

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
(ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ- ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ). Η
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ».**



ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ :ΚΟΠΑΝΕΛΛΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ : ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ
ΣΟΥΣΟΥΝΗ ΕΥΓΕΝΙΑ**

**ΠΑΤΡΑ
-2008-**

ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΑ

Για αυτή την προσπάθεια μας ,θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας στην καθηγήτρια μας Αναστασία Κοπανέλη, για την πολύτιμη βοήθεια και τη χρήσιμη καθοδήγηση της , επίσης τους φορείς : Επιμελητήριο Ηλείας και ιδιαίτερα τον Πρόεδρο κ. Αγγελο Αγγελόπουλο και τον κ .Δημήτρη Καραγιάννη (Δ/ντη της Εταιρίας Τουριστικής Ανάπτυξης) για τις συμβουλές και το υλικό που μας εμπιστεύτηκαν.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|--|-----------|
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1Ο | 1 |
| 1.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 1 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^Ο | 4 |
| ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... | 4 |
| 2.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 4 |
| 2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ | 4 |
| 2.1.1 <i>ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΥΠΑΡΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ</i> | 4 |
| 2.1.1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ | 5 |
| 2.1.1.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ..... | 6 |
| 2.1.1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ | 6 |
| 2.1.2 <i>ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ, ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΚΑΙ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i> | 7 |
| 2.1.3 <i>ΟΙ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ</i> | 9 |
| 2.1.3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ..... | 9 |
| 2.1.3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ | 9 |
| 2.1.4 <i>ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ</i> | 10 |
| 2.2 ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ | 11 |
| 2.2.1 <i>ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i> | 11 |
| 2.2.1.1 ΜΙΑ ΠΟΡΕΙΑ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ | 11 |
| 2.2.2 <i>ΔΙΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΑ ΠΕΔΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ</i> | 12 |
| 2.2.3 <i>ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΑΠΟ ΑΛΛΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΚΑΙ ΚΥΡΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ</i> | 13 |
| 2.2.3.1 <i>Η ΠΟΡΕΙΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ : ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΙΡΡΟΕΣ</i> | 13 |
| 2.2.3.2 <i>ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΕΔΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i> | 15 |
| 2.3 ΕΠΙΛΟΓΟΣ | 15 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^Ο | 16 |
| ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... | 16 |
| 3.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 16 |
| 3.1 ΈΝΝΟΙΑ –ΟΡΙΣΜΟΣ | 16 |
| 3.2 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)..... | 18 |
| 3.2.1 <i>Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ YIELD MANAGEMENT ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ</i> | 22 |
| 3.3 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ | 23 |
| 3.3.1 <i>ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ</i> | 24 |
| 3.3.2 <i>ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ISO 9000</i> | 25 |
| 3.3.2.1 ISO 9000 ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ..... | 25 |
| 3.3.2.1.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΕΦΑΡΜΟΓΗ ,ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ. | 27 |
| 3.3.2.1.2 ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ EUROPEAN FOUNDATION FOR QUALITY MANAGEMENT (ΕΦQM) | 29 |
| 3.3.2.2 ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ..... | 31 |
| 3.3.2.2.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ | 38 |
| 3.4 Η ΑΝΑΓΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... | 39 |
| 3.4.1 <i>ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i> | 40 |
| 3.4.1.1 ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... | 42 |
| 3.4.1.2 ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 43 |
| 3.4.1.3 Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε) | 45 |

| | |
|--|-----------|
| 3.4.1.4 Οι διεθνείς οργανισμοί που λειτουργούν στο πλαίσιο του συστήματος οργάνωσης των Ηνωμένων Εθνών | 46 |
| 3.4.1.4.1 Ο οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε) | 46 |
| 3.4.1.5 Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΈΝΩΣΗ | 47 |
| 3.4.1.6 ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΟΔΟΤΡΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ (Ε.Τ.Φ) | 48 |
| 3.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ | 49 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο | 50 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ | 50 |
| 4.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 50 |
| 4.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ | 50 |
| 4.2 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ | 51 |
| 4.3 ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΚΟΠΟΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ | 52 |
| 4.4 Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..... | 53 |
| 4.5 ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ..... | 54 |
| 4.5.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ..... | 54 |
| 4.5.2 ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ | 56 |
| 4.5.3 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ..... | 56 |
| 4.5.4 ΜΕΛΕΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ..... | 56 |
| 4.5.4.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ | 58 |
| 4.5.5 ΟΙ ΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ..... | 58 |
| 4.6 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..... | 59 |
| 4.6.1 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..... | 59 |
| 4.6.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..... | 59 |
| 4.7 ΕΚΤΙΜΗΣΗ-ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..... | 65 |
| 4.8 ΕΠΙΛΟΓΟΣ | 66 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο | 66 |
| Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ | 66 |
| 5.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 66 |
| 5.1 Η ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΣΤΟΙΧΕΙΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ. | 67 |
| 5.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ..... | 68 |
| 5.2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ - ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ | 69 |
| 5.2.1.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ..... | 69 |
| 5.2.1.1.1 ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ:..... | 69 |
| 5.2.1.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ..... | 72 |
| 5.2.1.2.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ..... | 75 |
| 5.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ..... | 76 |
| 5.3.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ..... | 78 |
| 5.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ | 79 |
| 5.4.1 ΈΝΝΟΙΑ - ΣΗΜΑΣΙΑ..... | 79 |
| 5.4.2 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑΤΟΣ..... | 81 |
| 5.4.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ..... | 82 |
| 5.5 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ..... | 85 |
| 5.5.1 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ..... | 87 |
| 5.5.2 Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ & ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ..... | 92 |
| 5.6 Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΕ ΕΝΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΕΝΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ | 95 |
| 5.6.1 ΠΟΣΟ ΣΤΟΙΧΙΖΕΙ Η ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΣΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ | 103 |
| 5.6.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ..... | 104 |
| 5.6.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ | 107 |
| 5.6.4 ΈΣΟΔΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ | 113 |
| 5.7 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ..... | 115 |

| | |
|---|------------|
| 5.7.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΈΡΕΥΝΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΩΝ 2004/2005 | 116 |
| 5.7.2 ΟΙ ΔΑΠΑΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... | 124 |
| 5.8 ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ..... | 131 |
| 5.8.1 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ..... | 131 |
| 5.8.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ..... | 134 |
| 5.9 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ – ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ 2007-2008 | 138 |
| 5.9.1 ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ..... | 140 |
| 5.10 ΕΠΙΛΟΓΟΣ..... | 143 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο | 145 |
| Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ..... | 145 |
| 6.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 147 |
| 6.1 ΓΕΩΜΟΡΦΟΛΟΓΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ..... | 147 |
| 6.1.1 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ - ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ..... | 148 |
| 6.1.2 ΒΑΣΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ..... | 151 |
| 6.1.3 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ..... | 161 |
| 6.1.4 ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ..... | 161 |
| 6.1.5 ΑΝΕΡΓΙΑ..... | 162 |
| 6.2.ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ..... | 170 |
| 6.2.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ..... | 170 |
| 6.2.2 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ..... | 171 |
| 6.3 ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΟΚΑΡΝΑΝΙΑΣ..... | 172 |
| 6.3.1 ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ..... | 172 |
| 6.3.1.1 ΚΑΣΤΡΟ ΑΝΤΙΡΙΟΥ..... | 172 |
| 6.3.1.2 ΤΟ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ ΕΙΝΑΙ Η «ΙΕΡΗ ΠΟΛΗ» ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ..... | 173 |
| 6.3.1.3 ΑΙΤΩΛΙΚΟ..... | 175 |
| 6.4 ΝΑΥΠΑΚΤΟΣ..... | 176 |
| 6.4.1 ΠΑΡΑΛΙΕΣ..... | 179 |
| 6.4 ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ..... | 181 |
| 6.4.1 ΠΥΡΓΟΣ..... | 182 |
| 6.4.2 ΟΛΥΜΠΙΑ..... | 184 |
| 6.4.2.1 ΤΟ ΙΕΡΟ ΤΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ : Η ΑΛΤΗ..... | 185 |
| 6.4.2.2 ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ..... | 186 |
| 6.4.3 ΑΡΧΑΙΑ ΗΛΙΔΑ..... | 190 |
| 6.4.4 Ο ΝΑΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΚΟΥΡΕΙΟΥ ΑΠΟΛΛΩΝΑ..... | 191 |
| 6.4.5 ΚΑΣΤΡΟ ΧΛΕΜΟΥΤΣΙ..... | 192 |
| 6.4.6 120 ΧΙΛ. ΧΡΥΣΕΣ ΠΑΡΑΛΙΕΣ..... | 193 |
| 6.4.7 ΛΙΜΝΗ ΚΑΙΑΦΑ..... | 196 |
| 6.4.7.1 ΤΑ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΑ ΛΟΥΤΡΑ ΤΟΥ ΚΑΪΑΦΑ..... | 198 |
| 6.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ.. | 199 |
| 6.5.1 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ..... | 199 |
| 6.5.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ..... | 200 |
| 6.5.3 ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ – ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ..... | 202 |
| 6.5.4 ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ..... | 206 |
| 6.5.4.1 ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ..... | 206 |
| 6.5.4.2 ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ..... | 210 |
| 6.5.2 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ..... | 213 |
| 6.5.2.1 ΦΕΡΟΥΣΑ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ..... | 215 |
| 6.5 ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ..... | 216 |
| 6.6 Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ – Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ..... | 219 |
| 6.6.1 ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΟΥ Γ' ΚΠΣ (ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ)..... | 220 |
| 6.6.2 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ (Π.Ε.Π)..... | 224 |
| 6.6.2.1 ΤΑ ΈΡΓΑ ΤΟΥ ΠΕΠ..... | 226 |
| 6.7 ΕΠΙΛΟΓΟΣ..... | 228 |

| | |
|--|------------|
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 | 229 |
| 7.0 ΕΠΙΛΟΓΟΣ | 229 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α' | 234 |
| ΣΥΝΘΗΚΗ ΡΑΜΣΑΡ | 234 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β' | 238 |
| ΈΡΓΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΑΝΑ ΑΞΟΝΑ... | 238 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ' | 269 |
| ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ (ΙΣΤΟΡΙΑ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ) | 269 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 310 |

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή «Οικονομία του Τουρισμού και η Περιφερειακή τουριστική Ανάπτυξη (Λειτουργίες Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ) Η περίπτωση του Νομού Αχαΐας »ξεκίνησε το Σεπτέμβριο του 2007 και ολοκληρώθηκε το Μάιο του 2008. Το θέμα εμπνεύστηκε η κα Κοπανέλη Αναστασία (εκπαιδευτικό Προσωπικό Α.Τ.Ε.Ι Πατρών) και επιμεληθήκαν οι σπουδάστριες της σχολής Διοίκησης & Οικονομίας τμήματος Λογιστικής ,Ζαφειροπούλου Παναγιώτα και Σουσούνη Ευγένια στα πλαίσια της Πτυχιακής τους Εργασίας.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι παρουσίαση του τεραστίου θέματος του τουρισμού, εξετάζοντας εννοιολογικές οριοθετήσεις, την σημασία του τουρισμού ως «κοινωνικό φαινόμενο» την Ευρωπαϊκή και κρατική παρέμβαση.

Αναλύοντας δυνάμεις όπως Μάρκετινγκ –Μάνατζμεντ και τον πρωταγωνιστικό ρόλο τους στην βιωσιμότητα του τουρισμού ενός κράτους αλλά και σε μια επιχείρηση.

Αναλύοντας την Οικονομία του τουρισμού και την εξέλιξη της ,σε Διεθνή αλλά και Εθνικό Επίπεδο με εκτεταμένα παραδείγματα, μελέτες, πίνακες και σχεδιαγράμματα.

Τέλος αναλύοντας την σημασία της Τουριστικής Ανάπτυξης σε Εθνικό και Τοπικό Επίπεδο (Μελέτη για την Περιφέρεια Πελοποννήσου) και την συνεισφορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω χρηματοδοτήσεων στην Περιφέρεια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

1.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με την παρούσα εργασία « Η Οικονομία του Τουρισμού και η Περιφερειακή Τουριστική Ανάπτυξη (Λειτουργίες Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ) Η περίπτωση του Νομού Αχαΐας» επιδιώκουμε να προσεγγίσουμε τον τομέα του τουρισμού ως κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο στην Περιφέρεια και να εξετάσουμε διαφορετικές αλλά και σχετιζόμενες αναπτυξιακές διαδικασίες και λειτουργίες του τουρισμού στο σύγχρονο κόσμο.

Η εργασία αυτή αποτελείται από επτά Κεφαλαία καθώς επίσης συμπεριλαμβάνει και τρία παραρτήματα που σκοπός τους είναι να εξηγήσουν αναλυτικότερα κάποιες έννοιες.

Στο δεύτερο κεφαλαίο ,η Πολιτική και η Κοινωνιολογία του Τουρισμού, εξετάζονται εννοιολογικές οριοθετήσεις και η κοινωνική σημασία του τουρισμού ως μέσω πληροφόρησης και ανταλλαγής ιδεών ανάμεσα στους λαούς. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην εξέταση των παραγόντων και παραμέτρων, που μπορεί ο τουρισμός να φθείρει την κοινωνική δομή μιας χώρας και ποια θα πρέπει να είναι η κρατική παρέμβαση.

Στο τρίτο κεφαλαίο , το Management του Τουρισμού αναλύονται σύγχρονα μοντέλα management όπως : το Customer Relationship Management, το Yield Management, η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας και το πως αυτά χρησιμεύουν έτσι ώστε ένα τουριστικό κατάλυμα να αυξήσει την κερδοφορία του. Θα δώσουμε έμφαση στα συστήματα πιστοποίησης της ποιότητας όπως ISO(International Standards Organization) και EFQM (European Foundation for Quality

Management) και την χρησιμότητα τους, και τέλος θα κάνουν μια αναφορά στους Συλλογικούς Φορείς του Τουρισμού (Διεθνείς - Εθνικοί –Τοπικοί) το σκοπό ίδρυσης τους και τις λειτουργίες τους και στους σκοπούς ποεπιδιώκουν (Ελεύθερη μετακίνηση και προστασία των τουριστών, Μεταφορές, Περιφερειακή ανάπτυξη, ανύψωση του επιπέδου ζωής των αναπτυσσομένων χωρών).

Στο τέταρτο κεφαλαίο θα μιλήσουμε για το Μάρκετινγκ του Τουρισμού , πως επικεντρώνεται στην διερεύνηση των αναγκών και των προτιμήσεων των καταναλωτών, έχοντας σαν στόχο την επικερδή ικανοποίησή τους. Καθώς επίσης και πως αυτό επιτυγχάνεται μέσω της προσφοράς προς στους καταναλωτές ενός προσχεδιασμένου μίγματος, του «μίγματος μάρκετινγκ», το οποίο απαρτίζεται από το προϊόν, την τιμή, τη διανομή και την προώθηση.

Στο πέμπτο κεφαλαίο , Η οικονομία του Τουρισμού γίνεται μια λεπτομερής καταγραφή της Τουριστικής Οικονομίας σύμφωνα με τις παγκόσμιες εξελίξεις. Αρχικά θα αναφερθούμε σε οικονομικές Δυνάμεις όπως : η Τουριστική Προσφορά , Τουριστική Ζήτηση και Παραγωγή και το πως αυτές οι δυνάμεις καθορίζουν την τιμή του προϊόντος. Στη συνέχεια θα δούμε πως διαμορφώνονται τα τουριστικά συναλλάγματα (εσόδων – εξόδων) και πως ο Τουρισμός ως οικονομικό φαινόμενο επιδρά θετικά η αρνητικά στο ισοζύγιο πληρωμών μιας οικονομίας και πως ο τουρισμός αποδεικνύεται παράγοντας πληθωριστικών πιέσεων. Ακόμα στο κεφαλαίο αυτό θα παρουσιάσουμε αναλυτικά διαγράμματα με : τις εισπράξεις από τις αφίξεις του Παγκοσμίου Τουρισμού, τις εισπράξεις από τις αφίξεις του Εισερχομένου Τουρισμού, και τις Εισπράξεις στην Ελλάδα και το μερίδιο Αγοράς στον παγκόσμιο τουρισμό. Στο κεφαλαίο επίσης θα παρουσιάσουμε πίνακες που θα δείχνουν το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας και του ανταγωνισμού και το σύνολο των διαθέσιμων κλινών/ξενοδοχειακών μονάδων.

Επιπρόσθετα θα αναλύσουμε την τουριστική δραστηριότητα των ελληνικών νοικοκυριών συμφωνά με το Συνολικό Ετήσιο Εισόδημα τους. Τέλος θα κάνουμε μια μικρή αναφορά για την Ελληνική –Διεθνή Οικονομία τις τάσεις που επικρατούν σήμερα και τις επιδόσεις – προοπτικές που θα υπάρξουν κατά το (2007 – 2008) .

Στο Κεφαλαίο 6 θα παρουσιάσουμε την Τουριστική Περιφερειακή Ανάπτυξη, και η ανάλυση θα επικεντρωθεί στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Η Περιφέρεια αποτελείται από τους νομούς Αχαΐας , Αιτων/νίας και Ηλείας, και θα παρατεθούν αναλυτικοί πίνακες με την εξέλιξη του πληθυσμού, των αριθμό επιχειρήσεων κατά κλάδο, και την απασχόληση στην περιφέρεια. Για κάθε ένα νομό θα κάνουμε μια ιστορική αναδρομή και θα υπάρξει εκτεταμένο φωτογραφικό υλικό με τα αξιοθέατα που μπορεί να επισκεφτεί ένας τουρίστας Τέλος στο Κεφαλαίο αυτό θα μελετήσουμε για τις διαδικασίες ,τους τρόπους σχεδιασμού και τη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης. Θα αναφερθούμε συγκεκριμένα για τις διάφορες επιπτώσεις και τα στάδια ανάπτυξης, τα κυρίαρχα πρότυπα που λειτουργούν στις τουριστικές περιοχές, τις αιτίες που κάνουν απαραίτητο το σχεδιασμό και τις διαδικασίες που ακολουθούνται τόσο γι αυτόν όσο και για τη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης. Ακόμα θα αναφερθούμε σε έννοιες όπως η βιώσιμη ανάπτυξη τα μέσα και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται, και για τη φέρουσα τουριστική ικανότητα της Περιφέρειας. Τέλος θα αναφερθούμε στη σημασία της βοήθειας της Ευρωπαϊκή Ένωσης μέσω χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων και την συμβολή του Γ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης στην Περιφερειακή Ανάπτυξη. Σε αναλυτικό παράρτημα (B) θα παρουσιαστούν τα Περιφερειακά Έργα που χρηματοδοτηθήκαν από το Γ ΚΠΣ.

Στο έβδομο κεφαλαίο, θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα και οι διαπιστώσεις που προέκυψαν κατά την ολοκλήρωση της εργασίας αυτής.

Τέλος θα ακολουθήσουν τρία επεξηγητικά παραρτήματα, πιο συγκεκριμένα το πρώτο αναφέρει τη συνθήκη Ραμσάρ, το δεύτερο αναφέρει τα έργα του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος ανά άξονα και το τρίτο αναφέρει αναλυτικά την ιστορία, την οικονομία και τα αξιοθέατα του νομού Αχαΐας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο **ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

2.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σ' αυτό το κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με την τουριστική πολιτική που πρέπει να εφαρμόζουν τα κράτη ώστε να αναπτυχθεί ο τομέας του τουρισμού , καθώς και τα επιχειρήματα πολιτικού, κοινωνικού και οικονομικού τύπου που την καθιστούν αναγκαία. Επίσης , θα αναφερθούμε στις βασικές αρμοδιότητες των οργανισμών τουρισμού και στις παρεμβάσεις των κρατικών φορέων στην τουριστική προσφορά και ζήτηση. Στο δεύτερο μέρος του κεφαλαίου, θα μελετήσουμε την κοινωνική σημασία του τουρισμού και τις επιρροές που δέχτηκε από άλλες κοινωνικές επιστήμες.

2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

2.1.1 ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΥΠΑΡΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Ως ιδιωτική κατανάλωση ο τουρισμός προκαλεί αφενός αύξηση της παραγωγής του μεγαλύτερου μέρους της βιομηχανίας καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων , αφετέρου αύξηση της προσφοράς των υπηρεσιών σε ιδιαίτερους θεσμούς και τομείς του κράτους. Επομένως η ίδια η φύση του τουρισμού, με τις μεγάλες διακλαδικές διαπλοκές στην

παραγωγή και στους θεσμούς και στις λειτουργίες του κράτους που επηρεάζουν στο σύνολο της οικονομίας και κοινωνίας, επιβάλλει την ιδιαίτερη αντιμετώπισή του. Αυτό πραγματοποιείται με τη διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής ως ιδιαίτερης λειτουργίας του κράτους .

Πηγή: Ζαχαράτος Γ. & Τσάρτας Π. (1999) Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης. Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Έτσι, η τουριστική πολιτική μπορεί, ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης της οικονομίας και της κοινωνίας, να παίρνει ταυτόχρονα διαφορετικές μορφές που αντιστοιχούν στις επιμέρους πολιτικές του κράτους.

Σήμερα τα επιχειρήματα για την παρέμβαση του κράτους στον τουρισμό είναι πολλαπλά και μπορούν να διακριθούν για μεθοδολογικούς λόγους σε τρεις βασικές ομάδες: σε πολιτικά, κοινωνικά και οικονομικά.

2.1.1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Καθώς ο τουρισμός συνιστά διαδικασία κοινωνικής επαφής και συνεκτικότητας ανάμεσα σε ανθρώπους διαφορετικών εθνοτήτων, γλωσσών και πολιτισμών, δηλαδή ατόμων με διαφοροποιημένες προσεγγίσεις στη ζωή, ενισχύει τη διεθνή κατανόηση και συμβάλει στη δημιουργία ειρηνικών σχέσεων ανάμεσα στα έθνη. Βοηθώντας ιδιαίτερα στη χαλάρωση των εντάσεων και την επικράτηση της ανθρώπινης πλευράς στις παγκόσμιες σχέσεις. Δεν πρόκειται για θεωρητικό σχήμα, καθώς οι άνθρωποι γνωρίζονται καλύτερα μέσω της τουριστικής αλληλεπίδρασης και συνειδητοποιούν άμεσα την ενότητα της ανθρωπότητας. Έτσι ο τουρισμός συνιστά αποτελεσματικό μέσο προώθησης της εικόνας της χώρας στο εξωτερικό. Αποτελεί ακόμη μέσο πληροφόρησης, η αποτελεσματικότητα της οποίας μπορεί δύσκολα να αμφισβητηθεί, γιατί βασίζεται από στόμα σε στόμα γνώση που διαδίδεται στην οικογένεια, σε φιλικούς και σε επαγγελματικούς κύκλους.

Η κρατική παρέμβαση στον τουρισμό μπορεί να είναι έτσι ένα μέσο για την επίτευξη πολιτικών και ιδεολογικών στόχων, εθνικού και διεθνούς περιεχομένου, που άπτονται και εκτός τουρισμού θεμάτων της χώρας ενεργοποίησης του.

2.1.1.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Ο τουρισμός ως κοινωνικό φαινόμενο είναι μία σημαντική δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου, έτσι ώστε το κράτος να συνυπολογίζει τη χρήση του στη σχεδίαση της εθνικής πολιτικής, στοχεύοντας στη διαμόρφωση ηθικών τυποποιημένης συμπεριφοράς και υγιεινής ζωής. Επίσης μπορεί να είναι ένα κοινωνικό ισοζύγιο, με την έννοια ότι η διακίνηση των τουριστών εσωτερικά ή διεθνώς κάνει ευκολότερη τη διαμόρφωση μιας δύναμει κοινωνικής ομοιογένειας μεταξύ των κοινωνικών σχηματισμών και των πολιτισμικών ομάδων εθνών, καθώς και μεταξύ πόλης και υπαίθρου. Έτσι είναι δίκαιο να πούμε ότι ο τουρισμός μπορεί να επιδράσει καθοριστικά στην κοινωνική λειτουργία του κράτους.

Από την άλλη μεριά, ο τουρισμός μπορεί να φθείρει την κοινωνική δομή μιας χώρας, αν το κράτος δεν είναι ενήμερο για τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν από την, συχνά βίαιη, αλληλεπίδραση ετερογενών πολιτισμών με διαφορετικά συστήματα κοινωνικών αξιών και συμπεριφορών. Αυτό είναι ένα πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπιστεί από το κράτος με την έρευνα, το σχεδιασμό και την προσεκτική πολιτική παρέμβαση στην τουριστική ανάπτυξη.

2.1.1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Ο τουρισμός, ως μία καταρχήν συναλλαγματικά «εξαγωγική» βιομηχανία, έχει πολλές διασυνδέσεις στην εθνική και διεθνή οικονομία.

Τόσο στις χώρες αποστολής, όσο και στις χώρες υποδοχής ο τουρισμός ωθεί στην ανάπτυξη πολλών και διαφορετικών τομέων και κλάδων της οικονομίας όπως η ενίσχυση βιομηχανικών και εμπορικών δραστηριοτήτων και η δημιουργία νέων αγορών γι' αυτές, η αύξηση των ευκαιριών για εργασία συνεπώς και η μείωση της ανεργίας, η αύξηση των δημοσιονομικών και συναλλαγματικών εσόδων του κράτους.

Τα παραπάνω επιχειρήματα στοιχειοθετούν επαρκώς τους λόγους για τους οποίους τα κράτη πρέπει να αναλαμβάνουν δράση στο πεδίο του τουρισμού, με τη βοήθεια συγκεκριμένων πλαισίων πολιτικής και σχεδίων για την τουριστική ανάπτυξη.

2.1.2 ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ, ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΚΑΙ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η αναγκαιότητα ύπαρξης μιας διακριτής πολιτικής του κράτους για τη ρύθμιση συγκεκριμένης οικονομικο-κοινωνικής και πολιτικής δραστηριότητας φέρνει αναγκαστικά στο προσκήνιο το ζήτημα της συγκρότησης φορέα άσκησης αυτής της πολιτικής.

Εξαιτίας της οικονομικής, κοινωνικής, πολιτικής και εθνικής εμβέλειας του τουριστικού φαινομένου κυρίως στις χώρες υποδοχής τουρισμού η αναγκαιότητα αυτή αντιμετωπίστηκε με την ίδρυση (εθνικών) οργανισμών τουρισμού. Οι οργανισμοί αυτοί, ανεξάρτητα από τη μορφή και τη δομή τους, επιφορτίστηκαν με τη διεκπεραίωση της σύνθετου χαρακτήρα τουριστικής πολιτικής για τον επιπρόσθετο λόγο ότι δεν ήταν δυνατόν να την αναλάβουν με ήδη υπάρχοντες φορείς (υπουργεία και αρχές) των διαφορετικών πολιτικών του κράτους.

Από τη μέχρι σήμερα διεθνή εμπειρία το συμπέρασμα είναι ότι δεν υπάρχει σταθερό πρότυπο για τη θεσμική υπόσταση, τη δομή και το χαρακτήρα των εθνικών οργανισμών τουρισμού. Τόσο το θεσμικό

πλαίσιο όσο και η διοικητική δομή και ο χαρακτήρας των εθνικών οργανισμών τουρισμού ποικίλλουν από χώρα σε χώρα,

Πηγή: Ζαχαράτος Γ. & Τσάρτας Π. (1999) Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης. Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

ανάλογα με την εκάστοτε συνταγματική υπόσταση και την πολιτική και διοικητική οργάνωση του κράτους. Η επιλογή, όμως, του προτύπου ενός εθνικού οργανισμού τουρισμού δεν συνιστά κατ' ανάγκην την πλήρη αντιστοιχία του προτύπου διοίκησης του κράτους. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί κανείς να συναντήσει συγκεντρωτική δομή του εθνικού οργανισμού τουρισμού σε ομοσπονδιακή ή περιφερειακή διοικητική δομή του κράτους και αντίθετα.

Ανεξάρτητα από το θεσμικό και οργανωτικό πρότυπο ενός εθνικού οργανισμού τουρισμού, οι βασικές αρμοδιότητες και πολιτικοδιοικητικές υποχρεώσεις του μπορούν να συνοψιστούν:

- Στη λεπτομερή απογραφή και το αρχείο των τουριστικών πόρων της χώρας
- Στην εκτίμηση και αξιολόγηση της τουριστικής υποδομής και ανωδομής συνεχώς
- Στην κατάρτιση και παρακολούθηση ενός εθνικού σχεδίου τουρισμού
- Στη συνεχή εφαρμογή τουριστικών μάρκετινγκ σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο
- Στην εποπτεία και τον έλεγχο της τουριστικής παραγωγής
- Στην τουριστική έρευνα
- Στο συντονισμό των συναρμόδιων υπηρεσιών και αρχών
- Στη διατήρηση διεθνών σχέσεων και συνεργασιών για τον τουρισμό.

2.1.3 ΟΙ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ

2.1.3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η κρατική παρέμβαση στην τουριστική προσφορά μπορεί να εφαρμοστεί σε πολλές κατευθύνσεις, ακολουθώντας τους πρωταρχικούς στόχους του εθνικού τουριστικού σχεδιασμού. Τέτοιες κατευθύνσεις ή επιμέρους μορφές τουριστικής πολιτικής στο χώρο της τουριστικής προσφοράς μπορεί να σχετίζονται με θέματα όπως:

- ο οικονομικός και φυσικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης στη χώρα υποδοχής, δηλαδή το κράτος προσπαθεί να κατευθύνει την τουριστική ανάπτυξη σε συγκεκριμένες χωροταξικά περιφέρειες και τόπους και σε συγκεκριμένους κατά το δυνατόν ετήσιους ρυθμούς αύξησης,
- η χρηματοδότηση του τουρισμού, είτε ως πιστωτική πολιτική για την χρηματοδότηση εγκαταστάσεων τουριστικής ανωδομής (π.χ ξενοδοχεία), είτε ως πολιτική δημόσιων τουριστικών επενδύσεων υποδομής (π.χ δρόμοι, μαρίνες, διαμορφώσεις δημοσίων χώρων), είτε ως πολιτική εποπτείας και ελέγχου των τιμών και της ποιότητας στην παραγωγή των υποκλάδων του τουριστικού προϊόντος ή, ακόμη ως πολιτική απασχόλησης και κατάρτισης στην τουριστική εκπαίδευση για τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών.

2.1.3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Οι παρεμβάσεις της τουριστικής πολιτικής δεν μπορούν να περιοριστούν στην τουριστική προσφορά. Το κράτος στο πλαίσιο των εθνικών τουριστικών σχεδίων παρεμβαίνει αντίστοιχα και στο επίπεδο της τουριστικής ζήτησης αφού πρώτα αναγνωρίσει τα χαρακτηριστικά και τις τάσεις μεταβολών της, αποσκοπώντας στην καλύτερη δυνατή

τουριστική ανάπτυξη. Με αυτής της μορφής την παρέμβαση η τουριστική πολιτική μιας χώρας υποδοχής προσπαθεί να επιτύχει:

Πηγή: Ζαχαράτος Γ. & Τσάρτας Π. (1999) Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης. Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

- την εξυπηρέτηση της ελεύθερης τουριστικής διακίνησης
- την προώθηση, δημοσιότητα και γενικότερα διαφήμιση των χώρων υποδοχής και των προσφερόμενων «τουριστικών προϊόντων» τους
- τον έλεγχο ή εποπτεία της τουριστικής παραγωγής και των τιμών με στόχο την προστασία του τουρίστα-καταναλωτή
- την ενδοπεριφερειακή και κυρίως τη διεθνή συνεργασία
- τη διαμόρφωση κινήτρων προς την τουριστική ζήτηση για περαιτέρω αύξηση ή καλύτερη χρονική κατανομή, για την άμβλυνση των προβλημάτων εποχικότητας.

2.1.4 ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Παρά τις διάφορες ενέργειες που πραγματοποιήθηκαν κατά καιρούς και ιδιαίτερα την δεκαετία του '70 και του '80 από τα ευρωπαϊκά κοινοτικά όργανα, ο τουρισμός δεν κατάφερε να αποκτήσει την αρμόζουσα θέση μέσα στο φάσμα των κοινοτικών δραστηριοτήτων.

Ωστόσο, μετά το 1990, με την ανακήρυξη του Ευρωπαϊκού Έτους Τουρισμού και ιδιαίτερα με τη σύνταξη της Πράσινης Βίβλου της Επιτροπής, μπορεί να θεωρηθεί ότι αρχίζει η φάση και η προοπτική για μια διακριτή ενιαία ευρωπαϊκή τουριστική πολιτική. Η άποψη αυτή ενισχύεται και από το γεγονός της κατάρτισης, το 1995, ενός σχεδίου δράσεων που συμπυκνώνει το σύνολο του ευρωπαϊκού πολιτικού

ενδιαφέροντος για τον τουρισμό και την προστασία του τουρίστα, καθώς και του ευρωπαϊκού τουριστικού χώρου, και το οποίο καλύπτει τα κενά της Συνθήκης της Ρώμης. Την περίοδο αυτή διαμορφώνεται από τη μια ο σεβασμός στις αρμοδιότητες που έχουν ανατεθεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση και από την άλλη ο σεβασμός στην ευθύνη των κρατών-μελών για θέματα τουρισμού.

Έτσι, ο τουρισμός τείνει να αναχθεί σε σημαντικό παράγοντα της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης αφού η Ευρωπαϊκή Ένωση εξακολουθεί να παραμένει ο κύριος προορισμός της διεθνούς ροής τουριστών και διατηρεί την ηγετική θέση της στον τομέα του παγκόσμιου τουρισμού.

2.2 ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.2.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.2.1.1 ΜΙΑ ΠΟΡΕΙΑ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ

Η πρώτη συστηματική ανάπτυξη ταξιδιών στην αρχαιότητα παρατηρείται στην περιοχή της Μεσοποταμίας και της Αιγύπτου. Σκοπός των ταξιδιών είναι η ανάπτυξη του εμπορίου, η διεύρυνση της πολιτικής επιρροής, η αναζήτηση νέων αγορών στην περιοχή καθώς και η επικοινωνία ανάμεσα σε διαφορετικούς πολιτισμούς.

Η βελτίωση των μεταφορικών μέσων και των οδών, η ύπαρξη κοινού νομίσματος σε ευρύτερους γεωγραφικούς χώρους και αργότερα η κοινή γλώσσα είναι εξελίξεις που συνέβαλλαν δυναμικά στην ανάπτυξη των ταξιδιών και στη διάδοσή τους ως κοινωνικού αγαθού στον αρχαίο κόσμο.

Ο ενιαίος γεωγραφικός χώρος που δημιουργείται στη ρωμαϊκή εποχή και η ειρήνη και η ασφάλεια που επικρατούν σε αυτόν γίνονται η αιτία για μια νέα δυναμική ώθηση στον τουρισμό, ο οποίος αποκτά νέο νόημα, αυτό των διακοπών. Έτσι, αναπτύσσονται σιγά σιγά τα πρώτα οργανωμένα τουριστικά πακέτα και τα πρώτα συστηματικά διαβατήρια

που είχαν τη μορφή «άδειας ταξιδιού» δοσμένης από το βασιλιά. Την ίδια εποχή, δηλαδή προς το τέλος του μεσαίωνα αρχίζει και η εμφάνιση βιβλίων σχετικών με ταξίδια και περιηγήσεις.

Πηγή: Ζαχαράτος Γ. & Τσάρτας Π. (1999) Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης. Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Την περίοδο της Αναγέννησης ως τον 19^ο αιώνα, το Γκραν Τουρ αποτέλεσε έναν τύπο ταξιδιού που συνδυάζοντας πολιτισμό και εκπαίδευση, συνέβαλλε στην οργανωτική ανάπτυξη του τουρισμού στην Ευρώπη και στην αποδοχή του ως κοινωνικού και καταναλωτικού προτύπου από ευρύτερα στρώματα. Η σταδιακή μαζικοποίηση του τουρισμού επιτρέπει και την εμφάνιση τυπολογικά διαφορετικών τουριστικών θέρετρων. Πρόκειται για πόλεις που αναπτύσσονται με αποκλειστικό στόχο την εξυπηρέτηση των τουριστών οι οποίοι έρχονται για ταξίδια μεσαίας ή μεγάλης διάρκειας.

Σήμερα ο τουριστικός τομέας αναπτύσσει τα οργανωμένα ταξίδια(package-tours) και παράλληλα εξειδικεύεται, προσφέροντας μια τεράστια ποικιλία τύπων τουριστικών ταξιδιών, γεγονός που του επιτρέπει να απευθύνεται σε σταθερά αυξανόμενο αριθμό καταναλωτών.

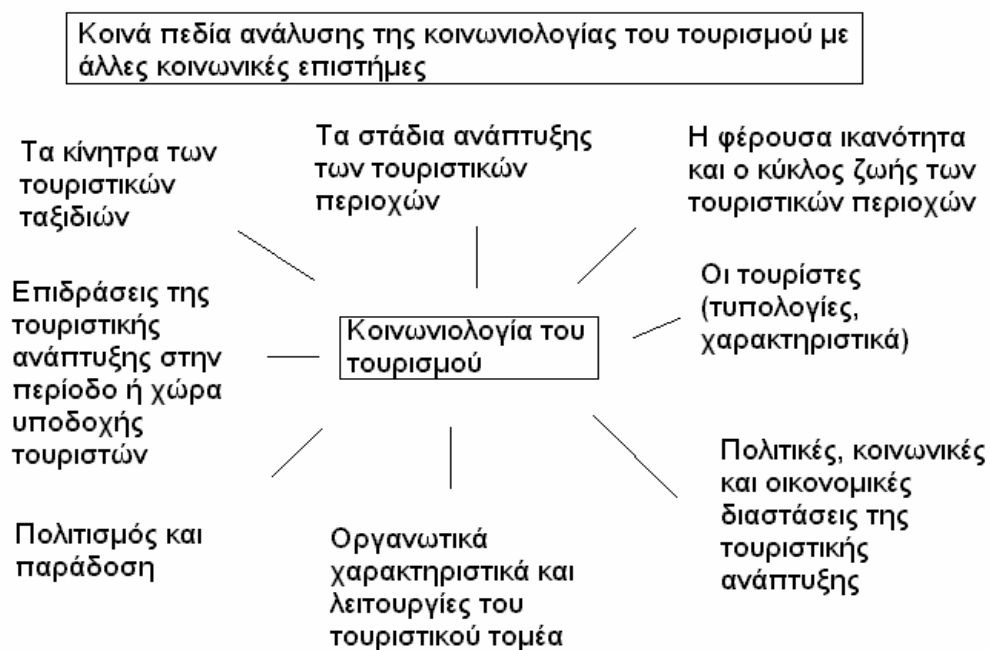
2.2.2 ΔΙΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΑ ΠΕΔΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

Η κοινωνιολογία του τουρισμού περιλαμβάνει μεγάλη ποικιλία θεμάτων και μεθοδολογικών προσεγγίσεων στην έρευνα και στη μελέτη του τουριστικού φαινομένου την τελευταία 20ετία. Κοινή συνιστώσα και κυρίαρχη τάση στις περισσότερες από αυτές τις αναλύσεις αποτελεί η διεπιστημονική προσέγγιση, αλλά και ο σημαντικός αριθμός πολυεπιστημονικών και σύνθετων προσεγγίσεων που εξετάζει ο κλάδος.

Οι κυριότερες διεπιστημονικές μελέτες παρουσιάζονται επιγραμματικά στον ακόλουθο πίνακα (Σχήμα 2.1):

Πηγή: Ζαχαράτος Γ. & Τσάρτας Π. (1999) Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης. Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Σχήμα 2.1 : Κοινά πεδία ανάλυσης της κοινωνιολογίας του τουρισμού με άλλες κοινωνικές επιστήμες



Πηγή : Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης , Ζαχαράτος Γ. & Τσάρτας Π. (1999)

2.2.3 ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΑΠΟ ΑΛΛΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΚΑΙ ΚΥΡΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

2.2.3.1 Η ΠΟΡΕΙΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ : ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΙΡΡΟΕΣ

Η κοινωνιολογία του τουρισμού αποτελεί έναν σχετικά νέο και ειδικό κλάδο της κοινωνιολογίας. Στην πορεία ανάπτυξής του και στη διαμόρφωση των κύριων θεματικών πεδίων έρευνας , στα οποία επικεντρώθηκε, δέχτηκε σημαντικές επιρροές από άλλους κλάδους της κοινωνιολογίας, τις οποίες αφομοίωσε και αναπτύσσεται δυναμικά,

συνθέτοντας τις δικές της υποθέσεις και διερευνήσεις στη μελέτη του τουρισμού. Οι κυριότερες από αυτές τις επιρροές ήταν οι εξής:

I. Εξελικτικές και λειτουργικές θεωρήσεις

Στηριζόμενες οι πρώτες κυρίως στις απόψεις διανοητών όπως ο Χ.Σπένσερ και οι δεύτερες σε απόψεις κοινωνιολόγων όπως ο Τ.Πάρσονς ,παρουσιάζουν ενδιαφέρουσες συσχετίσεις μεταξύ τους. Οι θεωρήσεις αυτές αναδείχτηκαν ιδιαίτερα χρήσιμες σε θέματα που συνδέονται κυρίως με την ανάπτυξη του τουρισμού ως σύνθετου, παραγωγικά και οργανωτικά τομέα.

II. Κοινωνιολογία της θρησκείας

Τα ζητήματα όπου επισημαίνονται επιρροές που αφορούν την κοινωνιολογία της θρησκείας είναι: α) ο ρόλος και το νόημα των σύγχρονων ταξιδιών, β) η συμπεριφορά των τουριστών στο ταξίδι και η συμβολική σημασία που αποδίδεται στα αξιοθέατα, γ) τα κίνητρα των τουριστικών ταξιδιών στον σύγχρονο κόσμο.

III. Θήοντορ Βέμπλεν

Οι επιρροές του Βέμπλεν καταγράφονται σε ζητήματα όπως η καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών, η σημασία που αποδίδουν οι ντόπιοι σ' αυτή τη συμπεριφορά, οι τουρίστες ως καταναλωτές με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, η σημασία του τουρισμού στον σύγχρονο κόσμο.

IV. Κριτικές θεωρήσεις για τη σημασία του τουριστικού φαινομένου στις σύγχρονες κοινωνίες κατανάλωσης

Κοινό χαρακτηριστικό αυτών των θεωρήσεων αποτελεί η προσπάθεια να αναλυθούν κριτικά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρισμού σε συνδυασμό με τις ταξιδιωτικές εμπειρίες που αναζητούν οι τουρίστες, καθώς και ο ρόλος του τουρισμού στην μεταμοντέρνα ή μεταβιομηχανική κοινωνία.

V. Θεωρήσεις που έχουν αφετηρία την πολιτική οικονομία και την κοινωνιολογία

Απ αυτόν τον κλάδο προήλθαν σημαντικές αναλύσεις για τα κίνητρα τουρισμού, αλλά και στα αίτια που οδήγησαν στη διάθεση όλο και περισσότερου ελεύθερου χρόνου για τουρισμό στις αναπτυγμένες κοινωνίες.

2.2.3.2 ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΕΔΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- I. Ο τουρισμός ως παραγωγός τουριστικών ταξιδιών με διαφορετικά χαρακτηριστικά
- II. Ο τουρίστας: τυπολογικά χαρακτηριστικά, κίνητρα τουρισμού, επικοινωνία τουριστών και ντόπιων
- III. Η τουριστική ανάπτυξη : κοινωνικές επιπτώσεις, πολιτισμικές επιδράσεις

2.3 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σ' αυτό το κεφάλαιο αναφερθήκαμε στην αναγκαιότητα ύπαρξης τουριστικής πολιτικής από τα κράτη και στις αρμοδιότητες των κρατικών φορέων για την ανάπτυξη του τουρισμού. Επίσης , μελετήσαμε τον κοινωνικό χαρακτήρα του τουρισμού και τα κοινά πεδία ανάλυσής του με άλλες κοινωνικές επιστήμες.

