριών που υπάρχουν σε διαπεριφερειακό επίπεδο και οι οποίες, όπως είναι φυσικό, προκαλούν οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα. Όπως είναι γνωστό, η ασύμμετρη τουριστική ανάπτυξη στην επικράτεια μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών παρουσιάζεται με διάφορες μορφές, που εξελίσσεται ανάλογα με την αναπτυξιακή φάση στην οποία βρίσκεται αυτή. Στις αναπτυσσόμενες χώρες, όμως, η κυριότερη μορφή ασυμμετρίας της τουριστικής ανάπτυξης στο χώρο είναι και εκείνη που εντοπίζεται συνήθως ανάμεσα στο κέντρο και την περιφέρεια και συγκεκριμένα ανάμεσα στην πρωτεύουσά τους και τις διάφορες περιφέρειες της υπόλοιπης επικράτειάς τους (Κόνσολας, 1974).
- § Εν όψει της οικονομικής και αναπόφευκτα και της τουριστικής κρίσης, εκείνο που πρέπει να αλλάξει άμεσα είναι η εικόνα της Ελλάδας. Η Ελλάδα έχει ισχυρά πλεονεκτήματα έναντι άλλων χωρών, όπως είναι η φυσική και μοναδική ομορφιά, η ιστορική και πολιτιστική μας κληρονομιά, η διατροφή μας και άλλα. Όλα αυτά όμως πρέπει και να “φαίνονται” ωραία και καλαίσθητα.
- § Πρέπει να τονιστεί η ανάγκη για επέκταση της τουριστικής περιόδου όλο το χρόνο. Όμως το ζητούμενο είναι να έλθουν τουρίστες και την κανονική περίοδο όπου οι τιμές είναι ικανοποιητικές για τα ξενοδοχεία.
- § Αναδιάρθρωση του υφιστάμενου Ε.Ο.Τ. στα πρότυπα αντίστοιχων οργανισμών. Ένα αντίστοιχο παράδειγμα αποτελεί ο Κ.Ο.Τ. (Τουριστικός Οργανισμός της Κύπρου), ο οποίος λειτουργεί περισσότερο ως ένας ιδιωτικός οργανισμός.
- § Να διατίθενται κονδύλια σε τουριστικούς πράκτορες της Ελλάδος και του εξωτερικού, οι οποίοι αγωνίζονται χρόνια με δικά τους έξοδα και δαπάνες για να φέρουν τουρίστες στη Ελλάδα.
- § Να ενεργοποιηθεί η τουριστική Αστυνομία. Να γίνονται έλεγχοι στις τουριστικές περιοχές από άνδρες της τουριστικής Αστυνομίας ώστε να εξαλειφτούν τα αρνητικά που συναντά ο τουρίστας στην Ελλάδα όπως σε αεροδρόμια, στα ταξί κατά πόσο είναι επιμελημένα τα αυτοκίνητά τους κ.λπ.
- § Να συνεχιστούν οι επενδύσεις στον Ελληνικό Τουρισμό με προσεκτικά βήματα.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

---

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

---



## **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

Είμαστε φοιτήτριες του ΤΕΙ Πατρών στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας. Για την εκπόνηση της πτυχιακής μας εργασίας, με θέμα: «Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός. Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά. Προτάσεις για το μέλλον», θα θέλαμε να απαντήσετε το παρόν ερωτηματολόγιο που απευθύνεται στον υπεύθυνο του ξενοδοχείου σας και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για την παρούσα πτυχιακή. Σας ευχαριστούμε.