Πηγή: Ζαχαράτος Γ. & Τσάρτας Π. (1999) Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης. Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτό το κεφαλαίο θα ασχοληθούμε με τη διοίκηση της επιχείρησης προκειμένου με τον καλύτερο τρόπο να ικανοποιήσει τους πελάτες να περιορίσει τα παράπονα και να κτίσει άρρηκτες σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες της. Θα ασχοληθούμε με σύγχρονα μοντέλα management όπως : το Customer Relationship Management, το Yield Management, τη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας και συστήματα πιστοποίησης της ποιότητας όπως ISO και EFQM, καθώς επίσης και τους Συλλογικούς Φορείς Τουρισμού που βοηθούν την εξυπηρέτηση αναγκών μιας Τουριστικής Μονάδας.

3.1 ΈΝΝΟΙΑ –ΟΡΙΣΜΟΣ

Η διαδικασία του Μάνατζμεντ έχει να κάνει με τον συντονισμό και την εναρμόνιση όλων των παραγωγικών πόρων (ανθρωπίνων, υλικών, τεχνικών) για να επιτευχθούν τα αναμενόμενα αποτελέσματα με το χαμηλότερο δυνατό κόστος. Οι λειτουργίες της διοίκησης έχουν να κάνουν ως ακολούθως (σχήμα 3.1):

Σχήμα 3.1 Οι λειτουργίες της διοίκησης

Σχεδιασμός → Οργάνωση → Διεύθυνση → Έλεγχος

Οι διαδικασίες μιας επιχείρησης διαφέρουν από τις λειτουργίες της. Οι λειτουργίες είναι τμήματα της επιχείρησης με

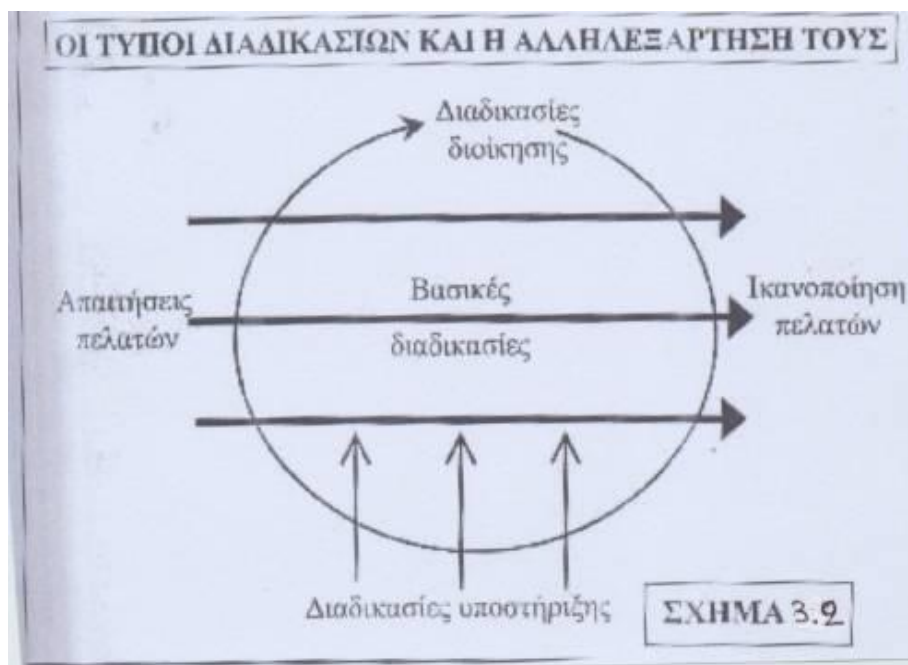
συγκεκριμένες αρμοδιότητες και πόρους. Οι διαδικασίες από την άλλη πλευρά είναι ένα σύνολο δραστηριοτήτων και κάθε μία από αυτές περιλαμβάνει δραστηριότητες περισσότερων της μιας λειτουργιών της επιχείρησης. Με άλλα λόγια, οι διαδικασίες διαπερνούν μια ή περισσότερες λειτουργίες της επιχείρησης και αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο για την αποτελεσματική της δράση. Η σχέση μεταξύ λειτουργιών και διαδικασιών είναι σύνθετη και πολλές φορές η αποτελεσματική εκτέλεση των διαδικασιών εμποδίζεται από την οργανωτική δομή της επιχείρησης.

Οι διαδικασίες μπορούν να χωρισθούν σε τρεις γενικούς τύπους :

(Σχήμα 3.2)

- Βασικές διαδικασίες
- Διαδικασίες υποστήριξης
- Διαδικασίες Διοίκηση

Σχήμα 3.2 Οι τύποι διαδικασιών και η αλληλεξάρτησή τους



Πηγή : Βασισμένα σε Hammer και Champy 1993

3.2 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Η διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες (Customer Relationship Management) είναι η σύγχρονη επιχειρησιακή διαδικασία προσέγγισης της αντίληψης, κατανόησης και επιρροής της συμπεριφοράς του πελάτη μέσω της συνεχούς επικοινωνίας με σκοπό τη διατήρηση των κερδοφόρων πελατών, την αύξηση της τρέχουσας και της μελλοντικής αξίας των υπαρχόντων και τη βελτίωση των ρυθμών απόκτησης τόσο των νέων όσο και προσοδοφόρων. Κοινή παράμετρος των παραπάνω στόχων μιας επιχείρησης είναι ο έλεγχος και η ελαχιστοποίηση του κόστους. Το CRM δίνει τη δυνατότητα σε μια επιχείρηση να προωθήσει προϊόντα και υπηρεσίες με συγκεκριμένη απόδοση εσόδων, που μπορεί να επιτευχθεί σε ορισμένο χρονικό διάστημα με τη χρήση της κατάλληλης τεχνολογίας, καθώς και των εφαρμογών που έχουν τη δυνατότητα της επιλογής και της αυτόματης διαχείρισης συγκεκριμένων πελατών με κατάλληλες προσφορές, στον κατάλληλο χρόνο και μέσω του κατάλληλου καναλιού επικοινωνίας. Η επιχείρηση καταφέρνει να εξυπηρετήσει τους πελάτες με διαφορετικό τρόπο, που βασίζεται στην κερδοφορία, την αγοραστική συμπεριφορά και τις προσωπικές προτιμήσεις τους για το χρόνο και το μέσο επικοινωνίας. Παράλληλα, σεβόμενη τις επιλογές τους για τη διαχείριση των προσωπικών τους δεδομένων και στοιχείων που καταγράφονται, επιτυγχάνει την αύξηση του μεριδίου του πελάτη δημιουργώντας μακροχρόνιες σχέσεις που στηρίζονται στο εξειδικευμένο (one-to-one) marketing, στην ιδιαίτερη τιμολόγηση και στη δημιουργία προσωπικών κινήτρων.

Τα συστήματα CRM χρησιμοποιούνται από εκείνες τις επιχειρήσεις που επιδιώκουν να αποκτήσουν επίγνωση της πελατειακής τους βάσης, ώστε να χρησιμοποιήσουν τις γνώσεις αυτές ,με σκοπό να

πουλήσουν πιο αποτελεσματικά προϊόντα και υπηρεσίες (Ταξιδιωτικά γραφεία, ασφάλειες, τράπεζες).π.χ Σε ένα ταξιδιωτικό γραφείο έχοντας γνώση των συχνών πελατών τους μπορούν πιο εύκολα να τους ικανοποιούν κλείνοντας τους την θέση και την εταιρία Αερογραμμών που προτιμούν κατά καιρούς να ταξιδεύουν, ακόμα και να τους προτείνουν πακέτα προσφορών ανάλογα με κοινωνική και οικονομική τους θέση , και κατά καιρούς προτίμησή τους.

Οι απαραίτητες προϋποθέσεις, προκειμένου μια εταιρία να υιοθετήσει ένα σύστημα CRM, είναι :

▼ Παράλληλη ολοκλήρωση όλων των καναλιών επικοινωνίας με τον πελάτη. Ωστε να είναι γνώστες των απαιτήσεων τους ,το τι θέλουν το τι τους δυσανασχετεί και τι τους ευχαριστεί περισσότερο. Οι πελάτες θα πρέπει να λαμβάνουν τις ίδιες πληροφορίες μέσω όλων των καναλιών αλληλο-επικοινωνίας, ώστε να υπάρχει ομοιογένεια στον τρόπο και στο περιεχόμενο της πληροφόρησης.

▼ Ολοκλήρωση συστήματος πρόσβασης σε βάσεις δεδομένων των χειριστών / χρηστών πρώτης γραμμής (front office) και των διαχειριστικών λειτουργιών διοίκησης (back office).

Γενικά , θεωρείται αναγκαίο να υπάρχει η απαραίτητη υποδομή μηχανοργάνωσης προκειμένου να αξιοποιηθεί το σύνολο των εφαρμογών CRM. Η υποδομή αυτή θα πρέπει να προλαβαίνει τις ανάγκες του πελάτη και να τις ικανοποιεί, αφού γίνεται ολοένα και εντονότερο το φαινόμενο των πελατών που δεν ξοδεύουν το χρόνο τους για να ενημερώσουν την εκάστοτε εταιρία για τις προσωπικές ανάγκες τους. Απλώς, λόγω του τεράστιου ανταγωνισμού προχωρούν στην επόμενη εταιρία που θα τις ικανοποιεί.

Το CRM είναι μια επαναληπτική διαδικασία - κύκλος που αποτελείται από τέσσερις φάσεις:

1. Ανάλυση (Knowledge Discovery). Μελέτη των αναλυτικών δεδομένων του πελάτη για την απόκτηση γνώσης, κατηγοριοποίηση και πρόβλεψη. Στόχος είναι η αναγνώριση πιθανών ευκαιριών για επένδυση και προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών.

2. Σχεδιασμός (Market Planning). Σχεδιασμός προσφορών, τρόπων και μέσων προσέγγισης και χρονοδιαγραμμάτων.

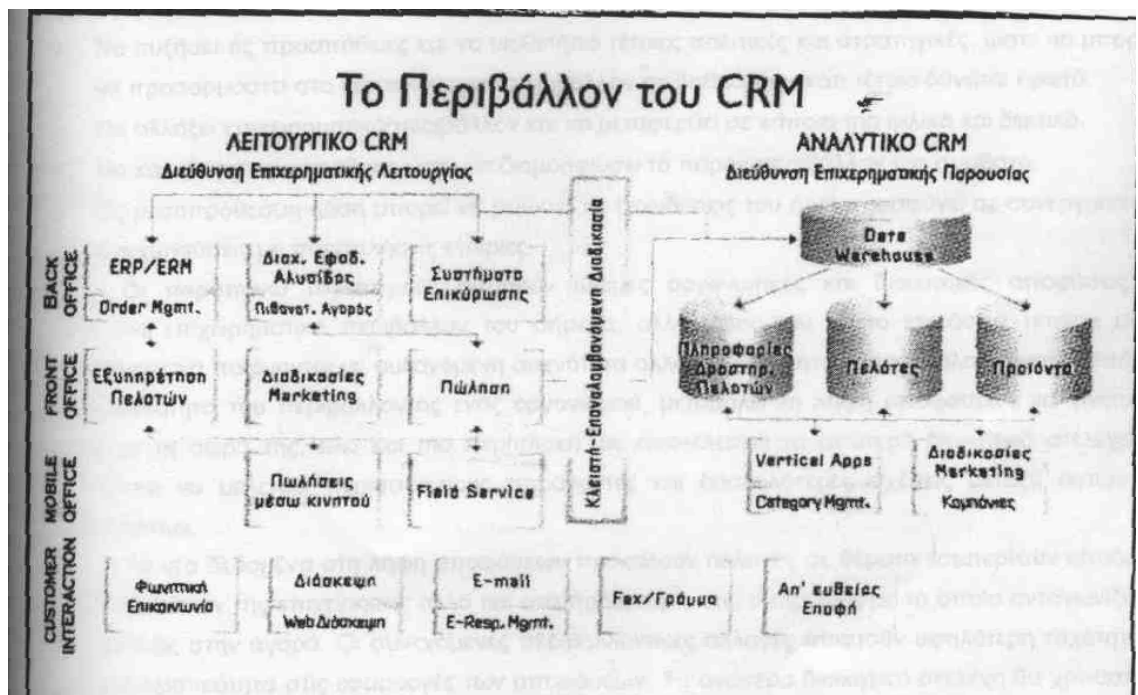
3. Αλληλεπίδραση (Customer Interaction). Εκτέλεση και διαχείριση της επικοινωνίας με τον πελάτη με σχετικά και επίκαιρα μηνύματα και προσφορές μέσω όλων των πιθανών σημείων επαφής.

4. Αποτίμηση και Βελτίωση (Analysis and Refinement). Διαδικασία μέτρησης και εκτίμησης των αποτελεσμάτων με ανάλυση των δεδομένων που έχουν προκύψει από την ανταπόκριση του πελάτη. Ακολουθείται από τη διόρθωση της επικοινωνίας με βάση τα νέα δεδομένα. Σε κάθε φάση ξεχωριστά και στο σύνολο τους προκύπτουν οφέλη για την επιχείρηση, καθώς γνωρίζει καλύτερα τους πελάτες της, τους αξιολογεί ακριβέστερα, συμπεριφέρεται ιδιαίτερα ανταμείβοντας τους καλούς, αδιαφορεί για τους ζημιογόνους ελπίζοντας να απαλλαγεί από αυτούς, προσδιορίζει πιθανούς νέους υποψήφιους, μειώνει το κόστος άστοχων μεθόδων επικοινωνίας ανακατανέμοντας τους πόρους της προς τους κερδοφόρους πελάτες, προσφέρει έγκαιρα τα κατάλληλα προϊόντα και υπηρεσίες, ενώ μειώνει τη χρονική διάρκεια κάθε καμπάνιας αυξάνοντας τη συχνότητα εμφάνισης τους. Επίσης, παρέχει συνεπείς και συνεχείς μετρήσεις της αποτελεσματικότητας της, επικοινωνεί με τους πελάτες σε κάθε πιθανό σημείο επαφής, όπου και αν αυτοί επιθυμούν, αναλύει τα νέα δεδομένα που προκύπτουν, διορθώνει την τακτική της

επιτυγχάνοντας υψηλότερα ποσοστά απόδοσης των επενδύσεων (Return On Investment) και τελικά, κτίζει πραγματικά άρρηκτες σχέσεις εμπιστοσύνης. Οι επιχειρήσεις δείχνουν να έχουν αντιληφθεί τη σπουδαιότητα του CRM. Σε αυτό το συμπέρασμα καταλήγουν, άλλωστε, οι εκτιμήσεις διεθνών ινστιτούτων, που το αναδεικνύουν ως τη μεγαλύτερη και ταχύτερα αναπτυσσόμενη επιχειρηματική διαδικασία τα αμέσως επόμενα χρόνια. Επιτυχημένες επιχειρήσεις θα είναι εκείνες που δρουν μεθοδικά, αποτελεσματικά αλλά και γρήγορα πριν τις προλάβουν οι ανταγωνιστές και κυρίως εκείνες που θα βασίζονται στη γνώση.

Η παρακάτω εικόνα παρουσιάζει το περιβάλλον ενός συστήματος CRM.(Σχήμα 3.3)

Σχήμα 3.3 Το περιβάλλον του CRM



Πηγή : Βασισμένα σε Hammer και Champy 1993

3.2.1 Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ YIELD MANAGEMENT ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.

Το Yield Management είναι μια τεχνική η οποία συνεισφέρει στην μεγιστοποίηση των εσόδων από την πώληση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας ,η οποία έχει ως τα εξής χαρακτηριστικά :

- Σταθερή / δεδομένη δυναμικότητα
- Φθαρτότητα με την παρωδό του χρόνου

Πηγή: Κουτούζης Μ. (1999). Γενικές Αρχές Μάνατζμεντ. Πάτρα: Ελλ.Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Προφανώς τα ξενοδοχειακά δωμάτια παρουσιάζουν αυτά τα χαρακτηριστικά.

Το Y.M ενδιαφέρεται για την παρακολούθηση των τιμών και των περιορισμών στην πληρότητα ,με σκοπό την επίτευξη του μέγιστου δυνατού μεικτού εσόδου από όλα τα τμήματα πελατείας άνα χρονική περίοδο .Βασικά το Y.M. λειτουργεί ως εξής:

- Όταν η ζήτηση είναι μεγαλύτερη της προσφοράς ,ο στόχος επικεντρώνεται σε αποφάσεις μεγιστοποίησης της τιμής δωματίων.
- Όταν η προσφορά υπερβαίνει την ζήτηση ,ο στόχος μεταβάλλεται και μας ενδιαφέρει η μεγιστοποίηση της πληρότητας των δωματίων, ως ένα βαθμό ακόμη και σε βάρος της τιμής

Είναι μια τεχνική η οποία έχει εφαρμοστεί με επιτυχία και αποφέρει αποτελέσματα σε ορούς μέσης τιμής και πληρότητας. Αναφέρουμε το παρακάτω παράδειγμα προκειμένου να γίνει κατανοητό το Y.M:

Υποθέτουμε ότι ένα ξενοδοχείο έχει δυναμικότητα 200 δωματίων και τα αποτελέσματα των τριών τελευταίων ημερών είναι ως εξής :

Πίνακας 3.1

«Παράδειγμα κατανόησης Yield Management σχετικά με την τιμή χρέωσης και το ποσοστό πληρότητας»

| | Ποσοστό Πληρότητας | Μέση τιμή χρέωσης |
|---------|--------------------|-------------------|
| Τρίτη | 53,8% | 130 € |
| Τέταρτη | 71,0% | 100€ |
| Πέμπτη | 92,0% | 76€ |

Πηγή :Μάνατζμεντ Ξενοδοχείων και Επιχειρήσεων Εστίασης Αναψυχής,Μ. ΣΩΤΗΡΙΑΔΗΣ(2000)

Η Τέταρτη φαίνεται να έχει ένα ισορροπημένο αποτέλεσμα σε σχέση με τις δυο άλλες ημέρες .Η Τρίτη έχει μια υψηλή μέση τιμή ,αλλά ένα χαμηλό ποσοστό πληρότητας . Η Πέμπτη έχει ένα υψηλό ποσοστού πληρότητας ,αλλά χαμηλή τιμή.

3.3 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Η ανάλυση της διοίκησης της ποιότητας των υπηρεσιών στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πρέπει να είναι ένα στρατηγικό ζήτημα, που πρέπει να αφορά όλη την επιχειρηματική οργάνωση και διοίκηση και αναλύεται στην Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Δ.Ο.Π.) και των συστημάτων πιστοποίησης της ποιότητας ISO (International Standards

Organization) και EFQM (European Foundation for Quality Management).

3.3.1 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η νέα αυτή προσέγγιση στο management έχει ως επίκεντρο τον πελάτη, που είναι τελικά ο αποφασιστικός παράγοντας για την επιβίωση και κερδοφορία της επιχείρησης. Στοχεύει στην πλήρη ικανοποίηση του πελάτη με την ενεργοποίηση όλων των πόρων της επιχείρησης και, κυρίως όλου του ανθρώπινου δυναμικού.

Η ευσυνείδητη προσπάθεια του προσωπικού για ικανοποίηση του πελάτη, μείωση των παραπόνων και της δυσαρέσκειας, παροχή υπηρεσιών στον πελάτη πάνω από τις προσδοκίες του και εξασφάλιση σημαντικοί ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι απολύτως απαραίτητα, αφού η επιτυχία ακόμα και των καλύτερων συστημάτων εξαρτάται από τον ανθρώπινο παράγοντα. Η στρατηγική της Δ.Ο.Π είναι εξολοκλήρου προσανατολισμένη προς τον πελάτη. Τα στοιχεία που διαφοροποιούν την Δ.Ο.Π από τις άλλες στρατηγικές ποιότητας είναι :

- Η ολιστική προσέγγιση και η εμπλοκή του συνόλου της επιχείρησης.
- Τα ανώτατα στελέχη που παίζουν έναν ρόλο-κλειδί στην καθοδήγηση της ποιότητας και στην επικοινωνία του μήματος ποιότητας.
- Η συνεχής προσπάθεια για την ικανοποίηση των απαιτήσεων πελατείας, κάνοντας τα σωστά πράγματα από τη πρώτη στιγμή.
- Η εξουσιοδότηση των υπαλλήλων με την δραστήρια συμμετοχή στη διαδικασία λήψης αποφάσεων

: να παίρνουν αποφάσεις οι οποίες θα πρέπει να παρακολουθούνται.

3.3.2 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ISO 9000

Οποία κι αν είναι η στρατηγική ποιότητας που υιοθετεί μια εταιρία, μπορεί επίσης να αναζητήσει μια εξωτερική αναγνώριση ή πιστοποίηση της ποιότητας μέσω ενός από τα υφιστάμενα συστήματα. Όλα τα σχήματα έχουν τυπικές διαδικασίες πιστοποίησης και αναγνωρίζονται γενικά ως σήματα ποιότητας. Η τελική μορφή ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας, είναι προσαρμοσμένη ξεχωριστά σε κάθε επιχειρήσει αναλογία με τις ανάγκες / στόχους της. Οι ανάγκες αυτές μπορούν να ενταχθούν σε ομάδες, όπως η ικανοποίηση των στόχων, η οικονομική επίδοση, η αξιοπιστία, η ικανοποίηση του πελάτη και η συμμόρφωση με τις απαιτήσεις. Τα κυριότερα συστήματα ποιότητας είναι το ISO και το EFQM.

Πηγή: Κουτούζης Μ. (1999). Γενικές Αρχές Μάνατζμεντ. Πάτρα: Ελλ.Ανοικτό Πανεπιστήμιο

3.3.2.1 ISO 9000 ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Ο ISO (International Standards Organization) είναι ένας μη κυβερνητικός οργανισμός που ιδρύθηκε το 1943 κι στον οποίο σήμερα συμμετέχουν οργανώσεις από 120 χώρες, μέσω των ενοίκων οργανισμών πιστοποίησης.

Το πρότυπο ποιότητας ISO είχε πρωτοδημοσιευθεί το 1979 για να καθορίσει τις απαιτήσεις για ένα σύστημα προσανατολισμένο προς την

ποιότητα στους προμηθευτές και τη βιομηχανία. Το σύστημα έχει πλέον επεκταθεί και υιοθετηθεί από επιχειρήσεις στο τομέα των υπηρεσιών. Το σύστημα είναι πολύ προσανατολισμένο στην διαδικασία ,βασισμένο σε μεγάλο βαθμό σε αρκετά έγγραφα και στον έλεγχο όλων των πτυχωτών διαδικασιών «παραγωγής».Καλύπτει τον ορισμό και την περιγραφή μιας ευρείας ποικιλίας λειτουργικών δραστηριοτήτων ,όπως παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 3.2 Γενικές προδιαγραφές του ISO

| |
|--|
| • Ευθύνη του μάνατζμεντ |
| • Αρχές συστήματος ποιότητας |
| • Εσωτερικός Έλεγχος Ποιότητας |
| • Ενδιαφέρονται σχετικά με το κόστος ποιότητας |
| • Ποιότητα στο μάρκετινγκ, περιλαμβανομένης της ανασκόπησης συμβολαίων |
| • Ποιότητα στις προδιαγραφές και στον σχεδιασμό (έλεγχος σχεδιασμού) |
| • Ποιότητα στις προμήθειες(έλεγχος αγορών) |
| • Ποιότητα στην παραγωγή (έλεγχος στην διαδικασία της παραγωγής) |
| • Έλεγχος της παραγωγής |
| • Έλεγχος υλικών και ιχνηλασιμότητας (αναγνώριση της παραγωγής ενός προϊόντος ή υπηρεσίας) |
| • Έλεγχος του καθεστώτος επαλήθευσης (επιθεώρηση και δοκιμή) |
| • Επαλήθευση προϊόντος(επιθεώρηση και δοκιμή) |
| • Έλεγχος μετρήσεων και δοκιμής |

| |
|--|
| • Έλεγχος μη συμμόρφωσης προϊόντος |
| • Διορθωτικές ενέργειες |
| • Χειρισμός των λειτουργιών μετά την παραγωγή (χειρισμός ,αποθήκευση ,συσκευασία και παράδοση |
| • Εξυπηρέτηση μετά την πώληση |
| • Έγγραφα και αρχεία ποιότητας (έλεγχος εγγραφών) |
| • Αρχεία ποιότητας |
| • Προσωπικό (κατάρτισης) |
| • Ασφάλεια και ευθύνη προϊόντος |
| • Χρήση στατιστικών μεθόδων |

Πηγή :Μάνατζμεντ Ξενοδοχείων και Επιχειρήσεων Εστίασης Αναψυχής, Μ. ΣΩΤΗΡΙΑΔΗΣ(2000)

«Το σύστημα προτύπου ποιότητας ISO αφορά την πιστοποίηση ότι κατά την παραγωγή ή παροχή υπηρεσίας τηρήθηκε μια συγκεκριμένη διαδικασία η οποία διασφαλίζει ένα συγκεκριμένο επίπεδο ποιότητας ενός προϊόντος η μιας υπηρεσίας βασική επιδίωξη είναι η εξασφάλιση μιας σταθερότητας στο επίπεδο υπηρεσίας ,και εξυπηρέτησης.» (Θεοφανόπουλος 1995).

3.3.2.1.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΕΦΑΡΜΟΓΗ ,ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ.

Η επιχείρηση που θα πάρει την απόφαση να υιοθετήσει το ISO θα πρέπει πρώτα από όλα να γνωρίζει επακριβώς το αντικείμενο που θέλει να διασφαλίσει ποιοτικά. Η ποιότητα των παραγομένων υπηρεσιών εξαρτάται από διαδικασίες που ακολουθούνται και καλύπτουν ένα μεγάλο φάσμα δραστηριοτήτων. Θα πρέπει λοιπόν να καταγράψει όλες τις δραστηριότητες που εκτελεί ,να τις εφαρμόσει όπως ακριβώς τις έχει

καταγράφει και να παρέχει αντικειμενικές αποδείξεις ότι πραγματικά εφαρμόζει αυτό για το οποίο έχει δεσμευτεί. Στη συνέχεια ακολουθεί η τεκμηρίωση του συστήματος ποιότητας .Η τεκμηρίωση συνήθως έχεις την ακόλουθη δομή : Το Εγχειρίδιο ποιότητας ,οι διαδικασίες ποιότητας και Οδηγίες εργασίας.

Η φάση της εφαρμογής ξεκινάει αμέσως μετά το πέρας της φάσης καταγραφής του Συστήματος Διασφάλισης Ποιότητας. Η εφαρμογή του συστήματος εξαρτάται κυρίως από την τη συμμετοχή του προσωπικού της εταιρίας και από την προθυμία που θα επιδείξει. Για το λόγω αυτόν απαιτείται η κατάλληλη κινητοποίηση και ευαισθητοποίηση του προσωπικού από τη διοίκηση της εταιρίας ,ώστε να επιτευχθεί :

- Η ορθή εφαρμογή του συστήματος όπως έχει καταγραφεί.
- Η παρακολούθηση και εκτίμηση της πληρότητας και ορθότητας του συστήματος.
- Η συμπλήρωση και τήρηση των προβλεπόμενων αρχείων

Πιστοποίηση : είναι μια διαδικασία με την οποία βεβαιώνεται από ένα τρίτο μέρος στην Ελλάδα, από τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης (ΕΛΟΤ) – ότι μια υπηρεσία συμφωνεί με καθορισμένα πρότυπα ,τεχνικές προδιαγραφές ή συγκεκριμένες απαιτήσεις.

Βεβαιώνεται με το Πιστοποιητικό Ποιότητας και το Σήμα Ποιότητας.

Πηγή :Μάνατζμεντ Ξενοδοχείων και Επιχειρήσεων Εστίασης Αναψυχής, Μ. ΣΩΤΗΡΙΑΔΗΣ(2000)

Προφανώς ,η ενδιαφερομένη επιχείρηση πρέπει να προσφυγή στις συμβουλευτικές υπηρεσίες μιας ειδικευμένης εταιρίας διαδικασία της πιστοποίησης ξεκινά με την υποβολή αίτησης προς τον φορέα πιστοποίησης και ακολουθεί τα εξής στάδια :

- Προκαταρτικές συνομιλίες
- Επιθεώρηση αξιολόγησης
- Έκδοση πιστοποιητικού
- Επιθεώρηση επιτήρησης

3.3.2.1.2 ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ EUROPEAN FOUNDATION FOR QUALITY MANAGEMENT (EFQM)

Ο ευρωπαϊκός οργανισμός EFQM ιδρύθηκε με πρωτοβουλία και υποστήριξη της Ε.Ε και έχει ως σκοπό την ενισχυτή των επιχειρήσεων στην προσπάθεια καθιέρωσης υψηλών κριτηρίων ποιότητας σε όλες τις λειτουργίες τους.

Ο EFQM δημιουργήθηκε το 1998 και το 1992 επεξεργάστηκε και δημοσίευσε ένα μοντέλο Δ.Ο.Π για την αυτοαξιολόγηση .Το σύστημα επιτρέπει σε οργανισμούς και επιχειρήσεις να εισάγουν ένα μοντέλο Δ.Ο.Π ,με το οποίο αυτοαξιολογούνται για την απόκτηση ενός σήματος ποιότητας. Το σύστημα είναι ένα μοντέλο Ολικής Ποιότητας που προσπαθεί να αντιμετωπίσει όλες τις πτυχές ποιότητας στο εσωτερικοί της επιχείρησης και καλύπτει τους ακόλουθους τομείς : ηγεσία, πολιτική και στρατηγικά, διοίκηση προσωπικού ,πόροι ,διαδικασίες, ικανοποίηση πελάτη, ικανοποίηση ατόμων, επίπτωση στην κοινωνία, επιχειρηματικά αποτελέσματα.

Ο κάθε τομέας αναλύεται παρακάτω :

Ηγεσία : Η συμπεριφορά όλων των στελεχών στη διεύθυνση της επιχείρησης, σε σχέση με την Ολική Ποιότητα .Περιλαμβάνει :

- Εμφανή εμπλοκή στην καθοδήγηση ολικής διοίκησης

- Μια σταθερή κουλτούρα Ολικής Ποιότητας
- Αναγνώριση και εκτίμηση των προσπαθειών και των επιτυχιών των ατόμων και των ομάδων.
- Υποστήριξη της Ολικής Ποιότητας με παροχή των καταλλήλων πόρων και βοήθειας.
- Δραστήρια προώθηση της ολικής διοίκησης και εκτός πελάτες.

Πολιτική και στρατηγική : Οι αξίες ,τα οράματα και η στρατηγική κατεύθυνση της επιχείρησης και οι τρόποι με τους οποίους επιτυγχάνει την υλοποίησή τους. Περιλαμβάνει :

- Ενσωμάτωση της πολιτικής και στρατηγικής στην Ολική Ποιότητα
- Καθορισμό πολιτικής και στρατηγικής με χρήση πληροφοριών
- Επιχειρησιακά σχέδια, πολιτική και στρατηγική
- Επικοινωνία της πολιτικής και στρατηγικής

Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού ,περιλαμβάνει :

- Συνεχή βελτιώσει της διοίκησης των ανθρώπινων πόρων
- Ανάπτυξη ικανοτήτων και δεξιοτήτων μέσω προσλήψεων, κατάρτισης και ενίσχυσης της καριέρας του προσωπικού .

Πηγή :Μάνατζμεντ Ξενοδοχείων και Επιχειρήσεων Εστίασης Αναψυχής, Μ. ΣΩΤΗΡΙΑΔΗΣ(2000)

- Προαγωγή και εμπλοκή όλων των ατόμων στην ποιότητα και συνεχή βελτίωση.

Πόροι : Η διοίκηση ,η χρήση και η διατήρηση των πόρων .Περιλαμβάνει

- Έλεγχο και ανάπτυξη των οικονομικών πόρων

- Έλεγχο και ανάπτυξη των πόρων πληροφόρησης
- Έλεγχο και ανάπτυξη των υλικών πόρων
- Εφαρμογή της τεχνολογίας για βελτίωση της ποιότητας και επίδοσης.

Διαδικασία : Η διαδικασία όλων των δραστηριοτήτων προστιθεμένης αξίας στο εσωτερικό της επιχείρησης. Περιλαμβάνει :

- Εντοπισμό και καθορισμό των βασικών διαδικασιών
- Συστηματική διοίκηση των βασικών και υποβοηθητικών διαδικασιών.
- Ανασκόπηση των διαδικασιών ,βασισμένη σε δείκτες επίδοσης ,με σκοπό τη βελτίωση τους.
- Ενθάρρυνση της καινοτομίας και της δημιουργικότητας στη διαδικασία βελτίωσης.
- Εφαρμογή αλλαγών στις διαδικασίες και αποτίμηση των ωφελειών.

Ικανοποίηση ατόμων : Περιλαμβάνει :

- Εργασιακό περιβάλλον εργασίας
- Ποιότητα εργασίας
- Αναγνώριση και ανταμοιβές
- Επικοινωνία και διοίκηση
- Κατάρτιση και ανάπτυξη

Πηγή :Μάνατζμεντ Ξενοδοχείων και Επιχειρήσεων Εστίασης Αναψυχής, Μ. ΣΩΤΗΡΙΑΔΗΣ(2000)

3.3.2.2 ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

Τα ελληνικά τουριστικά γραφεία (ΙΑΤΑ) συγκεντρώνονται σε ποσοστό 50% περίπου στο νομό Αττικής, είναι σε μέγιστο βαθμό ελληνικής ιδιοκτησίας (96%) και ως προς την νομική τους μορφή μόλις το 1/4 αυτών περίπου είναι ανώνυμες εταιρείες (Α.Ε). Από άποψη

απασχόλησης τα ελληνικά τουριστικά γραφεία δείχνουν να απασχολούν περισσότερα άτομα ανά γραφείο, σε σύγκριση με τη Γερμανία και την Αγγλία. Συγκεκριμένα, στο μεγαλύτερο ποσοστό τους 50% και πλέον απασχολούν το πολύ μέχρι πέντε μόνιμους υπαλλήλους και σε ποσοστό 73% περίπου μέχρι πέντε προσωρινούς/ έκτακτους υπαλλήλους. Μικρότερο του 20% είναι το ποσοστό των γραφείων τα οποία απασχολούν πάνω από 20 μόνιμους υπαλλήλους.

Ικανοποιητική κρίνεται η κατάσταση όσον αφορά την απασχόληση εξειδικευμένου προσωπικού στα τουριστικά γραφεία. Όσο αυξάνει ο αριθμός των μόνιμων εργαζομένων (στην ουσία το μέγεθος του γραφείου) τόσο αυξάνει ο αριθμός των αποφοίτων τουριστικών σχολών. Γενικά η μικρότερη αναλογία που προκύπτει για την απασχόληση εξειδικευμένου προσωπικού στο σύνολο του μόνιμου προσωπικού είναι 3 στους 10. Αναλογία που κρίνεται πολύ καλύτερη από εκείνη των τουριστικών γραφείων στην Ευρώπη (π.χ Γερμανία και Αγγλία). Τα τελευταία χρόνια η αναλογία αυτή, στη χώρα μας, φαίνεται να παρουσιάζει αισθητή αύξηση(Γράφημα 3.1).

Γράφημα 3.1

Μορφωτικό προφίλ μόνιμων υπαλλήλων τουριστικών γραφείων.



Πηγή : www.infopeloponnisos.gr

Το διαδίκτυο, οι εφημερίδες και τα ενημερωτικά φυλλάδια συνιστούν τα τρία πρώτα στοιχεία στο μίγμα διαφημιστικών μέσων, που προτιμούν τα τουριστικά γραφεία, σε ποσοστό 60%, 56%, και 45% αντίστοιχα. Η συμμετοχή σε εκθέσεις, οι χορηγίες, το direct mailing, και οι προσωπικές επαφές, καταγράφηκαν ως τα σχετικά ελάχιστα χρησιμοποιούμενα μέσα, από το 20% των τουριστικών γραφείων (Γράφημα 3.2).

Γράφημα 3.2

Μέσα διαφήμισης των τουριστικών γραφείων.



Πηγή : www.infopeloponnisos.gr

Ιδιαίτερα εντυπωσιακό είναι το ποσοστό των γραφείων της έρευνας (79% περίπου) τα οποία δηλώνουν ότι οι μισοί και πλέον πελάτες τους είναι σταθερά επαναλαμβανόμενοι. Εξ ίσου καλή εικόνα ισχύει και για το 1/5 των τουριστικών γραφείων που δηλώνει ότι η σταθερή πελατεία τους κυμαίνεται σε ποσοστό από 21% έως 50%.

Ανάλογη με τη γενικότερη εικόνα η οποία επικρατεί στην Ευρώπη και Αμερική είναι η εικόνα που δείχνουν τα ελληνικά τουριστικά γραφεία όσον αφορά τις πωλήσεις τους μέσω του διαδικτύου.

Έτσι, για τα μισά και πλέον γραφεία της έρευνας οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου κυμαίνονται σε ποσοστό 1-5% ενώ μόλις για το 3% των γραφείων οι πωλήσεις τους μέσω διαδικτύου ανέρχονται σε ύψος πάνω από 30%. Η ανθρώπινη ανάγκη για εμπιστοσύνη και άμεση διαπροσωπική εξυπηρέτηση φαίνεται να καθορίζουν έντονα την αγοραστική συμπεριφορά των τουριστών-πελατών.

Οι κύριες πηγές εσόδων για τα τουριστικά γραφεία (τουλάχιστον αυτά της έρευνας) είναι με σειρά σημαντικότητας: τα εισιτήρια, η οργάνωση-εκτέλεση ατομικών ταξιδίων, και τα επαγγελματικά ταξίδια. Μικρότερη συμμετοχή στα συνολικά έσοδα έχουν οι εισπράξεις από πωλήσεις πακέτων ταξιδίων εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού (Γράφημα 3.3)

Πηγή : www.infopeloponnisos.gr

Γράφημα 3.3

Κατάταξη εσόδων των τουριστικών γραφείων βάσει των προσφερόμενων υπηρεσιών

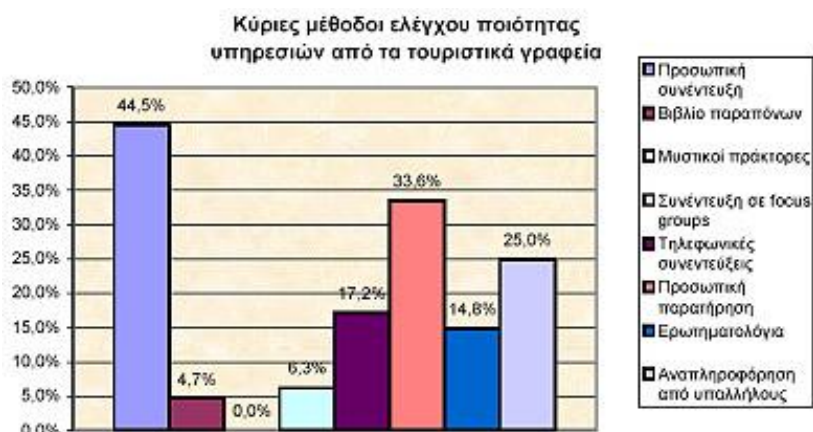


Πηγή : www.infopeloponnisos.gr

Η απόκτηση πιστοποιητικού διασφάλισης ποιότητας (ISO) δεν φαίνεται να κρίνεται ούτε αναγκαία ούτε σκόπιμη από τους ιθύνοντες των τουριστικών γραφείων, που συμμετείχαν στην έρευνα. Ποσοστό μόλις 8,3% εξ αυτών έχει πιστοποιηθεί με ISO και ένα ισόποσο ποσοστό βρίσκεται σε διαδικασία πιστοποίησης. Όμως σχεδόν το 90% των τουριστικών γραφείων της έρευνας δηλώνει πως ελέγχει και παρακολουθεί την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών (έστω και αν αυτό γίνεται, για έναν αριθμό γραφείων, με όχι συστηματικό τρόπο και όχι πάντοτε).

Κύριες μέθοδοι ελέγχου της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχουν τα τουριστικά γραφεία είναι με σειρά συχνότητας: η προσωπική συνέντευξη με τους πελάτες (την οποία κάνουν οι ίδιοι οι διευθυντές ή οι αρχηγοί ομάδων εκδρομών), η προσωπική παρατήρηση από τους ίδιους τους διευθυντές των γραφείων, (όσον αφορά την εκτέλεση εργασιών και τη συμπεριφορά του προσωπικού αλλά και των πελατών) και η αναπληροφόρηση από τους υπαλλήλους (με υποδείξεις και προτάσεις τους ή και με σημειώματα και αναφορές). Το ερωτηματολόγιο για την έρευνα του βαθμού ικανοποίησης των πελατών χρησιμοποιείται μόλις από το 15% των τουριστικών γραφείων (Γράφημα 3.4).

Γράφημα 3.4 Κύριες μέθοδοι ελέγχου ποιότητας υπηρεσιών από τα τουριστικά γραφεία.



Πηγή : www.infopeloponnisos.gr

Προκύπτει μια απόλυτη συνέπεια μεταξύ των μεθόδων, που οι ιθύνοντες των τουριστικών γραφείων πιστεύουν ότι είναι οι πιο αξιόπιστες με αυτές τις οποίες εφαρμόζουν. Έτσι οι ίδιοι χαρακτηρίζουν ως τις πλέον αξιόπιστες τις τρεις πρώτες σε συχνότητα εφαρμογής, δηλαδή την προσωπική συνέντευξη με πελάτες, την προσωπική παρατήρηση και αναπληροφόρηση από τους υπαλλήλους (τους).

Οι ομάδες πελατών για τους οποίους φαίνεται ότι παρακολουθούν και ελέγχουν την ποιότητα των υπηρεσιών τα ταξιδιωτικά γραφεία είναι οι εξερχόμενοι τουρίστες (69% των γραφείων), οι εσωτερικού τουρισμού και οι εισερχόμενου τουρισμού ταξιδιώτες (σε ποσοστό γραφείων 53% και 35% αντίστοιχα).

Υπεύθυνοι για την παρακολούθηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών στα 2/3 των τουριστικών γραφείων είναι ο Γενικός Διευθυντής (συνήθως και ιδιοκτήτης) ενώ για ποσοστό 17% και 12% των γραφείων είναι ο Υπεύθυνος Πωλήσεων και ο Υπεύθυνος

Εξυπηρέτησης πελατών αντιστοίχως. Το ποσοστό αυτό φαίνεται να είναι ανάλογο της οργάνωσης των ελληνικών τουριστικών γραφείων η οποία είναι αποτέλεσμα του μεγέθους τους. Ίσως βέβαια να είναι και αντιπροσωπευτική του βαθμού ενδιαφέροντος του γραφείου για την ποιότητα των υπηρεσιών του.

Πολύ ανάλογη με τα ευρήματα ερευνών, σε διεθνές επίπεδο, για την ποιότητα των υπηρεσιών είναι η γνώμη που έχουν οι ιθύνοντες των τουριστικών γραφείων, σχετικά με το ποιοι παράγοντες την καθορίζουν. Έτσι, ως πρώτος παράγοντας (95% των γραφείων) θεωρούν πως είναι η συνέπεια και αξιοπιστία (για όσα υπόσχονται, λένουν και κάνουν). Για το 88% των γραφείων οι γνώσεις και οι ικανότητες του προσωπικού τους θεωρούνται ως ο δεύτερος σημαντικός παράγοντας καθορισμού της ποιότητας, ενώ την τρίτη και τέταρτη θέση καταλαμβάνουν η εμπιστοσύνη που μπορεί να δημιουργήσει το γραφείο στον πελάτη-τουρίστα και η διάθεση και ικανότητα για άμεση εξυπηρέτηση (83% περίπου).

Από το πακέτο των υπηρεσιών που προσφέρουν τα ταξιδιωτικά γραφεία, τα ίδια κρίνουν πως οι πιο αθοριστικές για την όλη ποιότητα (των υπηρεσιών τους) είναι η ποιότητα των καταλυματικών μονάδων με τις οποίες συνεργάζονται, η υπηρεσία (τους) έκδοσης εισιτηρίων και το προσωπικό (τους) άμεσης εξυπηρέτησης –και επαφής με τον πελάτη, και τα μεταφορικά μέσα μετακίνησης των τουριστών (ίδια ή ξένα). Έτσι, προκύπτει πως από τους τουριστικούς προμηθευτές τον καθοριστικό ρόλο, για την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχει το τουριστικό γραφείο, παίζουν οι καταλυματικές μονάδες και οι επιχειρήσεις μεταφοράς τουριστών.

Με δεδομένο το μέγεθος των ελληνικών τουριστικών γραφείων είναι ικανοποιητικό το γεγονός πως περίπου 1 στα 4 γραφεία έχει καθορίσει πρότυπες διαδικασίες για την παραγωγή και παροχή των

υπηρεσιών τους. Θα περίμενε κανείς όμως μεγαλύτερο αριθμό, με δεδομένο ότι εννέα στα δέκα τουριστικά γραφεία δήλωσαν πως παρακολουθούν κι ελέγχουν την ποιότητα. Εντυπωσιάζει, το γεγονός πως από τα τουριστικά γραφεία που δήλωσαν ότι παρακολουθούν και ελέγχουν την ποιότητα ένα ποσοστό 14% δεν χρησιμοποιεί κανένα δείκτη ή αναλογία για τη μέτρηση της ποιότητας. Φαίνεται πως αυτό το κάνουν τελείως εμπειρικά, αποσπασματικά και με ένα προφανώς δικό τους ευριστικό τρόπο. Για όσους μετρούν την ποιότητα προέκυψε ότι χρησιμοποιούν μια ευρεία ποικιλία δεικτών. Ο πλέον διαδεδομένος δείκτης μέτρησης της ποιότητας για το 63% και πλέον των τουριστικών γραφείων είναι ο δείκτης «Σταθεροί πελάτες / Σύνολο πελατών» και ακολουθεί ο δείκτης «Σύνολο εργαζομένων / Σύνολο πελατών» για κάθε ομάδα πελατών, για το 40% και πλέον των γραφείων. Τρίτος χρησιμοποιούμενος δείκτης (για το 32% των γραφείων) είναι το ποσοστό των παραπονούμενων πελατών, «Παραπονούμενοι πελάτες / Σύνολο πελατών» για κάθε ομάδα πελατών και παρεχόμενη υπηρεσία ή πακέτο υπηρεσιών.

Πηγή : www.infopeloponnisos.gr

3.3.2.2.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Χρειάζεται οι ιθύνοντες των τουριστικών γραφείων να «προχωρήσουν» στην πιστοποίηση των διαδικασιών παραγωγής και παροχής των υπηρεσιών που προσφέρουν (1ο βήμα στη βελτίωση της ποιότητας υπηρεσιών).

Είναι σκόπιμο και αναγκαίο να παρακολουθούν και ελέγχουν συστηματικά την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν. Προς τούτο χρειάζεται τακτή έρευνα του βαθμού ικανοποίησης πελατών, με ερωτηματολόγια και η καταγραφή παραπόνων των τουριστών-πελατών τους, κατά ομάδα πελατών και παρεχόμενη υπηρεσία.

Με δεδομένο και αυτονόητο ότι η καταλληλότητα και επάρκεια των εργαζομένων στην παροχή υπηρεσιών καθορίζει σε σημαντικό βαθμό την ποιότητα, είναι αναγκαία τόσο η πρόσληψη και απασχόληση περισσότερων αποφοίτων τουριστικών σχολών όσο και η εκπαίδευσή τους σε θέματα ποιότητας υπηρεσιών, γενικότερα και εξυπηρέτησης του πελάτη-τουρίστα ειδικότερα.

Επειδή η ποιότητα των προμηθευτών τουριστικών υπηρεσιών επηρεάζει την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει το τουριστικό γραφείο, είναι αναγκαίο και σκόπιμο η ανάπτυξη μεθοδολογίας για την παρακολούθηση των συνεργατών αυτών (πχ επίπεδο υπηρεσιών τους, συνέπεια και αξιοπιστία τους, δίκτυο επικοινωνίας μαζί τους).

Μια ακόμη πρόταση η οποία προκύπτει από την έρευνα αυτή είναι ότι η διοίκηση των τουριστικών γραφείων της χώρας μας, πρέπει να επικεντρωθεί στον παράγοντα «αξιοπιστία» (έτσι όπως αυτός προσδιορίζεται στο θεωρητικό μέρος της έρευνας) για την αναβάθμιση της όλης ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Σκόπιμη ακόμη είναι η, για κάθε κατηγορία ταξιδίων, διαπίστωση των παραγόντων / λόγων που κάνουν τους τουρίστες-πελάτες να παραμένουν πιστοί στο (κάθε) γραφείο. Αυτό θα βοηθούσε στη διατήρηση και βελτίωση αυτών των παραγόντων για να διατηρήσουν ή και να αυξήσουν το ποσοστό σταθερής πελατείας τους.

3.4 Η ΑΝΑΓΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα ήταν παράληψη να μην αναφέρουμε την ανάγκη για την δημιουργία Συλλογικών Φορέων Τουρισμού(Σ.Φ.Τ),η οποία θεωρείται απαραίτητη δεδομένων των ιδιοτήτων που χαρακτηρίζουν την οργάνωση και τη λειτουργία του τουριστικού τομέα .Οι ιδιαιτερότητες αυτές είναι οι ακόλουθες :

- η ανεξαρτησία των εμπλεκομένων κλάδων
- το συχνά μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων
- ο μεγάλος κατακερματισμός των τουριστικών αγορών
- η συχνά μεγάλη απόσταση που χωρίζει τους τόπους υποδοχής από τους τόπους προέλευσης των τουριστών (ειδικά στην περίπτωση του διεθνούς τουρισμού).

Δύο κύρια σημεία ορίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά τους :

1.Οι οργανισμοί και οι οργανώσεις δημιουργούνται προκειμένου να ικανοποιήσουν μια σειρά σκοπών.

2.Αυτοί οι σκοποί γίνονται αποδεκτοί και ταυτόχρονα επιδιώκεται η υλοποίηση τους με την βοήθεια συντονισμένων δραστηριοτήτων, οι οποίες προϋποθέτουν την ύπαρξη ενός διοικητικού μηχανισμού και μιας οργανωτικής δομής .Αυτό σημαίνει την ύπαρξη σειράς εισροών (οικονομικοί πόροι ,εργασία ,πληροφόρηση, εξοπλισμοί)

Οι σκοποί του οργανισμού και της τουριστικής οργάνωσης σε επίπεδο αρμοδιοτήτων επικεντρώνεται στον βραχυπρόθεσμο και στον μεσοπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα. Συχνά οι σκοποί αντιπροσωπεύουν τα συμφέροντα της πιο ισχυρής ομάδας.

3.4.1 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η δομή οργάνωσης και λειτουργίας των Σ.Φ.Τ. καθώς και το εύρος των δραστηριοτήτων τους οδηγεί σε μεγάλες ομαδοποιήσεις ,οι οποίες σχηματοποιούνται με τον ακόλουθο τρόπο :

Συμφωνά με το γεωγραφικό περιβάλλον :

- Κυβερνητικοί – Δημόσιοι
- Διακυβερνητικοί
- Μη Κυβερνητικοί

Πίνακας 3.3 "Δομή οργάνωσης των ΣΦΤ σύμφωνα με το γεωγραφικό περιβάλλον".

| | |
|------------------|--------------------------|
| Διεθνείς | ΚΟΣΜΟΣ |
| Διαπεριφερειακοί | |
| Εθνικοί | ΧΩΡΑ - ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ |
| Περιφερειακοί | |
| Νομαρχιακοί | |
| Επαρχιακοί | ΝΟΜΟΣ |
| Τοπικοί | |

Πηγή : Οργάνωση και λειτουργία Οργανισμών και Φορέων του Τουρισμού, Τουριστική Νομοθεσία και Οργάνωση εργοδοτικών και συλλογικών Φορέων , Κουτούζης Μ. (1999), Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Συμφώνα με τον τύπο λειτουργίας τους :

- Αναπτυξιακοί
- Νομοθετικοί – ρυθμιστικοί
- Προβολής – Προώθησης
- Συμβουλευτικοί
- Ερευνάς
- Εκπαίδευσης
- Διαφήμισης
- Ενώσεις προμηθεύων
- Ενώσεις επαγγελματιών
- Ενώσεις καταναλωτών

Συμφωνά με το τύπο της βιομηχανικής οργάνωσης :

- Μεταφορές (αερομεταφορές, οδικές , θαλασσιές, σιδηροδρομικές)
- Συνεδρία
- Γραφεία ταξιδιών
- Τουριστικά καταλύματα –εστιατόρια
- Κοινωνία – πολιτισμός-επιστήμες

Συμφωνά με το κίνητρο

- Κερδοσκοπικοί
- Μη Κερδοσκοπικοί

Η μορφή ,καθώς και οι τύποι λειτουργίας και οργάνωσης σκιαγραφούν τον βαθμό συνθετότητας των δομών οργάνωσης των Σ.Φ.Τ ,σε συσχετισμό με την χωρική οριοθέτηση τους.

Σε αυτό το πλαίσιο ,οπού μια ακολουθία μεταβλητών επιχειρεί να προσδιορίσει χωρικά και δομικά την οργάνωση των Σ.Φ.Τ, μπορεί ένας οργανισμός ή μια οργάνωση τουρισμού (ένωση ,ομοσπονδία κλπ) να λειτουργεί σε διαπεριφερειακό ή διεθνές επίπεδο, να είναι κυβερνητικού ή μη κυβερνητικού χαρακτήρα είναι μονολειτουργική και να εκπροσωπεί τα τουριστικά καταλύματα ή τους μεταφορείς.

3.4.1.1 ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΙ

Οι συλλογικοί φορείς τουρισμού (Σ.Φ.Τ.) ,είναι το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε) και ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε) .

Οι λειτουργίες των παραμανών φορέων, οι οποίες θεωρούνται στενά συνδεδεμένες με την οριοθέτηση και τον προσανατολισμό των σκοπών τους ,είναι σε αρκετούς τομείς κοινές ,όπως :

- Εκπόνηση μελετών
- Πληροφόρηση
- Συμβουλευτικές υπηρεσίες
- Συνεργασίες

3.4.1.2 ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε) (Βαρβαρεσος Σ.,1998,σ.143-144) λειτουργεί ως σύμβουλος της πολιτείας σε θέματα τουρισμού και μέλη του είναι όλα τα ξενοδοχειακά της χώρας

Μορφή

Ως επίσημος φορέας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της χώρας φέρει τη μορφή του Ν.Π.Δ.Δ(Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου). Παράλληλα ,αποβλέπει στην υπεράσπιση των συμφερόντων της ελληνικής ξενοδοχείας.

Συγκεκριμένα :

- Γνωμοδοτεί υπεύθυνα στο κράτος για πλειάδα θεμάτων ,τα οποία σχετίζονται με την ανάπτυξη και τη διαχείριση της ελληνικής ξενοδοχείας.
- Αναλαμβάνει τη διεκπεραίωση διοικητικών υποθέσεων σε θέματα που αφορούν την ελληνική ξενοδοχεία.
- Εκπροσωπεί στο εσωτερικό και το εξωτερικό την ελληνική ξενοδοχεία

- Μεριμνά για την ανάπτυξη και την προάσπιση των συμφερόντων της.

Σκοποί :

- Η μελέτη ,η επεξεργασία και η υιοθέτηση μέτρων τα οποία αποβλέπουν στην αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό της ελληνικής ξενοδοχείας.
- Η προστασία ,με οικονομικές παροχές και βοηθήματα, των ξενοδοχείων και του προσωπικού του Ξ.Ε.Ε (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος) από το Ταμείο Πρόνοιας Ξενοδόχων.
- Η εξυπηρέτηση των επαγγελματικών αναγκών των ξενοδόχων.

Λειτουργίες

Οι λειτουργίες τις οποίες καλείται να εκτελέσει το Ξ.Ε.Ε (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος) είναι οι ακόλουθες :

- Μελέτη, επεξεργασία και υλοποίηση των μέτρων που αποσκοπούν στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας
- Συμβουλευτική στήριξη βολών των μελών σε θέματα οικονομίας, νομικά και κοινωνικά
- Εκπόνηση μελετών
- Πληροφόρηση και στατιστικές

Πηγή : Οργάνωση και λειτουργία Οργανισμών και Φορέων του Τουρισμού, Τουριστική Νομοθεσία και Οργάνωση εργοδοτικών και συλλογικών Φορέων , Κουτούζης Μ. (1999), Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

- Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις
- Έκδοση του ετησίου οδηγού των ελληνικών ξενοδοχείων

- Έκδοση και δωρεάν διανομή σε όλα τα μέλη του μηνιαίου ενημερωτικού δελτίου ΞΕΝΙΑ
- Πραγματοποίηση κρατήσεων σε όλα τα ξενοδοχεία της χώρας

3.4.1.3 Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε)

Ο Σ.Ε.Τ.Ε (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) αποτελεί έναν φορέα στον οποίο βρίσκονται προσαρτημένα περισσότερα από 250 μέλη. Εκπροσωπεί επιχειρήσεις οι οποίες ανήκουν σε επιμέρους φορείς όπως : ξενοδοχεία, γραφεία ταξιδιών, αεροπορικές εταιρίες, κρουαζιερόπλοια, γιοτ, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, γιοτ, καθώς και άλλες εταιρείες που λειτουργούν στον τουριστικό τομέα.

Σκοποί :

Κυρία επιδίωξη του Σ.Ε.Τ.Ε είναι η ποιοτική ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού. Στο πλαίσιο αυτού του κεντρικού άξονα και μέσω της ενεργοποίησης ενός αριθμού βασικών λειτουργιών , ο Σ.Ε.Τ.Ε (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) αποσκοπεί στα εξής :

- Να τονίσει και να γνωστοποιήσει σε όλους τους άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενους στην τουριστική δραστηριότητα ,την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική σημασία του τουρισμού.

- Να επηρεάσει τη κυβέρνηση ,τις τοπικές αρχές, καθώς και κάθε εμπλεκόμενο στις τουριστικές δραστηριότητες δημόσιο και ιδιωτικό φορέα, για την υιοθέτηση των αρχών και των κανόνων της ποιοτικής τουριστικής ανάπτυξης.
- Να υποστηρίζει ,να προστατεύσει και να προωθηθεί τα συμφέροντα των μελών του
- Να εκπροσωπεί τα μέλη του σε εθνικούς και διεθνείς τουριστικούς οργανισμούς.

3.4.1.4 Οι διεθνείς οργανισμοί που λειτουργούν στο πλαίσιο του συστήματος οργάνωσης των Ηνωμένων Εθνών

3.4.1.4.1 Ο οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε)

Ο Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών είναι αρμόδιος για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ενός αριθμού προγραμμάτων που σχετίζονται με την ανάπτυξη. Τα προγράμματα των Ηνωμένων Εθνών είναι τα ακόλουθα :

α) Το πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για την Ανάπτυξη (P.N.U.D)

κυρία επιδίωξη του είναι είναι η διεύρυνση της παρερχομένης τεχνικής βοήθειας στις αναπτυσσόμενες χώρες.

β) Το πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον(P.N.U.E)

κυρία επιδίωξη του (P.N.U.E) επικεντρώνεται στην προστασία και την βελτίωση του περιβάλλοντος προς όφελος των τωρινών και μελλοντικών γενεών.

γ) Η παγκόσμια τράπεζα (B.I.R.D)

Η Β.Ι.Ρ.Δ έχει ως σκοπό την ανύψωση του επιπέδου ζωής των αναπτυσσόμενων χωρών με τη βοήθεια οικονομικών πόρων που προέρχονται από τις αναπτυγμένες χώρες.

δ) Η Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη (C.N.U.C.E.D)

Η C.N.U.C.E.D έχει ως κυρία επιδίωξη την προώθηση του διεθνούς εμπορίου επιταχύνοντας κατ'αυτό τον τρόπο την οικονομική ανάπτυξη του Τρίτου Κόσμου.

ε) Ο Διεθνής Οργανισμός Εργασίας(O.I.T)

Ο O.I.T αποτελεί τον αρχαιότερο από τους εξειδικευμένους οργανισμούς των Ηνωμένων Εθνών και στοχεύει στην εγκαθίδρυση της ειρήνης μέσω της κοινωνικής προόδου και βελτίωσης των συνθηκών απασχόλησης.

στ) Ο Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών για την Εκπαίδευση ,την Επιστήμη και τον Πολιτισμό (U.N.E.S.C.O)

Κυρία επιδίωξη της U.N.E.S.C.O είναι η συμβολή της στη διατήρηση της ειρήνης και της ασφάλεια ,ενισχύοντας με τη βοήθεια της εκπαίδευσης , της επιστήμης και του πολιτισμού, τη συνεργασία μεταξύ όλων των κρατών.

Πηγή : Οργάνωση και λειτουργία Οργανισμών και Φορέων του Τουρισμού, Τουριστική Νομοθεσία και Οργάνωση εργοδοτικών και συλλογικών Φορέων , Κουτούζης Μ. (1999), Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

3.4.1.5 Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΈΝΩΣΗ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ,απόρροια της Συνθήκης του Μάαστρικ ,αποτελεί φυσική εξέλιξη της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας.

Οι σκοποί :

Οι σκοποί της Ε.Ε. επικεντρώνονται σε τέσσερις μεγάλους τομείς :

- Ελεύθερη μετακίνηση και προστασία των τουριστών
- Πλαίσιο άσκησης των τουριστικών επαγγελμάτων
- Μεταφορές
- Περιφερειακή ανάπτυξη

Οι δράσεις:

Στο πλαίσιο της υιοθέτησης των «Σχεδίων Κοινωνικής Δράσης υπέρ του Τουρισμού» και της πολιτικής της Ε.Ε για την προώθηση μιας ισόρροπης τουριστικής ανάπτυξης, διαμορφώνεται μια ακολουθία δραστηριοτήτων :

- Χρονικός καταμερισμός των διακοπών
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Τουρισμός των νέων
- Διαδικασία κατάρτισης

3.4.1.6 ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΟΔΟΤΡΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ (Ε.Τ.Φ)

Οι Ε.Τ.Φ διακρίνονται σε υποχρεωτικές και ελεύθερες οργανώσεις με κριτήριο την υποχρεωτική ή ελεύθερη εγγραφή των μελών τους. Στις υποχρεωτικές οργανώσεις ανήκουν τα επιμελητήρια ,τα οποία έχουν την μορφή Ν.Π.Δ.Δ, εποπτεύονται από τα αρμόδια υπουργεία στα οποία εγγράφονται υποχρεωτικά όλες τουριστικές επιχειρήσεις.

Οι ελεύθερες εργοδοτικές οργανώσεις του τουριστικού τομέα, ιδρύονται ελευθέρως από τα μέλη τους ,είναι Ν.Π.Δ.Δ και διαθέτουν μονό αυτές εκ του νομού την ικανότητα να συνάπτουν συλλογικές συμβάσεις εργασίας.

Η τουριστική νομοθεσία προβαίνει σε ενδεικτική απαρίθμηση 6 κατηγοριών τουριστικών επιχειρήσεων (άρθρο 2 .N2160/93), οι οποίες αδειοδοτούνται από τον Ε.Ο.Τ : τουριστικά καταλύματα, ξενώνες νεότητας ,εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής , τουριστικά γραφεία, γραφεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων και τουριστικά καταστήματα.

Πίνακας 3.4

Διακρίσεις Ε.Τ.Φ

| Κριτήριο Διάκρισης | Φορείς |
|--|--|
| Υποχρεωτική ή Ελεύθερη εγγραφή των μελών | Υποχρεωτικές επαγγελματικές οργανώσεις (επιμελητήρια) Ελεύθερες επαγγελματικές οργανώσεις |
| Εξυπηρέτηση συμφερόντων ενός ή περισσοτέρων κλάδων | Κλαδικοί – Διακλαδικοί |
| Γεωγραφική εμβέλεια | Τοπικοί – Περιφερειακοί – Εθνικοί |
| Βάθος Οργάνωσης | Πρωτοβάθμιοι - Δευτεροβάθμιοι - Τριτοβάθμιοι |

Πηγή: Οργάνωση και λειτουργία Οργανισμών και Φορέων του Τουρισμού. Βαρβαρέσος Στέλιος (1999)

3.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο κεφαλαίο αυτό μελετήσαμε κάποια εργαλεία Διοίκησης που είναι απαραίτητα προκειμένου να λειτουργήσει σωστά και ανταγωνιστικά μια Τουριστική μαινάδα. Καθώς επίσης είδαμε τον ρολό που παίζουν οι Συλλογικοί Φορείς Τουρισμού, προκειμένου οι Τουριστικές Επιχειρήσεις να διασφαλίσουν τα δικαιώματά τους. Ακόμα είδαμε και τον ρολό που παίζουν οι διεθνείς οργανισμοί στην προώθηση , βοήθεια και ανάπτυξη

του τουρισμού, οικονομική ενίσχυση στις αναπτυσσόμενες χώρες καθώς επίσης και στην προστασία των τουριστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

4.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναφερθούμε στον όρο ‘μάρκετινγκ’, στο ρόλο που παίζει στον τουρισμό και πώς αυτό συμβάλλει ουσιαστικά στη γρήγορη προσαρμογή της τουριστικής επιχείρησης στις μεταβολές της τουριστικής αγοράς και γενικά στη συμπεριφορά του τουρίστα-καταναλωτή. Αναλυτικότερα, θα μελετήσουμε τους σκοπούς του μάρκετινγκ, την οργάνωσή του, τη διαδικασία μελέτης της τουριστικής αγοράς, τα τουριστικά κίνητρα, τις στάσεις του τουρίστα – καταναλωτή και την πολιτική και στρατηγική του μάρκετινγκ.

4.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Λέγοντας σήμερα “τουριστικό μάρκετινγκ” απλά εννοούμε τη δυνατότητα προσαρμογής των μεθόδων του μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού. Επομένως πρόκειται για ένα συνδυασμό του όρου τουρισμός με την έννοια μάρκετινγκ, για αυτό ακριβώς αξίζει μια οριοθέτηση των δύο εννοιών, αρχίζοντας από το μάρκετινγκ.

Θεωρείται σαν ένας ειδικός κλάδος της οικονομικής των εκμεταλλεύσεων. Η μεθοδολογία του μάρκετινγκ ασχολείται με τη μελέτη και την έρευνα των παραγόντων εκείνων της αγοράς που

επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα την παραγωγή και τη διάθεση των προϊόντων μιας επιχείρησης και που τελικώς βοηθάει στη σωστή και ρεαλιστική πολιτική και στρατηγική της για την επίτευξη ενός άριστου οικονομικού αποτελέσματος.

Το μάρκετινγκ είναι το όργανο μέσω του οποίου η επιχείρηση είναι σε θέση να προσδιορίσει το είδος, την ποσότητα, την ποιότητα του προϊόντος που θα παραχθεί, καθώς και τους τρόπους που θα διατεθεί. Αποτελεί επομένως για την επιχείρηση τον οδηγό για τη λειτουργία της.

Γενικά , η φιλοσοφία του μάρκετινγκ μπορεί να συνοψιστεί σε τρία κύρια σημεία, ότι δηλαδή μια επιχείρηση επιδιώκει :

- α) Την ικανοποίηση των αναγκών της αγοράς με την πιο κατάλληλη ποσοτική και ποιοτική παραγωγή αγαθών-υπηρεσιών
- β) Τη δημιουργία ενεργού ζήτησης
- γ) Την ωφέλεια ενός μέγιστου κέρδους

4.2 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στην εποχή μας η προσφορά τουριστικών υπηρεσιών δεν είναι μονοπωλιακή και η κατακόρυφη αύξηση της τουριστικής κίνησης σε εθνική και παγκόσμια κλίμακα δημιούργησε στο χώρο του τουρισμού ανταγωνιστικές δυνάμεις.

Σήμερα δεν καθορίζει η τουριστική επιχείρηση τι θα προσφέρει στους τουρίστες, αλλά ο "τουρίστας" στο σύνολό του καθορίζει τι απαιτεί και η επιχείρηση προσαρμόζεται στις απαιτήσεις του τουρίστα.

Ακριβώς οι νέες αυτές διαστάσεις και πραγματικότητες κατέστησαν αναγκαίο το μάρκετινγκ στον τουρισμό. Έτσι, προέκυψε ένας νέος όρος, αυτός του τουριστικού μάρκετινγκ, με τον οποίο εννοούμε ένα οργανικό σύνολο πολιτικής και στρατηγικής με σκοπό τη γνώση της τουριστικής αγοράς για επίτευξη σωστής προσαρμογής και εναρμόνισης της

παραγωγής με την κατανάλωση και ενός άριστου κέρδους για την επιχείρηση.

(Πηγή : Τουριστικό μάρκετινγκ, Χρήστος Πετράς,1991)

4.3 ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΚΟΠΟΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Από τη στιγμή που διαπιστώθηκε πως ο τουρισμός αποτελεί μία πλουτο-παραγωγική πηγή που η εκμετάλλευσή της επηρεάζει ανάλογα, θετικά ή αρνητικά, ορισμένα οικονομικά μεγέθη της οικονομικής ζωής μιας χώρας, απόκτησε ιδιαίτερη οικονομική σημασία και για την ιδιωτική πρωτοβουλία και για τους σχετικούς κρατικούς φορείς αλλά και για το ίδιο το έθνος. Αυτό ερμηνεύεται πιο απλά με τη διαπίστωση ότι ο επιχειρηματικός τομέας με την εκμετάλλευση της πλουτο-παραγωγικής αυτής πηγής επιδιώκει να αποσπάσει ένα όλο και μεγαλύτερο κέρδος και ο κρατικός να αυξήσει τον όγκο του εθνικού τουριστικού εισοδήματος. Πράγμα που σημαίνει, σε τελική ανάλυση, ότι και οι δύο αυτοί τομείς αποβλέπουν σε ένα οικονομικό όφελος από την εκμετάλλευση του παραγωγικού αυτού κλάδου, που περιλαμβάνει τον εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό.

Επομένως ουσιαστική επιδίωξη της ενέργειας του υπεύθυνου του τουρισμού μάρκετινγκ είναι η επίτευξη ενός άριστου αποτελέσματος μέσω της σωστής εκμετάλλευσης του τουρισμού, με την έννοια που δίνεται στον όρο από την ιδιωτική οικονομική.

Για να πραγματοποιηθεί όμως αυτό απαιτείται η κατοχή μεγάλου τμήματος της τουριστικής αγοράς.

Από εδώ βγαίνει πως κύριος και βασικός σκοπός της λειτουργίας του τουριστικού μάρκετινγκ, από άποψη μικροοικονομική και μακροοικονομική, είναι η διατήρηση βραχυχρόνια και η αύξηση μακροχρόνια του κατεχόμενου τμήματος της τουριστικής αγοράς.

(Πηγή : Τουριστικό μάρκετινγκ, Χρήστος Πετράς,1991)

4.4 Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

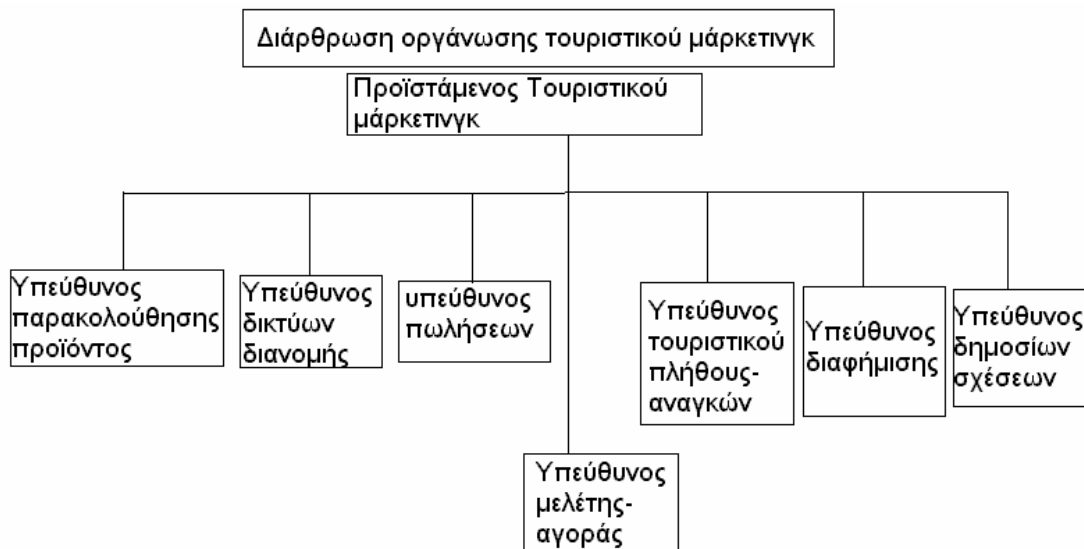
Με τον όρο "οργάνωση τουριστικού μάρκετινγκ" εννοούμε το μηχανισμό εκείνο μέσω του οποίου η διοίκηση της τουριστικής επιχείρησης θα είναι σε θέση να μετατρέπει την επιχειρηματική θεωρία σε πράξη, σε ό,τι αφορά το μάρκετινγκ.

Συγκεκριμένα, με την οργάνωση τουριστικού μάρκετινγκ καθορίζεται ένα ολόκληρο οργανικό πλέγμα δραστηριοτήτων των ατόμων που θα ασχοληθούν υπεύθυνα στον τομέα αυτό και συντονίζεται το σύστημα ενεργειών τους σε μια πλήρη συνεργασία για την αριστοποίηση της αποδοτικότητάς του.

Για το λόγο αυτό η συγκρότηση της οργάνωσης του τουριστικού μάρκετινγκ είναι απαραίτητο να στηρίζεται στη γνώση ορισμένων παραγόντων που επηρεάζουν τη δράση του. Οι παράγοντες αυτοί είναι βασικά οι εξής δύο:

- α) το μέγεθος και ο τύπος της τουριστικής επιχείρησης (ατομική-μικρή ή μεσαία ή μεγάλη τουριστική επιχείρηση)
- β) το "μίγμα" αποφάσεων του μάρκετινγκ (ο παράγοντας αυτός επηρεάζει αποτελεσματικά και άμεσα τη διάρθρωση της οργάνωσης του τουριστικού μάρκετινγκ, για την οποία συνίσταται ο άριστος συνδυασμός ατόμων και μέσων για την επίτευξη των σκοπών του τουριστικού μάρκετινγκ). Ακολουθεί σχετικό παράδειγμα (Σχήμα 4.1):

Σχήμα 4.1 : Διάρθρωση οργάνωσης τουριστικού μάρκετινγκ.



Πηγή : Τουριστικό μάρκετινγκ, Χρήστος Πετρέας

4.5 ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Με τον όρο μελέτη τουριστικής αγοράς εννοούμε τη μεθοδική μελέτη, έρευνα, ανάλυση και ερμηνεία όλων των παραγόντων της τουριστικής αγοράς που επηρεάζουν ποσοτικά και ποιοτικά τη συχνότητα των τουριστικών διακινήσεων και την προσφορά του τουριστικού προϊόντος.

4.5.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η μεθοδολογία μελέτης της τουριστικής αγοράς στηρίζεται στις ίδιες μεθόδους και τεχνικές που χρησιμοποιούνται στο γενικό μάρκετινγκ.

Έτσι η μελέτη τουριστικής αγοράς πραγματοποιείται με τις εξής τρεις μεθόδους:

1. Μέθοδος ανάλυσης της τουριστικής αγοράς

Βασικά η ανάλυση της αγοράς στην προκειμένη περίπτωση δεν παρακολουθεί τις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς, αλλά ερευνά την κατάσταση που επικρατεί σ' αυτή τη χρονική στιγμή που πραγματοποιείται η ανάλυση, ή την κατάσταση που επικρατούσε στο παρελθόν. Ειδικότερα η ανάλυση της αγοράς προσφοράς αναφέρεται στη μελέτη και την ερμηνεία της στρατηγικής των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων σήμερα ή στο παρελθόν και σε σύγκριση με τις δυνάμεις της δικής μας επιχείρησης, προσδιορίζει τις θετικές ή αρνητικές διαφορές, με αποτέλεσμα την εκπόνηση πιο ρεαλιστικών προγραμμάτων δράσης.

Επίσης η ανάλυση της αγοράς ζήτησης αφορά κυρίως την ανάλυση των πηγών εσόδων των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων δηλαδή αντικείμενο έρευνας είναι ο τουρίστας-καταναλωτής, που βασικά αποτελεί και τη μόνη πηγή εσόδων.

2. Μέθοδος παρακολούθησης μεταβολών τουριστικής αγοράς

Στην περίπτωση αυτή, ο υπεύθυνος του τουριστικού μάρκετινγκ αποβλέπει στη συγκέντρωση όλων των αναγκαίων πληροφοριών για τις μεταβολές στην αγορά τόσο στη ζήτηση όσο και στην προσφορά. Έτσι είμαστε σε θέση να καθορίσουμε και την ανάλογη πολιτική και στρατηγική της επιχείρησης.

3. Μέθοδος διερεύνησης της τουριστικής αγοράς

Η μέθοδος αυτή κυρίως συνιστάται στη δειγματοληπτική έρευνα των διαφόρων στοιχείων της αγοράς.

Η φύση αυτών των ερευνών εξαρτάται από το είδος των στοιχείων που θέλουμε να μελετήσουμε. Εκείνο που έχει σημασία στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι ότι τα στοιχεία (δείγματα), που θα επιλέξουμε, πρέπει να είναι πραγματικά, τόσο τα ποσοτικά όσο και τα ποιοτικά, καθώς και αντιπροσωπευτικά.

4.5.2 ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Τα βασικά όργανα που μπορούν να αναλάβουν το έργο της μελέτης της τουριστικής αγοράς είναι τα εξής :

- τα ειδικά τμήματα τουριστικού μάρκετινγκ των ίδιων των επιχειρήσεων
- ειδικευμένες επιχειρήσεις μελετών-ερευνών αγοράς
- ειδικευμένοι κρατικοί οργανισμοί
- επιστημονικά ινστιτούτα μελετών-ερευνών

Πηγή : Τουριστικό μάρκετινγκ, Χρήστος Πετρέας,1991

4.5.3 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η εκπόνηση της μελέτης τουριστικής αγοράς για να πραγματοποιηθεί πρέπει να ακολουθηθεί μία πορεία. Ο υπεύθυνος δηλαδή πρέπει να ενεργήσει βάσει κάποιου σχεδίου που περιλαμβάνει τα εξής στάδια :

- α) τον καθορισμό του προβλήματος
- β) τον έλεγχο των πηγών πληροφοριών
- γ) τη συγκέντρωση των πληροφοριών
- δ) την επεξεργασία και παρουσίαση των πληροφοριών
- ε) την ερμηνεία των πληροφοριών

Η σταδιακή αυτή πορεία είναι απαραίτητη γιατί μόνο έτσι θα επιτευχθεί μια ολοκληρωμένη και αποτελεσματική μελέτη.

4.5.4 ΜΕΛΕΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Οι υπεύθυνοι του τουριστικού μάρκετινγκ πρέπει κυρίως να ερευνήσουν, να μελετήσουν κάθε φορά καλά τη συμπεριφορά του τουρίστα- καταναλωτή του τουριστικού προϊόντος πριν του το

προσφέρουν. Επομένως ενδεικτικά πρέπει να θέτονται τα εξής ερωτήματα:

- ποιος είναι ο τουρίστας-καταναλωτής ; και ποια τα κύρια χαρακτηριστικά του από άποψη φύλου, ηλικίας, επάγγελμα, εισοδήματος κλπ
- που; δηλαδή ποιος είναι ο γεωγραφικός χώρος προέλευσης του, ο τόπος μόνιμης διαμονής του και που αγοράζει το τουριστικό προϊόν.
- Πώς; δηλαδή ποιο είδος τουριστικού προϊόντος αγοράζει . π.χ αν αγοράζει τις διακοπές του από πρακτορείο ή μόνος του κλπ
- Τι; δηλαδή τι κατηγορία ξενοδοχείου προτιμάει και με τι ανέσεις, καθώς και σε ποια τιμή αγοράζει, κλπ
- πότε; ποια δηλαδή εποχή προβαίνει στην αγορά τουριστικού προϊόντος.
- Γιατί; ποιοι λόγοι τον κάνουν να αγοράζει αυτό το προϊόν .
- Πόσο; πόσο ικανοποιείται απ' το τουριστικό προϊόν (εξυπηρέτηση, ανέσεις κλπ)

Από την παραπάνω παράθεση των ερωτημάτων στα οποία ο υπεύθυνος του τουριστικού μάρκετινγκ υποχρεούται να απαντήσει, προκύπτει η ανάγκη της μελέτης όλων των στοιχείων που οδηγούν τον τουρίστα-καταναλωτή στην τελική πράξη αγοράς του τουριστικού προϊόντος.

Πρέπει δηλαδή να γίνει μια ανάλυση κινήτρων που βρίσκονται πίσω από την τουριστική συμπεριφορά του ατόμου.

4.5.4.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ

Με τον όρο "τουριστικά κίνητρα" εννοούμε όλες εκείνες τις ψυχοπνευματικές τάσεις που παρακινούν το άτομο σε ενέργεια για εκπλήρωση της τουριστικής του επιδίωξης.

Τα τουριστικά κίνητρα, μαζί με την αποκτημένη εμπειρία, επηρεάζουν και κατευθύνουν τη συμπεριφορά του ατόμου ώστε να εκδηλώνεται αυτή σε ενέργεια για την επίτευξη του συγκεκριμένου στόχου, που είναι το "τουριστικό ταξίδι".

4.5.5 ΟΙ ΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η μελέτη της δημιουργίας και ανάπτυξης των στάσεων του τουρίστα-καταναλωτή, βοηθάει στην καλύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς του και τη λήψη των ανάλογων μέτρων από τον υπεύθυνο του τουριστικού μάρκετινγκ και την αντιμετώπισή της. Για το σκοπό αυτό χρειάζεται να ερευνηθούν οι παράγοντες που συντελούν στη δημιουργία των στάσεων αυτών. Οι πιο σημαντικοί παράγοντες είναι οι εξής:

- το γεωφυσικό περιβάλλον

π.χ άτομα που μένουν μόνιμα σε βόρειες χώρες έχουν μια ευνοϊκή διάθεση για θερμές χώρες.

- το κοινωνικό περιβάλλον

π.χ ένας τουρίστας που ζει σε ένα πολιτισμένο περιβάλλον θα έχει μία εχθρική στάση για ένα ακάθαρτο ξενοδοχείο .

- το οικογενειακό περιβάλλον

δηλαδή οι συνήθειες και οι διαθέσεις που αποκτά ο τουρίστας-καταναλωτής από την οικογένειά του.

- η ατομική προσωπικότητα

π.χ ο χαρακτήρας, το ήθος, η υγεία του ατόμου.

- η αποκτημένη εμπειρία

δηλαδή οι εμπειρίες και οι προσωπικές εντυπώσεις που αποκτούνται κατά τη διάρκεια του τουριστικού βίου.

- το ατομικό εισόδημα

δηλαδή πόσα χρήματα διαθέτει ο τουρίστας από το εισόδημά του για ταξίδια.

4.6 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

4.6.1 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Με τον όρο «πολιτική» εννοούμε τον καθορισμό συγκεκριμένων στόχων, που η επιχείρηση πρέπει να πετύχει και είναι οι εξής:

Στόχος αγοράς (η καθαρή αντίληψη των συνθηκών, των ευκαιριών της αγοράς, ,καθώς και οι παράγοντες που την επηρεάζουν)

- Στόχοι ποσοτικοί (διαμορφώνουν τα μεγέθη των ιδανικών πωλήσεων, εξόδων και κερδών για την επιχείρηση)
- Στόχοι ποιοτικοί (αφορούν τον τομέα των ανέσεων και της καλής εξυπηρέτησης της τουριστικής πελατείας)

Για να είναι αποτελεσματική η πολιτική αυτή και να έχει επιτυχία, πρέπει οι παραπάνω στόχοι να βασίζονται στην πραγματικότητα δηλαδή να είναι πραγματοποιήσιμοι και να βρίσκονται μέσα στις δυνατότητες της επιχείρησης.

Πηγή : Τουριστικό μάρκετινγκ, Χρήστος Πετρέας

4.6.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Με τον όρο «στρατηγική» εννοούμε τον προσδιορισμό των μέσων, ανθρώπινων και υλικών, που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη των στόχων αυτών.

Ο επιστημονικός και τεχνικός συνδυασμός των μέσων αυτών, ονομάζεται μάρκετινγκ-μιξ. Τα βασικά στοιχεία του μάρκετινγκ-μιξ είναι:

- ο εφοδιασμός
- το προϊόν
- η τιμή
- τα δίκτυα διανομής
- η προώθηση πωλήσεων
- η διαφήμιση
- οι δημόσιες σχέσεις.

Ο κατάλληλος συνδυασμός και εναρμονισμός των στοιχείων αυτών οδηγεί σε ένα επιτυχές αποτέλεσμα τουριστικού μάρκετινγκ.

Πολιτική του εφοδιασμού(αγορών)

Με τον όρο πολιτική του εφοδιασμού εννοούμε το σύνολο των βασικών αρχών που κατευθύνουν τον υπεύθυνο για την προμήθεια των απαραίτητων υλικών.

Τα βασικά ερωτήματα που έχει να αντιμετωπίσει ο υπεύθυνος του τουριστικού μάρκετινγκ για μία σωστή πολιτική εφοδιασμού είναι:

- τι θα αγοράσει;
- Πόσο θα αγοράσει;
- Που θα αγοράσει;
- Πότε θα αγοράσει;

Για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει όλα αυτά τα ερωτήματα ο υπεύθυνος πρέπει να γνωρίζει καλά:

- τις ανάγκες της επιχείρησης στη συγκεκριμένη στιγμή
- τις συνθήκες της αγοράς εφοδιασμού
- τις πιθανότητες για εφοδιασμό χονδρικώς

- τις δυνατότητες για αποθήκευση
- τους στόχους της επιχείρησης
- την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης

Πολιτική προϊόντος

Συνήθως το τουριστικό προϊόν προσφέρεται στην τουριστική αγορά με το γενικό τίτλο "Διακοπές". Μέσα στον όρο αυτό περιέχονται όλα αυτά τα στοιχεία της τουριστικής προσφοράς. Σχηματικά τα στοιχεία αυτά που διέπουν την πολιτική του τουριστικού προϊόντος, από άποψη της στρατηγικής μάρκετινγκ, μπορούμε να τα κατατάξουμε ως εξής:

A) γεωγραφικά στοιχεία (γεωγραφική θέση, φύση, κλίμα, φυσικές ομορφιές :δάση, βλάστηση, παραλίες, λίμνες, όρη)

B) τεχνικά στοιχεία (μέσα και τρόποι επικοινωνίας και συγκοινωνίας:οδικό δίκτυο σιδηρόδρομοι, αεροπλάνα, πλοία, λεωφορεία, δίκτυα ηλεκτρισμού και νερού, τηλέφωνα, ταχυδρομία)

Γ) πολιτιστικά στοιχεία (αρχαιολογικά, ιστορικά μνημεία, καλλιτεχνικά, λαογραφικά, αθλητισμός, γλώσσα)

Πολιτική τιμής

Κάθε τουριστική επιχείρηση έχει κύριο σκοπό της την επίτευξη ενός κέρδους, συνεπώς η τιμή είναι ένα ουσιαστικό μέσο της στρατηγικής του τουριστικού μάρκετινγκ και η πολιτική της αποτελεί μία από τις σοβαρότερες ενέργειες του υπεύθυνου του τουριστικού μάρκετινγκ.