1. Ποια πιστεύετε πως είναι η συμβολή του ΕΟΤ στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας;
2. Έχει μέλλον ο τουρισμός στη χώρα μας και σε ποιους τομείς πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία;
3. Ποια είναι η συμβολή του Ε.Ο.Τ. στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων και ποια η σημασία της για το μέλλον του τουρισμού;
4. Ποιοι οι στόχοι και οι επιδιώξεις του Οργανισμού Ξενοδόχων; Πιστεύετε πως μπορούν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που παρέχονται από τους διαφόρους που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία (ξενοδόχοι, πράκτορες, εστίατορες, ξεναγοί);
5. Πώς συνδυάζετε την τουριστική ανάπτυξη με την οικολογία; Μπορούν να συνεργαστούν μεταξύ τους; Πώς ο ΕΟΤ συμμετέχει σ' αυτές τις ενέργειες;
6. Με ποιους τρόπους μπορούν να προσελκυσθούν τουρίστες με υψηλό εισόδημα, ώστε να φέρουν ένα σεβαστό συνάλλαγμα;
7. Οι Έλληνες που ασχολούνται με τον τουρισμό είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις των καιρών (παγκοσμιοποίηση);
8. Ποια είναι η θέση του τουρισμού στην οικονομία της χώρας;
9. Πώς αντιμετωπίζετε την πολιτική του Ε.Ο.Τ. να ενισχύσει οικονομικά τα έξοδα για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία;
10. Πιστεύετε ότι η επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων θα συμβάλλει στη μείωση του κορεσμού στις περιοχές όπου υπάρχει υπερπληθώρα ξενοδοχείων;
11. Παρατηρείται αύξηση στον εσωτερικό τουρισμό μετά την έναρξη του προγράμματος του Ε.Ο.Τ. «Τουρισμός για όλους». Κατά πόσο συμβάλλει στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού η προώθηση αυτών των προγραμμάτων;
12. Τα κουπόνια του ΕΟΤ «Τουρισμός για όλους» έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν τα ξενοδοχεία που συμμετέχουν στο πρόγραμμα;
13. Είναι ικανή η ίδρυση ή η επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών, να ενισχύσει τον εξωτερικό τουρισμό;

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

- 14.** Σε τι βοήθησε το πρόγραμμα του ΟΑΕΔ για επαναπρόσληψη 50.000 παλαιών ανέργων με επιδότηση ασφαλιστικών εισφορών (2) μηνών από ξενοδοχεία εν όψει και της οικονομικής κρίσης;
- 15.** Συνέβαλε η επιδότηση του Ε.Ο.Τ. για την αποκατάσταση διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων στην αύξηση τουρισμού;
- 16.** Θα συμβάλλει θετικά στην προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος η δημιουργία ιδιωτικού ΕΟΤ από τους επιχειρηματίες τουρισμού;
- 17.** Πιστεύετε ότι η πολιτική που εφάρμοσε ο ΕΟΤ στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό ήταν ικανοποιητική διαχρονικά;
- 18.** Ποιες είναι οι προτάσεις σας για το μέλλον του κλάδου εν όψει και της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η Ελλάδα;



Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον

## Διαφημιστική προβολή

### Εξωτερική διαφήμιση 2010



Εικ. 6 Διαφημιστική προβολή – διαφήμιση του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό ([www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr), 2010)<sup>2</sup>

2

<http://www.visitgreece.gr/portal/site/eot/menuitem.7f0d4e449429307c12596610451000a0/?vgnextoid>

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αγγελής, Γ. (Απρίλιος, 2004), «Τι περιλαμβάνει το δεκαετές πρόγραμμα που εκπονείται: τα μεγάλα “στοιχήματα” της νέας κυβέρνησης για τον τουρισμό», Ένθετο της «Εξπρές», σ. 9-10.

Αλεξάκης, Π. (2004), «Πώς θα διαχειριστούμε τα οφέλη των Αγώνων», «Το Βήμα», σσ. Β7.

Βαρβαρέσος Σ. (1997), *Τουρισμός: Οικονομικές προσεγγίσεις*, Προπομπός, Αθήνα.

Γαλάνη – Μουτάφη, Β. (2002), *Ερευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*, Αθήνα: Προπομπός, σσ. 46, 48, 62, 63.

Γιάκκα Μ. (2005), *Οι Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στα Ιόνια Νησιά*, Αντένα Λευκάδας.

Δομή Ε.Ο.Τ., [http://www.ando.gr/eot/DOMI\\_EOT.pdf](http://www.ando.gr/eot/DOMI_EOT.pdf), ημερ. πρόσβασης 8-5-2010.

Δωδεκάνησα (η Πάτμος το 1988), έκδοση ΕΟΤ, καλλιτ. σύνθεση Χαδιώ Λ., φωτ. Γιαννέλος Γ., [www.dyodeka.gr/mag/features/1598](http://www.dyodeka.gr/mag/features/1598), ημερ. πρόσβασης 10-11-2010.