Τον καθορισμό της τιμής του τουριστικού προϊόντος επηρεάζουν τα εξής στοιχεία:

- ο ανταγωνισμός
- η τουριστική ζήτηση
- το ποσοστό κέρδους με βάση τις επενδύσεις
- η διατήρηση ή αύξηση του κατεχόμενου τμήματος της αγοράς

- οι οικονομικές διακυμάνσεις

Ο καθορισμός της τιμής του τουριστικού προϊόντος γίνεται βάση ορισμένων κριτηρίων:

- καθορισμός τιμής με εποχιακά κριτήρια
- καθορισμός τιμής
- καθορισμός τιμής με κριτήριο κατηγορίας αγοραστών
- καθορισμός τιμής με κριτήριο των αριθμό πωλήσεων
- καθορισμός τιμής με κριτήριο μεμονωμένο προϊόν ή ομάδα προϊόντων
- καθορισμός τιμής εγγύησης
- καθορισμός ενιαίας τιμής

Εκπτώσεις

Η τακτική των εκπτώσεων είναι ένα μέτρο που δεν πρέπει να παραβλέπεται από τον υπεύθυνο του τουριστικού μάρκετινγκ. Οι εκπτώσεις δίνουν την ευκαιρία στους μεσάζοντες να επωφεληθούν του ποσοστού της έκπτωσης είτε για προσέλκυση τουριστών είτε για επίτευξη μεγαλύτερου αριθμού πωλήσεων. Οι εκπτώσεις διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

1. εκπτώσεις προκαταβολής
2. εκπτώσεις εμπορικές
3. εκπτώσεις εποχιακές
4. ποσοτικές εκπτώσεις

Πολιτική διανομής

Ο υπεύθυνος του τουριστικού μάρκετινγκ είναι υποχρεωμένος για τη διοχέτευση του τουριστικού προϊόντος στην τουριστική αγορά να ακολουθήσει μια πολιτική διανομής.

Δίκτυα διανομής : με τον όρο αυτό εννοούμε όλα εκείνα τα άτομα ή τις επιχειρήσεις που διαμεσολαβούν στη διοχέτευση του τουριστικού προϊόντος από την παραγωγή στην κατανάλωση.

Μέσα διανομής: με τον όρο αυτό προσδιορίζουμε την οικονομική, νομική και διοικητική κατάσταση , καθώς και τη γεωγραφική κατανομή των Γραφείων και Οργανισμών που διακινούν τα τουριστικά προϊόντα από τον παραγωγό στους διαμεσολαβητές και στον τελικό αγοραστή.

Πηγή: Χρήστος Πετρέας, τουριστικό μάρκετινγκ

Πολιτική διαφήμισης

Ένα άλλο σημαντικό όργανο του τουριστικού μάρκετινγκ είναι η διαφήμιση. Η διαφήμιση πείθει, παροτρύνει και τέλος οδηγεί στην απόφαση αγοράς.

Με τον όρο διαφήμιση εννοούμε όλα τα μέτρα και τους τρόπους μέσω των οποίων ο υπεύθυνος του τουριστικού μάρκετινγκ προσπαθεί χωρίς προσωπική επαφή , να επηρεάσει την τελική απόφαση του υποψήφιου τουρίστα_αγοραστή με άμεσο στόχο την αριστοποίηση της διάθεσης του τουριστικού προϊόντος.

Για να είναι αποτελεσματική η διαφημιστική εκστρατεία χρειάζεται κάποια μεθόδευση των διαφόρων ενεργειών του υπευθύνου. Αυτό πετυχαίνεται με τον προγραμματισμό για τον οποίο χρειάζεται να καθοριστεί η πολιτική διαφήμισης(στόχοι), η στρατηγική(μέσα) και η τακτική(τρόποι):

A. Βασικοί στόχοι:

- διατήρηση ή αύξηση του κατεχόμενου τμήματος της αγοράς

- εισαγωγή νέου προϊόντος στην ίδια αγορά ή νέες αγορές
- αριστοποίηση της διάθεσης
- προσέλκυση νέων καταναλωτών

B. Μέσα:

Φυλλάδια , περιγραφικά έντυπα, δημοσιεύσεις, φωτεινές επιγραφές, αφίσες, κινηματογράφος, ραδιόφωνο, τηλεόραση.

Γ. Τρόποι:

Ανάλογο με το στόχο και το μέσο επιλέγεται και ο τρόπος χρήσης του.

Σύνταξη της διαφήμισης

Περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία:

- τον τίτλο και τη διεύθυνση της επιχείρησης
- την εικόνα , που μπορεί να είναι το σήμα της επιχείρησης, ένας ζωγραφικός πίνακας, μια φωτογραφία ή ένα σκίτσο. Η εικόνα αποτελεί βασικό στοιχείο της διαφήμισης.
- Το διαφημιστικό κείμενο, που είναι ανάλογο με το στόχο και το μέσο που χρησιμοποιούμε.

Δημόσιες σχέσεις

Με τον όρο αυτό εννοούμε όλα τα μέσα που χρησιμοποιούνται από μία οικονομική μονάδα για να δημιουργήσει ένα κλίμα συμπάθειας και αλληλοκατανόησης ανάμεσα σ' αυτήν και το πλατύ κοινό.

Τα μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται είναι :

- ο τύπος (ειδήσεις, ανακοινώσεις, ρεπορτάζ κλπ)
- το ραδιόφωνο (ραδιοφωνικά προγράμματα ενημέρωσης)
- η τηλεόραση
- τα έντυπα (φυλλάδια, οδηγοί, βιβλία τσέπης κλπ)
- οι εκδηλώσεις (εγκαίνια, δεξιώσεις, διαλέξεις κλπ)
- ο κινηματογράφος (διαφημιστικές ταινίες μικρής διάρκειας κλπ)

- οι αφίσες
- οι ξεναγήσεις
- τα προσωπικά γράμματα, τα ατομικά τηλεφωνήματα κλπ

4.7 ΕΚΤΙΜΗΣΗ-ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κύριος σκοπός της εκτίμησης και ελέγχου των αποτελεσμάτων του τουριστικού μάρκετινγκ είναι η μέσω αυτών διαπίστωση λαθών και σε συνέχεια διόρθωση ή πρόσληψή τους.

Πηγή : Χρήστος Πετρέας, τουριστικό μάρκετινγκ,1991.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ

Η ενέργεια της εκτίμησης και ελέγχου για να είναι αποτελεσματική χρειάζεται ένα σύστημα και μία μεθόδευση. Για το λόγο αυτό η όλη διαδικασία ακολουθεί την εξής σειρά διαδοχικών φάσεων:

- Συλλογή και ταξινόμηση των προβλέψεων και των πραγματικών αποτελεσμάτων
- Σύγκριση των προβλέψεων και πραγματοποιημένων αποτελεσμάτων
- Καταγραφή των θετικών και αρνητικών αποκλίσεων που θα προκύψουν από τη σύγκριση
- Ανάλυση και ερμηνεία των αποκλίσεων
- Εξαγωγή συμπερασμάτων
- Λήψη αποφάσεων σχετικά με τις μελλοντικές ενέργειες του τουριστικού μάρκετινγκ.

Με τον τρόπο αυτό ο υπεύθυνος πετυχαίνει η ενέργεια της εκτίμησης και ελέγχου των αποτελεσμάτων του τουριστικού μάρκετινγκ να είναι ορθή, ακριβής και αποφασιστικής σημασίας.

4.8 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο κεφάλαιο αυτό αναφερθήκαμε στο τουριστικό μάρκετινγκ αναλύοντας τους σκοπούς-στόχους του, την οργάνωσή του, τη μεθοδολογία μελέτης της τουριστικής αγοράς ,καθώς και στη συμπεριφορά του τουρίστα – καταναλωτή και τα τουριστικά κίνητρα που τον ωθούν σε έναν τουριστικό προορισμό. Επίσης αναλύσαμε τη διαδικασία της στρατηγικής του υπευθύνου του τουριστικού μάρκετινγκ και της εκτίμησης των αποτελεσμάτων αυτού.

ΕΛΛΑΔΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

5.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί έναν από τους δυναμικότερους και ταχύτερα αναπτυσσομένους τομείς της οικονομίας ,ο οποίος συμβάλει θετικά στην οικονομική , κοινωνική , πολιτική και πολιτιστική ανάπτυξη της. Σε αυτό το κεφαλαίο θα μελετήσουμε την τουριστική

οικονομία που θεωρείται σαν ιδιαίτερος κλάδος της πολιτικής οικονομίας, καθώς και την εξέλιξη του τουρισμού που είναι απόρροια με τις παγκόσμιες εξελίξεις. Τέλος θα δούμε πως μπορεί να επιδιώξει να συνδέσει αρμονικά και ισόρροπα μια χώρα την τουριστική προσφορά της με την πραγματική και συνεχώς διαφοροποιημένη τουριστική ζήτηση.

5.1 Η ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΣΤΟΙΧΕΙΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ.

Κάθε τουρίστας διαφέρει από τον άλλον ,ανάλογα με το βαθμό της πνευματικής, μορφωτικής, οικονομικής, κοινωνικής και γενικότερα πολιτιστικής κατάστασης . Όσο περισσότερο βελτιώνεται το επίπεδο του κοινωνικού ανθρώπου από την πλευρά των παραπάνω προϋποθέσεων ,τόσο περισσότερο ο άνθρωπος ξεφεύγει από τα στενά πλαίσια και επιδιώκει την ικανοποίηση και των άλλων αναγκών του, όπως αυτές διαμορφώνονται και εξελίσσονται παράλληλα προς την δική του κοινωνική ,οικονομική ,πνευματική ,μορφωτική και γενικότερα πολιτιστική του εξέλιξη .Ο άνθρωπος άρχισε σιγά να μετακινείται πρώτα για λόγους μετανάστευσης- επιβίωσης ,έπειτα για την διεξαγωγή εμπορικών συναλλαγών και αργότερα, με την εξέλιξη της κοινωνίας και την άνοδο του βιοτικού επιπέδου ζωής για την ικανοποίηση ψυχικών επιθυμιών και πνευματικών αναγκών. Κατά την μετακίνηση αυτή, συνεπάγεται ότι διαμορφώνονται και διαφορές οικονομικές δραστηριότητες για την καλύτερη εξυπηρέτηση και διευκόλυνση των τουριστών.

Υπηρεσίες που θα ζητηθούν από τα άτομα που μετακινούνται τουριστικά (περίπτωση τουριστικών αναγκών δηλαδή τουριστικής ζήτησης – κατανάλωσης).Από την άλλη πλευρά έχουμε την οργάνωση

όλων εκείνων των οικονομικών δραστηριοτήτων που απαιτούνται για την προσφορά των τουριστικών αναγκών και τα συνεπεία τη δυνατότητα πραγματοποίησης της τουριστικής διακίνησης (περίπτωση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών δηλαδή τουριστικής παραγωγής – προσφοράς.).Επομένως τόσο οι τουριστικές ανάγκες (τουριστική ζήτηση – κατανάλωση),όσο και τα τουριστικά αγαθά (τουριστική παραγωγή – προσφορά) εμπλέκονται και διαμορφώνουν την τιμή των προϊόντων. Οι μεν αγοραστές προσπαθούν έναντι των πωλητών να επιτύχουν την απόκτηση των όσων τους χρειάζονται στην χαμηλότερη δυνατή τιμή δε πωλητές να πουλήσουν στις καλύτερες κατά το δυνατόν τιμές.

5.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Η Τουριστική Παραγωγή αποτελεί έναν ιδιαίτερο κλάδο αφού αποβλέπει στην εξασφάλιση μέσων που θεωρούνται απαραίτητα για τη δυνατότητα πραγματοποίησης της τουριστικής μετακίνησης .Έτσι πραγματοποιούνται τα διαφορά έργα τουριστικής υποδομής (λιμάνια ,σιδηροδρομικά δίκτυα, αεροδρόμια, ομαδικά δίκτυα , χωροταξικές διευθετήσεις κ.τ.λ), καθώς και οι λοιπές ανθρώπινες επεμβάσεις στον ιστορικό, αρχαιολογικό, φυσικό χώρο των διαφορών περιοχών, οι οποίες αποβλέπουν στην βελτίωση και εξέλιξη των τουριστικών αναγκών.

Συμπερασματικά λοιπόν θα προσδιορίσουμε την έννοια της τουριστικής παραγωγής σαν την οικονομική ενεργεία του ανθρώπου που αποβλέπει στην πραγματοποίηση μέσα από την παραγωγική διαδικασία, του παραγωγικού αποτελέσματος ,δηλαδή στην παραγωγή των όσων αγαθών και στην προσφορά των όσων υπηρεσιών χρειάζονται ,για την ικανοποίηση των πολλών και διαφορών και συνεχώς εξελισσόμενων αναγκών των τουριστών, δηλαδή των ανθρώπων που πραγματοποιούν τουριστικές μετακινήσεις.

Πηγή : Σταυρός Καλιφιώτης «Εισαγωγή στην Θωριά του Τουρισμού»

5.2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ - ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

5.2.1.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Σαν τουριστική ζήτηση θα πρέπει να θεωρήσουμε την ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που επιθυμούν οι καταναλωτές να αγοράσουν στην εκάστοτε περίοδο στις διάφορες τιμές. Επομένως υπό την έννοια αυτή η τουριστική ζήτηση βρίσκεται σε άμεση συσχέτιση και με το μέγεθος των τουριστών (δηλαδή τον αριθμό των αγοραστών) στους οποίους παρουσιάζεται η τουριστική ανάγκη και με το συνολικό μέγεθος των τουριστικών αγαθών τα οποία οι τουρίστες επιθυμούν να εξασφαλίσουν για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών. Από τα δύο αυτά μεγέθη όπως - ήδη έχει τονιστεί - το μέγεθος των τουριστών που θα ζητήσουν τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες διαμορφώνεται στο γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής τους, ενώ το μέγεθος των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που θα ζητηθούν διαμορφώνεται τόσο στον τόπο προέλευσης των τουριστών, όσο και κύρια στον τόπο του προορισμού τους. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία γιατί δείχνει ότι οι οικονομικές δραστηριότητες που δημιουργούνται σαν αποτέλεσμα της πραγματοποίησης των τουριστικών μετακινήσεων, εκδηλώνονται τόσο στα γεωγραφικά περιβάλλοντα προέλευσης των τουριστών, όσο και στα γεωγραφικά περιβάλλοντα από τα οποία διέρχονται και κύρια τα γεωγραφικά περιβάλλοντα του τελικού τους προορισμού.

5.2.1.1.1 ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ:

Στους περισσότερο καθοριστικούς παράγοντες του μεγέθους της τουριστικής ζήτησης περιλαμβάνονται:

α) Ο συνολικός αριθμός των τουριστών σε συνδυασμό με την σύνθεση

και την οικονομική κατάσταση του τουριστικού πλήθους. Αυτό σημαίνει ότι όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των τουριστικά μετακινουμένων ατόμων, τόσο μεγαλύτερη θα είναι και η ζήτηση που θα ασκήσουν σε διάφορα αγαθά και υπηρεσίες. Παράλληλα όμως θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν και η χρονική διάρκεια παραμονής τους στο γεωγραφικό περιβάλλον που επισκέπτονται καθώς επίσης και η εισοδηματική κατηγορία στην οποία ανήκουν. Αν δηλαδή ανήκουν σε χαμηλές εισοδηματικές τάξεις, τότε και η ζήτηση που θα πραγματοποιήσουν σε αγαθά και υπηρεσίες θα είναι μικρή, ενώ αντίθετα οι τουρίστες που ανήκουν σε υψηλότερες εισοδηματικές κατηγορίες έχουν αυξημένη ροπή για κατανάλωση και πραγματοποιούν μεγαλύτερη ζήτηση.

- β) Ο ελεύθερος χρόνος τον οποίο διαθέτουν οι τουρίστες. Θα πρέπει να τονιστεί ότι ο χρόνος έχει παρουσιάσει σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια (από το 1960 και μετά) σε παγκόσμια κλίμακα. Αυτό θα πρέπει να αποδοθεί στην σημαντική βελτίωση της θέσης των εργαζομένων γενικά, καθώς και στη σημαντική εξέλιξη των μέσων μεταφοράς και επικοινωνίας. Πραγματικά ενώ τα παλαιότερα χρόνια οι εργαζόμενοι (στην πλειοψηφία τους) δεν διέθεταν τον ελεύθερο χρόνο που χρειαζόταν για μιας μέσης χρονικής διάρκειας τουριστική μετακίνηση, λόγω των δύσκολων συνθηκών εργασίας, σήμερα λόγω της σημαντικής βελτίωσης των συνθηκών αυτών, διαθέτουν πολύ μεγαλύτερο ελεύθερο χρόνο (χάριν της υποχρεωτικής ετήσιας άδειας) και καλύτερες οικονομικές δυνατότητες σαν συνέπεια της βελτίωσης των αποδοχών τους και του υποχρεωτικά παρεχόμενου ετήσιου επιδόματος αδειών (δηλαδή για διακοπές). Ακόμα, η μεγάλη τεχνολογική πρόοδος που σημειώθηκε τις τελευταίες δεκαετίες, συνέβαλε όχι μόνο στη θεαματική μείωση του κόστους μεταφοράς, αλλά και στη σμίκρυνση του χρόνου μετάβασης από τον ένα τόπο

στον άλλο, γεγονός δηλαδή που συνέβαλε αποτελεσματικά στην αύξηση του χρόνου που διαθέτουν οι τουρίστες σήμερα.

- γ) Το γενικότερο κόστος ζωής του γεωγραφικού περιβάλλοντος του κύριου προορισμού των τουριστών. Στην έννοια του κόστους ζωής θα πρέπει να θεωρήσουμε ότι περιλαμβάνεται τόσο το κόστος των κατ'εξοχήν τουριστικών αγαθών (π.χ. κόστος ξενοδοχείου, τουριστικών μετακινήσεων και ξενάγησης κ.λ.π.) όσο και το κόστος των υπόλοιπων αγαθών (δηλαδή των μη τουριστικών αγαθών όπως λ.χ. τα καλλυντικά, τα είδη ένδυσης κ.λ.π.). Αυτό γιατί τα τουριστικώς μετακινούμενα άτομα παρουσιάζουν έντονη την επιθυμία να αγοράσουν διάφορα πράγματα από τους τόπους τους οποίους επισκέπτονται και τα οποία προορίζονται είτε για προσωπική τους χρήση είτε για δώρα, όπως φαίνεται δηλαδή, η αγορά μη τουριστικών αγαθών επηρεάζει περιοριστικά την αγορά των κυρίως τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών και όπως είναι φυσικό περιορίζει το μέγεθος της τουριστικής ζήτησης.
- δ) Οι προτιμήσεις του τουριστικού πλήθους οι οποίες δέχονται τις επιδράσεις διαφόρων επιμέρους παραγόντων όπως π.χ. κοινωνικών, οικονομικών, ψυχολογικών, πολιτικών κ.λ.π. οι οποίες στη συνέχεια επηρεάζουν τις κατευθύνσεις των τουριστικών ρευμάτων στις διάφορες περιοχές. Οι κατευθύνσεις αυτές όπως είναι φυσικό, επηρεάζουν κατά τρόπο αποφασιστικό τη διαμόρφωση του μικρού ή μεγάλου μεγέθους της τουριστικής ζήτησης. Ακόμα θα πρέπει να τονιστεί και η ιδιαίτερη συμβολή και σημασία της «μόδας» στη διαμόρφωση του μεγέθους της τουριστικής ζήτησης και αυτό διότι ο τουρισμός σαν κοινωνικό φαινόμενο (εκτός δηλαδή από οικονομικό) δεν μπορεί παρά να δέχεται τις επιδράσεις της και τις επιπτώσεις της. Υπάρχουν όπως είναι γνωστό, πολλές τουριστικές περιοχές οι οποίες

συγκεντρώνουν ορισμένες κατηγορίες τουριστών όπως π.χ. ανθρώπους της τέχνης και των γραμμάτων, ανθρώπους του κόσμου των επιχειρήσεων κ.λ.π. και οι οποίες έλκουν και πολλούς άλλους τουρίστες, οι οποίοι δεν ανήκουν στις κατηγορίες αυτές, αλλά όμως επιθυμούν για διάφορους λόγους να περάσουν τις διακοπές τους στο ίδιο γεωγραφικό περιβάλλον.

- ε) Τέλος στη διαμόρφωση του μεγέθους της τουριστικής ζήτησης αναμφισβήτητη επίδραση ασκεί η μεγάλη ανάπτυξη και εξέλιξη της διαφήμισης και προβολής, είτε αυτή ασκείται από τους ιδιώτες, είτε από το κράτος, είτε παράλληλα και από τα δύο μέρη. Αφού η διαφήμιση και η προβολή επηρεάζει, (όπως είναι γνωστό) την όλη συμπεριφορά του καταναλωτή, δεν θα ήταν δυνατόν να αποτελέσει εξαίρεση η περίπτωση του τουρίστα καταναλωτή, στον οποίο διά μέσου της διαφήμισης και συστηματικής προβολής γεννιούνται επιθυμίες, ψυχικές και πνευματικές περιέργειες, οι οποίες τον παρακινούν να πραγματοποιήσει μια τουριστική μετακίνηση προς την α' ή β' περιοχή, συμβάλλοντας έτσι στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης στο συγκεκριμένο γεωγραφικό περιβάλλον.

5.2.1.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Σαν γενική έννοια η κατανάλωση σημαίνει τη χρησιμοποίηση εκ μέρους των ανθρώπων μιας δεδομένης ποσότητας διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών που θα μπορούν να ικανοποιήσουν τις πολλές και διάφορες ανάγκες τους, μέσα σε μια ορισμένη χρονική περίοδο. Η κατανάλωση επομένως, σαν ένα απόλυτα σημαντικό οικονομικό μέγεθος, διασυνδέεται απόλυτα με τη δαπάνη του εισοδήματος η οποία πραγματοποιείται για την απόκτηση υλικών και άυλων αγαθών (δηλαδή υπηρεσιών) που κρίνονται από τον κάθε άνθρωπο απαραίτητα για την

εκάστοτε ικανοποίηση των αναγκών του. Όπως είναι γνωστό από την Οικονομική Επιστήμη, μεταξύ της συνολικής κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών και εισοδήματος υπάρχει μια συναρτησιακή σχέση η οποία καλείται συνάρτηση κατανάλωσης. Αυτή επομένως η συνάρτηση κατανάλωσης μας δείχνει το μέγεθος της δαπάνης που οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πραγματοποιήσουν για την εξασφάλιση αγαθών και υπηρεσιών στο εκάστοτε δυνατό επίπεδο του εισοδήματος. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η κατανάλωση προσδιορίζεται αφ' ενός μεν από το εισόδημα, αφ' ετέρου δε από το ποσοστό του εισοδήματος το οποίο εκάστοτε δαπανάται για απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών. Αυτός ο συσχετισμός (που εκφράζει η συνάρτηση κατανάλωσης) μεταξύ διαφόρων επιπέδων εισοδήματος και κατανάλωσης, προσδιορίζει την μέση και την οριακή ροπή για κατανάλωση. Η μέση ροπή για κατανάλωση (M.P.K.) αποτελεί τη σχέση μεταξύ συνολικής κατανάλωσης και συνολικού εισοδήματος, δηλαδή:

$$M.P.K. = \frac{\text{ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ}}{\text{ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ.}}$$

Με άλλα λόγια η μέση ροπή για κατανάλωση παριστάνει το ποσοστό του εισοδήματος που διατίθεται για καταναλωτικούς σκοπούς. Επομένως αν η συνολική δαπάνη για κατανάλωση διαιρεθεί διά του συνολικού εισοδήματος, προκύπτει η M.P.K. του συνολικού εισοδήματος ενώ αν διαιρεθεί διά του διαθέσιμου εισοδήματος προκύπτει η M.P.K. του διαθέσιμου εισοδήματος (δηλαδή εκείνου του εισοδήματος που απομένει όπως είναι γνωστό μετά την αφαίρεση των φορολογικών υποχρεώσεων).

Η οριακή ροπή προς κατανάλωση (O.P.K.) μετρά τις σχέσεις μεταξύ μεταβολών στην κατανάλωση και μεταβολών στο εισόδημα. Δηλαδή η O.P.K., μας δείχνει στην περίπτωση λ.χ. μιας αυξητικής μεταβολής του εισοδήματος τι ποσοστό από την πρόσθετη αυτή τελευταία μονάδα διατίθεται στην κατανάλωση. Έτσι η O.P.K. εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{METABΟΛΗ ΣΤΗΝ}}{\text{O.P.K. ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ}} \\ \text{METABΟΛΗ ΣΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ}$$

Όπως είναι γνωστό στα χαμηλά επίπεδα εισοδήματος δηλαδή στις οικονομικά ασθενέστερες τάξεις, η M.P.K. και η O.P.K. είναι μεγάλες, ενώ όσο ανερχόμεθα προς υψηλότερα εισοδήματα η τάση τους είναι μειωτική.

Στα όσα αναπτύχθηκαν παραπάνω για τη γενικότερη έννοια της κατανάλωσης, της συνάρτησης κατανάλωσης, της μέσης ροπής για κατανάλωση και της οριακής ροπής για κατανάλωση, εντάσσεται αντίστοιχα και απόλυτα ομοιόμορφα και η έννοια της «τουριστικής κατανάλωσης».

Σαν τουριστική κατανάλωση θα μπορούμε να εννοούμε τη χρησιμοποίηση εκ μέρους των τουριστών, των όσων υλικών αγαθών και υπηρεσιών τους χρειάζονται για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών.

5.2.1.2.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

Σαν περισσότερο σημαντικούς παράγοντες οι οποίοι προσδιορίζουν την τουριστική κατανάλωση θα μπορούμε να αναφέρουμε τους παρακάτω:

- α) Το επίπεδο του εισοδήματος με την παρατήρηση ότι όσο υψηλότερο είναι , τόσο μεγαλύτερη είναι η κατανάλωση που πραγματοποιούν τα τουριστικά μετακινούμενα άτομα για την απόκτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που τους χρειάζονται για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών. Αυτές οι τουριστικές ανάγκες θα πρέπει να υπομνησθεί ότι συνεχώς αυξάνονται και εξελίσσονται σύμφωνα με την κοινωνική, οικονομική, μορφωτική και γενικότερα πολιτιστική εξέλιξη των ανθρώπων.
- β) Ο τρόπος κατανομής του εισοδήματος, δηλαδή ο βαθμός της δίκαιης κατανομής του, που σημαίνει ότι συνεχώς και μεγαλύτερο μέρος του κάθε πληθυσμού θα έχει τη δυνατότητα, έχοντας ένα ικανοποιητικό εισόδημα, να πραγματοποιεί μεταξύ των άλλων δαπανών διαβίωσης και δαπάνες για ικανοποίηση τουριστικών αναγκών.
- γ) Η σύνθεση του πληθυσμού με την παρατήρηση ότι έχει ιδιαίτερη σημασία η βάση της πυραμίδας των ηλικιών να αποτελείται από άτομα που ανήκουν στις παραγωγικές ηλικίες αφού αυτά παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη κινητικότητα και πραγματοποιούν τις συχνότερες και σταθερότερες δαπάνες.
- δ) Οι υπάρχοντες (και σε ποιο βαθμό) ή όχι, συναλλαγματικοί περιορισμοί οι οποίοι καθορίζουν και το μέγεθος του εισοδήματος που μπορεί να μεταφέρει μαζί του σε ένα ξένο κράτος ο τουρίστας και επομένως επηρεάζουν σημαντικά και περιοριστικά τόσο το μέγεθος όσο και τη συχνότητα της τουριστικής δαπάνης.
- ε) Το επίπεδο ανάπτυξης των κοινωνικών και οικονομικών παροχών,

δηλαδή η έκταση και τι ποιότητα της παρεχόμενης ιατρικής, φαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης καθώς και η κατοχυρωμένη νομοθετικά υποχρεωτική ετήσια άδεια των εργαζομένων και το καταβαλλόμενο επίδομα αδειας και όλα αυτά σε συνδυασμό με την οργάνωση ειδικών προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού που παρέχουν στις οικονομικά ασθενέστερες τάξεις τη δυνατότητα πραγματοποίησης αυξημένων τουριστικών δαπανών.

στ) Το υφιστάμενο ύψος των τιμών των διαφόρων τουριστικών και μη τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε συνδυασμό με τις διαφαινόμενες προοπτικές εξελίξεων στο μέλλον.

ζ) Η υπάρχουσα σε κάθε τόπο και στο διεθνή χώρο πολιτική κατάσταση με την παρατήρηση ότι επηρεάζει αποφασιστικά το βαθμό της τουριστικής κατανάλωσης τόσο η πολιτική σταθερότητα όσο και η γενικότερη κατάσταση ειρήνης των διάφορων περιοχών και

η) Η διαφήμιση και η προβολή οι οποίες όταν ιδίως γίνονται κατά τρόπο μεθοδευμένο και συστηματικό (όπως συμβαίνει στις περισσότερες περιπτώσεις χάριν κυρίως των εξελιγμένων μέσων επικοινωνίας) συνιστούν ένα σπουδαίο παράγοντα επηρεασμού του είδους και του τόπου της τουριστικής κατανάλωσης καθώς και του μεγέθους αυτής (π.χ. επιλογή δύο εβδομάδων διακοπών για σκι σε συγκεκριμένο χιονοδρομικό κέντρο σε περιοχές της Αυστρίας ή Ελβετίας ή Ιταλίας ή Γαλλίας κ.λ.π.).

Πηγή : Σταυρός Καλφιώτης «Εισαγωγή στην Θωρία του Τουρισμού»

5.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι μορφές των τάσεων συγκεντρώσεων που παρατηρήθηκαν στον τουριστικό τομέα είναι οι παρακάτω:

α) ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ: Σύμφωνα με αυτή τη μορφή

επιδιώκεται η συγκέντρωση ομοειδών ή πολύ σχετικών τουριστικών επιχειρήσεων. Επομένως κυριάρχησε κυρίως στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με αποτέλεσμα την δημιουργία των μεγάλων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων (π.χ. HILTON, INTERCONTINENTAL HOTEL CORPORATION στην Αμερική ή οι διάφορες αλυσίδες ξενοδοχείων στην Ευρώπη κ.λ.π.)

- β) ΚΑΘΕΤΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ: Η μορφή αυτή συγκέντρωσης πραγματοποιείται μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων που απασχολούνται με την παραγωγή και προσφορά διαφορετικών τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Σημείωσε η συγκέντρωση αυτή επιτυχία κυρίως μεταξύ ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων μεταφορών ή μεταξύ επιχειρήσεων μεταφορών και τουριστικών πρακτορείων. Οι λόγοι υπήρξαν απλοί αλλά και πολύ σημαντικοί. Στην περίπτωση των επιχειρήσεων μεταφορών η προσπάθεια για την εξασφάλιση μεγαλύτερης πελατείας απεδείχθη, ότι προϋπόθετε και τη δυνατότητα εξασφάλισης διαμονής, διατροφής, ξενάγησης και ψυχαγωγίας, πράγμα που οδήγησε στη δημιουργία συνενώσεων ή συνασπισμών με τις σχετικές επιχειρήσεις που προσέφεραν τα αντίστοιχα αγαθά και υπηρεσίες. Κλασικό παράδειγμα είναι η περίπτωση της αμερικάνικης αεροπορικής εταιρίας PANAM η οποία αγόρασε την INTERCONTINENTAL HOTEL CORPORATION και η περίπτωση της επίσης αεροπορικής εταιρίας T.W.A. η οποία συνενώθηκε με το μεγάλο ξενοδοχειακό συγκρότημα HILTON.

5.3.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

Τα περισσότερα τουλάχιστον εμφανή αποτελέσματα από τη μέχρι σήμερα πρακτική της εφαρμοζόμενης οριζόντιας και κάθετη συγκέντρωσης των τουριστικών επιχειρήσεων θα μπορούν να συνοψισθούν ως εξής:

- Εφαρμογή μιας ενιαίας πολιτικής τιμών για τα προσφερόμενα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες, έτσι που να αποφεύγεται ο μεταξύ τους ανταγωνισμός ο οποίος οδηγεί σε ανεπιθύμητες μειώσεις τιμών οι οποίες όταν συμβαίνουν μειώνουν τα κέρδη.
- Σημαντικός έλεγχος και επηρεασμός της κατεύθυνσης του μαζικού τουρισμού με αποτέλεσμα την εξασφάλιση συνεχώς μεγαλύτερου πλήθους πελατείας με τα γνωστά ευνοϊκά αποτελέσματα από πλευρά κύκλου εργασιών και βεβαίως κερδών.
- Σαν συνέπεια των παραπάνω, σημαντική μονοπώληση εκ μέρους τους σημαντικού μέρους της τουριστικής προσφοράς και γενικότερος έλεγχος της τουριστικής αγοράς.
- Σημαντική μείωση των μικρού και μεσαίου μεγέθους τουριστικών (ιδίως ξενοδοχειακών) επιχειρήσεων ή περιορισμός τους σε τουριστικές δραστηριότητες που δεν παρουσιάζουν αξιόλογο ενδιαφέρον για τις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις.
- Σημαντική δυνατότητα αυξήσεων κεφαλαίων χωρίς τις υψηλές επιβαρύνσεις τόκων, με κατά συνέπεια δυνατότητα λειτουργίας με χαμηλότερο κόστος παραγωγής.

- Σημαντική μείωση των λειτουργικών γενικά εξόδων λόγω της εφαρμογής κοινών εμπορικών, διαχειριστικών και ταμειακών υπηρεσιών.
- Σημαντικά ευνοϊκότεροι όροι απόκτησης των παραγωγικών συντελεστών που τους χρειάζονται.
- Δυνατότητα εφαρμογής του καλύτερου εσωτερικού καταμερισμού των έργων, πράγμα που εξασφαλίζει τη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών καθώς και τη μείωση του κόστους παραγωγής.
- Σημαντική δυνατότητα βελτίωσης της διερεύνησης της αγοράς και εφαρμογής καλύτερων και περισσότερο αποτελεσματικών μεθόδων διαφήμισης και προβολής.
- Δημιουργία τέλειων συστημάτων μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού που απασχολείται στις μεγάλες τουριστικές μονάδες διαμονής και, μεταφοράς κυρίως, με αποτέλεσμα θετικό και επιπτώσεις ευνοϊκές κυρίως σε ότι αφορά τη μείωση του κόστους, του χρόνου μεταφοράς και τη βελτίωση των ανέσεων, με άλλα λόγια δηλαδή, την πραγματοποίηση οικονομιών κλίμακας.

5.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ

5.4.1 ΈΝΝΟΙΑ - ΣΗΜΑΣΙΑ

Με τον όρο συνάλλαγμα εννοούμε την απαίτηση την οποία έχει μια χώρα σε ξένες νομισματικές μονάδες πληρωτέες σε μια άλλη χώρα.

Ειδικότερα ή απαίτηση αυτή λαμβάνει την ονομασία «Συναλλαγματικές Εισπράξεις» ή «Συναλλαγματικά Έσοδα». Τα συναλλαγματικά έσοδα είναι διαφόρων ειδών προέλευσης. Κυρίως προέρχονται είτε από εξαγωγές αγαθών-υπηρεσιών, είτε από πληρωμές

ναύλων ξένων επιβατών ή εμπορευμάτων μεταφερόμενων με τα πλοία της χώρας, είτε από δαπάνες πραγματοποιημένες από ξένους περιηγητές κ.λ.π.

Επομένως τα τουριστικά συναλλαγματικά έσοδα αποτελούν τμήμα του συνολικού ποσού των συναλλαγματικών εισπράξεων μιας χώρας.

Τα τουριστικά συναλλαγματικά έσοδα δημιουργούνται από τις δαπάνες τις οποίες πραγματοποιούν στο εσωτερικό της χώρας οι περιηγητές που προέρχονται από αλλοδαπές χώρες.

Όπως είναι γνωστό, ενώ ο τουρισμός ως δημιουργός αξιών (παραγωγικός κλάδος) υστερεί κατά πολύ των άλλων παραγωγικών κλάδων ακόμα και σε αυτές τις «τουριστικές χώρες», αντιθέτως ως παράγοντας συγκεντρώσεως συναλλαγματικών πόρων κατέχει πρωτεύουσα θέση στην εθνική οικονομία.

Αυτό σημαίνει ότι ο ρόλος του τουρισμού στην εξισορρόπηση του ισοζυγίου πληρωμών καθίσταται σημαντικός εξομειούμενος με εκείνον των διαφόρων εξαγωγών. Γι' αυτό το λόγο οι διάφορες χώρες, κυρίως οι τουριστικές, καταβάλλουν ιδιαίτερη φροντίδα, για την ανάπτυξη του εξωτερικού τουρισμού, δηλαδή της προελεύσεως ξένων περιηγητών.

Η δημιουργία συναλλαγματικών εισπράξεων διά της εισόδου ξένων περιηγητών σε μια χώρα έκανε να βρει ο τουρισμός μια επίλεκτη θέση στο ισοζύγιο πληρωμών. Ο τουρισμός υπό την ιδιότητά του αυτή εμφανίζεται υπό την ονομασία «τουριστικό συνάλλαγμα» στο κονδύλι των αδήλων πόρων του ισοζυγίου εσωτερικών πληρωμών, στο μεν σκέλος του ενεργητικού ότι αφορά ξένους περιηγητές, οι οποίοι εισέρχονται στη χώρα και στο σκέλος του παθητικού ότι αφορά τους εξερχόμενους της χώρας ημεδαπούς περιηγητές.

5.4.2 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑΤΟΣ

Η σύγκριση των τουριστικών συναλλαγματικών εισπράξεων προς τις αντίστοιχες δαπάνες αφ' ενός μεν δίνει μια σαφή εικόνα της σπουδαιότητας του ρόλου τον οποίο διαδραματίζει ο τουρισμός στην οικονομία μιας χώρας αφ' ετέρου προσδιορίζει και τις σχετικές τάσεις εξισορροπήσεως του ισοζυγίου πληρωμών.

Για εξαγωγή του καθαρού τουριστικού συναλλαγματικού πλεονάσματος απαιτείται να αφαιρεθούν από τις συνολικές τουριστικές εισπράξεις:

- α) Τα έξοδα στο συνάλλαγμα, τα οποία καταβάλλονται για τη διαφήμιση - προβολή, για διατήρηση γραφείων κ.λ.π.
- β) Οι πληρωμές ποσών στο συνάλλαγμα προς απόσβεση τοκοχρεωλυτικών δανείων τα οποία λαμβάνονται από το εξωτερικό (για ανέγερση ξενοδοχείων κ.λ.π.).
- γ) Πληρωμές για εισαγωγή τουριστικών αγαθών προς ικανοποίηση αναγκών των αλλοδαπών περιηγητών (τρόφιμα, ειδικά ποτά κ.λ.π.).
- δ) Οι δαπάνες των ημεδαπών, οι οποίοι μεταβαίνουν στο εξωτερικό για τουριστικούς λόγους.

Ο υπολογισμός των καθαρών τουριστικών συναλλαγματικών εσόδων έχει ορισμένα μειονεκτήματα, τα οποία έχουν ως συνέπεια να εμφανίζονται αποκλίσεις εκτιμήσεως. Ο λόγος της εμφάνισης σφαλμάτων οφείλεται στην υποεκτίμηση διαφόρων στοιχείων, π.χ. σε ορισμένες περιπτώσεις το εισαγόμενο συνάλλαγμα από τους ξένους τουρίστες δεν μετατρέπεται ολόκληρο σε εγχώριο χρήμα μέσω των αρμοδίων πιστωτικών ιδρυμάτων, αλλά ένα μέρος από αυτό παραμένει στα χέρια των συναλλασσόμενων.

Επίσης είναι δυνατόν οι ξένοι περιηγητές να φέρουν εγχώριο νόμισμα το οποίο προμηθεύτηκαν από την χώρα τους.

Εκτός από τις δύο αυτές περιπτώσεις πρέπει να αναφερθεί και η περίπτωση της παράνομης εξαγωγής ή εισαγωγής συναλλάγματος ή η περίπτωση της μεθόδου αναγνωρίσεως η οποία είναι συνηθισμένη μεταξύ των διαφόρων ταξιδιωτικών πρακτορείων.

Όσον αφορά την περίπτωση παρεμβολής λαθών κατά τον χαρακτηρισμό του μετατρεπόμενου τουριστικού συναλλάγματος σε εγχώριο νόμισμα νομίζουμε ότι δεν υφίσταται θέμα γιατί η απόκλιση από το λόγο αυτό είναι χωρίς σημασία.

5.4.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός ως οικονομικό φαινόμενο έχει διαπιστωθεί ότι επιδρά θετικά ή αρνητικά επί διαφόρων οικονομικών μεγεθών (εθνικό εισόδημα, ισοζύγιο πληρωμών κ.λ.π.) μιας εθνικής οικονομίας.

Πέρα από αυτό, έχει παρατηρηθεί ότι αυτός είναι παράγοντας και ορισμένων άλλων οικονομικών ή κοινωνικών φαινομένων (κατανομή εισοδήματος σε διάφορες περιοχές μιας χώρας ή κατανομή σε μεγάλη έκταση σε ασθενέστερες οικονομικά τάξεις κ.λ.π.).

Μεταξύ αυτών των επιπτώσεων του τουρισμού πρέπει, να συγκαταλεχθεί και η έμμεση επίδρασή του επί του γενικού επιπέδου των τιμών, όπου ο τουρισμός αποδεικνύεται ένας εκ των παραγόντων πληθωριστικών πιέσεων.

Με τον όρο «πληθωρισμός» εννοείται μια διαταραχή μεταξύ ζήτησεως και προσφοράς. Γνωρίζουμε ότι ο πληθωρισμός είναι μια κατάσταση της οικονομίας μιας χώρας κατά την οποία η υπάρχουσα προσφορά αγαθών και υπηρεσιών αδυνατεί να ικανοποιήσει την εμφανιζόμενη ζήτηση.

Εκδήλωση εμφανίσεως αυτής της ανισορροπίας μεταξύ προσφοράς - ζήτησης αποτελεί η συνεχής άνοδος των τιμών. Η

ανισορροπία αυτή δεν αποτελεί κύρια αιτία του πληθωρισμού, αλλά οφείλεται και σε άλλα αίτια. Βέβαια η άνοδος των τιμών είναι άμεσο αποτέλεσμα της υπερβολικής ζήτησης σε σχέση με την υπάρχουσα προσφορά

Είναι γνωστό ότι στην εποχή μας ο τουρισμός έχει όχι μόνο εποχικό χαρακτήρα αλλά αποτελεί και φαινόμενο μαζικής καταναλώσεως. Αυτό έχει σοβαρή σημασία για τη δυναμική σχέση προσφοράς - ζήτησης αγαθών και υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού.

Στις ανεπτυγμένες ή υπό ανάπτυξη «τουριστικές χώρες» παρατηρείται μια σοβαρή συγκέντρωση τουριστικών ρευμάτων, η οποία δημιουργεί μια αύξηση της συνολικής τουριστικής ζήτησης, την οποία η υπάρχουσα τουριστική προσφορά αδυνατεί να ικανοποιήσει πλήρως, οπότε και προκαλείται διαταραχή στη σχέση προσφοράς-ζήτηση. Η διαταραχή αυτή της ισορροπίας προσφοράς-ζήτησης αναπόφευκτα οδηγεί σε μια αυτόματη άνοδο των τιμών των αγαθών και υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού. Όσο η συγκέντρωση αυτή των τουριστικών ρευμάτων προς ένα γεωγραφικό χώρο και σε ένα μεγάλο χρονικό διάστημα εμφανίζεται μεγαλύτερη, τόσο εντονότερη θα είναι ή άνοδος των τιμών, η οποία θα προκληθεί.

Επειδή ο τουρισμός για την ικανοποίηση της πελατείας του καταφεύγει και σε άλλους τομείς της οικονομίας, η αυξημένη συνολική τουριστική ζήτηση πιέζει και προς την κατεύθυνση αυτή και προκαλεί έντονες τάσεις ανόδου των τιμών των αγαθών και υπηρεσιών και των τομέων αυτών της οικονομίας. Σε τελευταία ανάλυση ο τουρισμός αποδεικνύεται, εντός αυτών των συνθηκών, αναπόφευκτα παράγοντας πληθωρισμού.

Απαραίτητο είναι κατά την εξέταση του θέματος του τουρισμού ως παράγοντας πληθωριστικών πιέσεων να μην παραλείψουμε να

αναφερθούμε και στην περίπτωση της μείωσης των τιμών σε ορισμένους κλάδους του τουρισμού, λόγω της έντονης συγκέντρωσης των τουριστικών ρευμάτων εις τόπον και χρόνον.

Πράγματι, κλασσικό παράδειγμα της περιπτώσεως αυτής είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις μεταφοράς (αεροπορικές, ναυτιλιακές ή αυτοκινήτων), οι οποίες μειώνουν τις τιμές τους, γιατί η «πλήρης απασχόλησή» τους (PLEIN EMPLOIE) τους παρέχει την ευχέρεια μείωσης του κατά μονάδα κόστους.

Λαμβάνοντας υπόψη τη χρησιμότητα, την οποία παρουσιάζουν αυτά τα αγαθά και υπηρεσίες για τους τουρίστες, καθώς επίσης και την επίδραση την οποία ασκεί ο ίδιος ο τουρισμός σε αυτά τα αγαθά και τις υπηρεσίες μπορεί να είναι η εξής:

- α) Αγαθά και υπηρεσίες συμπληρωματικά για τον τουρισμό, στα οποία αυτός ασκεί ελαφρά επίδραση.
- β) Αγαθά και υπηρεσίες συμπληρωματικά για τον τουρισμό, στα οποία επιδρά έντονα.
- γ) Αγαθά και υπηρεσίες απαραίτητα για τον τουρισμό, στα οποία επιδρά ελαφρά.
- δ) Αγαθά και υπηρεσίες απαραίτητα για τον τουρισμό, στα οποία επιδρά έντονα.

Γενικά οι όροι οι οποίοι πρέπει να υπάρχουν για να γίνει αισθητή η επίδραση στις τιμές της συνολικής δαπάνης των τουριστών σε αγαθά - υπηρεσίες μπορούν να προσδιορισθούν ως εξής:

- α) Εάν πρόκειται για αγαθά και υπηρεσίες των οποίων η τουριστική ζήτηση είναι σημαντική.
- β) Εάν πρόκειται για αγαθά και υπηρεσίες τρέχουσας κατανάλωσης τόσο για τους τουρίστες όσο και για τους μη τουρίστες.
- γ) Εάν υφίσταται μια ορισμένη ακαμψία της αγοράς η οποία

παρακωλύει μια δυναμική ισορροπία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης.

- δ) Εάν υφίσταται υποψία ότι μια ισορροπία δύναται να διαταραχθεί τοπικά, οι προμηθευτές κινούνται να επωφεληθούν την κατάσταση, η οποία είναι αποτέλεσμα της μαζικής εισροής ατόμων, με αυθαίρετη αύξηση των τιμών.

5.5 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Την τελευταία δεκαετία ,1995-2004,οι τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό παρουσίασαν εντυπωσιακή άνοδο στην Ελλάδα ,αφού αυξήθηκαν σωρευτικά κατά 134,4% πάνω από τον πληθωρισμό ,έναντι 44% αντίστοιχης αύξησης της συνολικής εγχωρίας οικονομικής δραστηριότητας (ΑΕΠ) .Ως αποτέλεσμα οι τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό έφθασαν τα 2004 στο 6,2% του ΑΕΠ από 3,5% το 1995 ,ενώ ο λόγος των εισπράξεων από ξένους τουρίστες στην Ελλάδα προς τα αντίστοιχα έξοδα των Ελλήνων Τουριστών στο εξωτερικό αυξήθηκε από 3,1 το 1995 στο 4,5 το 2005.Οι κάτοικοι εξωτερικού ξοδεύουν στη χώρα μας υπέρ-τετραπλάσια ποσά από αυτά που ξοδεύουν οι κάτοικοι της Ελλάδας στο εξωτερικό.

Στοιχείο αισιοδοξίας για τη συνέχιση της δυναμικής πορείας του τουρισμού στη χώρα μας αποτελεί το γεγονός ότι ο τουρισμός είναι αγαθό πολυτελείας ,που σημαίνει ότι όσο το βιοτικό επίπεδο αυξάνεται ,οι τουριστικές δαπάνες αυξάνονται με ακόμα μεγαλύτερους ρυθμούς. Στη δεκαετία του 1980 οι εισπράξεις των χωρών της υψηλίου από τον τουρισμό αποτελούν το 1% της παγκόσμιας οικονομικής δραστηριότητας και σήμερα ,που το παγκόσμιο βιοτικό επίπεδο είναι πολύ πιο υψηλότερο, αποτελούνε το 1,5%.Στην Ελλάδα παρατηρείται το ίδιο φαινόμενο : Στοιχεία από την πρόσφατη Ερευνά Οικογενειακών

Προϋπολογισμών του 2004-05, τα οποία δημοσιεύονται για πρώτη φορά στο τεύχος 8 της Eurobank Research , δείχνουν ότι για κάθε ποσοστιαία μονάδα αύξησης του συνολικού εισοδήματος των ελληνικών νοικοκυριών, οι δαπάνες τουρισμού-αναψυχής αυξάνονται κατά , 1,6%. Κατά συνεπεία ,με τη διαρκή αύξηση του ελληνικού και του παγκοσμίου βιοτικού επιπέδου ,ο εγχώριος και ο εισαγόμενος τουρισμός θα αποκτά όλο και μεγαλύτερο ειδικό βάρος στην ελληνική οικονομία.

Σήμερα ,ο ανταγωνισμός από αναδυομένους μεσογειακούς προορισμούς είναι έντονος, ιδιαίτερα σε επίπεδο τιμών. Ως αποτέλεσμα ,το παγκόσμιο μερίδιο της Ελλάδας στις αφίξεις τουριστών έχει μειωθεί τα τελευταία δυο χρόνια, παρά την αίγλη που απέκτησε η χώρα μας λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων και τα υπέρογκα έξοδα με τα οποία οι Αγώνες ,επιβάρυναν τον κρατικό προϋπολογισμό και που βελτιώσαν τις τουριστικές υποδομές .Το παγκόσμιο μερίδιο στις αφίξεις μειώθηκε από το 1,9% το 2003 σε 1,6% το 2005.Ομως ,το μερίδιο στις εισπράξεις την ίδια περίοδο ,από το 2003 στο 2005 ,έχει παραμείνει σταθερό ,περίπου στο 2%,γεγονος που δείχνει ότι οι αγώνες είχαν ως αποτέλεσμα την αύξηση της παροχής λιγότερο μεν, αλλά ποιοτικότερων τουριστικών υπηρεσιών. Άλλωστε η αύξηση λίγο πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες του αριθμού των κλινών σε ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων ήταν μεγάλη. Μάλιστα , το 2006 ,η θερινή τουριστική περίοδος στα ξενοδοχεία 4 ή 5 επιμηκύνθηκε και οι εισπράξεις ήταν ιδιαίτερα αυξημένες ¹. Παραμένει να διαπιστωθεί αν η αύξηση αυτή είναι αποτέλεσμα της προσωρινούς αδυναμίας των γειτόνων μας ή της δικής μας σταθερής βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος. Το κύριο λοιπόν ερώτημα για την Ελλάδα είναι αν θα συνεχίσει να προσφέρει τις διαρκώς αναβαθμιζόμενες ποιοτικές τουριστικές υπηρεσίες που απαιτούνται στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον ώστε να προσελκύει ένα σταθερό ή και αυξανόμενο μερίδιο της διαρκώς διογκούμενης παγκόσμιας

τουριστικής δραστηριότητας. Για παράδειγμα, σήμερα, ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από υπέρ-προσφορά και χαμηλό βαθμό χρήσης των κλινών. Στη χώρα μας αντιστοιχούν 6.169 ξενοδοχειακές κλίνες ανά 100 χιλιάδες κατοίκους, δύο περίπου φορές περισσότερες απ' ό τι στην Ιταλία, τρεις φορές απ' ό τι στην Πορτογαλία και δέκα φορές απ' ό τι στην Τουρκία. Μάλιστα, ο ετήσιος βαθμός χρήσης των κλινών αυτών έχει μειωθεί από το 21% το 2000 στο 16% το 2005. Η έντονη εποχικότητα του σημερινού τουρισμού στην Ελλάδα και η χαμηλή χρήση των ξενοδοχειακών κλινών αφήνουν περιθώρια σημαντικής μεγέθυνσης του τουρισμού. Όμως, για να γίνει κάτι τέτοιο απαιτείται συντονισμένη προσπάθεια από όλους τους φορείς, επέκταση του τουριστικού προϊόντος πέραν του κλασικού «ήλιος, θάλασσα», καθώς και μακρόχρονη στρατηγική από την Πολιτεία. Η Ελλάδα διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα από τη γεωγραφική και ιστορική θέση της, τα οποία πρέπει να εκμεταλλευτεί για να μπορέσει να ανεβάσει το σχετικό βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της. Η φετινή ραγδαία επιδείνωση του ελλείμματος τρεχουσών συναλλαγών κρούει τον κώδωνα κινδύνου σε θέματα ανταγωνιστικότητας. Στον χώρο του τουρισμού, υπάρχουν οι προϋποθέσεις για βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.¹(Πηγη: Eurobank Research ,Τεύχος 8, 25/10/06)

5.5.1 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Από τα μέσα της δεκαετίας του '60, ο τουρισμός εξελίσσεται σε έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας και σε κύρια πηγή ανάπτυξης. Ξεκινώντας με λιγότερες από 2 εκατομμύρια αφίξεις το 1970, τρεις δεκαετίες αργότερα περισσότερα από 12 εκατομμύρια αλλοδαποί (δεν υπολογίζονται οι εισοδοι από Αλβανία)

περνούν ετησίως τα σύνορα της χώρας, στη συντριπτική τους πλειοψηφία για τουρισμό. Οι εισπράξεις από την παροχή πάσης φύσεως υπηρεσιών σε αυτούς τους επισκέπτες έφτασαν το **2005 τα €11 δισεκατ. ή περίπου το 6% του ΑΕΠ**. Συνολικά, η τουριστική βιομηχανία συνεισφέρει στην οικονομική δραστηριότητα (ΑΕΠ) **το 15 – 20%**.

Η εξέλιξη αυτή συμβαδίζει με τις παγκόσμιες εξελίξεις στον τομέα του τουρισμού. Το 1980 καταγράφηκαν περίπου 100 εκατομμύρια διασυνοριακές αφίξεις παγκοσμίως. Το 2005 το νούμερο αυτό ξεπέρασε τα **680** εκατομμύρια. Οι επιπτώσεις στους τομείς των μεταφορών και της τουριστικής βιομηχανίας ήταν δραματικές. Η παγκόσμια αυτή άνθηση των ταξιδιών, κυρίως για επαγγελματικούς λόγους και αναψυχή συνοδεύτηκε από αύξηση του εισοδήματος και της απασχόλησης στις χώρες-προορισμούς, αλλά και από σημαντικά προβλήματα. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις, η εξάρτηση από μία μόνο πηγή εισοδήματος και η εποχικότητα της δημιουργουμένης απασχόλησης είναι μερικά από αυτά. Ο ανταγωνισμός για την προσέλκυση τουριστών και την αύξηση των εσόδων εντείνεται σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς νέοι τουριστικοί προορισμοί εισέρχονται στη διεθνή αγορά. Η διεθνής βιβλιογραφία προσδιορίζει έναν κύκλο ζωής για τους τουριστικούς προορισμούς.² Η αρχική φάση είναι αυτή της εισαγωγής στην τουριστική αγορά. Ακολουθεί η φάση της ανάπτυξης, που χαρακτηρίζεται από υψηλούς ρυθμούς αύξησης τόσο των αφίξεων όσο και των εισπράξεων και από την πολλές φορές άναρχη ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών. Στη συνέχεια έρχεται η φάση της ωριμότητας και ο κορεσμός. Ο αριθμός των επισκεπτών δεν μπορεί να αυξάνεται έπ' αόριστον με υψηλούς ρυθμούς. Βεβαίως, η πορεία προς την φάση της ωριμότητας διαφέρει ως προς τους ρυθμούς ανάπτυξης και τη μορφή του τουρισμού ανάλογα με τον προορισμό.

Η αναπτυξιακή στρατηγική που ακολουθείται επηρεάζει την εξέλιξή του προορισμού μετά την ωρίμανσή του.³ Η άναρχη ανάπτυξη των υποδομών συνήθως έχει περιβαλλοντικές επιπτώσεις και συνεπάγεται την καταστροφή των χαρακτηριστικών που κάνουν έναν προορισμό ελκυστικό. Υποδομές χαμηλών ποιοτικών χαρακτηριστικών προσελκύουν φθινό τουρισμό, ενώ συνεπάγονται χαμηλή κερδοφορία των επιχειρήσεων και δυσκολία πραγματοποίησης επενδύσεων, που με τη σειρά της οδηγεί σε αδυναμία ποιοτικής αναβάθμισης ή έστω διατήρησης του ποιοτικού επιπέδου. Με την κατάλληλη πολιτική, η είσοδος σε αυτό τον φαύλο κύκλο μπορεί να αποφευχθεί με τη δημιουργία ποιοτικών υποδομών και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ώστε πιθανή κάμψη των ρυθμών αύξησης των αφίξεων να μην συνδυαστεί με μείωση των εσόδων.

Η Ελλάδα είναι πλέον ένας ώριμος τουριστικός προορισμός. Η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα στηρίχθηκε στην προσφορά του κλασσικού τουριστικού προϊόντος, “ήλιος & θάλασσα”, και ουσιαστικά δεν έχει διαφοροποιηθεί. Εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις παραδοσιακές χώρες προέλευσης της Βορειοδυτικής Ευρώπης και αδυνατεί να αξιοποιήσει αποτελεσματικά νέες πηγές τουριστικής ζήτησης. Τέλος, τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των υποδομών θεωρούνται χαμηλού επιπέδου από τους ίδιους τους παράγοντες του χώρου.⁴ Η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού για τις τουριστικές επενδύσεις και η έλλειψη μιας εθνικής αναπτυξιακής στρατηγικής για τον τουρισμό δυσχεραίνουν την υλοποίηση των απαραίτητων επενδύσεων για την βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς με παρόμοια χαρακτηριστικά. Ο ανταγωνισμός δεν προέρχεται πλέον μόνο από παραδοσιακούς προορισμούς, όπως η Ισπανία, αλλά και από νέους

αναδυόμενους προορισμούς, όπως η Τουρκία και από κάποιους οι οποίοι επανέρχονται δυναμικά στην παγκόσμια τουριστική αγορά, όπως η Κροατία. Πολιτικές εντάσεις, τρομοκρατικά χτυπήματα και πολεμικές συρράξεις ανακόπτουν την ανοδική πορεία ορισμένων από τους ανταγωνιστές, αλλά δεν αποτελούν παρά βραχυχρόνιες «ανάσες» για τον ελληνικό τουρισμό.

Η πρόκληση που αντιμετωπίζει η ελληνική τουριστική αγορά είναι η διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς της. Η διεθνής εμπειρία έχει αναδείξει δύο διαφορετικές προσεγγίσεις για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας⁵ σύμφωνα με την πρώτη, η προσπάθεια διατήρησης υψηλών ρυθμών αύξησης της ζήτησης ή έστω διατήρησης του αριθμού των επισκεπτών σε υψηλά επίπεδα επικεντρώνεται στη προσφορά χαμηλών τιμών. Αυτή η επιλογή προσθέτει ένα επιπλέον στοιχείο στον φαύλο κύκλο που προκαλούν οι ποιοτικά ανεπαρκείς υποδομές, καθώς οι χαμηλές τιμές δυσκολεύουν την επίτευξη κερδοφορίας, την πραγματοποίηση επενδύσεων και την βελτίωση ή έστω διατήρηση του ποιοτικού επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών. Αν και ένας προορισμός οφείλει να διατηρεί την ανταγωνιστικότητά του στις τιμές, αυτή δεν είναι από μόνη της ικανή συνθήκη για τη διατήρηση ή τη βελτίωση της θέσης του. Άλλωστε, οι σχετικοί δείκτες για την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών ως προς το κόστος, αποδεικνύουν τη δυσκολία της ελληνικής τουριστικής αγοράς να ακολουθήσει έναν πόλεμο τιμών. Η ελληνική τουριστική αγορά υστερεί συγκριτικά με όλους τους ανερχόμενους μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς στη σχετική κατάταξη.

Σύμφωνα με τη δεύτερη προσέγγιση, η ανταγωνιστικότητα βελτιώνεται όταν η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αυξάνεται περισσότερο από το κόστος (value for money). Η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών παίζει σημαντικό ρόλο στη

διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.⁶ Η ποιότητα άλλωστε είναι αυτή που μπορεί να διατηρήσει υψηλά επίπεδα ζήτησης για έναν προορισμό παρά τον εντεινόμενο ανταγωνισμό, όπως αποδεικνύει η περίπτωση των Βαλεαρίδων Νήσων.⁷ Η ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι πλέον επιτακτική ανάγκη και αποτελεί μόνιμη επιδίωξη, των τελευταίων τουλάχιστον 20 ετών, όλων όσων εμπλέκονται με τον τουρισμό στην Ελλάδα.

Η ποιοτική αναβάθμιση των υποδομών αφορά κατά κύριο λόγο τον τομέα των μεταφορών και το ξενοδοχειακό δυναμικό. Ο τουρισμός αποτελεί μέρος μόνο των παραγόντων που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά τον σχεδιασμό των απαραίτητων επενδύσεων στον τομέα των μεταφορών. Αντίθετα το ξενοδοχειακό δυναμικό αποτελεί προτεραιότητα όσον αφορά την ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών.

Η διαφοροποίηση του προϊόντος μπορεί να επιτευχθεί με την ανάπτυξη νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, την ανάπτυξη μορφών τουρισμού γνωστών σε άλλες τουριστικές αγορές, νέων για την Ελλάδα, όπως ο τουρισμός πόλεων (city break), εκμεταλλεζόμενοι και την επιτυχία της διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων 2004. Χαρακτηριστικό της αδυναμίας εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων είναι η ανεπαρκής αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας.

2 Το μοντέλο τουριστικής εξέλιξης Κύκλος Ζωής μίας Τουριστικής Περιοχής (Tourism Area Life Cycle) του Butler

(1980), που αποτελείται από έξι στάδια, είναι το πιο καθιερωμένο στη διεθνή επιστημονική βιβλιογραφία. Ο Papatheodorou (2004) προτείνει ένα νέο μοντέλο που βελτιώνει το αρχικό του Butler (1980), συνδυάζοντας στοιχεία

οικονομικής γεωγραφίας και οικονομικών της ανάπτυξης.

3 Butler (1980), Papatheodorou (2004), Lozano et all. (2005)

4 ΣΕΤΕ, 2005

5 Conti et all. (2004), Enright et all. (2004), Hall (2003), Mangion et all. (2005), Papatheodorou (2002)

6 Mangion et all. (2005), Sharpley (2003) για μια διαφορετική προσέγγιση όσον αφορά την Κύπρο.

7 Aquilo etall. (2005) 8 Παλάσκας et all (2006)

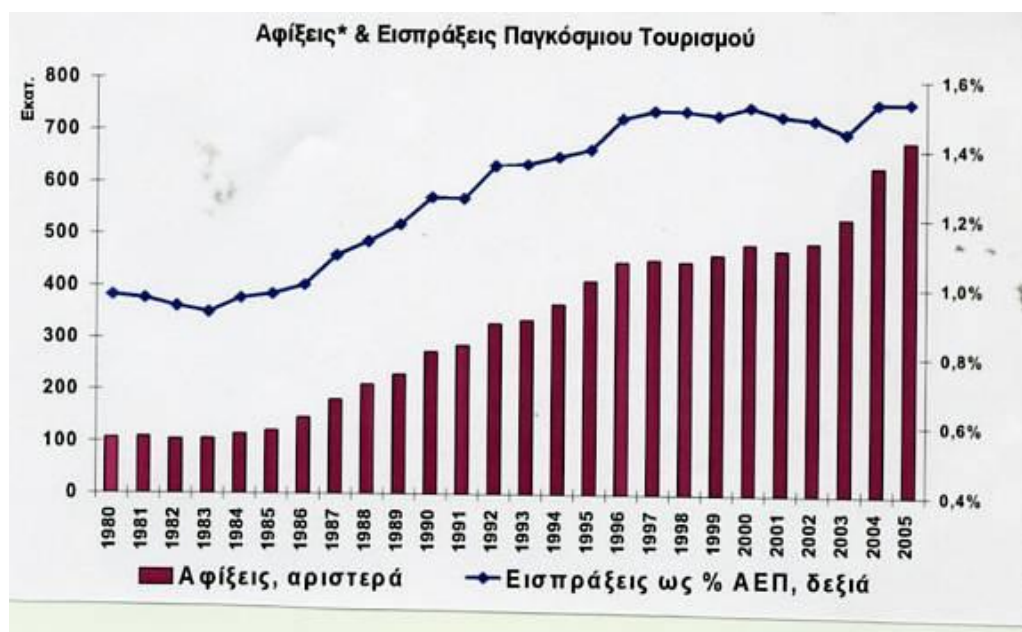
5.5.2 Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ & ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί παγκοσμίως σε μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες, αποτελώντας σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης και πηγή απασχόλησης. Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι μεγαλύτερη από ότι για το σύνολο της παγκόσμιας οικονομίας. Η εντεινόμενη παγκοσμιοποίηση δεν έχει αυξήσει δραματικά μόνο τις διασυνοριακές κινήσεις αγαθών και κεφαλαίων, αλλά και τις μετακινήσεις ανθρώπων, είτε αυτοί ταξιδεύουν για λόγους επαγγελματικούς είτε αναψυχής (βλ. Διάγραμμα 5.1). Το 2005 οι διεθνείς αφίξεις έφτασαν τον αριθμό ρεκόρ των 681,5 εκ. έπειτα από μία συνεχή άνοδο 21 ετών, με εξαίρεση το 2001 (τρομοκρατικές επιθέσεις 11/9) και το 1998 (Ασιατική κρίση του 1997 και Ρωσική κρίση).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού – United Nations World Tourism Organization (UNWTO) – προβλέπει ότι έως το 2020 οι διεθνείς αφίξεις θα ξεπεράσουν το 1,5 δισεκ. Τα οφέλη για την παγκόσμια οικονομία από τον τουρισμό ήταν και εξακολουθούν να είναι σημαντικά. Είναι όμως δύσκολο να εκτιμηθούν ποσοτικά λόγω έλλειψης στοιχείων. Ο UNWTO έχει αναπτύξει τη μεθοδολογία για τη δημιουργία ενός συστήματος Εθνικών Δορυφόρων Λογαριασμών για τον Τουρισμό (Tourism Satellite Accounts).⁹ Η μεθοδολογία αυτή παρέχει μια εκτίμηση τόσο των πρωτογενών, όσο και των δευτερογενών επιδράσεων του εξωτερικού και του εσωτερικού τουρισμού στην οικονομία. Ελλείψει TSA (Tourism Satellite Accounts) μπορεί κάποιος να σχηματίσει μια εικόνα χρησιμοποιώντας τα στοιχεία για τις τουριστικές εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό, που αποτελούν ένα κλάσμα των συνολικού οφέλους της οικονομίας, όπως αυτά δίνονται από τα Ισοζύγια Διεθνών

Συναλλαγών κάθε χώρας. Οι τουριστικές εισπράξεις ανέρχονται στο 1,5% του παγκόσμιου ΑΕΠ το 2005 (βλ. Διάγραμμα 5.1).

Διάγραμμα 5.1 Αφίξεις και εισπράξεις παγκόσμιου τουρισμού



Πηγη : UNWTO *Οι Αφίξεις δεν περιλαμβάνουν τις κρουαζιέρες

Σύμφωνα με τους υπολογισμούς¹⁰ του World Tourism & Travel Council (WTTC), το 2006 η τουριστική οικονομία παράγει όχι απλώς το 1,5% του ανωτέρου διαγράμματος, αλλά το 10,3% του παγκόσμιου ΑΕΠ και να απασχολήσει 234,3 εκ. εργαζομένους (8,7% της συνολικής απασχόλησης). Τα αντίστοιχα νούμερα για την Ελλάδα είναι 15,1% του ΑΕΠ και 699.000 θέσεις εργασίας (15,9% της συνολικής απασχόλησης). Η σχετική σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι μεγαλύτερη.

Η Ελλάδα από τη δεκαετία του 1980 έχει μετατραπεί σε έναν από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Οι αφίξεις αλλοδαπών σημείωσαν αλματώδη αύξηση τις δεκαετίες του 1980 και του 1990 (βλ. Διάγραμμα 5.2). Οι εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό αυξήθηκαν τα τελευταία 2 χρόνια σε τρέχουσες και

πραγματικές (αποπληθωρισμένες) τιμές. Όμως, ως ποσοστό του ΑΕΠ έχουν μείνει σταθερές και έχουν μειωθεί στο 6,1% του ΑΕΠ το 2005 από το 7,9% του ΑΕΠ το 2000. Χαρακτηριστικό της σπουδαιότητας των τουριστικών εισπράξεων για την ελληνική οικονομία είναι ότι η Ελλάδα πλήρωσε για εισαγωγές πετρελαίου το 2005 το 4,9% του ΑΕΠ ενώ οι εισπράξεις από τις τουριστικές υπηρεσίες έφτασαν το 6,1% ή €1 δισεκατ.

¹⁰ Το WTTC υπολογίζει τα μεγέθη πραγματοποιώντας και εξομοίωση ενός συστήματος εθνικών λογαριασμών για τον τουρισμό για κάθε χώρα χρησιμοποιώντας υπάρχοντα στοιχεία και κάνοντας μια σειρά από υποθέσεις. WTTC/Oxford Forecasting (2005), WTTC World (2006)

Διάγραμμα 5.2 Αφίξεις & Εισπράξεις Εισερχόμενου Τουρισμού



Πηγή: ΕΣΥΕ, Τράπεζα της Ελλάδος

*Οι αφίξεις δεν περιλαμβάνουν τις κρουαζιέρες.

**Το 1998 & 2002 αλλαγές στη μεθοδολογία συγκέντρωσης των στοιχείων για τις εισπράξεις.

5.6 Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΕ ΕΝΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΕΝΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Στην ενότητα αυτή γίνεται συνοπτική παρουσίαση των κυριότερων χαρακτηριστικών της ελληνικής τουριστικής αγοράς και στη συνέχεια περιγράφεται το ανταγωνιστικό περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί ο ελληνικός τουρισμός. Η ανάλυση κρίνεται απαραίτητη προκειμένου να αναγνωριστούν οι αδυναμίες και οι δυνατότητες παραπέρα ανάπτυξης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (προσφορά) και των ξένων τουριστών στην Ελλάδα (ζήτηση) δεν έχουν μεταβληθεί ουσιαστικά τα τελευταία 20 χρόνια:

- Ø Η εποχικότητα της ζήτησης παραμένει έντονη, με το 50% των τουριστών να έρχεται στην Ελλάδα το τρίμηνο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου, ενώ την περίοδο Μάιο – Σεπτέμβριο έρχεται στη χώρα περίπου το 70% των τουριστών. Η Ελλάδα παραμένει πάντοτε προορισμός καλοκαιρινών διακοπών.
- Ø Η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών έρχονται στην Ελλάδα για τον ήλιο και τη θάλασσα. Μορφές τουρισμού όπως ο συνεδριακός ή ο αγροτουρισμός δεν έχουν σημαντικά μερίδια αγοράς, εντείνοντας το πρόβλημα της εποχικότητας.
- Ø Το κυριότερο μέσο ταξιδιού παραμένει το αεροπλάνο. Πάνω από 80% των τουριστών φτάνει στην Ελλάδα αεροπορικώς, οδικώς περίπου το 14% και δια θαλάσσης το 4,5%.
- Ø Οι σημαντικότερες χώρες προέλευσης παραμένουν οι ίδιες τα τελευταία χρόνια, κατά σειρά το Ηνωμένο Βασίλειο (το 21,2% του εισερχόμενου τουρισμού το 2005), η Γερμανία

(17,5%), η Ιταλία (8,8%), η Γαλλία (5,3%), η Ολλανδία (5,2%) και οι Σκανδιναβικές χώρες (7,5%). Τα μερίδια χωρών, όπως οι ΗΠΑ και η Ιαπωνία παραμένουν εξαιρετικά χαμηλά, ενώ χώρες προέλευσης από την πρώην ΕΣΣΔ παραμένουν ουσιαστικά αναξιοποίητες. Αντίθετα, στην Τουρκία οι χώρες της πρώην ΕΣΣΔ αποτελούν την δεύτερη μεγαλύτερη πηγή προέλευσης των αφίξεων.

- Ø Η προσφορά είναι γεωγραφικά συγκεντρωμένη σε Κρήτη (21% των κλινών), Δωδεκάνησα (17%), Ιόνια Νησιά (12%), Αττική (9%), Χαλκιδική (6,5%) και Κυκλάδες (6%). Το επενδυτικό περιβάλλον είναι κάθε άλλο παρά ιδανικό, όπως φαίνεται και από τους σχετικούς δείκτες των μελετών ανταγωνιστικότητας, σύμφωνα με τους οποίους η Ελλάδα βρίσκεται πάντα στις χαμηλότερες θέσεις της κατάταξης.
- Ø Οι τουριστικές αγορές στις χώρες προέλευσης κυριαρχούνται από λίγες μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες – τουριστικούς πράκτορες (Tour Operators, T.O.), οι οποίοι πλέον έχουν επεκταθεί και στους τομείς των μεταφορών και της διαμονής.¹¹ Η ολιγοπωλιακή δύναμη των εταιρειών αυτών, ενισχύθηκε σημαντικά και από τις συνεχείς εξαγορές και συγχωνεύσεις στον κλάδο τα τελευταία χρόνια. Η εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από τον μαζικό τουρισμό, που οι T.O (Tour Operators) ελέγχουν, κάνουν τις σχέσεις των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων με αυτές κρίσιμο σημείο προς διερεύνηση. Εκμεταλλευόμενοι τη μεγάλη διαπραγματευτική τους δύναμη, οι Τουριστικοί Οργανισμοί πιέζουν για μειώσεις τιμών αλλά και για περισσότερες και καλύτερες υπηρεσίες, δυσκολεύοντας έτσι

την επικερδή λειτουργία των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Ø Τέλος, όπως και σε όλους σχεδόν τους τομείς της ελληνικής οικονομίας, υπάρχει μεγάλη καθυστέρηση στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών.

Η ελληνική τουριστική αγορά θεωρείται πλέον ένας ώριμος τουριστικός προορισμός. Ένας δείκτης¹² που χρησιμοποιείται ευρέως για τον ορισμό ενός προορισμού ως ώριμου είναι ο πληθυσμός του προορισμού προς τις διεθνείς αφίξεις. Όσο ο δείκτης αυτός μειώνεται προς τη μονάδα τόσο πιο ώριμος μπορεί να χαρακτηριστεί ένας προορισμός. Η Ελλάδα¹³ όπως φαίνεται στον Πίνακα 5.1 ανήκει σαφώς στους ώριμους τουριστικούς προορισμούς.

11 Έρευνα το 2000 από την C.A.A. (Civil Aviation Authority) του Ηνωμένου Βασιλείου έδειξε ότι οι πέντε μεγαλύτεροι T.O. ήλεγχαν το 70% των Βρετανών τουριστών που κατευθύνθηκαν στους κυριότερους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς. Άλλες έρευνες (Παπανίκος 2005) δείχνουν ότι περίπου το 30% των ξένων τουριστών έρχονται στην Ελλάδα με οργανωμένο ταξίδι, ενώ μέσω ταξιδιωτικών γραφείων έρχεται περίπου το 50%. Περισσότερα σχετικά με τον ρόλο και την επιρροή των T.O.: Aguilo (2003), Evans (1999), Garcia et al. (2003), Souty (2002).

12 Ο δείκτης αυτός έχει περιορισμούς στη χρήση του λόγω χωρικής και χρονικής ανισοκατανομής της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης. Η χρήση του όμως διαχρονικά δίνει χρήσιμες πληροφορίες. Martin (2004), Haveman (1977).

13 Οι αφίξεις στην Ελλάδα δεν περιλαμβάνουν τις εισόδους από την Αλβανία.

Πίνακας 5.1

ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ / ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

| | Ελλάδα | Τουρκία | Κροατία | Ιταλία | Ισπανία | Αίγυπτος | Πορτ/λια |
|------|--------|---------|---------|--------|---------|----------|----------|
| 1999 | 0,95 | 9,62 | 1,20 | 1,58 | 0,86 | 13,76 | 0,87 |
| 2005 | 0,86 | 3,39 | 0,52 | 1,49 | 0,75 | 8,45 | 0,86 |

Πηγη: Word Bank ,UNWTO,ΕΣΥΕ,ΕΟΤ,ΙΤΕΠ

Η Ελλάδα δεν ανταγωνίζεται πλέον μόνο προορισμούς, όπως η Ιταλία και η Ισπανία. Τα τελευταία χρόνια νέοι τουριστικοί προορισμοί, όπως η Τουρκία και η Κροατία, προσφέρουν πλέον το ίδιο προϊόν με την Ελλάδα (ήλιος και θάλασσα), διεκδικώντας κατά κύριο λόγο μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές που απευθύνεται και το ελληνικό τουριστικό προϊόν.¹⁴ Απευθύνονται κυρίως σε τουρίστες από τις χώρες της Β.Δ Ευρώπης και προσπαθούν να προσελκύσουν μαζικό τουρισμό. Κύριο ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα είναι το χαμηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η πορεία χωρών, όπως η Τουρκία, με την μεγάλη ανάπτυξη τουριστικών υποδομών τα τελευταία 10 χρόνια, είναι σε κάποια σημεία παρόμοια με αυτή της Ελλάδας τη δεκαετία του 1980. Το διάστημα 1999 – 2005 οι αφίξεις στην Τουρκία αυξάνονται κατά μέσο όρο 29,5% ετησίως. Με αυτούς τους ρυθμούς αύξησης των αφίξεων και με τους σημερινούς ρυθμούς πληθυσμιακής αύξησης, ο δείκτης το 2010 αναμένεται να μειωθεί στο 1,44. Αν ληφθεί υπόψη ότι η τουριστική ανάπτυξη επικεντρώνεται στη Δυτική Τουρκία, η τιμή του δείκτη δεν χρειάζεται καν να προσεγγίσει το 1 για να χαρακτηριστεί ώριμη η τουρκική τουριστική αγορά.

Η είσοδος της Τουρκίας και των υπόλοιπων αγορών στους ώριμους προορισμούς είναι ένα κρίσιμο σημείο για την πορεία του ελληνικού τουρισμού. Το πώς θα αντιδράσει η τουρκική αγορά στην αναπόφευκτη μείωση των ρυθμών αύξησης της ζήτησης είναι ένα κρίσιμο ερώτημα. Μία αντίδραση όπως αυτή της ελληνικής αγοράς τη δεκαετία του 80 με μείωση τιμών προκειμένου να διατηρηθούν οι ρυθμοί αυτοί, ενδέχεται να μειώσει τις επενδύσεις και την ποιότητα των υπηρεσιών επιτυγχάνοντας την είσοδο σε έναν γνωστό στην ελληνική τουριστική αγορά φαύλο κύκλο. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν οφείλει να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό προσφέροντας ποιοτικότερες

υπηρεσίες υψηλότερης αξίας, ώστε να μην επηρεαστεί από ένα πιθανό πόλεμο τιμών, καθώς θα απευθύνεται πλέον σε ανώτερο εισοδηματικά κομμάτι της αγοράς, το οποίο θα αναζητά ποιότητα και δεν θα επηρεάζεται τόσο από τις μεταβολές στις τιμές.

Το επίπεδο τιμών των τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της είναι ιδιαίτερα κρίσιμο. Στον Πίνακα 5.2 η Ελλάδα συγκρίνεται με τους κυριότερους ανταγωνιστικούς μεσογειακούς προορισμούς, με βάση ένα δείκτη ανταγωνιστικότητας ως προς τις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών, που δημοσιεύει ο WTTC.

Πίνακας 5.2

Δείκτης ανταγωνιστικότητας τιμών στις τουριστικές υπηρεσίες¹⁵

| Χώρες | Tourism Price Competitiveness Index |
|------------|-------------------------------------|
| 1.Τυνησία | 90,68 |
| 2.Αίγυπτος | 87,09 |
| 3.Τουρκία | 84,77 |
| 4.Κροατία | 84,17 |
| 5.Μάλτα | 74,90 |
| 6.Κύπρος | 71,51 |
| 7.Πορτογαλ | 59,65 |
| 8.Ελλάδα | 54,41 |
| 9.Ισπανία | 54,28 |
| 10.Γαλλία | 51,34 |
| 11.Ιταλία | 47,06 |

Πηγή: World Travel and Tourism Council, 2004 Competitiveness Monitor

Η Ελλάδα βρίσκεται στην 8η θέση, πίσω από όλους τους αναδυόμενους μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς. Συνεπώς, δεν μπορεί να ανταγωνιστεί με βάση το κόστος, παρά μόνο με βάση την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η πτώση στο μερίδιο αγοράς τα τελευταία χρόνια, όσον αφορά τις αφίξεις, όπως και στον απόλυτο αριθμό επισκεπτών μέχρι πέρυσι αποδίδεται εν μέρει στον ανταγωνισμό από χώρες με χαμηλότερες τιμές και παρόμοια ποιότητα τουριστικού προϊόντος.

Από το 1996 μέχρι το 2001 τόσο ο συνολικός αριθμός αφίξεων όσο και το μερίδιο της ελληνικής τουριστικής αγοράς (ως % του συνόλου των παγκόσμιων αφίξεων) αυξάνεται συνεχώς. Από το 2001 παρουσιάζεται μια στασιμότητα στο συνολικό αριθμό αφίξεων και μια πτώση στο μερίδιο αγοράς. Η αύξηση στον αριθμό αφίξεων που σημειώθηκε το 2005 επανέφερε την Ελλάδα στα επίπεδα του 2001, αλλά ταυτόχρονα τα τελευταία δύο χρόνια το μερίδιο της ελληνικής αγοράς μειώθηκε (βλ. Διάγραμμα 5.3).¹⁶ Η πτώση του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια είναι παρόμοια με αυτή άλλων ώριμων τουριστικών προορισμών όπως η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Ισπανία. Αντίθετα, χώρες όπως η Κροατία, η Αίγυπτος και η Τουρκία, παρουσιάζουν σημαντική αύξηση, καθώς είναι αναπτυσσόμενοι τουριστικοί προορισμοί, όπως η Ελλάδα την δεκαετία του 1980. Η εικόνα, όμως των εισπράξεων είναι καλύτερη (βλ. Διάγραμμα 5.4). Το μερίδιο της Ελλάδας στις εισπράξεις μένει σταθερό τα τελευταία χρόνια, παρά τη μείωση του μεριδίου των αφίξεων, χαρακτηριστικό ισοδύναμο με αύξηση των εισπράξεων ανά άφιξη στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Διάγραμμα 5.3 ΑΦΙΞΕΙΣ & ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



Πηγή: UNWTO, ΕΟΤ, ΕΣΥΕ, ΙΤΕΠ

Τα στοιχεία για τις τουριστικές εισπράξεις στην Ελλάδα την περίοδο Ιανουαρίου – Ιουλίου 2006 δείχνουν μία αύξηση 8,8% έναντι της ίδιας περιόδου το 2005.

¹⁴ Πατσουράτης (2002), ΣΕΤΕ (2005), Anastasopoulos (2005), Papatheodorou (2002).

¹⁵ Ο Tourism Price Competitiveness Index (TPCI) παίρνει την τιμή 0 για την λιγότερο ανταγωνιστική χώρα και την τιμή 100 για την πιο ανταγωνιστική. Υπολογίζεται χρησιμοποιώντας τον Hotel Price Index και τον Purchasing Power Parity Index. Για περισσότερες λεπτομέρειες: WTTC (2004) και www.wttc.org.

¹⁶ Τα στοιχεία των αφίξεων εδώ είναι χωρίς τις εισόδους από Αλβανία, οι οποίες ξεπερνούν το 1 εκ. αφίξεις ετησίως

Διάγραμμα 5.4 ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ & ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



Πηγη : UNWTO ,ΕΟΤ,ΕΣΥΕ

Διάγραμμα 5.5 ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ & ΑΛΛΩΝ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



Πηγη : UNWTO ,ΕΟΤ,ΕΣΥΕ

Το μερίδιο των αναδυόμενων μεσογειακών αγορών (βλ..Διάγραμμα 5.5) αυξάνεται τα τελευταία χρόνια, σημάδι του εντεινόμενου ανταγωνισμού

5.6.1 ΠΟΣΟ ΣΤΟΙΧΙΖΕΙ Η ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΣΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ

(Thomas Cook) Ο γνωστός tour operator Thomas Cook πρόσφατα έδωσε στην δημοσιότητα δύο πίνακες με το κόστος διαβίωσης των τουριστικών προορισμών, ένα για τους Ευρωπαϊκούς προορισμούς και ένα για τους υπόλοιπους μακρινούς προορισμούς.

Πίνακας 5.3 ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ



Thomas Cook Cost of Holiday Living Index 2004

EUROPE (£)

| | Bulgaria | Turkey | Canaries | Spain | Cyprus | Greece | Croatia | Madeira | Majorca | Algarve | Menorca | Italy | UK |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ITEM | | | | | | | | | | | | | |
| Pint of beer | 0.90 | 1.25 | 2.00 | 1.76 | 2.00 | 1.88 | 1.55 | 1.34 | 3.00 | 1.67 | 2.00 | 2.10 | 2.00 |
| Bottle of beer | 0.90 | 1.25 | 2.00 | 1.92 | 1.50 | 1.60 | 1.15 | 1.34 | 2.00 | 1.67 | 2.25 | 1.75 | 2.30 |
| Double spirit & mixer | 1.80 | 3.25 | 3.37 | 3.42 | 3.00 | 3.08 | 2.60 | 2.01 | 4.50 | 2.00 | 3.50 | 4.20 | 3.00 |
| Litre of petrol | 0.54 | 0.80 | 0.36 | 0.62 | 0.43 | 0.55 | 0.65 | 0.67 | 0.58 | 0.68 | 0.89 | 1.75 | 0.79 |
| Loaf of bread | 0.36 | 0.10 | 1.01 | 1.37 | 0.50 | 0.52 | 0.45 | 0.67 | 1.30 | 0.66 | 1.30 | 1.40 | 0.55 |
| Litre of milk | 0.63 | 0.67 | 0.62 | 0.51 | 0.50 | 0.86 | 0.45 | 0.47 | 0.90 | 0.40 | 0.80 | 0.60 | 0.40 |
| Can of coke | 0.89 | 0.50 | 0.44 | 0.48 | 0.50 | 0.54 | 0.45 | 0.44 | 0.50 | 0.40 | 0.50 | 0.45 | 0.45 |
| Daily UK paper | 1.79 | 1.10 | 1.21 | 1.30 | 0.60 | 1.58 | 2.10 | 1.34 | 2.00 | 1.17 | 2.70 | 2.10 | 0.40 |
| Suntan cream | 6.00 | 9.20 | 3.37 | 4.61 | 4.00 | 5.82 | 8.70 | 4.70 | 7.00 | 10.04 | 10.00 | 7.00 | 9.39 |
| Three course meal | 7.00 | 7.50 | 16.87 | 10.96 | 17.50 | 13.70 | 12.00 | 16.78 | 15.00 | 13.38 | 15.00 | 21.00 | 15.70 |
| Bottle of wine | 3.50 | 3.90 | 5.00 | 2.23 | 4.00 | 3.60 | 11.00 | 10.06 | 4.00 | 6.03 | 4.00 | 4.20 | 10.45 |
| Ice cream | 0.90 | 0.68 | 1.01 | 1.13 | 1.00 | 1.10 | 0.52 | 1.00 | 1.00 | 1.67 | 1.50 | 1.40 | 1.00 |
| Cup of coffee | 0.70 | 0.60 | 0.47 | 0.80 | 1.75 | 1.37 | 0.80 | 0.67 | 1.50 | 0.60 | 1.00 | 1.75 | 1.00 |
| 5 mile taxi ride | 3.50 | 3.90 | 2.70 | 8.90 | 4.50 | 6.16 | 2.50 | 6.71 | 4.50 | 10.00 | 7.00 | 2.80 | 9.02 |
| Packet of cigarettes | 1.10 | 1.00 | 1.42 | 1.88 | 2.20 | 1.71 | 1.50 | 1.51 | 2.65 | 1.51 | 2.00 | 2.10 | 5.00 |
| Car hire per week e.g. Punto | 82.00 | 210.00 | 193.16 | 120.00 | 147.00 | 195.00 | 175.00 | 117.45 | 200.00 | 138.58 | - | 315.00 | 130.00 |
| TOTAL (excl. car hire) | 30.51 | 36.45 | 41.85 | 41.89 | 43.98 | 44.07 | 46.42 | 49.71 | 50.43 | 51.88 | 54.44 | 54.60 | 61.45 |

Πηγή : www.itep.gr

Σύμφωνα με αυτό τον πίνακα η Ελλάδα σε 12 Ευρωπαϊκούς προορισμούς βρίσκεται περίπου στην μέση καταλαμβάνοντας την 6η πιο ακριβή χώρα. Όπως φαίνεται και από τον πίνακα (5.3) που ακολουθεί, το συνολικό κόστος για την Ελλάδα διαφόρων τουριστικών προϊόντων είναι 44,07 λίρες όταν στην Μεγ. Βρετανία είναι 61,45.