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) (Οκτώβριος, 2003), *Η εξέλιξη της τουριστικής κίνησης 2000-2003: Οι διεθνείς τάσεις και ο Ελληνικός τουρισμός προς το 2004*, Διεύθυνση Μελετών και Επενδύσεων, Τμήμα Προγραμματισμού Τουριστικής Ανάπτυξης.

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) (14-5-2010), Αναστροφή του αρνητικού κλίματος με επιθετική επικοινωνιακή πολιτική, δημοσιεύθηκε στο Hotel & Restaurant, <http://www.hotel-restaurant.gr/index.php?id=12193>, ημερ. πρόσβασης 27-6-2010.

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.), Ο Οργανισμός, [www.eot.gr](http://www.eot.gr), ημερ. πρόσβασης 29-9-2010.

Ένωση Πολυτέκνων Αθηνών (Ε.Π.Α.) (14-7-2010), Έναρξη προγράμματος «Τουρισμός για όλους» Εξαήμερων Διακοπών 2010-2011 του Ε.Ο.Τ., <http://www.epa.gr/eidhseis/diafora/enarxh-programmatos-toyrismos-gia-oloy-exahmerwn-diakorwn-2010-toy-eot.html>, ημερ. προσβ: 02-10-2010.

Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (δημοσίευση), Ορισμοί στατιστικών τουρισμού, <http://www.sete.gr/files/Media/OrismoistatistikonTourismou.pdf>, ημερ. πρόσβασης 20-3-2010.

Ηγουμενάκης Ν. (1997), *Τουριστική Οικονομία*, τ. Α', έκδ. Β', Interbooks, Αθήνα.

Ηγουμενάκης, Γ.Ν. - Κραβαρίτης, Κ.Ν. - Λύτρας, Ν.Π. (1999), *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Interbooks, Αθήνα.

Ηγουμενάκης, Ν. (1999). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Interbooks, Αθήνα.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.) (2001).

Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) (30.3.2009), Διεθνής Οικονομική κρίση και τουρισμός, Αθήνα, [http://www.itep.gr/pdfs/EconCrisis\\_Tourism\\_March09.pdf](http://www.itep.gr/pdfs/EconCrisis_Tourism_March09.pdf), ημερ. πρόσβασης 10-1-2011.

«Καθημερινή» (15-9-2010), Επιδοτήσεις για ψηφιακές επενδύσεις σε ξενοδοχεία, [http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/w\\_articles\\_kathbreak\\_1\\_15/09/2010\\_355381](http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_kathbreak_1_15/09/2010_355381), ημερ. προσβ:02-10-2010.

Κακούδης, Α. (2004), «Η πιστοποίηση συγκριτικό πλεονέκτημα για τον μετα-ολυμπιακό Ελληνικό Τουρισμό», «*Ο Κόσμος του Επενδυτή*», σ.σ. 2.

Καραγιάννης Δ. (6-5-2010), Επιδότηση Ε.Ο.Τ. αποκατάστασης διατηρητέων και παραδοσιακών κτισμάτων, <http://www.taxydromos.gr/taxydromosplus/auctions/tabid/84/articleType/ArticleView/articleId/181/---.aspx>, ημερ. προσβ. 02-10-2010.

Καραγιώργου Ε. (15-8-2010), Έτοιμος ο ιδιωτικός ΕΟΤ, [http://xenodoxia.blogspot.com/2010/08/blog-post\\_7611.html](http://xenodoxia.blogspot.com/2010/08/blog-post_7611.html), ημερ. πρόσβασης 10-10-2010.

Καρακουλέκα Ε. (1997-2009), Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα: Το έδαφος σαν προϊόν, «*Άνθρωπος και Χώρος*», Ελληνικό Αρχιτεκτονικό Περιοδικό, εκδ. Καραγκούνη, <http://www.akx.gr/12-04.asp>, ημερ. πρόσβασης 2-3-2010.

Καραντζαβέλου Β. (2004), Εναλλακτικός Τουρισμός: Άθλησης, [http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newID=18473&subcategory\\_id=24](http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newID=18473&subcategory_id=24), ημερ. πρόσβασης 20-10-2010.

Καραφλού Αι. (2006), *Τεχνικές προβλέψεων στην τουριστική ζήτηση. Σύγκριση μεθόδων για την πρόβλεψη της Ολυμπιακής ζήτησης*, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Αθήνα.