Οι προορισμοί που προτείνει φέτος ο Thomas Cook για εκείνους που δεν θέλουν να ξοδέψουν πολλά χρήματα είναι η Γκόα στην Ινδία, η Δομινικανική Δημοκρατία, η Βουλγαρία, και η Τυνησία. Ο Thomas Cook τονίζει ότι οι τιμές σε όλη την Ευρώπη είναι πιο υψηλές λόγω του ευρώ, όμως παραμένουν αρκετά πιο χαμηλά από τις αντίστοιχες τιμές στην Μεγ. Βρετανία.

Σε σχολιασμό των καταλόγων ο Thomas Cook αναφέρει χαρακτηριστικά ότι σε προορισμούς που υπάρχει το ευρώ όπως η Ελλάδα, οι τουρίστες στρέφονται όλο και περισσότερο προς το σύστημα του all-inclusive, όπου όλα είναι προπληρωμένα και δεν χρειάζεται να επιβαρύνουν ακόμα περισσότερο την τσέπη τους. Για την Ευρώπη αναφέρει ότι οι πιο φθηνές χώρες είναι η Τουρκία, η Βουλγαρία, η Κροατία, και η Ισπανία.

5.6.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι εισπράξεις ανά άφιξη στην Ελλάδα αυξήθηκαν τα τελευταία δύο χρόνια και είναι πλέον μεγαλύτερες από εκείνες των ανταγωνιστών. Καθώς η μέση διάρκεια παραμονής των ξένων τουριστών στην Ελλάδα

εμφανίζεται να παραμένει σταθερή το διάστημα αυτό, αιτία της βελτίωσης αυτής είναι η αύξηση των τιμών. Συνεπώς, ο ρόλος της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας είναι κρίσιμος ώστε να μην αποδειχτεί αυτή η βελτίωση βραχύβιο αποτέλεσμα εξωγενών παραγόντων που έπληξαν κάποιους από τους ανταγωνιστές της χώρας.

Όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη ενότητα, η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια εισπράττει περισσότερα ανά άφιξη. Οι εισπράξεις ανά άφιξη, δηλαδή τι ξοδεύει κατά μέσο όρο ο κάθε ξένος επισκέπτης, χρησιμοποιούνται και ως δείκτης της αποτελεσματικότητας της τουριστικής αγοράς.¹⁷ Στον Πίνακα 5.4 παρατίθενται οι εισπράξεις ανά άφιξη σε ευρώ (σε τρέχουσες τιμές) για την Ελλάδα, μεταξύ άλλων μεσογειακών προορισμών. Μια σύγκριση του δείκτη μεταξύ 1999 και 2005 δείχνει ότι στην Ελλάδα έχουν αυξηθεί θεαματικά οι εισπράξεις ανά άφιξη. Ιδιαίτερα μετά το 2002, που τα στοιχεία μπορούν να θεωρηθούν πιο αξιόπιστα λόγω της εισαγωγής της χρήσης Έρευνας Συνόρων,¹⁸ οι εισπράξεις ανά άφιξη στην Ελλάδα εμφανίζονται υψηλότερες των ανταγωνιστών.

Η αύξηση είναι πιο έντονη το 2004, καθώς η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων ήταν καθοριστική. Σύμφωνα με τα πρώτα στοιχεία και εκτιμήσεις για το 2006 – αύξηση των αφίξεων 8% - 10% και των εισπράξεων στο πρώτο επτάμηνο κατά 8,8% - η εικόνα δεν αναμένεται να μεταβληθεί σημαντικά. Η αύξηση των εισπράξεων αντανακλά μια πιθανή βελτίωση της αποτελεσματικότητας της ελληνικής τουριστικής αγοράς. Αυτό αποδίδεται είτε σε αύξηση των τιμών, είτε σε αύξηση της διάρκειας διαμονής. Η παροχή νέων υπηρεσιών θα πρέπει να αποκλειστεί, καθώς οι όποιες προσπάθειες είναι ακόμα αποσπασματικές. Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.5, η μέση διάρκεια παραμονής στην Ελλάδα έμεινε ουσιαστικά σταθερή το 2003 και το 2004 και μειώθηκε το 2005,

έτη κατά τα οποία παρατηρείται και η αύξηση των εισπράξεων. Αυτό σημαίνει ότι υπήρξε αύξηση των τιμών των παρεχόμενων υπηρεσιών. Συνεπώς, η Ελλάδα έγινε ακριβότερος προορισμός από ότι πριν τρία χρόνια. Η εξέλιξη αυτή σημαίνει ότι η ποιοτική αναβάθμιση παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών είναι απαραίτητη για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας.

Πίνακας 5.4

ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΝΑ ΑΦΙΞΗ

(σε ευρώ και τρέχουσες τιμές)

| € | Ελλάδα | Τουρκία | Κροατία | Ιταλία | Ισπανία | Πορτ/λία | Αίγυπτος |
|-------------|--------|---------|---------|--------|---------|----------|----------|
| 1999 | 717 | 708 | 615 | 729 | 652 | 424 | 763 |
| 2000 | 807 | 862 | 512 | 723 | 711 | 473 | 854 |
| 2001 | 810 | 1042 | 569 | 728 | 733 | 503 | 913 |
| 2002 | 794 | 984 | 580 | 715 | 801 | 519 | 767 |
| 2003 | 739 | 836 | 761 | 698 | 711 | 523 | 670 |
| 2004 | 854 | 728 | 719 | 773 | 679 | 539 | 608 |
| 2005 | 862 | 691 | 732 | 746 | 665 | 517 | 673 |

Πηγή: UNWTO, ΕΟΤ, ΕΣΥΕ, ΙΤΕΠ, Τράπεζα της Ελλάδος

Πίνακας 5.5

ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

| ΕΤΗ | Ημέρες |
|-------------|--------|
| 2003 | 5,97 |
| 2004 | 6,00 |
| 2005 | 5,54 |

Πηγή: ΕΣΥΕ

Η ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών εξαρτάται κυρίως από τις υποδομές και το ανθρώπινο δυναμικό. Το μεγαλύτερο μέρος των δαπανών ενός τουρίστα σύμφωνα τόσο με παλαιότερες μελέτες για την ελληνική αγορά, όσο και με την διεθνή βιβλιογραφία,¹⁹ κατευθύνεται στον τομέα των μεταφορών, τον ξενοδοχειακό κλάδο και τη διατροφή. Οι υποδομές σε αυτούς ιδίως τους τομείς καθορίζουν και το ποιοτικό επίπεδο των υπηρεσιών.

¹⁷ ΙΤΕΠ (2002), Stynes et all. (2006).

¹⁸ Η Έρευνα Συνόρων είναι μια δειγματοληπτική έρευνα εισερχομένων (μη κατοίκων) και εξερχόμενων (κατοίκων)

¹⁹ Βορλόου (2006), Παπανίκος (2005), Deane (1997), Leidner (2004), Stynes (2006)

Οι υποδομές στις μεταφορές δεν μπορούν να εξεταστούν μόνο ως προς την τουριστική ανάπτυξης. Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση επενδύσεων στις μεταφορές οφείλει να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά επηρεάζεται και εξαρτάται κυρίως από τις γενικότερες ανάγκες της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας, καθώς και από μακροοικονομικούς περιορισμούς. Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού ξενοδοχειακού κλάδου και η αποτελεσματικότητά του έχουν μεγαλύτερη σημασία για τον τρόπο που ο εισερχόμενος τουρισμός επηρεάζει την ελληνική οικονομία και καθορίζουν την ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

5. 6.3. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ .

Στην παρούσα ενότητα γίνεται σύγκριση των χαρακτηριστικών του ελληνικού ξενοδοχειακού δυναμικού με αυτά των ανταγωνιστών. Η σύγκριση φανερώνει τον κορεσμό της ελληνικής αγοράς, το χαμηλό ποιοτικό κέντρο βάρους, την υστέρηση στη χρήση νέων τεχνολογιών και το μικρότερο μέγεθος των μονάδων. Το κυριότερο πρόβλημα είναι η

υποαπασχόληση του ελληνικού ξενοδοχειακού δυναμικού, αποτέλεσμα κυρίως της έντονης εποχικότητας.

Το ελληνικό ξενοδοχειακό δυναμικό²⁰ χαρακτηρίζεται από υπερπροσφορά κλινών. Η υπερπροσφορά αυτή γίνεται φανερή αν συγκριθεί ο αριθμός προσφερόμενων κλινών ανά 100.000 κατοίκους στην Ελλάδα με μερικούς από τους υπόλοιπους μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς. Η Ελλάδα είναι σαφώς πιο κορεσμένη αγορά από την άποψη αυτή (βλ. Πίνακα 5.6).

Το ελληνικό ξενοδοχειακό δυναμικό αποτελείται κατά κύριο λόγο από μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις οικογενειακού τύπου,²¹ των οποίων η δυνατότητα προσφοράς υπηρεσιών υψηλού επιπέδου και λειτουργίας πέρα από την περίοδο υψηλής ζήτησης είναι περιορισμένη. Επιπλέον έχουν χαμηλή διαπραγματευτική δύναμη έναντι των Tour Operators.

Ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων, όπως και των διαθέσιμων ξενοδοχειακών κλινών αυξάνεται συνεχώς. Αιτίες, πέρα από την αυξανόμενη ζήτηση, είναι τα επενδυτικά κίνητρα που δίνονται, η απουσία πολιτικής επαναπροσανατολισμού των επενδύσεων σε πολλές περιφέρειες της χώρας, όπου ο τουρισμός δείχνει η μόνη διαθέσιμη επενδυτική επιλογή, και η έλλειψη κινήτρων εξόδου από την τουριστική δραστηριότητα πεπαλαιωμένων μονάδων.

19 Βορλόου (2006), Παπανίκος (2005), Deane (1997), Leidner (2004), Stynes (2006).

20 Ξενοδοχεία, όχι ενοικιαζόμενα δωμάτια και campings.

21 Παπανίκος Γ.Θ. (2001)

Πίνακας 5.6 ΚΛΙΝΕΣ / 100.000 ΚΑΤΟΙΚΟΥΣ ΤΟ 2004

| Ελλάδα | Τουρκία | Κροατία | Ιταλία | Ισπανία | Πορτ/λία | Πορτ/λία |
|--------|---------|---------|--------|---------|----------|----------|
| 6.169* | 587** | 4.580* | 3.473* | 3.541 * | 2.418 | 12.244 |

Πηγή: Eurostat, Turkstat, UNWTO, World Bank, EOT, ΕΣΥΕ, Υπ. Οικ. Κύπρου

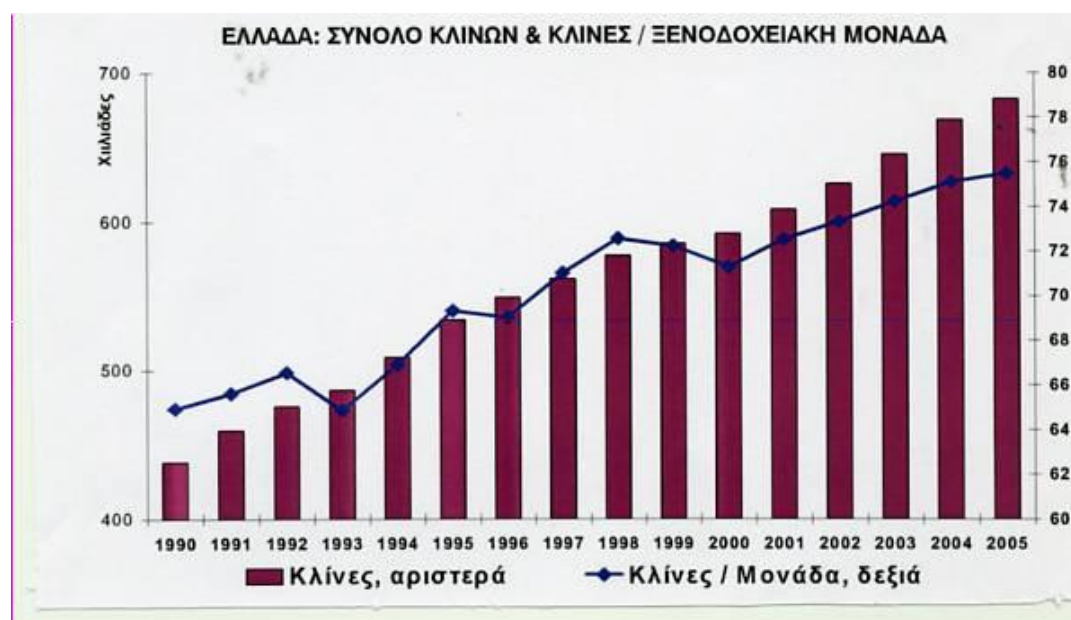
Πίνακας 5.7 ΚΛΙΝΕΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ²²

| Αστερία | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|---------|----------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 5 | 29.147 | 30.845 | 32.678 | 35.505 | 36.117 | 37.936 | 39.337 | 41.372 | 51.967 | 56.88 |
| 4 | 132.667 | 137.773 | 143.688 | 146.688 | 149.78 | 155.91 | 161.76 | 167.82 | 168.94 | 173.3 |
| | | | | | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 1 |
| 3 | 137.190 | 139.354 | 143.355 | 143.277 | 145.09 | 146.21 | 150.16 | 153.41 | 157.49 | 159.3 |
| | | | | | 7 | 8 | 7 | 0 | 5 | 1 |
| 2 | 197.572 | 201.039 | 203.696 | 205.705 | 209.41 | 214.87 | 220.97 | 225.10 | 230.28 | 233.3 |
| | | | | | 4 | 0 | 6 | 4 | 1 | 5 |
| 1 | 52.209 | 52.057 | 53.738 | 53.639 | 53.580 | 53.169 | 54.673 | 57.190 | 59.588 | 59.06 |
| Σύνολο | 548.78 5 | 561.068 | 576.876 | 583.814 | 593.99 | 608.10 | 626.91 | 644.89 | 668.27 | 682.0 |
| | | | | | 0 | 4 | 4 | 8 | 1 | 0 |

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας

²² Η κατηγοριοποίηση με το σύστημα των αστερών εφαρμόστηκε για πρώτη φορά το 2004. Τα στοιχεία για τα προηγούμενα έτη βγήκαν με αντιστοίχιση των παλαιότερων κατηγοριών. Η αντιστοίχιση αυτή σε καμία περίπτωση δεν είναι απόλυτη. Η κατηγορία των 5 αστερών αντιστοιχεί στην παλιά κατηγορία Lux, τα 4 αστέρια στην Α' κατηγορία, τα 3 στην Β', τα 2 στην Γ' και το ένα αστέρι στις παλιές κατηγορίες ' και Ε'.

Διάγραμμα 5.6 ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΙΝΩΝ & ΚΛΙΝΕΣ / ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΜΟΝΑΔΑ



Πηγη : ΕΟΤ, ΕΣΥΕ

Επιπλέον, προβληματισμό προκαλούν τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των ελληνικών ξενοδοχείων, όπως αυτά αντικατροπτίζονται στην κατηγοριοποίησή τους με βάση το σύστημα των αστερών. Οι περισσότερες μονάδες στην Ελλάδα ανήκουν στην κατηγορία των 2 αστερών (34% των κλινών), ενώ οι μονάδες 5 αστερών είναι πολύ λίγες (8%) και αυξήθηκαν κυρίως τα τελευταία τρία χρόνια ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 (βλ. Πίνακα 5.7).

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με το μέγεθος των ελληνικών ξενοδοχειακών μονάδων. Το μέγεθος, όπως αυτό μετράτε από τον αριθμό κλινών ανά ξενοδοχειακή μονάδα, είναι στην πλειοψηφία τους μικρό. Το μέσο μέγεθος, όπως φαίνεται και στο (Διαγραμμα 5.6) παρουσιάζει συνεχή αύξηση από το 2000 και μετά.

Όμως το μέγεθος των ελληνικών ξενοδοχειακών μονάδων παραμένει πολύ μικρότερο από αυτό των υπολοίπων μεσογειακών τουριστικών προορισμών – με εξαίρεση την Ιταλία (βλ. Πίνακα 5.8).

Προβληματικό χαρακτηριστικό των ελληνικών ξενοδοχειακών μονάδων αποτελεί ο βαθμός χρήσης των ξενοδοχειακών κλινών. Η εικόνα του δείκτη χρήσης κλινών²³ (Gross Utilization of Bedplaces) είναι ενδεικτική της υστέρησης της Ελλάδας έναντι των ανταγωνιστών – με εξαίρεση πάντα την Ιταλία (βλ. Πίνακα 5.9). Η εποχικότητα αποτελεί την κυριότερη αιτία αυτής της υστέρησης. Χαρακτηριστικό επίσης των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αποτελεί η υστέρηση σε θέματα εισαγωγής νέων τεχνολογιών (βλ. Πίνακα 5.10). Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat²⁴ για το 2005, το 80% των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (με πάνω από 10 εργαζόμενους) έχει δική του ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, ενώ ο μέσος όρος στην Ευρώπη των 25 είναι 89%. Τα αντίστοιχα νούμερα για το σύνολο των επιχειρήσεων είναι πάντως πολύ χαμηλότερα, 56% για την Ελλάδα και 61% για την Ε.Ε. – 25, αποδεικνύοντας ότι ο ξενοδοχειακός κλάδος υπήρξε πρωτοπόρος στην

αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών. Η υστέρηση είναι μεγαλύτερη όσον αφορά τη χρηστικότητα αυτών των ιστοσελίδων αφού μόνο οι μισές από αυτές στην Ελλάδα παρέχουν πρόσβαση σε τιμοκαταλόγους, σε αντίθεση με τους κυριότερους ανταγωνιστές. Τέλος, το 31% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα δέχεται κρατήσεις μέσω της ιστοσελίδας του, ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι 35%.

²³ Ο δείκτης κατασκευάζεται χρησιμοποιώντας τον αριθμό διανυκτερεύσεων μη κατοίκων (αλλοδαπών) σε ξενοδοχεία και συναφή καταλύματα και διαιρώντας τον με το γινόμενο του συνολικού αριθμού κλινών αυτών επί 365 ημέρες. Προσέξτε ότι χρησιμοποιείται ο συνολικός αριθμός κλινών ξενοδοχείων και συναφών καταλυμάτων και όχι ο αριθμός αυτών που είναι διαθέσιμες προς χρήση. Στην δεύτερη περίπτωση ο δείκτης (Net Utilization of Bedplaces) θα ήταν πολύ υψηλότερος, καθώς δεν θα λαμβάνονταν υπόψη οι εποχικά κλειστές μονάδες ή μη για οποιοδήποτε λόγο διαθέσιμες κλίνες.

²⁴ Knauth (2006)

Πίνακας 5.8

ΚΛΙΝΕΣ / ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΜΟΝΑΔΑ

| Ετη | Ελλάδα | Τουρκία | Κροατία | Ιταλία | Ισπανία | Πορτ/λία | Κύπρος |
|------|--------|---------|---------|--------|---------|----------|--------|
| 1990 | 65 | 137 | ----- | 47 | 98 | 102 | 124 |
| 1995 | 69 | 156 | 310 | 50 | 99 | 118 | 144 |
| 2000 | 71 | 178 | 272 | 56 | 80 | 125 | 145 |
| 2005 | 75 | 188* | 200 | 60** | 87** | 130** | 116 |

Πηγή: Eurostat, Turkstat, UNWTO, EOT, ΕΣΥΕ

Πίνακας 5.9 ΧΡΗΣΗ ΚΛΙΝΩΝ

| | Ελλάδα | Τουρκία | Κροατία | Ιταλία | Ισπανία | Πορτ/λία | Κύπρος | Μάλτα |
|------|--------|---------|---------|--------|---------|----------|--------|-------|
| 2000 | 21% | 24% | 13% | 14% | 30% | 30% | 54% | 47% |
| 2001 | 20% | 27% | 22% | 15% | 29% | 28% | 56% | 52% |
| 2002 | 18% | 30% | 24% | 14% | 27% | 27% | 46% | 58% |
| 2003 | 17% | 27% | 24% | 13% | 26% | 26% | 40% | 50% |
| 2004 | 16% | | 23% | 13% | 24% | 25% | 40% | 50% |
| 2005 | 16% | | 23% | | | | 42% | 52% |

Πηγή: Eurostat, Turkstat, UNWTO, ΕΣΥΕ

Πίνακας 5.10 Χρήση Internet από Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις* το 2005

| % επί του συνόλου των ξενοχ. επιχειρ | Ελλάδα | Ιταλία | Ισπανία | Πορτ/λία | Κύπρος |
|---|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|
| % επιχ. με δική τους ιστοσελίδα | 80 | 92 | 81 | 75 | 83 |
| % επιχ. που παρέχουν πρόσβαση σε τιμοκαταλόγους μέσω της ιστοσελίδας τους | 42 | 83 | 63 | 57 | 46 |
| % επιχ. που δέχονται κρατήσεις μέσω της ιστοσελίδας | 31 | 39,5 | 22 | ----- | 32 |

| | | | | | |
|------|--|--|--|--|--|
| τους | | | | | |
|------|--|--|--|--|--|

*επιχειρήσεις με 10 και περισσότερους εργαζόμενους

Πηγή: Eurostat

5.6.4 ΈΣΟΔΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Τα έσοδα ανά ξενοδοχειακή μονάδα, όσο ατελή προσέγγιση του εισοδήματός τους και αν είναι, προκαλούν προβληματισμό για τη δυνατότητα πραγματοποίησης των απαραίτητων επενδύσεων εκσυγχρονισμού και ποιοτικής αναβάθμισής τους.

Η υπάρχουσα δομή του ελληνικού ξενοδοχειακού δυναμικού αποφέρει χαμηλότερα έσοδα ανά ξενοδοχειακή μονάδα σε σχέση με τον ανταγωνισμό (βλ. Πίνακα 5.11). Ο σχετικός δείκτης είναι ενδεικτικός για τη συγκριτική θέση των ελληνικών ξενοδοχειακών μονάδων με αυτές των ανταγωνιστών, και όχι προσέγγιση του εισοδήματός τους, καθώς οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες δεν προέρχονται όλες μόνο από ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και από μια πληθώρα άλλων τουριστικών επιχειρήσεων. Επίσης, δεν υπολογίζονται εδώ ενοικιαζόμενα δωμάτια και άλλου είδους καταλύματα, όπως κάμπινγκ. Η αύξηση που καταγράφεται σχετίζεται με την αύξηση των κλινών της κατηγορίας 5 και 4 αστέρων (βλ. Πίνακα 5.7). Η εικόνα, όμως σε σχέση με τον ανταγωνισμό, είναι αντίθετη από ότι στις εισπράξεις ανά επισκέπτη. Η Ελλάδα υστερεί έναντι του ανταγωνισμού – με εξαίρεση την Ιταλία. Το μικρότερο μέγεθος των ελληνικών ξενοδοχειακών μονάδων (βλ. Πίνακα 5.8) σίγουρα παίζει ρόλο. Όμως, δεν αποτελεί επαρκή εξήγηση, καθώς τα έσοδα ανά κλίνη υστερούν επίσης έναντι του ανταγωνισμού (βλ. Πίνακα 5.12). Άλλωστε μικρότερες μονάδες δεν σημαίνει απαραίτητα μικρότερα έσοδα, καθώς ενδέχεται οι μονάδες αυτές να είναι υψηλής ποιότητας καταλύματα με υψηλές τιμές. Το μέγεθος μιας μονάδας επηρεάζει

περισσότερο την κερδοφορία της λόγω υψηλότερων λειτουργικών εξόδων.

Πίνακας 5.11 ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ / ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΜΟΝΑΝΑ

| Χιλ. € | Ελλάδα | Τουρκία | Κροατία | Ιταλία | Ισπανία | Πορτ/λία |
|--------|--------|---------|---------|--------|---------|----------|
| 1999 | 1,017 | 2,560 | 3,385 | 798 | 1,879 | 2,786 |
| 2000 | 1,203 | 4,533 | 4,074 | 893 | 2091 | 3,202 |
| 2001 | 1,258 | 5,626 | 5,366 | 862 | 2,242 | 3,439 |
| 2002 | 1,093 | 5,925 | 5,115 | 852 | 2,506 | 3,187 |
| 2003 | 1,163 | 5,211 | 6,775 | 826 | 2,156 | 3,166 |
| 2004 | 1,163 | | 6,047 | 855 | 2,090 | 2,205 |
| 2005 | 1,222 | | 6,103 | | | |

Πηγή: Eurostat, Turkstat, UNWTO, EOT, ΕΣΥΕ, Τράπεζα της Ελλάδος

Πίνακας 5.12 ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ /ΚΛΙΝΗ

| € | Ελλάδα | Τουρκία | Κροατία | Ιταλία | Ισπανία | Πορτ/λία |
|------|--------|---------|---------|--------|---------|----------|
| 1999 | 14.087 | 15.288 | 12.075 | 14.723 | 23.472 | 22.766 |
| 2000 | 16.874 | 25.426 | 14.970 | 16.059 | 25.884 | 25.650 |
| 2001 | 17.346 | 30.477 | 19.834 | 15.229 | 27527 | 26.783 |
| 2002 | 16.414 | 31.770 | 21.444 | 14.043 | 30.081 | 25.215 |
| 2003 | 14.722 | 27.744 | 29.123 | 14.336 | 25.394 | 24.915 |
| 2004 | 15.482 | | 28.577 | | 24.066 | 24.663 |
| 2005 | 16.183 | | 30.444 | | | |

Πηγή: Eurostat, Turkstat, UNWTO, EOT, ΕΣΥΕ, Τράπεζα της Ελλάδος

5.7 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ

- Ø Ένα στα δύο νοικοκυριά στην Ελλάδα πραγματοποιεί ταξίδια αναψυχής/τουρισμού.

- Ø Το 64% των ταξιδιών πραγματοποιείται τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο.

- Ø Περίπου €2,156 δις. δαπανήθηκαν για τουρισμό-αναψυχή το 2004

- Ø (1,3% του ΑΕΠ), εκ των οποίων το 72% εντός της χώρας.

- Ø Το 46,3% των τουριστικών δαπανών αντιστοιχεί σε διατροφή, το
 - 20,3% σε μετακίνηση, το 18,9% σε διαμονή, το 11,2% σε ομαδικά ταξίδια, ενώ μόλις το 3,1% σε διασκέδαση.

- Ø Ο τουρισμός είναι αγαθό πολυτελείας: Για κάθε 1% αύξηση του συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών, οι δαπάνες τουρισμού- αναψυχής αυξάνονται κατά 1,6%.

Πηγή : Οικονομία και Αγορές Eurobank EFG ,Τεύχος 8 2006

5.7.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΈΡΕΥΝΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΩΝ 2004/2005

Σύμφωνα με τα δεδομένα της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (ΕΣΥΕ) που προέρχονται από την πρόσφατη Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ 2004/2005) σε ένα δείγμα 6.500 περίπου νοικοκυριών, περίπου ένα στα δύο νοικοκυριά στην Ελλάδα (Πίνακας 5.13) ταξιδεύει, εντός και εκτός της χώρας μας, για τουρισμό-αναψυχή¹. Τα περισσότερα νοικοκυριά πραγματοποιούν μόνο ένα ταξίδι το χρόνο (28% επί του συνόλου νοικοκυριών σε επίπεδο χώρας).

Τα νοικοκυριά που πραγματοποιούν από τρία και άνω ταξίδια ετησίως, απαρτίζουν μόνο το 6% του συνόλου και τα περισσότερα από αυτά είναι από τα πιο εύπορα στο σύνολο των ελληνικών νοικοκυριών. Σύμφωνα με τον πίνακα 5.13, η συντριπτική πλειοψηφία (το 72%) των νοικοκυριών με μικρό εισόδημα (έως €15.0002), δεν είναι σε θέση να πραγματοποιεί τουριστικά ταξίδια, ενώ όσο αυξάνεται το εισόδημα, το ποσοστό συμμετοχής των νοικοκυριών σε τουριστικές δραστηριότητες αυξάνεται σημαντικά.

Πηγή : Οικονομία και Αγορές Eurobank EFG ,Τεύχος 8 2006

¹ Τα ταξίδια αναψυχής και οι παραθεριστικές διακοπές που λαμβάνονται υπόψη από την ΕΟΠ, πρέπει να διαρκούν τουλάχιστο 3 μέρες. Επομένως στην παρούσα μελέτη, η αναφερόμενη μη πραγματοποίηση τουριστικού ταξιδιού από το 50% των νοικοκυριών, μπορεί να οφείλεται στο ότι οι τουριστικές τους δραστηριότητες διαρκούν λιγότερο από τρεις ημέρες (π.χ. εκδρομές το Σαββατοκύριακο σε κάποια τοποθεσία ή μονοήμερες εκδρομές), για τις οποίες δεν διαθέτουμε στατιστικά στοιχεία συχνότητας ή δαπανών μέσω της ΕΟΠ και επομένως δεν μπορούμε να τις συμπεριλάβουμε στις εκτιμήσεις μας. .στόσο, οι εκτιμήσεις από την παρούσα μελέτη, μπορούν να συνδυαστούν με την «Έρευνα Συνόρων» (Παντελίδης & Κουβατσέας, 2006) της Τράπεζας της Ελλάδας για να δώσουν μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα του τουρισμού στην Ελλάδα. Τα στοιχεία της Eurostat αναφέρονται σε ταξίδια αναψυχής-τουρισμού διάρκειας τεσσάρων ημερών και άνω.

² Αφορά σε συνολικό εισόδημα (χρηματικό και εισφορές σε είδος).

Πίνακας 5.13 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΡΙΘΜΟΥ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΤΟΥ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ

| Ετήσιο συνολικό εισόδημα νοικοκυριού | Ποσοστά % νοικοκυριών της εισοδηματικής κατηγορίας που πραγματοποιούν τουριστικά ταξίδια ετησίως | | | | | ΣΥΝΟΛΟ |
|--------------------------------------|--|-------|------|------|---------------|--------|
| | ΚΑΝΕΝΑ | ΕΝΑ | ΔΥΟ | ΤΡΙΑ | ΤΕΣΣΕΡΑ Κ ΑΝΩ | |
| Εως 7500€ | 72,2 | 17,3 | 7,3 | 1,9 | 1,2 | 100% |
| Απο 7501-15000€ | 72,4 | 19,8 | 3,9 | 1,9 | 2,1 | 100% |
| Από 15001-25000€ | 60,8 | 27,8 | 7,7 | 2,4 | 1,3 | 100% |
| Άπο 25001-35000€ | 43,7 | 36,5 | 13,9 | 4,0 | 1,9 | 100% |
| Ανω των 35000€ | 25,1 | 40,9 | 20,7 | 8,3 | 5,0 | 100% |
| Συνολο | 54,8 | 287,8 | 10,7 | 3,7 | 2,3 | 100% |
| | | | | | | |

Πηγή: ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005, Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Τα νοικοκυριά με εισόδημα έως €15.000 αποτελούν σχεδόν το ένα τέταρτο της συνολικής κατανομής των νοικοκυριών (περίπου το 24% ή 963.000 νοικοκυριά, (Πίνακας 5.14) ενώ εκείνα με εισόδημα άνω των €15.000 αποτελούν το υπόλοιπο (76%) της συνολικής κατανομής (3.030.000 νοικοκυριά περίπου, Πίνακας 5.14) και συμμετέχουν περισσότερο ως ποσοστό και απόλυτο νούμερο σε τουριστικές δραστηριότητες.

Τα νοικοκυριά που πραγματοποιούν μονάχα ένα τουριστικό ταξίδι ετησίως, διανυκτερεύουν και τον περισσότερο χρόνο στον τόπο

προορισμού από τα υπόλοιπα που ταξιδεύουν τουριστικά δύο ή περισσότερες φορές ετησίως (το 50% των νοικοκυριών πραγματοποιεί έως 10 διανυκτερεύσεις, Πίνακας 5.15). Γενικά, το 50% των νοικοκυριών που πραγματοποιούν τουριστικά ταξίδια, διανυκτερεύουν από 7 έως 10 ημέρες στους τουριστικούς τους προορισμούς. Η πλειοψηφία των νοικοκυριών προτιμά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο για διακοπές (Πίνακας 5.16).

Πίνακας 5.14

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΕΤΗΣΙΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

| ΕΤΗΣΙΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ | ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ Α | ΠΟΣΟΣΤΟ % | ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ | ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % |
|-------------------------------------|--------------|-----------|----------------------|----------------------|
| έως 7.500€ | 128,655 | 3,2 | 128,655 | 3,2 |
| από 7.501-15.000€ | 834,060 | 20,9 | 962,714 | 24,1 |
| από 15.001-25.000€ | 1.114,406 | 27,9 | 2.077,12 | 52,0 |
| από 25.001-35.000€ | 817,195 | 20,5 | 2.894,316 | 72,5 |
| άνω των 35.000€ | 1.098,649 | 27,5 | 3.992,964 | 100% |

Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Πίνακας 5.15 ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΑΝΑ ΤΑΞΙΔΙ (Διάρκεια σε ημέρες)

| | Μέση | Διάμεσος |
|--|-------------|-----------|
| Διάρκεια παραμονής (Πρώτο ταξίδι) | 16,4 | 10 |
| Διάρκεια παραμονής (Δεύτερο ταξίδι) | 13,1 | 9 |
| Διάρκεια παραμονής (Τρίτο ταξίδι) | 10,9 | 7 |
| Διάρκεια παραμονής (Τέταρτο ταξίδι κ' άνω) | 11,9 | 7 |

Πηγή: ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005, Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Η περίοδος αυτή συμπίπτει χρονικά με την κορύφωση της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα και αναδεικνύει τον έντονο εποχικό χαρακτήρα του εσωτερικού τουρισμού. Περίπου το 64% των νοικοκυριών επιλέγει για τουρισμό αυτούς τους δύο μήνες. Επίσης ένα 13% των νοικοκυριών ταξιδεύει τουριστικά τα Χριστούγεννα και το Πάσχα.

Η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού καθώς και η κατανομή των νοικοκυριών ανάλογα με τις διανυκτερεύσεις επιβεβαιώνεται και από την πανευρωπαϊκή μελέτη της Eurostat (Bovagnet, 2006) που αναφέρει για την χώρα μας ως περίοδο κορύφωσης για το 2004 τους μήνες Ιούλιο έως Σεπτέμβριο. Σύμφωνα με την Eurostat, σε αυτή την περίοδο πραγματοποιήθηκαν το 53,6% των ταξιδιών με διάρκεια άνω των τεσσάρων διανυκτερεύσεων (ημερών). Επίσης πραγματοποιήθηκαν το 49% των ταξιδιών που διήρκεσαν επτά μέρες, το 23% των ταξιδιών που διήρκεσαν από οχτώ έως δεκατέσσερις μέρες και τέλος το 28% των ταξιδιών που διήρκεσαν δεκαπέντε και άνω. (Πηγή : Οικονομία και Αγορές Eurobank EFG ,Τεύχος 8 2006)

Πίνακας 5.16

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ

ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΜΗΝΑ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

| ΜΗΝΑΣ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|-------------|---------|
| Ιανουάριος | 2,2 |
| Φεβρουάριος | 1,9 |
| Μάρτιος | 1,9 |
| Απρίλιος | 6,2 |
| Μάιος | 2,9 |

| | |
|-------------------------|--------------------|
| Ιούνιος | 6,3 |
| Ιούλιος | 25,0 |
| Αύγουστος | 38,3 |
| Σεπτέμβριος | 5,7 |
| Οκτώβριος | 2,5 |
| Νοέμβριος | 1,9 |
| Δεκέμβριος | 5,5 |
| Σύνολο Ταξιδιών 2004 | <u>100%</u> |
| | |

Πηγή: ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005, Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστικών ταξιδιών αφορά σε εσωτερικό τουρισμό. Σύμφωνα με το δείγμα των 6.555 νοικοκυριών της επισκόπησης, το 88% των τουριστικών προορισμών είναι εντός Ελλάδας (Πίνακας 5.17). Αυτό το ποσοστό βρίσκεται πολύ κοντά στις μετρήσεις της Eurostat³ σύμφωνα με την οποία το 90,2% των Ελλήνων προτιμούν διακοπές στο εσωτερικό της χώρας. Σύμφωνα με τα δεδομένα της ΕΟΠ, τα μισά νοικοκυριά στη χώρα μας ταξίδεψαν για τουριστικούς λόγους το 2004. Στην Αττική όπου συγκεντρώνεται δημογραφικά ο περισσότερος πληθυσμός της Ελλάδας, το 45% περίπου των νοικοκυριών εκτιμάται ότι πραγματοποιεί τουριστικά ταξίδια εντός Ελλάδας, ενώ ένα 6% επιλέγει προορισμούς στο εξωτερικό (Πίνακας 5.17). Επίσης, ένα 25% των νοικοκυριών στη Βόρεια Ελλάδα, επιλέγει τον εσωτερικό τουρισμό. Το ποσοστό αυτό για την κεντρική Ελλάδα είναι 11% περίπου ενώ για το Αιγαίο και την Κρήτη είναι σχεδόν 7%. Τα παραπάνω ποσοστά δείχνουν το βάρος που φέρουν τα νοικοκυριά της Βορείου Ελλάδας και της Αττικής στον εσωτερικό τουρισμό.

(Πηγή : Οικονομία και Αγορές Eurobank EFG ,Τεύχος 8 2006)_

Πίνακας 5.17 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ-ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

| Προέλευση νοικοκυριού | Τουριστικός προορισμός | Ποσοστό |
|---|------------------------|---------|
| Αττική | Εντός Ελλάδας | 45% |
| | Εκτός Ελλάδας | 6% |
| Ποσοστό νοικοκυριών Αττικής που δεν ταξιδεύει για αναψυχή/τουρισμό | | 49% |
| Βόρεια Ελλάδα | Εντός Ελλάδας | 25% |
| | Εκτός Ελλάδας | 3% |
| Ποσοστό νοικοκυριών Βορείου Ελλάδος που δεν ταξιδεύει για αναψυχή/τουρισμό | | 72% |
| Κεντρική Ελλάδα | Εντός Ελλάδας | 11% |
| | Εκτός Ελλάδας | 2% |
| Ποσοστό νοικοκυριών Νησιών Αιγαίου και Κρήτης που δεν ταξιδεύει για τουρισμό /αναψυχή | | 87% |
| Νησιά Αιγαίου - Κρήτη | Εντός Ελλάδας | 7% |
| | Εκτός Ελλάδας | 1% |
| Ποσοστό νοικοκυριών Νησιών Αιγαίου και Κρήτης που δεν ταξιδεύει για αναψυχή /τουρισμό | | 91% |
| Συνολικό ποσοστό προορισμών εσωτερικού | | 88% |
| Συνολικό ποσοστό προορισμών εξωτερικού | | 12% |

Πηγή: ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005,

Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Πίνακας 5.18 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ ΧΩΡΑΣ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΟΥ ΑΝΗΚΕΙ Ο ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

| Προορισμός | Ποσοστό νοικοκυριών με ετήσιο εισόδημα | | | | | ΣΥΝΟΛΟ % |
|-------------------------------|--|------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------|-------------|
| | Έως 7500€ | Έως 7501- 15000€ | Έως 15001- 25000€ | Έως 25001- 35000€ | Άνω των 35000€ | |
| ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ -ΘΡΑΚΗ | 2,2 | 15,3 | 24,0 | 23,4 | 35,0 | 100 |
| ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ | 1,3 | 11,2 | 23,6 | 25,5 | 38,5 | 100 |
| ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ | 5,3 | 21,1 | 24,1 | 17,1 | 32,4 | 100 |
| ΘΕΣΣΑΛΙΑ | 1,4 | 9,2 | 20,3 | 27,8 | 41,3 | 100 |
| ΗΠΕΙΡΟΣ | 1,1 | 14,5 | 17,5 | 17,7 | 49,2 | 100 |
| ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ | 2,5 | 11,5 | 20,3 | 25,8 | 39,9 | 100 |
| ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ | 4,0 | 11,8 | 15,9 | 22,6 | 45,8 | 100 |
| ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ | 0,6 | 12,1 | 24,1 | 25,1 | 38,2 | 100 |
| ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ | 1,3 | 6,1 | 19,1 | 24,3 | 49,3 | 100 |
| ΑΤΤΙΚΗ (*) | 1,9 | 12,1 | 24,4 | 22,0 | 39,6 | 100 |
| ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ | 2,2 | 10,3 | 17,9 | 28,0 | 41,6 | 100 |
| ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ | 1,4 | 9,5 | 21,8 | 19,8 | 47,4 | 100 |
| ΚΡΗΤΗ | 1,4 | 10,4 | 23,0 | 22,9 | 42,2 | 100 |
| Σύνολο χώρας | 2,1% | 11,9% | 21,2% | 23,2% | 41,65% | 100% |

Πηγή: ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005,

Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Σύμφωνα με τα δεδομένα του πίνακα 5.18, περίπου 33% των νοικοκυριών που ταξιδεύουν οπουδήποτε εντός Ελλάδας (ένα στα τρία νοικοκυριά), διαθέτουν ετήσιο εισόδημα μεταξύ €7.500 και €25.000. Επίσης, το 36,5% (12,1%+24.4%) των νοικοκυριών με τουριστικό προορισμό εντός Αττικής, ανήκουν στην ίδια εισοδηματική κατηγορία. Τα περισσότερα νοικοκυριά (σχεδόν 62%) που προτιμούν την Αττική (που είναι και ο πιο δημοφιλής προορισμός) έχουν ετήσιο εισόδημα ανώτερο των €25,000. Ορισμένες περιοχές στην Πελοπόννησο (Λακωνία, Αχαΐα, Κορινθία), την Κρήτη (νομοί Ρεθύμνου, Ηρακλείου), όπως επίσης η Κεφαλονιά, η Θεσπρωτία και η Ροδόπη, αποτελούν προορισμούς των περισσότερο εύπορων νοικοκυριών (εκείνων με ετήσιο εισόδημα άνω των €35.000, Πίνακας 5.17)

Γενικά, τα πιο εύπορα νοικοκυριά (εισόδημα άνω των €35.000) είναι σε θέση να ταξιδεύουν περισσότερο στο εξωτερικό (κυρίως Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη) από τα υπόλοιπα της χώρας. Σε αυτό εξαίρεση αποτελούν οι προορισμοί των γειτονικών χωρών των Βαλκανίων (Βουλγαρία, Ρουμανία, Αλβανία, Σερβία) όπου η συμμετοχή νοικοκυριών χαμηλότερου εισοδήματος είναι μεγάλη. Τα μεσαία και χαμηλότερα εισοδήματα (εισόδημα έως €35.000) ταξιδεύουν περισσότερο στο εσωτερικό για τουριστικούς λόγους. Περίπου το 13% των νοικοκυριών, που πραγματοποιούν κάποια από τα τουριστικά τους ταξίδια εκτός Ελλάδας, διαθέτει ετήσιο εισόδημα κάτω των €15.000. Το αντίστοιχο ποσοστό για τα νοικοκυριά που επιλέγουν τουρισμό στο εσωτερικό της χώρας είναι σχεδόν το ίδιο: 14%. Γενικά, η κατανομή των νοικοκυριών που ταξιδεύει εντός της χώρας, ανάλογα με το εισόδημά τους, είναι παρόμοια με αυτή των νοικοκυριών που ταξιδεύουν εκτός Ελλάδος . Επίσης παρουσιάζει την ίδια ασυμμετρία, δηλαδή το ποσοστό των νοικοκυριών χαμηλότερων εισοδημάτων που ταξιδεύει τουριστικά,

είναι αρκετά μικρότερο από αυτό των πιο εύπορων νοικοκυριών, όπως άλλωστε είναι λογικό, εφόσον ο τουρισμός είναι αγαθό πολυτελείας .

5.7.2 ΟΙ ΔΑΠΑΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η κατανομή των συνολικών δαπανών των νοικοκυριών ανά περίπτωση αριθμού τουριστικών ταξιδιών τους (ετησίως) απεικονίζεται στον Πίνακα 5.19. Για τα νοικοκυριά που ταξιδεύουν τουριστικά (και μόνο για μια φορά ετησίως, δηλαδή για το 28,5% επί του συνόλου των νοικοκυριών στην χώρα), η μέση τουριστική (ετήσια) δαπάνη ανέρχεται σε €84, ενώ το μέγιστο χρηματικό ποσό που δαπανήθηκε το 2004 για τουρισμό-αναψυχή, ανήλθε στα €6.000. Όπως είναι λογικό, όσο περισσότερα ταξίδια πραγματοποιούν τα νοικοκυριά για τουριστικούς λόγους, τόσο περισσότερο δαπανούν για τουριστικές υπηρεσίες (διαμονή, διατροφή, μετακίνηση, διασκέδαση). Για παράδειγμα, τα νοικοκυριά που πραγματοποίησαν τρία ταξίδια το 2004, δαπάνησαν κατά μέσο όρο €2.105 ετησίως για τουριστικούς σκοπούς, περίπου €500 λιγότερο από τα νοικοκυριά που πραγματοποίησαν 4 ή παραπάνω ταξίδια την ίδια χρονιά. Επίσης, και για τις δύο αυτές εισοδηματικές κατηγορίες νοικοκυριών, το ποσό της μέγιστης δαπάνης διαφέρει ελάχιστα.

Πίνακας 5.19 ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ ΑΝΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΡΙΘΜΟΥ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

| Ταξίδια το Χρόνο | Μέση τουριστική δαπάνη νοικοκυριού | Ελάχιστη τουριστική δαπάνη νοικοκυριού | Μέγιστη τουριστική δαπάνη νοικοκυριού | έως το 25% των νοικοκυριών δαπανούν | έως το 50% των νοικοκυριών δαπανούν | έως το 75% των νοικοκυριών δαπανούν | Συνολικές δαπάνες έτους σε € |
|--------------------------|------------------------------------|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|
| Τουριστικές Δαπάνες σε € | | | | | | | |
| 1 ταξίδι | 684 | 10 | 5985 | 266 | 487 | 880 | 852.174,615 |
| 2 ταξίδια | 1443 | 30 | 10273 | 685 | 1130 | 1872 | 676.004,128 |
| 3 ταξίδια | 2105 | 39 | 13947 | 974 | 1610 | 2723 | 355.229,312 |

| | | | | | | | |
|--------------------------------|------|----|-------|------|------|------|---------------|
| 4 ταξίδια ή παραπάνω | 2606 | 98 | 14125 | 1110 | 1926 | 3536 | 271.374,968 |
| Συνολικές ταξιδιωτικές δαπάνες | | | | | | | 2.154.783.023 |

Πηγή: ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005, Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Πίνακας 5.20

ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΟΥ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ ΤΟΥ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ, ΑΝΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΑ

| Ετήσιο συνολικό εισόδημα νοικοκυριού (*) | Συνολικές τουριστικές δαπάνες νοικοκυριού € | Συνολικές δαπάνες νοικοκυριού € | Ποσοστό των νοικοκυριών στην εισοδηματική κλίμακα | Λόγος τουριστικών δαπανών προς συνολικές δαπάνες |
|--|---|---------------------------------|---|--|
| | 20.065.665 | 1.487.829.890 | | |
| έως 7.500€ | | | 3,2% | 1,3% |
| από 7.501-15.000€ | 130.103.922 | 12.284.528.789 | 20,9% | 1,1% |
| από 15.001-25.000€ | 323.036.593 | 24.723.760.651 | 27,9% | 1,3% |
| από 25.001-35.000€ | 442.602.518 | 24.594.952.839 | 20,5% | 1,8% |
| άνω των 35.000€ | 1240.611.738 | 48.468.994.169 | 27,5% | 2,6% |
| Σύνολο | 2.156.431.435 | 111.560.066.337 | 100% | 1,9% |
| | | | | |

Πηγή: ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005, Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Διάγραμμα 5.7



Πηγή : ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005

Για το 2004-2005, σύμφωνα με τις πληροφορίες που μας προσφέρει η τελευταία Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών, τα ελληνικά νοικοκυριά δαπάνησαν συνολικά περίπου €2,15 δισ. για τουρισμό εντός και εκτός της χώρας (Πίνακας 5.20). Το ποσό αυτό αντιστοιχεί στο 2% της τελικής καταναλωτικής δαπάνης των νοικοκυριών (1,9% του προϋπολογισμού τους σύμφωνα με την ΕΟΠ) και ανέρχεται -περίπου- στο 1,3% του ΑΕΠ για το 2004.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων, η ταξιδιωτική δαπάνη των κατοίκων της Ελλάδας στο εξωτερικό ανήλθε στα €2,57 δισ. ενώ το 2005 στα €2,95 δισ. Την περίοδο στην οποία αντιστοιχούν τα δεδομένα από την ΕΟΠ 2004-2005, οι δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών σε ταξίδια αναψυχής στο εξωτερικό ανήλθαν περίπου σε €608 εκατ. που συνεπάγεται ότι οι τουριστικές δαπάνες των νοικοκυριών μέσα στην Ελλάδα ανήλθαν (κατά εκτίμηση) σε €1.549 εκατ. ή 1% του

ΑΕΠ. Επίσης, για το 2004, οι δαπάνες τουρισμού-αναψυχής των ελληνικών νοικοκυριών στο εξωτερικό εκτιμούνται ότι αναλογούν - περίπου- στο 24% των συνολικών τους δαπανών για ταξίδια και άλλες δραστηριότητες στο εξωτερικό (σπουδές, επαγγελματικά ταξίδια, νοσηλεία σε νοσοκομεία του εξωτερικού κλπ.), και αντιστοιχούν στο 39% των όσων δαπανούν για τουρισμό- αναψυχή εντός της χώρας.

Καθώς το εισόδημα τους αυξάνεται, τα νοικοκυριά είναι σε θέση να δαπανούν περισσότερο για τουρισμό (Πίνακας 5.20), αναδεικνύοντας έτσι τον τουρισμό ως αγαθό πολυτελείας. Πιο συγκεκριμένα, για κάθε 1% αύξηση στο ετήσιο εισόδημα των νοικοκυριών, η συνολική τουριστική δαπάνη αυξάνεται (κατά μέσο όρο) κατά 1,6% (η εισοδηματική ελαστικότητα δηλαδή είναι μεγαλύτερη της μονάδος).

Το μέγιστο ποσοστό της τουριστικής δαπάνης αφορά στη διατροφή (46.3%, Πίνακας 5.21). Οι δαπάνες μετακίνησης αντιστοιχούν στο 20.3% των συνολικών τουριστικών δαπανών ενώ οι δαπάνες διαμονής στο 18,9%. Η διασκέδαση ανέρχεται στο 3,1% των συνολικών δαπανών για τουρισμό ενώ ένα 11,2% αντιστοιχεί σε έξοδα για ομαδικά ταξίδια. Η κατανομή αυτή δεν διαφοροποιείται σημαντικά μεταξύ των διαφορετικών εισοδηματικών κατηγοριών-κλιμάκων των νοικοκυριών. Γενικά, οι δαπάνες διατροφής ξεπερνούν το σύνολο των δαπανών για μετακίνηση και διαμονή, ενώ οι δαπάνες διασκέδασης εμφανίζονται να αντιστοιχούν σε ένα πολύ μικρό ποσοστό της συνολικής τουριστικής δαπάνης, σύμφωνα με τα δεδομένα της ΕΟΠ 2004/2005.

Πίνακας 5.21

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ

| Κατηγορία τουριστικών Δαπανών | Συνολικές Τουριστικές δαπάνες | Ποσοστό κατηγορίας δαπάνης % επί του συνόλου των τουριστικών δαπανών |
|-------------------------------|-------------------------------|--|
| Διασκέδαση | 66.666.955 | 3,1 |
| Διαμονή | 407.296.393 | 18,9 |
| Διατροφή | 998.499.141 | 46,3 |
| Μεταφορά | 436.850.297 | 20,3 |
| Λοιπές δαπάνες | 5.348.435 | 0,2 |
| Ομαδικά ταξίδια | 241.760.104 | 11,2 |
| Σύνολο | 2.156.421.325 | 100% |

Πηγή: ΕΣΥΕ, ΕΟΠ 2004/2005, Ανάλυση: Eurobank Research & Quantos

Συμπεράσματα

Στην παρούσα ενότητα χαρτογραφείται η τουριστική δραστηριότητα των ελληνικών νοικοκυριών, εντός και εκτός Ελλάδος. Σύμφωνα με την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004/2005, ένα στα δύο νοικοκυριά στην Ελλάδα ταξιδεύει για αναψυχή-τουρισμό. Ωστόσο, πάνω από τρία στα πέντε νοικοκυριά με εισόδημα κάτω των €15.000 αδυνατούν να ταξιδέψουν. Επιπλέον, όσο αυξάνεται το συνολικό εισόδημα των νοικοκυριών, τόσο περισσότερο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη, γεγονός που καθιστά τον τουρισμό ως αγαθό πολυτελείας. Για κάθε 1% αύξηση στο συνολικό εισόδημα των νοικοκυριών, οι δαπάνες τουρισμού εκτιμώνται ότι αυξάνονται κατά 1,6%. Ένα μεγάλο ποσοστό των νοικοκυριών (ιδίως αυτά της Αττικής) διαμένουν σε δευτερεύουσα ή εξοχική κατοικία, ή σπίτια συγγενών και φίλων, μετριάζοντας έτσι τις δαπάνες διαμονής που αναλογούν στο 19% περίπου των συνολικών τουριστικών δαπανών. Για ταξίδια που διαρκούν έως μια εβδομάδα, το 40% των νοικοκυριών διαμένει σε ξενοδοχεία ενώ το 34% διαμένει σε συγγενείς και φίλους. Για ταξίδια μεγαλύτερης διάρκειας, τα νοικοκυριά στρέφονται σε διαμονή σε συγγενείς και φίλους ή επιλέγουν (όταν διαθέτουν) δευτερεύουσα-εξοχική κατοικία. Στο σύνολο ταξιδιών, 46% των νοικοκυριών διαμένει σε συγγενείς ή φίλους κατά τη διάρκεια των διακοπών, ενώ το 19% σε δευτερεύουσα-εξοχική κατοικία.

Η τουριστική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται, επίσης, από μεγάλη εποχικότητα. Ετησίως, περίπου τρία στα πέντε τουριστικά ταξίδια πραγματοποιούνται μέσα στον Ιούλιο και τον Αύγουστο. Η Αττική, οι Κυκλάδες, η Χαλκιδική, η Μαγνησία και η Εύβοια, συγκεντρώνουν το 40% των τουριστικών προορισμών στο εσωτερικό, ενώ η Αλβανία βρίσκεται στην κορυφή των προορισμών εξωτερικού (16,6%).

Συνολικά, σύμφωνα με στοιχεία από την ΕΟΠ 2004/2006, το 2004 δαπανήθηκαν από τα ελληνικά νοικοκυριά περίπου €2,156 δις., εντός και

εκτός Ελλάδος, για τουρισμό-αναψυχή. Το ποσοστό αυτό εκτιμάται ότι ανέρχεται στο 1,3% του ΑΕΠ. Τη μερίδα του λέοντος στις τουριστικές δαπάνες έχει η διατροφή (46,3%) ενώ οι δαπάνες μετακίνησης ακολουθούν με 20,3% επί του προϋπολογισμού τουριστικών δαπανών. Οι υψηλότερες (μέσες) δαπάνες στο εσωτερικό πραγματοποιούνται στην Κρήτη.

Αντίθετα, η Αττική αποτελεί έναν από τους λιγότερο δαπανηρούς τουριστικούς προορισμούς. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις μας, ένα σημαντικό ποσοστό τουριστικών δαπανών αφορά σε δαπάνες στο εξωτερικό (περίπου το 28% επί του συνόλου). Αυτό σημαίνει ότι περίπου 1% του ΑΕΠ (ή €1.549 εκατ) δαπανήθηκε από τα νοικοκυριά της χώρας που ταξίδεψαν εντός Ελλάδος.

Σήμερα, η ελληνική τουριστική βιομηχανία αντιμετωπίζει ισχυρό ανταγωνισμό από τις γειτονικές χώρες. Η εντατικοποίηση αυτή του διεθνούς ανταγωνισμού, καθιστά επιτακτική την ανάγκη για ένα ακριβέστερο και πληρέστερο μέσο αποτίμησης των τουριστικών εσόδων. Η παρούσα μελέτη εκτιμά ότι οι άμεσες (εντός χώρας) τουριστικές δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών ανέρχονται σε 1% του ΑΕΠ. Παράλληλα, διάφορες άλλες μελέτες εκτιμούν ότι το άμεσο και έμμεσο οικονομικό όφελος από τη λειτουργία της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας είναι κατά πολύ μεγαλύτερο.

ΠΗΓΕΣ :

Economic Research, report. <http://www.wttc.org>

Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών, Γενική

Γραμματεία Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος,

Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004/2005,

Δελτίο Τύπου 08.09.2006.

Οικονομικό Δελτίο Τράπεζας Ελλάδας, (27), Ιούλιος 2006, σελ. 71-120.

Σαμπανιώτης, Θ., 2006. «Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού», Eurobank Οικονομία & Αγορές, Τεύχος 7

5.8 ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

5.8.1 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Από απόψεως αριθμού αφίξεων η τρέχουσα τουριστική περίοδος είχε ικανοποιητική επίδοση. Με βάση τα μέχρι τον παρελθόντα Σεπτέμβριο δεδομένα, ο συνολικός ρυθμός αφίξεων αλλοδαπών τουριστών με όλα τα μέσα συγκοινωνίας εκτιμάται ότι θα κυμανθεί στο διάστημα 5,5%-6,0%. Ωστόσο, σε όρους συναλλαγματικών εισπράξεων, αλλά και από άλλων απόψεων, οι εξελίξεις αφήνουν μια κάπως πικρή γεύση.

(α) Ο αριθμός των αφίξεων μπορεί να είναι ικανοποιητικός, σε συγκριτικούς όμως όρους τόσο σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες, όσο και σε σχέση με την επίδοση του παγκοσμίου τουρισμού, είναι απλώς ανεκτός. Ο μεν ρυθμός αύξησης του παγκοσμίου τουρισμού αναθεωρήθηκε πρόσφατα από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ) σε 6%, αντί αρχικής προβλέψεως 4,0%, οι δε κυρίες ανταγωνίστριες χώρες πραγματοποίησαν αφίξεις υψηλότερες του 6%. Εξάλλου, η επίδοση της Ευρώπης εκτιμάται σε 5,8%, με όλες τις άλλες μείζονες περιοχές να κινούνται με ρυθμούς υψηλότερους του 6% (με εξαίρεση την Αμερική). Ομοίως, οι χώρες της Ν. Ευρώπης και οι Μεσογειακές, που είναι και οι κυρίες ανταγωνίστριες της Ελλάδος στον τουριστικό τομέα, προβλέπεται να επιτύχουν συνολικά ρυθμό 8,3%!

(β) Ο ασυνήθης, σε σύγκριση με τις αφίξεις, χαμηλός ρυθμός αύξησης των συναλλαγματικών εισπράξεων, πιθανότατα εκφράζει διαρθρωτική μεταβολή και χρήζει διερευνησεως ως προς τα αίτιά του. Ενδέχεται τα αίτια να είναι πολύ παραγοντικά, κινούμενα από την

μείωση των διανυκτερεύσεων ανά άφιξη και της ποιότητας των καταλυτικών υποδομών και των προτιμήσεων των τουριστών.

(γ) Ο ρόλος της μεταβολής της συνθέσεως των αλλοδαπών τουριστών από απόψεως προελεύσεως. Ασφαλώς δεν μπορεί να αποκλεισθεί η πιθανότητα η διάσταση της συγκριτικής επιδόσεως αφίξεων-εισπράξεων να είναι τυχαία. Εν πάση περιπτώσει, οι υπάρχουσες ενδείξεις υπαγορεύουν την ανάγκη έγκαιρης μελέτης εντοπισμού των αιτίων και αντιμετώπισεως αυτών ενόψει της επιδεινούμενης εικόνας του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών.

(δ) Φαίνεται να διαμορφώνεται τάση, ελπίζουμε προσωρινή, πολωτικής εξελίξεως στη διάρθρωση των προορισμών. Περιφερειακός έχει γίνει διακριτή η αυξανόμενη προτίμηση των δύο μεγάλων αστικών τουριστικών προορισμών, η περιθωριοποίηση μεγάλου και “προσφιλούς” κατά το παρελθόν προορισμού (Ιόνια Νησιά) αλλά και υστέρηση των δύο μεγάλων περιφερειακών προορισμών (Κρήτη, Δωδεκάνησος).

Συνοψίζοντας, υπάρχει πρόβλημα, στο οποίο οφείλουμε να συγκεντρωθούμε εγκαίρως. Η καλή επίδοση του τουριστικού τομέα τρεχόντως, τουλάχιστον σε όρους αφίξεων, δεν πρέπει επ’ ουδενί να εκληφθεί ή ερμηνευθεί ότι σηματοδοτεί αλλαγή τάσεως που λειτουργεί ως αυτόματος πιλότος. Η εξέλιξη της ανακάμψεως που άρχισε το 2005 και συνεχίζεται, αν και με προβλήματα, υποδεικνύει την κατεύθυνση που πρέπει να ακολουθήσει η τουριστική πολιτική της χώρας, ώστε τα πρόσφατα επιτεύγματα να καταστούν στέρεες βάσεις για την περαιτέρω πορεία. Η συνέχιση της ανοδικής πορείας προϋποθέτει συνέχιση της προσπάθειας που έχει μέχρι τώρα καταβληθεί και επέκταση αυτής συμμέτρως και στην ποιότητα των υποδομών και του γενικότερου τουριστικού περιβάλλοντος, εντός του οποίου ο επισκέπτης αναζητεί την αναψυχή, την γνωριμία με την διαχρονική πολιτισμική ταυτότητα και το πολυδιάστατο φυσικό κάλλος της χώρας.

Πίνακας 5.22

Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών Αεροπορικάς Ιανουάριος - Σεπτέμβριος

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | % μεταβολή | | |
|--------------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|
| | | | | | 2005/04 | 2006/05 | 2007/06 |
| Θεσσαλονίκη | 902.131 | 936.391 | 965.919 | 1.045.211 | 3,8 | 3,2 | 8,2 |
| Καβάλα | 91.681 | 78.038 | 89.353 | 97.077 | -14,9 | 14,5 | 8,6 |
| (Β.Ελλάς) | 993.812 | 1.014.429 | 1.055.28 | 1.142.288 | 2,1 | 4,0 | 8,2 |
| Ηράκλειο | 1.698.40 | 1.818.47 | 1.966.41 | 1.991.853 | 7,1 | 8,1 | 1,3 |
| Χανιά | 489.908 | 509.488 | 612.189 | 640.911 | 4,0 | 20,2 | 4,7 |
| (Κρήτη) | 2.188.30 | 2.327.96 | 2.578.60 | 2632.764 | 6,4 | 10,8 | 2,1 |
| Ρόδος | 1.065.99 | 1.109.44 | 1.228.76 | 1.289.356 | 4,1 | 10,8 | 4,9 |
| Κως | 575.457 | 559.526 | 610.483 | 635.572 | -2,8 | 9,1 | 4,1 |
| (Δωδεκάνησος) | 1.641.45 | 1.668.96 | 1839.243 | 1.924.928 | 1,7 | 10,2 | 4,7 |
| Κέρκυρα | 775.912 | 797.831 | 817.286 | 804.942 | 2,8 | 2,4 | -1,5 |
| Ζάκυνθο | 146.136 | 132.700 | 151.855 | 151.805 | -9,2 | 14,4 | 0,0 |
| Κεφαλονιά | 489.072 | 474.081 | 481.154 | 450.188 | -3,1 | 1,5 | -6,4 |
| Άκτιο | 131.234 | 134.377 | 130.783 | 145.041 | 2,4 | -2,7 | 10,9 |
| (Ιόνια Νησιά) | 1.542.354 | 1538.989 | 1.581.078 | 1.551.976 | -0,4 | 2,7 | -1,8 |
| Μυτιλήνη | 67.796 | 64.440 | 66.915 | 75.489 | -5,0 | 3,8 | 12,8 |
| Χίος | 15.123 | 12.844 | 14.958 | 12.892 | -15,1 | 16,5 | -13,8 |
| Σάμος | 115.098 | 108.412 | 125.234 | 141.949 | -5,8 | 15,5 | 13,3 |
| (Β. Αιγαίο) | 198.017 | 185.696 | 207.107 | 230.330 | -6,2 | 11,5 | 11,2 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 6.563.941 | 6.736.04 | 7.261.300 | 7.482.286 | 2,6 | 7,8 | 3,0 |
| ΑΘΗΝΑ* | 3.325.164 | 3.627.99 | 3.778.546 | 4.141.074 | 9,1 | 4,1 | 9,6 |
| ΣΥΝΟΛΟ (με Αθήνα) | 9.889.105 | 10.364.04 | 3.778.546 | 11.623.360 | 4,8 | 6,5 | 5,3 |

* Συνολικές πτήσεις εξωτερικού. Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, /Δ/νσεις Αερολιμενικού Ελέγχου Αεροδρομίων.

Καθ' όσον αφορά στην προοπτική για το 2008, και με βάση αφενός τις εμπειρικές ενδείξεις για το μέγεθος της ελαστικότητας ζήτησεως τουριστικών υπηρεσιών και αφετέρου την προβλεπόμενη παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη, θεωρούμε εύλογο ότι σε όρους αφίξεων ο ρυθμός δεν θα υποληφθεί του 5-6%. Οι λόγοι είναι πολλοί και έχουν γίνει εκτενείς αναφορές σ' αυτούς στις πιο πρόσφατες περιοδικές εκθέσεις του Ινστιτούτου. Το ζητούμενο αφορά στην πρόβλεψη για τις συναλλαγματικές εισπράξεις.

5.8.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ

Όπως δείχνουν τα στοιχεία του Πίνακα 5.23 ο παγκόσμιος τουρισμός κατά την περίοδο 2004-2007 αναπτύχθηκε με ρυθμό ταχύτερο σε σύγκριση με τον παγκόσμιο ρυθμό αναπτύξεως. Η επίδοση αυτή είναι συνεπής με την στατιστικώς κατεστημένη άποψη που χαρακτηρίζει την τουριστική ζήτηση ως αγαθό πολυτελείας. Η Ευρώπη, που αποτελεί τον κύριο προορισμό του παγκοσμίου αλλοδαπού τουρισμού, καταγράφει σχετική σταθερότητα στον ρυθμό με τον οποίο αυξάνεται η ζήτηση του τουριστικού της προϊόντος, με μέσο ρυθμό 4,6%. Ρυθμός αρκετά υψηλότερος του μέσου ρυθμού αναπτύξεως αυτής κατά την εξεταζόμενη περίοδο. Ωστόσο, ο ρυθμός αυξήσεως αφίξεων αλλοδαπών τουριστών είναι της τάξεως του 6,6%. Αυτό συνεπάγεται βαθμιαία μείωση του μεριδίου της στον παγκόσμιο τουρισμό, το οποίο έχει περιορισθεί σε 54% το 2007, έναντι 57,4% το 2000, 60,5% το 1990 και 63,8% το 1980.

Πίνακας 5.23

Επίδοση του Παγκοσμίου Τουρισμού (% αύξηση)

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|--------------------|------|------|------|------|
| ΚΟΣΜΟΣ | 10,1 | 5,4 | 4,9 | 6,3 |
| Ευρώπη | 4,2 | 4,1 | 4,3 | 5,8 |
| Δυτική | 2,2 | 2,6 | 2,5 | 3,8 |
| Κεντρ. - Ανατολική | 10,0 | 2,2 | 1,4 | 6,6 |
| Βόρεια | | | | |
| Νότια-Μεσογειακή | 10,7 | 7,8 | 6,5 | 3,7 |
| | 1,2 | 5,6 | 4,4 | 8,3 |
| Ασία-Ειρηνικός | 27,4 | 7,8 | 7,8 | 8,6 |
| Βόρειο-αντολ | 28,6 | 10,3 | 7,4 | 9,2 |
| Νότιο-ανατολ | 30,6 | 4,9 | 9,3 | 8,6 |
| Ωκεανία | 12,1 | 3,7 | 0,6 | 2,0 |
| Αμερική | 11,0 | 5,9 | 2,1 | 3,8 |
| Βόρεια | 10,9 | 4,7 | 0,9 | 3,9 |
| Νότια | 17,3 | 11,8 | 4,0 | 8,5 |
| Αφρική | 9,1 | 8,9 | 9,8 | 8,1 |
| Βόρεια Υποσαχάρα | 15,1 | 8,9 | 7,4 | 3,7 |
| | 5,8 | 8,9 | 11,2 | 10 |
| Μέση Ανατολή | 22,7 | 5,9 | 6,0 | 8,1 |

Πηγή: UNWTO, World Tourism Barometer.

Μερίδιο κερδίζουν οι αναπτυσσόμενες χώρες της Αφρικής, της Ασίας αλλά και της Ν. Αμερικής, οι μέσοι ετήσιοι ρυθμοί των οποίων διαμορφώθηκαν κατά την λήγουσα τετραετία σε 9% για την Αφρική – και με εκπλήττουσα σταθερότητα – σε 12,9% για την Ασία-Ειρηνικό (αλλά συγκυριακή αύξηση 27,6% το 2004) και 10,7% για την Μ. Ανατολή.

Οι ανεπτυγμένες οικονομικά περιοχές, Δυτ. Ευρώπη και Β. Αμερικής, χάνουν συνεχώς έδαφος λόγω κορεσμού αλλά και αποστάσεως από τον ταχέως και πολυπληθή αναπτυσσόμενο κόσμο, όπως δείχνουν τα μερίδια αυτών διαχρονικώς (Πίνακας 5.24).

Πίνακας 5.24

| Μερίδια Μειζόνων Περιοχών στον Αλλοδαπό Τουρισμό (%) | | | | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Περιοχές | 1980 | 1990 | 2000 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
| Ευρώπη | 63,8 | 60,5 | 57,4 | 55,3 | 54,7 | 54,3 | 54,0 |
| Ασία-Ειρηνικός | 8,5 | 12,8 | 16,2 | 18,9 | 19,3 | 19,8 | 20,3 |
| Αμερική | 22,4 | 21,0 | 18,7 | 16,5 | 16,6 | 16,2 | 15,9 |
| Αφρική | 2,6 | 3,5 | 4,1 | 4,5 | 4,6 | 4,9 | 5,0 |
| Μ. Ανατολή | 2,7 | 2,2 | 3,6 | 4,8 | 4,8 | 4,8 | 4,8 |
| ΚΟΣΜΟΣ | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Πηγή: UNWTO, World Tourism Barometer.

Σε σχέση με τις αμεσοτέρα ανταγωνίστριες χώρες ο ασφαλέστερος δείκτης για συγκριτική αξιολόγηση ή και απόλυτη αξιολόγηση των αποδόσεων είναι οι συναλλαγματικές εισπράξεις, και ως σύνολο αλλά και ανά διανυκτέρευση. Οι σχετικές πληροφορίες παρατίθενται στον Πίνακα 5.24. Επισημαίνεται σχετικώς, ότι οι αναγραφόμενες επιδόσεις αφορούν κατά περίπτωση στις περιόδους Ιανουαρίου-Ιουλίου και Ιανουαρίου-Αυγούστου. Η απομένουσα περίοδος μέχρι το τέλος του έτους είναι επαρκώς μακρά για να τροποποιήσει τα όποια συμπεράσματα μπορούν να εξαχθούν, όχι όμως, και να τα ανατρέψει.

Πίνακας 5.25

Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών και Συναλλαγματικές Εισπράξεις
στις

Ανταγωνίστριες Χώρες (% Μεταβολή)

| ΧΩΡΑ | ΑΦΙΞΕΙΣ | | Συναλλαγματικές Εισπράξεις | |
|------------|---------|----------------------|-------------------------------|----------------------|
| | 2006/05 | 2007 | 2006/05 | 2007 |
| ΕΛΛΑΣ | 8,7 | 5,3 (Ιαν.- Σεπτ.) | 5,1 | 1,5(Ιαν.- Αυγ.) |
| Ισπανία | 4,5 | 3,0 (Ιαν.- Αύγ.) | 4,8 | 6,6(Ιαν.- Αυγ.) |
| Ιταλία | 1,7 | 6,1 (Ιαν.- Ιούλ.) | 6,7 | -0,1(Ιαν.- Ιουλ.) |
| Πορτογαλία | 7,7 | 6,5 (Ιαν.- Ιούλ.) | 7,3 | 12,2(Ιαν.- Ιουλ.) |
| Κροατία | 2,3 | 8,0 (Ιαν.- Αύγ.) | 4,9 | - |
| Τουρκία | -8,7 | 16,6 (Ιαν.- Αύγ.) | -7,2 | 9,7(Ιαν.- Αυγ.) |
| Κύπρος | -2,8 | 0,1 (Ιαν.- Αύγ.) | 1,8 | 4,0(Ιαν.- Ιουλ.) |

Πηγή: UNWTO, και Εθνικές Στατιστικές Υπηρεσίες.

Η συγκριτική εικόνα που αναδύεται από τα προσωρινά στοιχεία πραγματοποιήσεως και τις προβλέψεις είναι διττώς απογοητευτική· απογοητευτική σε σύγκριση με τις ανταγωνιστικές χώρες όσο και με το μέσο ρυθμό αυξήσεως της Ευρώπης αλλά και του Κόσμου. Με εξαίρεση την Ισπανία (η οποία, ωστόσο, διακρίνεται για τον μεγάλο αριθμό ημερησίων επισκεπτών), η επίδοση της Ελλάδος υστερεί έναντι των κύριων ανταγωνιστριών χωρών. Η υστέρηση αυτή, όμως, είναι διακριτή και σε σύγκριση με την παγκόσμια τουριστική επίδοση αλλά και με την ευρωπαϊκή, δεδομένου του συγκριτικού πλεονεκτήματος της χώρας σε πρόσφορους για διακοπές φυσικούς και πολιτισμικούς πόρους.

Το δίδαγμα είναι προφανές. Η προσπάθεια διατηρήσεως ισχυρής τάσεως ζήτησεως του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μακροπροθέσμως απαιτεί και αντίστοιχη μακροπρόθεσμη πολιτική με στόχο την βελτίωση των βασικών υποδομών, την αναβάθμιση του δυναμικού καταλυμάτων, την ποιότητα του έξω ξενοδοχειακού προϊόντος, την δημιουργία νέων τοπικών προορισμών που παραμένουν ανεκμετάλλευτοι, την προβολή και διαφήμιση των ανωτέρω, αλλά και την αξιοποίηση των νέων και εκ των πραγμάτων δυναμικών προελεύσεων.

5.9 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ – ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ 2007-2008

Η ελληνική οικονομία βρίσκεται σε τροχιά ικανοποιητικού ρυθμού αναπτύξεως αρκετά εγγύς του 4% επί 3 συναπτά έτη, προβλέπεται δε, με μικρή υποχώρηση του ρυθμού, να συνεχισθεί και το 2008 (3,6%). Η αναπτυξιακή αυτή επίδοση έχει ιδιαίτερη σπουδαιότητα διότι:

(α) επιταχύνει την πραγματική σύγκλιση του πραγματικού κατά κεφαλήν εισοδήματος με το αντίστοιχο των χωρών της Ευρωζώνης,

επιτάχυνση που ενισχύεται και από την πρόσφατη αναθεώρηση προς τα άνω του μμεγέθους του ΑΕΠ,

(β) μειώνει την ανεργία κατά τρόπο διακριτό (από 10,1% το 2004 (Ιούλ.) σε 7,8 το 2007 (Ιούλ.)), παρά τη συνεχιζόμενη εισροή μεταναστών,

(γ) συμπορεύεται με συγκράτηση του πληθωρισμού και των δημοσιονομικών ελλειμμάτων

(δ) συνδυάζεται με διαρθρωτικές και θεσμικές αλλαγές που προοιωνίζονται σθεναρή αναπτυξιακή πορεία και κατά το μεσοπρόθεσμο μέλλον. Οι επενδύσεις παγίου κεφαλαίου, το κατεξοχήν αυτό αναπτυξιακό τμήμα της οικονομίας, αυξάνονται με ρυθμό υπερδιπλάσιο της καταναλωτικής δαπάνης. Ωστόσο, η ιδιωτική καταναλωτική δαπάνη υπερβαίνει κατά πολύ τις πραγματικές δυνατότητες της οικονομίας, συντηρείται δε με άκριτο δανεισμό από τις τράπεζες και οδηγεί σε υπερδανεισμό, με όλες τις συνέπειες που με βεβαιότητα θα προκληθούν στο μέλλον.

Η αδυναμία της εγχώριας οικονομίας να ανταποκριθεί στο μέγεθος και την διάρθρωση της καταναλωτικής ζήτησεως έχει οδηγήσει το ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών στα πρόθυρα αδιεξόδου. Το έλλειμμα του, ως ποσοστό του ΑΕΠ, χωρίς τις εισροές από την ΕΕ υπερβαίνει ίσως το 15%, ποσοστό που κατατάσσει την χώρα μας στην παγκόσμια εμπροσθοφυλακή των ελλειμματικών χωρών.

Από δημοσιονομικής απόψεως φαίνεται να μειώνεται το έλλειμμα τόσο της Κεντρικής όσο και της Γενικής Κυβερνήσεως με ικανοποιητικό ρυθμό, με το τελευταίο να ικανοποιεί από το παρελθόν έτος το δημοσιονομικό κριτήριο της ΕΕ. Αντίστοιχη πορεία ακολουθεί και το δημόσιο χρέος ως ποσοστό του ΑΕΠ.

Το 2008 θα κινηθεί πιθανότατα συμφωνά με τις τάσεις του 2007, με ελαφρά μείωση του ρυθμού αναπτύξεως προς το 3,5%, του

πληθωρισμού προς το 2,5% και του κρατικού δημοσιονομικού ελλείμματος προς 3,5-4,0%.

Η διάρθρωση της δαπάνης θα συνεχίσει να βελτιώνεται, υπό αναπτυξιακή έννοια, καθώς και η εξαγωγική επίδοση της οικονομίας. Ωστόσο, οι αβεβαιότητες ως προς την εξέλιξη επενδύσεων κατασκευής και εξαγωγών (τουρισμός, εξαγωγές αγαθών) ενισχύει τις επιφυλακτικότητες ως προς τον ρεαλισμό που διαπερνά την πρόβλεψη για αύξηση του ΑΕΠ κατά 3,6%. Οι αυξανόμενες δυσχέρειες επεκτάσεως της καταναλωτικής πίστωσης αλλά και το απόθεμα απωλήτων κατοικιών ενδέχεται να επιβραδύνουν το ρυθμό αύξησεως του κατασκευαστικού τομέα, ακυρώνοντας μερικώς το ρεαλισμό των υιοθετηθεισών παραδοχών.

5.9.1 ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Παγκόσμια Οικονομία – Επιδόσεις και Προοπτικές 2007-2008 .Η ιστορικά πρωτοφανής αναπτυξιακή δυναμική μεγάλου πληθυσμιακού τμήματος του κόσμου, εκείνου των αναπτυσσομένων χωρών της Ασίας και των Χωρών σε Μετάβαση, έχει θέσει σε άκαμπτη, ανοδική τροχιά την παγκόσμια ανάπτυξη. Οι συγκριτικά χαμηλοί ρυθμοί αναπτύξεως των ανεπτυγμένων οικονομιών και τα προβλήματα που κατά καιρούς εμφανίζουν (τρέχοντος η πιστωτική κρίση) δεν φαίνεται να πτοούν αυτήν την αυτοτροφοδοτούμενη δυναμική.

Πίνακας 5.26 Ρυθμός Αναπτύξεως κατά Περιοχή

| | 2006 | 2007 | 2008 |
|----------------------|------|------|------|
| ΚΟΣΜΟΣ | 5,4 | 5,2 | 4,8 |
| Ανεπτυγμένες Χώρες | 2,9 | 2,5 | 2,2 |
| Αναπτυσσόμενες Χώρες | 7,8 | 8,3 | 7,6 |
| Χώρες σε Μετάβαση | 6,8 | 5,8 | 5,2 |

Πρόβλεψη.

Πηγή: IMF, World Economic Outlook, October 2007.

Στην 5ετή περίοδο 2004-2008 ο ρυθμός της παγκόσμιας οικονομικής αναπτύξεως διαμορφώθηκε σε επίπεδο άνω του 5%, με τις ανεπτυγμένες οικονομίες να πραγματοποιούν μέσο αναπτυξιακό ρυθμό 2,7% και τις Λοιπές ρυθμούς 7,8% για αναπτυσσόμενες και 6,2% για τις σε μετάβαση. Εκτιμούμε, ότι ο προβλεπόμενος ρυθμός δεν θα μας εκπλήξει αν αποδειχθεί ελαφρώς χαμηλότερος, δεδομένου ότι, παρά τις έγκαιρες αντιδράσεις των Κεντρικών Τραπεζών στην αναχαίτιση των συνεπειών της πιστωτικής κρίσεως, ο κίνδυνος για τον βαθμό ακριβείας της προβλέψεως δεν είναι συμμετρικά κατανεμημένος. Θεωρούμε, ότι οι συνέπειες της πιστωτικής κρίσεως δεν έχουν εξαντληθεί και η πιθανότητα πραγματοποίησεως χαμηλότερου ρυθμού αναπτύξεως της παγκόσμιας οικονομίας είναι μεγαλύτερη από την πιθανότητα να αποδειχθεί η πρόβλεψη υπεκτιμημένη. Οι συνέπειες της άκριτης χρηματοδοτήσεως του τομέα κατοικίας στις ΗΠΑ δεν είναι βεβαιών ότι έχουν παρέλθει. Διατυπώνεται η ελπίδα ότι οι αναπτυσσόμενες οικονομίες, με αιχμές τις Κίνα και Ινδία, που έχουν και το πλεονέκτημα να μην έχουν μιανθεί από την διασπορά των τιτλοποιημένων μειωμένης εξασφαλίσεως δανείων για οικοδομές, παραμένουν σε δυναμική πορεία, συντηρούσες υψηλό ρυθμό αναπτύξεως για την παγκόσμια οικονομία. Τονίστηκε, ότι η αμερικανική οικονομία, και γενικότερα οι ανεπτυγμένες οικονομίες, έχουν χάσει μεγάλο μέρος από την αίγλη που προσέδιδε σ' αυτές η γενική παραδοχή ότι λειτουργούσαν ως συρμός για την παγκόσμια ανάπτυξη. Σήμερα τα πράγματα έχουν αλλάξει, διότι σε όρους ισοτιμίας αγοραστικών δυνάμεων οι αναπτυσσόμενες οικονομίες παράγουν το 48% του παγκοσμίου ΑΕΠ και διαθέτουν πρακτικώς απεριόριστες δυνατότητες να διατηρήσουν την αναπτυξιακή δυναμική

αυτών, δεδομένου του χαμηλού επιπέδου διαβιώσεως για μεγάλα τμήματα του πληθυσμού, ιδιαίτερα σε Κίνα και Ινδία, όπου κατοικεί το 38% του πληθυσμού της γης (52% η αναπτυσσομένη Ασία). Η εσωτερική καταναλωτική δαπάνη έχει τέτοια δυνατότητα αναπτύξεως, ώστε να υπερκαλύπτει τυχούσα μείωση των εξαγωγών και να διατηρεί την ορμή της ζήτησεως αμείωτη.

Από πλευράς νομισματικής σταθερότητας, δεν φαίνεται να δημιουργούνται ανησυχίες, παρά την μικρή επιτάχυνση στις αναπτυσσόμενες χώρες κατά το τρέχον έτος, οφειλόμενη στην αναπτυσσομένη Ασία με επίκεντρο την Κίνα. Οι πληθωριστικές πιέσεις στην Κίνα από 1,5% το 2006 αυξήθηκαν σε 4,5% το 2007 και εξουδετερώθηκαν εν μέρει από τις εξελίξεις στις Λοιπές χώρες της ίδιας περιοχής.

Γενικώς, είναι ασφαλές να λεχθεί ότι η παγκόσμια κοινότητα περιφρουρεί τη νομισματική σταθερότητα, με συγκράτηση του κόστους παραγωγής και περιορισμό των δημοσιονομικών ελλειμμάτων, παρά την ισχυρή αύξηση της τιμής του πετρελαίου και ορισμένων διεθνών εμπορευμάτων, αλλά και σε πείσμα της πιέσεως που δέχονται οι οικονομικοί πόροι από τον ιστορικά υψηλό ρυθμό αναπτύξεως.

Τα δημοσιονομικά ελλείμματα της Κεντρικής Κυβερνήσεως παραμένουν οριακός σταθερά στις ανεπτυγμένες οικονομίες και αυξήθηκαν, ομοίως, οριακά από 0,3% σε 0,7% στον αναπτυσσόμενο κόσμο. Το ενδιαφέρον προς υπογράμμιση είναι ότι τα δημοσιονομικά ελλείμματα στις ανεπτυγμένες οικονομίες, αν και μικρά καθαυτά, είναι αρκετά υψηλότερα των αντιστοίχων των αναπτυσσομένων χωρών, σε πείσμα του καταρχήν χαμηλότερου βαθμού αναπτύξεως των φοροεισπρακτικών μηχανισμών και της κρατικής οργάνωσης γενικότερα.

Οι προοπτικές για την παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη το 2008 παραμένουν αισιόδοξες. Ο προβλεπόμενος ρυθμός αναπτύξεως είναι 4,8% έναντι 5,2% το 2007, δεν φαίνεται δε να αποκολλάται από την περιοχή του 5%, στην οποία έχει εγκατασταθεί από το 2004. Η μείωση αυτή του ρυθμού αναπτύξεως από το αρχικός προβλεπόμενο 5,2% φαίνεται να κατανέμεται συμμετρως μεταξύ των ανεπτυγμένων χωρών και αναπτυσσομένης Ασίας. Ωστόσο, τα αίτια είναι σε ικανό βαθμό διαφορετικά. Για τις ανεπτυγμένες οικονομίες η προβλεπόμενη ελαφρά υποχώρηση αποδίδεται, πρωτίστως, στην υποτίμηση του δολαρίου και στην πιστωτική κρίση που έπληξε την οικονομία των ΗΠΑ από το περασμένο καλοκαίρι και σε κάποιο βαθμό επηρέασε και τις λοιπές μείζονες ανεπτυγμένες χώρες. Για τις αναπτυσσόμενες χώρες η προβλεπόμενη υποχώρηση πιθανότατα εξηγείται από την κόπωση των οικονομιών, λόγω υψηλών ρυθμών αυξήσεως του ΑΕΠ επί σειρά ετών αλλά και λόγω επιβραδύνσεως των ανεπτυγμένων που είναι και ο κύριος πελάτης για τις εξαγωγές αυτών.