Κατσαΐτης, Α. (Αύγουστος, 2003), Τουριστική ανάπτυξη, *Τουρισμός και Οικονομία*, τεύχος 287, σσ. 163.

Κατσιγιάννης Κ. (15/3/09) Αθήνα, Ε.Μ.Π., τ. Γ. Δ/ντή Ε.Ο.Τ. στο 3ο συνέδριο της Α.Τ.Ε.Μ., Θέμα: η εξέλιξη της τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα, <http://www.atiner.gr/docs/2009Katsigiannis.doc>, ημερ. πρόσβασης 20-2-2010.

Κατσιγιάννης Κ., Η συμβολή του Ε.Ο.Τ. στην αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων, [http://library.tee.gr/digital/books\\_notee/book\\_59509/book\\_59509\\_katsigiannis.pdf](http://library.tee.gr/digital/books_notee/book_59509/book_59509_katsigiannis.pdf), ημερ. πρόσβασης 02-10-2010.

ΚΕΤΑ Ι.Ν., <http://www.keta-ionion.gr>, ημερ. πρόσβασης 5-3-2010.

Κοκκίνη Μ., Τοπ 10 αφίσες του Ε.Ο.Τ., [www.dyodeka.gr/mag/features/1598](http://www.dyodeka.gr/mag/features/1598), ημερ. πρόσβασης 10-12-2010.

Κοκκώσης, Χ. - Τσάρτας, Π. (1999), *Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό*, Πάτρα: Ε.Α.Π., σσ. 88, 182.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Κτένας, Σπ. (2003), Η μάχη για τον επισκέπτη της τελευταίας στιγμής, «*Το Βήμα*», σσ. Β10.

Λιάσκος Α., ΣΕΤΕ 4ο Συνέδριο Τουρισμός & Ανάπτυξη  
[www.seteconferences.gr/.../Omilies...Liaskos/A.Liaskos.speech\\_01.doc](http://www.seteconferences.gr/.../Omilies...Liaskos/A.Liaskos.speech_01.doc)

Μοίρα-Μυλωνοπούλου, Π. (2009), *Θρησκευτικός τουρισμός*, Interbooks, Αθήνα.

Ναυτεμπορική (21-7-2008), Επιδότηση απόσυρσης παλαιών ξενοδοχείων κορεσμένων περιοχών, <http://www.pbs.gr/cms/?q=node/940>, ημερ. προσβ: 02-10-2010.

Νέο forum για τον τουρισμό από το ΣΕΤΕ (21-5-2010), δημοσίευση στο Hotel & Restaurant, <http://www.hotel-restaurant.gr/index.php?id=12189>, ημερ. πρόσβασης 25-5-2010.

Οικοτουρισμός, [http://www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20 PERIBALONTOS /Ecotourism.htm](http://www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20PERIBALONTOS/Ecotourism.htm), ημερ. πρόσβασης 15-11-2010.

Ολύμπια (ο Απόλλων, το 1956), έκδοση ΕΟΤ, καλλ. σύνθεση Βακιρτζής Γ. – Γαβράλος Π., [www.dyodeka.gr/mag/features/1598](http://www.dyodeka.gr/mag/features/1598), ημερ. πρόσβασης 10-11-2010.

Οργανισμός Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού (Ο.Α.Ε.Δ.) (2010), Η επιδότηση για πρόσληψη 50.000 ανέργων, [http://www.pameevros.gr/News/RealNews/Grants/tabid/115 /articleType /ArticleView/articleId/3527/---50000-.aspx](http://www.pameevros.gr/News/RealNews/Grants/tabid/115/articleType/ArticleView/articleId/3527/---50000-.aspx), ημερ. προσβ. 02-10-2010.

Παπαγεωργίου Αν. (2002), *Οργάνωση συνεδρίων και μαζικών εκδηλώσεων*, Διδακτικές σημειώσεις ΣΤΕ Αναβύσσου, Αθήνα.

Παπαδημητρίου Κ. (2-6-2009), Σημείωμα για την τουριστική συνεργασία Ελλάδας-Κίνας, Πρεσβεία της Ελλάδος, Πεκίνο, <http://www.agora.mfa.gr/agora/images/docs/rad2C47C%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82.doc>, ημερ. πρόσβασης 30-4-2010.

Παυλόπουλος, Γ.Π. (2001). *Θέματα οικονομικής και τουριστικής πολιτικής*, Ειδικές Εκδόσεις Νο 2, Αθήνα: Ι.Τ.Ε.Π., σσ. 6, 10.

Πετρόπουλος Χ. (χ.χ.), *Ολοκληρωμένη μεθοδολογία πρόβλεψης τουριστικής ζήτησης με τη χρήση της θεωρίας τεχνικής ανάλυσης*, χ.τ.

Ρόκου, Τ. (2010), Η υφυπουργός Πολιτισμού και Τουρισμού στην έκθεση ΒΙΤ στο Μιλάνο, [http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=46763&subcategory\\_id=22](http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=46763&subcategory_id=22), ημερ. πρόσβασης 25-6-2010.

Ρυθμίσεις για τον τουρισμό και άλλες διατάξεις Ν. 2160/93, Ν. 2160/93, [www.grhotels.gr/.../1\\_N2160\\_1993\\_ΡυθμίσειςΓιαΤονΤουρισμόΚαιΆλλεςΔιατάξεις.pdf](http://www.grhotels.gr/.../1_N2160_1993_ΡυθμίσειςΓιαΤονΤουρισμόΚαιΆλλεςΔιατάξεις.pdf), ημερ. πρόσβασης 17-10-2010.

Σ.Ε.Τ.Ε. (2010), 9<sup>ο</sup> Συνέδριο, Θέμα: Ο τουρισμός στη νέα κοινωνική & οικονομική πραγματικότητα για την Ελλάδα. Προτεραιότητα στην Κυβέρνηση – Συνείδηση στην κοινωνία, [http://www.seteconferences.gr/.../Omilies...Liaskos/9th\\_conference\\_20010.html](http://www.seteconferences.gr/.../Omilies...Liaskos/9th_conference_20010.html), ημερ. πρόσβασης 5-1-2011.

*Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός Πώς ο ΕΟΤ έχει προσεγγίσει το ζήτημα διαχρονικά Προτάσεις για το μέλλον*

Σ.Ε.Τ.Ε., <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourism2008&la=1>, ημερ. πρόσβασης 17-4-2010.

ΣΕΤΕ (2009), Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα, <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourismMeaning&la=1>, ημερ. πρόσβασης 5-4-2010.

ΣΕΤΕ (2009), Προτεραιότητες νέας κυβέρνησης στον τομέα της τουριστικής πολιτικής, <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourismMeaning&la=1>, ημερ. πρόσβασης 6-7-2010.

Σπαθή Σ. (2000), Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών (Κ.Ε.Π.Ε.), Τουρισμός για όλους 2010-2011, Πρόγραμμα 6ήμερων διακοπών, [www.eot.gr](http://www.eot.gr), ημερ. πρόσβασης 20-10-2010.

Συνέδρια, [http://www.eot.gr/portal/site/eot/menuitem.7f0d4e449429307c12596610451000a0/?vgnnextoid=532f866ff342d110VgnVCM100000460014acRCRD&lang\\_chosen=el](http://www.eot.gr/portal/site/eot/menuitem.7f0d4e449429307c12596610451000a0/?vgnnextoid=532f866ff342d110VgnVCM100000460014acRCRD&lang_chosen=el), ημερ. πρόσβασης 2-4-2010.

Το απολιθωμένο δάσος, Τα μονοπάτια της Λάβας, [http://www.lesvosmuseum.gr/site/home/ws/primary+menu/geotourism/geoparko\\_Lesvu.csp](http://www.lesvosmuseum.gr/site/home/ws/primary+menu/geotourism/geoparko_Lesvu.csp), ημερ. πρόσβασης 19-12-2010.

Υπουργείο Ανάπτυξης (Σεπ. 2003), Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού, [http://www.competitive-greece.gr/dm\\_documents](http://www.competitive-greece.gr/dm_documents), ημερ. πρόσβασης 20-3-2010.

Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, <http://edu.gnto.gr/education>, ημερ. πρόσβασης 20-10-2010.

W.T.T.C., *The 2003 Travel and Tourism Economic research, Greece.*

Witt Stephen, Witt Christine; Forecasting tourism demand: A review of empirical research; *International Journal of Forecasting* 11 (1995) 447-475.