Πηγη:www.itep.gr “ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ ΤΕΥΧΟΣ 24 ΝΟΕΜ.2007”

5.10 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

- Ø Η Ελλάδα ως ώριμος τουριστικός προορισμός αντιμετωπίζει εντεινόμενο ανταγωνισμό από αναδυόμενους μεσογειακούς προορισμούς, ιδιαίτερα σε επίπεδο τιμών.
- Ø Οι τουριστικές εισπράξεις ανά άφιξη είναι περισσότερες από ότι πριν έξι χρόνια, αλλά και συγκριτικά με τις ανταγωνίστριες χώρες.
- Ø Η βελτίωση αυτή των εισπράξεων ανά άφιξη οφείλεται σε αύξηση των τιμών και όχι σε αύξηση του μέσου χρόνου

παραμονής στη χώρα. Η αύξηση των τιμών οφείλει να συμβαδίζει με βελτίωση της ποιότητας υποδομών και υπηρεσιών, διαφορετικά επιδεινώνεται η ανταγωνιστικότητα της χώρας.

Ø Η αύξηση του αριθμού των κλινών σε ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων, πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, δείχνει κάποια βελτίωση της ποιότητας των ξενοδοχειακών υποδομών.

Ø Το κέντρο βάρους, όμως, του ελληνικού ξενοδοχειακού δυναμικού βρίσκεται σε μικρές και χαμηλής ποιότητας μονάδες.

Ο ξενοδοχειακός κλάδος χαρακτηρίζεται από υπερπροσφορά και χαμηλό βαθμό χρήσης των κλινών. Έτσι, οι τουριστικές εισπράξεις ανά ξενοδοχειακή μονάδα και ανά κλίνη υστερούν σημαντικά έναντι του ανταγωνισμού, υπονομεύοντας τη δυνατότητα πραγματοποίησης των απαραίτητων επενδύσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°
Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ



(Χάρτης 6.1) Νομοί Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας
πηγή: www.ditikiellada.gov.gr



ΠΟΤΑΜΟΣ ΕΡΥΜΑΝΘΟΣ



ΟΛΥΜΠΙΑ



ΟΛΥΜΠΙΑ - ΕΡΜΗΣ



ΟΛΥΜΠΙΑ ΤΕΛΕΤΗ ΕΝΑΡΞΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ



ΝΑΥΠΑΚΤΟΣ



ΑΓ. ΑΝΔΡΕΑΣ ΠΑΤΡΩΝ



ΛΙΜΝΗ ΤΡΙΧΩΝΙΔΑ



ΖΕΥΣΗ ΡΙΟΥ - ΑΝΤΙΡΡΙΟΥ

(Φότο 6.1) Αξιοθέατα πηγή: www.ditikiellada.gov.gr

6.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο Κεφαλαίο αυτό θα μιλήσουμε για την Περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδος. Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος περιλαμβάνει τους Νομούς Αιτωλοακαρνανίας, Αχαΐας και Ηλείας και έχει συνολική της έκταση 11.350 km². Θα αναφερθούμε επίσης, στα οικονομικά στοιχεία και στον αριθμό απασχόλησης επιχειρήσεων κατά κλάδο και νομό. Θα κάνουμε μια εκτεταμένη αναφορά με φωτογραφικό υλικό από τα αξιοθέατα της Περιφέρειας που θα μπορούσε να απολαύσει ένας επισκέπτης. Επιπλέον θα αναλύσουμε τη σημασία της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, τα στάδια και τα πρότυπα αυτής, καθώς και το περιεχόμενο της περιφερειακής ανάπτυξης. Τέλος, θα αναφερθούμε στις τουριστικές στρατηγικές κατευθύνσεις της Ε.Ε, στη στήριξη που παρέχει στην Ελλάδα μέσω του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (ΚΠΣ) και τα έργα που υλοποιούνται μέσω του Περιφερειακού Επιχειρηματικού Προγράμματος (ΠΕΠ) της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

6.1 ΓΕΩΜΟΡΦΟΛΟΓΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος καταλαμβάνει το ΒΔ τμήμα της Πελοποννήσου και το Δυτικό άκρο της Στερεάς Ελλάδος. Περιλαμβάνει τους Νομούς Αιτωλοακαρνανίας, Αχαΐας και Ηλείας. Η συνολική της έκταση είναι 11.350 km² και καλύπτει το 8,6% της συνολικής έκτασης της χώρας. Στο μεγαλύτερο ποσοστό τα εδάφη της είναι ορεινά (45,3%) και ημιορεινά (25,6%) ενώ μόλις το 29,1% είναι πεδινές εκτάσεις. (www.ditikiellada.gov.gr) Έχει εκτεταμένα παράλια και στους τρεις Νομούς, που βρέχονται από τη θάλασσα του Ιονίου Πελάγους και των κόλπων: Αμβρακικού, Πατραϊκού και Κορινθιακού. Η γεωμορφολογία της Περιφέρειας παρουσιάζει εξαιρετική ποικιλία, αφού σε αυτήν

περιλαμβάνονται όρη με ιδιαίτερα μεγάλο υψόμετρο (Αροάνια 2.335 m, Ερύμανθος 2.222 m, Παναχαϊκό 1.926 m), μεγάλες φυσικές λίμνες (Τριγωνίδα 95,8 km², που είναι η μεγαλύτερη της χώρας, Αμβρακία 14,4 km², Λυσιμαχεία 13 km², Καϊάφα κλπ) και ποταμοί (Αχελώος 220 km, που είναι ο δεύτερος σε μήκος ποταμός της Ελλάδος, Πηνειός, Αλφειός, Εύηνος, Σελινούντας, Βουραϊκός, Πείρος και Γλαύκος). Ειδικότερα, ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας, που είναι ο μεγαλύτερος σε έκταση Νομός της χώρας (5.448 km²),.

Ο Νομός Αχαΐας με συνολική έκταση 3.274 km², χαρακτηρίζεται από έντονες εδαφολογικές αντιθέσεις. Τα εδάφη του είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό τους (60% περίπου) ορεινά και διασχίζονται από μικρούς σχετικά ποταμούς (Βουραϊκό, Γλαύκο, Σελινούντα, Πείρο) και μικρότερους χειμάρρους, που εκβάλλουν στον Πατραϊκό και Κορινθιακό κόλπο. Επίκεντρο της οικονομικής ζωής του Νομού αλλά και της Περιφέρειας αποτελεί η πόλη των Πατρών.

Τέλος, ο Νομός Ηλείας με συνολική έκταση 2.621 km², έχει έδαφος πεδινό κατά 60% και διασχίζεται από τους ποταμούς Αλφειό, Πηνειό, Ερύμανθο και τους παραποτάμους τους. Ο Νομός χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη παράλιων υδροβιότοπων (Κοτύχι, Καϊάφα) εξαιρετικού φυσικού κάλλους και οικολογικού πλούτου. Η πεδιάδα της Ηλείας είναι η μεγαλύτερη σε έκταση στην Πελοπόννησο. (www.ditikiellada.gov.gr)

6.1.1 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ - ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Ο πληθυσμός της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της απογραφής του έτους 2001, ανέρχεται σε 741.282 άτομα. Είναι η τέταρτη σε πληθυσμό περιφέρεια της Ελλάδος, συγκεντρώνοντας το 7% του συνολικού πληθυσμού της χώρας.

Ο πληθυσμός των Νομών Αιτωλοακαρνανίας και Ηλείας είναι κυρίως αγροτικός, αφού μόνο το 33% και 25% αντίστοιχα είναι αστικός, σε αντίθεση με τον Νομό Αχαΐας, όπου το 66% του πληθυσμού είναι αστικός.

Πέραν του Δήμου Πατρέων, ο οποίος είναι ο πολυπληθέστερος, με πληθυσμό 167.602 κατοίκους (απογραφή ΕΣΥΕ 2001), δεκαέξι (16) Δήμοι της Περιφέρειας έχουν πληθυσμό άνω των 10.000 κατοίκων (Δ. Αγρινίου, Δ. Μεσολογίου, Δ. Ναυπάκτου, Δ. Αμφιλοχίας, Δ. Οινιάδων, Δ. Αιγίου, Δ. Ρίου, Δ. Αμαλιάδος, Δ. Αρχαίας Ολυμπίας, Δ. Ζαχάρως, Δ. Πύργου, Δ. Σκιλλούντος, Δ. Μεσσήτιδος, Δ. Δύμης, Δ. Γαστούνης, Δ. Βουπρασίας), ενώ είκοσι επτά (27) είναι οι Δήμοι με πληθυσμό κυμαινόμενο από 5.000 έως 10.000 κατοίκους (απογραφή ΕΣΥΕ 2001).

Συνολικά παρατηρείται ότι σημαντική αύξηση του πληθυσμού παρουσιάζουν κυρίως οι παραθαλάσσιοι Δήμοι των Νομών Αχαΐας και Ηλείας και οι παρά τον οδικό άξονα Ναυπάκτου - Αγρινίου του Νομού Αιτωλ/νίας. Αντίθετα, οι ορεινοί Δήμοι παρουσιάζουν πληθυσμιακή μείωση, αναδεικνύοντας το έλλειμμα ανάπτυξης των ορεινών περιοχών της Περιφέρειας.

Η εξέλιξη του πληθυσμού της Περιφέρειας για τα έτη 1971, 1981, 1991, 1996, 2001 συγκριτικά με το σύνολο της χώρας, παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί :

Πίνακας 6.1 Η εξέλιξη του πληθυσμού της Περιφέρειας

| NOMΟΣ/ ΝΤΟΣ | 1971 | 1981 | 1991 | 1996 | 2001 |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | 228.989 | 219.764 | 228.180 | 234.578 | 224.429 |
| ΑΧΑΪΑΣ | 240.854 | 275.193 | 300.078 | 316.628 | 322.789 |
| ΗΛΕΙΑΣ | 164.061 | 160.305 | 179.429 | 182.610 | 193.288 |

| | | | | | |
|-----------------------|---------|-----------|------------|------------|------------|
| ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ | 633.904 | 655.262 | 707.687 | 733.816 | 741.262 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ | | 9.740.417 | 10.259.900 | 10.475.878 | 10.964.000 |

Πηγή: www.ditikiellada.gov.gr (Μελέτη ΕΣΥΕ)

Από προηγούμενο πίνακα είναι φανερό ότι ο Νομός Αχαΐας είναι ο πολυπληθέστερος της Περιφέρειας. Αντιθέτως, οι Νομοί Αιτωλοακαρνανίας και Ηλείας κατά την δεκαετία 1971-1981 παρουσίασαν πληθυσμιακή μείωση, η οποία όμως ανετράπη κατά τη δεκαετία 1981-1991.

Μετά την πρόσφατη διοικητική διαίρεση (Ν.2539/97) η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος αποτελείται από 74 Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ). Αναλυτικά κατά Νομό παρουσιάζεται η ακόλουθη εικόνα :

Πίνακας 6.2 ΟΤΑ κατά νομό

| ΟΤΑ | Ν. | Ν. | Ν. | ΣΥΝΟΛΟ |
|------------|----------|--------|---------------|--------|
| | ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | ΑΧΑΪΑΣ | ΗΛΕΙΑΣ Π.Δ.Ε* | |
| ΔΗΜΟΙ | 29 | 21 | 22 | 72 |
| ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ | -- | 2 | -- | 2 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 29 | 23 | 22 | 74 |

Πηγή: www.ditikiellada.gov.gr

- Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας

6.1.2 ΒΑΣΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας παρότι παράγει 5,7% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος (4η μεγαλύτερη συμμετοχή), είναι προτελευταία (12η) στην κατάταξη των Περιφερειών της χώρας για το κατά κεφαλή προϊόν. Και οι τρεις νομοί της Περιφέρειας υστερούν έναντι του εθνικού μέσου όρου. Επιπλέον στους κατοίκους της αντιστοιχεί το 53% του μέσου κατά κεφαλή προϊόντος της ΕΕ με αποτέλεσμα να βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις της κατάταξης όλων των Περιφερειών.

Στην Περιφέρεια παράγεται 11% της αγροτικής παραγωγής της χώρας, 4% της μεταποιητικής και 5% των υπηρεσιών. Διαχρονικά παρατηρείται μια μείωση της συμμετοχής του πρωτογενή τομέα στο ΑΕΠ της Περιφέρειας, αλλά παραμένει ακόμα σε υψηλά επίπεδα σε σχέση με το αντίστοιχο ποσοστό της χώρας που κυμαίνεται στο 8,0%. Ο Πρωτογενής τομέας στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας παρότι αποτελεί σημαντικό πόλο απασχόλησης και οικονομικής δραστηριότητας έχει χαμηλή ανταγωνιστικότητα λόγω υψηλού κόστους και χαμηλής ποιότητας των προϊόντων, αλλά και λόγω των αδυναμιών που υπάρχουν στον τομέα διακίνησης και εμπορίας. Οι τρεις νομοί δεν συμμετέχουν εξίσου σε μέγεθος και ένταση παραγωγής. Στους νομούς Αιτωλοακαρνανίας και Ηλείας ο πρωτογενής τομέας παίζει σημαντικότερο ρόλο στην οικονομία τους και γι' αυτό μπορούν να χαρακτηριστούν κατεξοχήν αγροτικοί νομοί. (www.ditikiellada.gov.gr)

Στην γεωργία η εκμηχάνιση προχώρησε με γρήγορο ρυθμό τα τελευταία χρόνια με ευεργετικά αποτελέσματα στην παραγωγικότητα. Παράλληλα με την εκμηχάνιση, αξιόλογη ήταν και η ανάπτυξη του τομέα μεταποίησης προϊόντων. Οι βασικότεροι κλάδοι φυτικής παραγωγής είναι η ελαιοκαλλιέργεια, τα κηπευτικά, τα εσπεριδοειδή, η αμπελοκαλλιέργεια, η βιομηχανική τομάτα, το βαμβάκι και τα καπνά.

Από την άλλη μεριά η κτηνοτροφική παραγωγή δεν βρίσκεται σε ικανοποιητικά επίπεδα με αποτέλεσμα η συμμετοχή της ζωικής παραγωγής στο γεωργικό εισόδημα να είναι χαμηλή ενώ και οι δυνατότητες οικονομικής εκμετάλλευσης των δασών για παραγωγή ξυλείας είναι περιορισμένες. Ο αλιευτικός κλάδος παρουσιάζει σημαντική ανάπτυξη. Δυναμισμό εμφανίζουν ιδιαίτερα η αλιεία εσωτερικών υδάτων και οι υδατοκαλλιέργειες στις οποίες η Περιφέρεια έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα λόγω της γεωμορφολογία της.

Ο Δευτερογενής τομέας την περίοδο 1984-1992 στιγματίστηκε από την έντονη αποβιομηχάνιση που έπληξε την Πάτρα, μια πόλη με έντονη μεταποιητική παράδοση. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια παρουσιάστηκε ανάκαμψη μέσω της αναδιάρθρωσης της μεταποιητικής βάσης. και της μετατόπισης των δραστηριοτήτων από τους παραδοσιακούς φθίνοντες κλάδους (μεγάλες μονάδες) προς ανταγωνιστικές και βιώσιμες δραστηριότητες. Παρόλα τα προβλήματα, ο Νομός Αχαΐας παράγει το 3,1% του συνολικού ΑΕΠ της μεταποίησης της χώρας, συγκριτικά πολύ μεγαλύτερο ποσοστό από 0,5% που παράγουν οι νομοί Αιτωλοακαρνανίας και Ηλείας. Συμπερασματικά μπορεί η Αχαΐα να χαρακτηριστεί σαν ο κατ' εξοχήν μεταποιητικός νομός της περιφέρειας.

Από τα στοιχεία του πίνακα 6.3 είναι εμφανές ότι οι κλάδοι που συγκεντρώνουν την κύρια μεταποιητική δραστηριότητα είναι ο κλάδος τροφίμων και ποτών, η ένδυση, η βιομηχανία ξύλου-φελλού, η κατασκευή μεταλλικών προϊόντων και οι κατασκευές, κατασκευή επίπλων, πώληση – συντήρηση οχημάτων , χονδρικό και λιανικό εμπόριο οχημάτων, ξενοδοχεία και εστιατόρια. Χαρακτηριστικό στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι το 92% των επιχειρήσεων που παρουσιάζονται στον πίνακα απασχολεί μέχρι τέσσερις εργαζόμενους. Προοπτικές

παρουσιάζει η περαιτέρω ανάπτυξη της μεταποίησης των γεωργικών, κτηνοτροφικών και αλιευτικών προϊόντων.

Ο Τριτογενής τομέας στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας παρουσίασε αυξητικές τάσεις στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της περιφέρειας ενώ διατήρησε σταθερό το ποσοστό συμβολής του στο σχηματισμό του προϊόντος του τομέα στη χώρα. Μεγαλύτερη είναι η συμβολή του νομού Αχαΐας.

Συγκριτικά πλεονεκτήματα έχει η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας στον τριτογενή τομέα, ιδιαίτερα στις μεταφορές. Η Πάτρα αποτελεί την κύρια πύλη της χώρας προς τη Δυτική Ευρώπη και μείζονα κόμβο μεταφορών με αποτέλεσμα την έντονη ανάπτυξη των διεθνών θαλάσσιων μεταφορών και του εμπορίου από και προς το λιμάνι της. Οι υπηρεσίες παρουσιάζουν επίσης ανοδική τάση, ενώ ευνοϊκές διαφαίνονται οι προοπτικές για την ανάπτυξη του τουρισμού λόγω της ύπαρξης αξιόλογων φυσικών, πολιτιστικών και τουριστικών πόρων στην περιοχή παρότι μέχρι στιγμής η εκμετάλλευσή τους είναι ελλιπής. (www.ditikiellada.gov.gr)

Παράλληλα με τους τομείς αυτούς, η πρωτεύουσα της Δυτικής Ελλάδος, παρουσιάζει μεγάλη ανάπτυξη στους τομείς των υπηρεσιών υγείας, εκπαίδευσης, έρευνας και ανάπτυξης, καθώς και των παραγωγικών υπηρεσιών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΚΛΑΔΟ ΚΑΙ ΝΟΜΟ

| ΚΛΑΔΟΣ | Ν.Αιτωλο- ακαρνανίας | Ν. Αχαΐας | Ν. Ηλείας |
|----------|-------------------------|--------------|--------------|
| Διάφορες | 313 | 48 | 46 |

| ΚΛΑΔΟΣ | Ν.Αιτωλο- ακαρνανίας | Ν. Αχαΐας | Ν. Ηλείας |
|--|-------------------------|--------------|--------------|
| Επιχειρήσεις | | | |
| Εξόρυξη άνθρακα και ληνίτη εξόρυξη τύρφης | -- | 1 | 1 |
| Λοιπά Ορυχεία και Λατομεία | 10 | 6 | 8 |
| Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών | 356 | 488 | 332 |
| Παραγωγή Προϊόντων Καπνού | 2 | -- | -- |
| Παραγωγή Κλωστοϋφαντουργικών Υλών | 13 | 74 | 25 |
| Κατασκευή Ειδών Ενδυμασίας: Κατεργασία και βαφή γουναρικών | 60 | 289 | 36 |
| Κατεργασία και δέψη δέρματος: Κατασκευή ειδών ταξιδιού (αποσκευών), τσαντών, ειδών σελοποιίας, ειδών σαγματοποιίας και υποδημάτων | 11 | 50 | 2 |
| Βιομηχανία Ξύλου και κατασκευή | 111 | 181 | 115 |

| ΚΛΑΔΟΣ | Ν.Αιτωλο- ακαρνανίας | Ν. Αχαΐας | Ν. Ηλείας |
|--|-------------------------|--------------|--------------|
| προϊόντων από ξύλο και φελλό εκτός από τα έπιπλα: κατασκευή ειδών καλαθοποιίας και σπαρτοπλεκτικής | | | |
| Κατασκευή Χαρτοπολτού, χαρτιού και προϊόντων από χαρτί | 1 | 15 | 3 |
| Εκδόσεις, εκτυπώσεις και αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων εγγραφής ήχου και εικόνας και μέσων πληροφορικής | 27 | 76 | 16 |
| Παραγωγή οπτάνθρακα (κωκ), προϊόντων δύλισης πετρελαίου και πυρηνικών καυσίμων | 4 | 8 | 4 |
| Παραγωγή χημικών και ουσιών και προϊόντων | 6 | 19 | 6 |
| Κατασκευή προϊόντων από ελαστικό (καουτσούκ) και | 3 | 15 | 2 |

| ΚΛΑΔΟΣ | Ν.Αιτωλο- ακαρνανίας | Ν. Αχαΐας | Ν. Ηλείας |
|--|-------------------------|--------------|--------------|
| πλαστικές ύλες | | | |
| Κατασκευή άλλων προϊόντων από μη μεταλλικά ορυκτά | 42 | 101 | 47 |
| Παραγωγή Βασικών Μετάλλων | 4 | 12 | 4 |
| Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, με εξαίρεση τα μηχανήματα και τα είδη εξοπλισμού | 66 | 172 | 91 |
| Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού ΜΑΚ | 16 | 48 | 22 |
| Κατασκευή μηχανών γραφείου και ηλεκτρονικών υπολογιστών | -- | 2 | -- |
| Κατασκευή ηλεκτρικών μηχανών και συσκευών ΜΑΚ | 5 | 20 | 2 |
| Κατασκευή εξοπλισμού και συσκευών ραδιοφωνίας, τηλεόρασης και επικοινωνιών | -- | 5 | 1 |

| ΚΛΑΔΟΣ | Ν.Αιτωλο- ακαρνανίας | Ν. Αχαΐας | Ν. Ηλείας |
|--|-------------------------|--------------|--------------|
| Κατασκευή ιατρικών οργάνων, οργάνων ακριβείας και οπτικών οργάνων: κατασκευή ρολογιών κάθε είδους | 4 | 16 | 4 |
| Κατασκευή αυτοκινήτων οχημάτων : κατασκευή ρυμουλκούμενων και ημιρυμουλκούμενων οχημάτων | 3 | 7 | 1 |
| Κατασκευή λοιπού εξοπλισμού μεταφορών | 4 | 9 | -- |
| Κατασκευή επίπλων: Λοιπές βιομηχανίες ΜΑΚ | 39 | 143 | 46 |
| Παροχή Ηλεκτρικού Ρεύματος, Φυσικού Αερίου, Ατμού και Ζεστού Νερού | -- | 2 | -- |
| Συλλογή, Καθαρισμός και Διανομή Νερού | 4 | 2 | 2 |
| Κατασκευές | 710 | 1255 | 739 |
| Πώληση, | 541 | 745 | 394 |

| ΚΛΑΔΟΣ | Ν.Αιτωλο- ακαρνανίας | Ν. Αχαΐας | Ν. Ηλείας |
|--|-------------------------|--------------|--------------|
| συντήρηση και επισκευή αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών : Λιανική πώληση καυσίμων για οχήματα | | | |
| Χονδρικό εμπόριο και εμπόριο με προμήθεια, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών | 408 | 852 | 310 |
| Λιανικό Εμπόριο, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης | 2.993 | 4.476 | 2.181 |
| Ξενοδοχεία και Εστιατόρια | 1.171 | 1.505 | 837 |
| Χερσαίες μεταφορές, μεταφορές μέσω αγωγών | 534 | 759 | 243 |
| Μεταφορές μέσω υδάτινων οδών | 5 | 11 | -- |
| Βοηθητικές και συναφείς προς τις | 54 | 198 | 38 |

| ΚΛΑΔΟΣ | Ν.Αιτωλο- ακαρνανίας | Ν. Αχαΐας | Ν. Ηλείας |
|--|-------------------------|--------------|--------------|
| μεταφορές δραστηριότητες: δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων | | | |
| Ταχυδρομεία και τηλεπικοινωνίες | 4 | 8 | 1 |
| Ασφαλιστικά και συνταξιοδοτικά ταμεία, εκτός από την υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση | 3 | 32 | 13 |
| Δραστηριότητες συναφείς με τις δραστηριότητες ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών | 15 | 39 | 3 |
| Διαχείριση ακίνητης περιουσίας | 6 | 17 | 4 |
| Ενοικίαση μηχανημάτων και εξοπλισμού χωρίς χειριστή: ενοικίαση ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης | 17 | 31 | 36 |

| ΚΛΑΔΟΣ | Ν.Αιτωλο- ακαρνανίας | Ν. Αχαΐας | Ν. Ηλείας |
|---|-------------------------|--------------|--------------|
| Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες | 1 | 15 | 4 |
| Έρευνα και ανάπτυξη | -- | 6 | -- |
| Άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες | 357 | 1.039 | 291 |
| Δημόσια Διοίκηση και άμυνα: Υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση | -- | 2 | 2 |
| Εκπαίδευση | 55 | 128 | 49 |
| Υγεία και Κοινωνική Μέριμνα | 31 | 87 | 18 |
| Διάθεση Λυμάτων και απορριμμάτων: υγιεινή και παρόμοιες δραστηριότητες | 1 | 7 | 6 |
| Δραστηριότητες οργανώσεων ΜΑΚ | 74 | 28 | 8 |
| Ψυχαγωγικές, πολιτιστικές και αθλητικές δραστηριότητες | 68 | 142 | 37 |
| Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών | 105 | 268 | 85 |

6.1.3 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Ο ενεργός πληθυσμός της Δυτικής Ελλάδας ανέρχεται σε 254.202, ενώ οι απασχολούμενοι είναι 232.816 (1997). Η διαχρονική εξέλιξη του ενεργού πληθυσμού και της απασχόλησης τα τελευταία χρόνια (1991-97) παρουσιάζεται φθίνουσα, παρά τη συνολική αύξηση του πληθυσμού της Περιφέρειας.

Το 41,5% των απασχολουμένων εργάζεται στον πρωτογενή τομέα, το 17,6% στον δευτερογενή τομέα και το 40,9% στον τριτογενή τομέα, ενώ τα αντίστοιχα εθνικά ποσοστά είναι 19,8%, 22,5% και 57,7% (1997). Την περίοδο 1993-1997 παρατηρήθηκε μικρή μείωση του ποσοστού απασχόλησης στον πρωτογενή τομέα και μικρή αύξηση στα ποσοστά απασχόλησης του δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Φαίνεται δηλαδή μια σαφής τάση ενίσχυσης του δευτερογενή τομέα και μείωσης του πρωτογενή, ενώ και στον τριτογενή τομέα διαφαίνεται κάποια αύξηση. (www.ditikiellada.gov.gr)

6.1.4 ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Από τα στοιχεία απασχόλησης που είναι διαθέσιμα προκύπτει ανάγλυφα η σημασία του πρωτογενή τομέα για την Περιφέρεια που εντοπίστηκε στην προηγούμενη παράγραφο. Ο πρωτογενής τομέας αποτελεί την κύρια πηγή απασχόλησης απορροφώντας το 41,5% των

απασχολουμένων στην Περιφέρεια (στοιχεία 1997). Πηγή : www.ditikiellada.gov.gr

Η διαχρονική εξέλιξη της ανεργίας στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας ακολουθεί τις τάσεις ανόδου και καθόδου του συνόλου της χώρας αλλά οι διακυμάνσεις ανά έτος είναι πολύ πιο έντονες. Το 1997 είχε το μικρότερο βαθμό ανεργίας των τελευταίων χρόνων, που όμως εκτινάχθηκε το επόμενο έτος ξεπερνώντας κατά πολύ το μέσο όρο της Ελλάδας. Τα στοιχεία δείχνουν ότι από αυτό το χρονικό σημείο αρχίζει μια αργή αλλά σταθερή μείωση της ανεργίας. Η τελευταία καταγραφή από την ΕΣΥΕ το β' τρίμηνο του 2001 την τοποθετεί στο 9,9%.

6.1.5 ΑΝΕΡΓΙΑ

Το ποσοστό ανεργίας στην Περιφέρεια φθάνει το 8,41% και είναι χαμηλότερο από το αντίστοιχο εθνικό που ανέρχεται στο 10,25% (1997).

Η διαχρονική εξέλιξη της ανεργίας της Δυτικής Ελλάδας τα τελευταία χρόνια δείχνει τάσεις μείωσης. Συγκεκριμένα, το ποσοστό ανεργίας το έτος 1993 ήταν 10,6%, ενώ το 1997 έπεσε στο 8,4% (τα αντίστοιχα εθνικά ποσοστά ανεργίας είναι 9,7% και 10,3%). Το ποσοστό μακροχρόνιας ανεργίας στο σύνολο των ανέργων ανέρχεται στο 67,7%, ενώ για τη χώρα στο 57,1%. Το ποσοστό ανεργίας για τις γυναίκες είναι 12,9%, ενώ οι νέοι καταλαμβάνουν το 29,9% των ανέργων, σε αντιστοιχία με την χώρα όπου τα ποσοστά είναι 15,9% και 32,3%. Από τα ποσοστά αυτά φαίνεται ότι ενώ η Περιφέρεια ξεπερνά την κρίση της αποβιομηχάνισης, έχει ως κατάλοιπο την υψηλή μακροχρόνια ανεργία. Πηγή: www.ditikiellada.gov.gr

Πίνακας 6.4

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (ΣΤΟΙΧΕΙΑ Ε.Σ.Υ.Ε.

2001)

| | | |
|--|---------|---------|
| ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ | 282.060 | 100,00% |
| Α . Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα, δασοκομία. | 64.237 | 22,77% |
| Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα και συναφείς δραστηριότητες. | 63.721 | 22,59% |
| Δασοκομία, υλοτομία και συναφείς δραστηριότητες. | 516 | 0,18% |
| Β . Αλιεία. | 1.368 | 0,49% |
| Αλιεία, εκμετάλλευση ιχθυοτροφείων, μονάδων παραγωγής γόνου και δραστηριότητες συναφείς με την αλιεία. | 1.368 | 0,49% |
| Γ . Ορυχεία και λατομεία. | 204 | 0,07% |
| Εξόρυξη άνθρακα, λιγνίτη και τύρφης. | 6 | 0,00% |
| Άντληση αργού πετρελαίου και φυσικού αερίου, βοηθητικές δραστηριότητες συναφείς με την άντληση πετρελαίου και φυσικού αερίου, με εξαίρεση τις μελέτες. | 8 | 0,00% |
| Εξόρυξη μεταλλούχων μεταλλευμάτων. | 13 | 0,00% |
| Άλλες εξορυκτικές και λατομικές δραστηριότητες. | 177 | 0,06% |

| | | |
|---|--------|-------|
| Δ . Μεταποιητικές βιομηχανίες. | 19.901 | 7,06% |
| Βιομηχανία τροφίμων και ποτών. | 5.427 | 1,92% |
| Παραγωγή προϊόντων καπνού. | 102 | 0,04% |
| Παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών υλών. | 1.136 | 0,40% |
| Κατασκευή ειδών ενδύσεως, κατεργασία και βαφή γουναρικών. | 2.516 | 0,89% |
| Κατεργασία και δέψη δέρματος, κατασκευή ειδών ταξιδιού (αποσκευών), τσαντών, ειδών σελοποιίας, ειδών σαγματοποιίας και υποδημάτων. | 275 | 0,10% |
| Βιομηχανία ξύλου και κατασκευή προϊόντων από ξύλο και φελλό, εκτός από τα έπιπλα, κατασκευή ειδών καλαθοποιίας και σπαρτοπλεκτικής. | 1.361 | 0,48% |
| Κατασκευή χαρτοπολτού, χαρτιού και προϊόντων από χαρτί. | 343 | 0,12% |
| Εκδόσεις, εκτυπώσεις και αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων εγγραφής ήχου και εικόνας ή μέσων πληροφορικής. | 1.058 | 0,38% |
| Παραγωγή οπτάνθρακα (κωκ), προϊόντων διύλισης πετρελαίου και πυρηνικών καυσίμων. | 73 | 0,03% |
| Παραγωγή χημικών ουσιών και | 408 | 0,14% |

| | | |
|--|-------|-------|
| προϊόντων. | | |
| Κατασκευή προϊόντων από ελαστικό (καουτσούκ) και πλαστικές ύλες. | 344 | 0,12% |
| Κατασκευή άλλων προϊόντων από μη μεταλλικά ορυκτά. | 1.244 | 0,44% |
| Παραγωγή βασικών μετάλλων. | 247 | 0,09% |
| Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, με εξαίρεση τα μηχανήματα και τα είδη εξοπλισμού. | 2.091 | 0,74% |
| Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού . | 1.191 | 0,42% |
| Κατασκευή μηχανών γραφείου και ηλεκτρονικών υπολογιστών. | 34 | 0,01% |
| Κατασκευή ηλεκτρικών μηχανών και συσκευών . | 97 | 0,03% |
| Κατασκευή εξοπλισμού και συσκευών ραδιοφωνίας, τηλεόρασης και επικοινωνιών. | 134 | 0,05% |
| Κατασκευή ιατρικών οργάνων, οργάνων ακριβείας και οπτικών οργάνων, κατασκευή ρολογιών κάθε είδους. | 198 | 0,07% |
| Κατασκευή αυτοκινήτων οχημάτων, κατασκευή ρυμουλκούμενων και ημιρυμουλκούμενων οχημάτων. | 89 | 0,03% |
| Κατασκευή λοιπού εξοπλισμού | 164 | 0,06% |

| | | |
|---|--------|--------|
| μεταφορών. | | |
| Κατασκευή επίπλων, λοιπές βιομηχανίες μ.α.κ. | 1.350 | 0,48% |
| Ανακύκλωση. | 19 | 0,01% |
| Ε . Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και νερού. | 1.716 | 0,61% |
| Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και ζεστού νερού. | 1.280 | 0,45% |
| Συλλογή, καθαρισμός και διανομή νερού. | 436 | 0,15% |
| Ζ . Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή αυτοκινήτων οχημάτων, μοτοσυκλετών και ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης. | 31.778 | 11,27% |
| Εμπόριο, συντήρηση και επισκευή αυτοκινήτων οχημάτων, μοτοσυκλετών, λιανική πώληση καυσίμων για αυτοκίνητα οχήματα. | 5.371 | 1,90% |
| Χονδρικό εμπόριο και εμπόριο με προμήθεια, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσυκλετών. | 4.723 | 1,67% |
| Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσυκλετών, επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης. | 21.684 | 7,69% |
| Η . Ξενοδοχεία και εστιατόρια. | 12.481 | 4,42% |

| | | |
|--|--------|-------|
| Ξενοδοχεία και εστιατόρια. | 12.481 | 4,42% |
| Θ . Μεταφορές, αποθήκευση και επικοινωνίες. | 15.403 | 5,46% |
| Χερσαίες μεταφορές και μεταφορές μέσω αγωγών. | 8.118 | 2,88% |
| Μεταφορές μέσω υδάτινων οδών. | 2.622 | 0,93% |
| Εναέρια μεταφορές. | 110 | 0,04% |
| Βοηθητικές και συναφείς προς τις μεταφορές δραστηριότητες, δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων. | 1.877 | 0,67% |
| Ταχυδρομεία και τηλεπικοινωνίες. | 2.676 | 0,95% |
| Ι . Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί. | 4.183 | 1,48% |
| Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, με εξαίρεση τις ασφαλιστικές εταιρείες και τα ταμεία συντάξεων. | 2.937 | 1,04% |
| Ασφαλιστικά και συνταξιοδοτικά ταμεία, εκτός από την υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση. | 880 | 0,31% |
| Δραστηριότητες συναφείς με τις δραστηριότητες ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών. | 366 | 0,13% |
| Κ . Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, εκμισθώσεις και | 9.980 | 3,54% |

| | | |
|--|--------|-------|
| επιχειρηματικές δραστηριότητες. | | |
| Διαχείριση ακίνητης περιουσίας. | 95 | 0,03% |
| Ενοικίαση μηχανημάτων και εξοπλισμού χωρίς χειριστή, ενοικίαση ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης. | 94 | 0,03% |
| Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες. | 600 | 0,21% |
| Έρευνα και ανάπτυξη. | 130 | 0,05% |
| Άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες. | 9.061 | 3,21% |
| Λ . Δημόσια διοίκηση και άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση. | 18.295 | 6,49% |
| Δημόσια διοίκηση και άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση. | 18.295 | 6,49% |
| Μ . Εκπαίδευση. | 16.215 | 5,75% |
| Εκπαίδευση. | 16.215 | 5,75% |
| Ν . Υγεία και κοινωνική μέριμνα. | 10.264 | 3,64% |
| Υγεία και κοινωνική μέριμνα. | 10.264 | 3,64% |
| Ξ . Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού ή ατομικού χαρακτήρα. | 7.013 | 2,49% |
| Διάθεση λυμάτων και απορριμμάτων, υγιεινή και παρόμοιες δραστηριότητες. | 641 | 0,23% |
| Δραστηριότητες οργανώσεων | 1.161 | 0,41% |

| | | |
|---|--------|-------|
| μ.α.κ. | | |
| Ψυχαγωγικές, πολιτιστικές και αθλητικές δραστηριότητες. | 2.741 | 0,97% |
| Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών. | 2.470 | 0,88% |
| Ο . Ιδιωτικά νοικοκυριά που απασχολούν οικιακό προσωπικό. | 1.785 | 0,63% |
| Ιδιωτικά νοικοκυριά που απασχολούν οικιακό προσωπικό. | 1.785 | 0,63% |
| Π . Ετερόδοκοι οργανισμοί και όργανα. | 8 | 0,00% |
| Ετερόδοκοι οργανισμοί και όργανα. | 8 | 0,00% |
| ΣΤ. Κατασκευές. | 24.490 | 8,68% |
| Κατασκευές. | 24.490 | 8,68% |
| Χ. Δε δήλωσαν σαφώς τον κλάδο τους | 17.635 | 6,25% |
| Νέοι άνεργοι | 25.104 | 8,90% |

Πηγή : www.ditikiellada.gov.gr (ΕΣΥΕ, Έρευνα Επιχειρήσεων, 1995)

6.2.ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Πίνακας 6.5

| 6.2.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ |
|--|
| ✓ Η θέση της περιφέρειας στο εθνικό και διεθνές σύστημα μεταφορών |
| ✓ Το κλίμα και η γεωμορφολογία της. Το πλούσιο υδάτινο δυναμικό. Τα σημαντικά οικοσυστήματα |
| ✓ Ικανή αγροτική παραγωγή για την στήριξη μεταποιητικών δραστηριοτήτων |
| ✓ Η βιομηχανική παράδοση της περιφέρειας και πιο συγκεκριμένα του νομού Αχαΐας. Η ύπαρξη σημαντικών βιομηχανικών υποδομών (ΒΙΠΕ, ΝΑΒΙΠΕ) |
| ✓ Ύπαρξη επαρκούς και ικανού, επιστημονικού και ερευνητικού δυναμικού |
| ✓ Ικανοποιητικά μεγέθη της Πρωτεύουσας της Περιφέρειας για τη συγκράτηση εξειδικευμένων στελεχών. |
| ✓ Κατανόηση των πλεονεκτημάτων των νέων τεχνολογιών από τον επιχειρηματικό κόσμο. Ύπαρξη μεγάλου αριθμού δομών στήριξης. |
| ✓ Τηλεπικοινωνιακές υποδομές σε ικανοποιητικό επίπεδο |
| ✓ Οι πολιτιστικοί της πόλοι. |
| ✓ Η αξιοποίηση των διάφορων μεγάλων έργων που εκτελούνται στην περιφέρεια |
| ✓ Ικανοποιητικός αριθμός δομών κατάρτισης |

| |
|--|
| <p>✓ Η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων, η ανακήρυξη της Πάτρας ως Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης και άλλα πολιτιστικά γεγονότα (Καρναβάλι, φεστιβάλ) και η συνακόλουθη διεθνής προβολή τους.</p> |
| <p>✓ Τομεακοί σχεδιασμοί του Γ' ΚΠΣ στους τομείς: Παιδεία, Πολιτισμός, Δημόσια Διοίκηση, Υγεία, Μεταφορές</p> |
| <p>6.2.2 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ</p> |
| <p>✓ Η κρίση που έπληξε την περιφέρεια και ειδικότερα τον μεταποιητικό τομέα</p> |
| <p>✓ Το υψηλό ποσοστό απασχολούμενων στον γεωργικό τομέα</p> |
| <p>✓ Το μεγάλο ποσοστό των ορεινών και ημιορεινών περιοχών, η ανεπάρκεια υποδομών και η αποψίλωσή τους</p> |
| <p>✓ Το πολύ υψηλό ποσοστό των μακροχρόνια ανέργων με έμφαση σε πληθυσμιακές ομάδες όπως οι γυναίκες, οι οικονομικοί μετανάστες κλπ</p> |
| <p>✓ Χαμηλή ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος.</p> |
| <p>✓ Η ανεπάρκεια του σιδηροδρομικού δικτύου, η απουσία αεροπορικής υποδομής. Υπερβολική επιβάρυνση του οδικού δικτύου σε αστικό και υπεραστικό επίπεδο.</p> |
| <p>✓ Η ύπαρξη ως ένα βαθμό ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων στις τηλεπικοινωνιακές υποδομές.</p> |
| <p>✓ Χαμηλό επίπεδο εξυπηρέτησης των πολιτών.</p> |
| <p>✓ Η ενδεχόμενη στο μέλλον υποβάθμιση της θέσης της περιφέρειας λόγω της δημιουργίας νέων αρτηριών μεταφοράς εμπορευμάτων σε άλλες περιφέρειες και εκτροπής του μεταφορικού έργου</p> |

✓ Η ενδεχόμενη υποβάθμιση του περιβάλλοντος από ανεξέλεγκτες δραστηριότητες.

✓ Η ύπαρξη ως ένα βαθμό ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων.

Πηγή : <http://www.ditikiellada.gov.gr>

6.3 ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΟΚΑΡΝΑΝΙΑΣ

Η Αιτωλοακαρνανία καταλαμβάνει το δυτικό τμήμα της Στερεάς Ελλάδας και είναι ο μεγαλύτερος σε έκταση νομός της χώρας, με πληθυσμό που φτάνει τους 288.000 κατοίκους.

Με τρεις μεγάλους ποταμούς, έξι φυσικές και τρεις τεχνίτες λίμνες είναι η πλουσιότερη περιοχή της Ελλάδας σε επιφανειακά νερά. Η Αιτωλοακαρνανία διαθέτει ποικιλία τοπίων που σπάνια τα συναντά κάποιος συγκεντρωμένα στα πλαίσια ενός νομού . Με την ποικιλία και την απέραντη ομορφιά των τοπίων της έχει διαπλάσει το δικό της μοναδικό χαρακτήρα και έχει καταστεί απαραίτητος προορισμός για τους λάτρεις της φύσης, επισκέψιμος και γοητευτικός όλες τις εποχές του χρόνου.

6.3.1 ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ

6.3.1.1 ΚΑΣΤΡΟ ΑΝΤΙΡΙΟΥ

Ιδιαίτερη σημασία για την Αιτωλοακαρνανία έχει το Αντίρριο το οποίο αποτελεί σημαντικό συγκοινωνιακό κόμβο καθώς συνδέει την Αιτωλοακαρνανία με την Αχαΐα. Σήμερα σώζονται σημαντικά τμήματα από το Μεσαιωνικό κάστρο του. Το Κάστρο του Αντιρρίου κτίστηκε στα τέλη του 15^{ου} αι.



(Φώτο 6.2) Κάστρο Αντίρριου , λιμάνι Ναύπακτου

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

6.3.1.2 ΤΟ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ ΕΙΝΑΙ Η «ΙΕΡΗ ΠΟΛΗ» ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Το Μεσολόγγι είναι η «Ιερή Πόλη» της Ελλάδας και είναι κυρίως γνωστή από την ηρωική Έξοδο των «Ελεύθερων Πολιορκημένων» τον Απρίλιο του 1821. Αξιοθέατα μεταξύ άλλων είναι η Πύλη της Εξόδου, ο Κήπος των Ηρώων, το άγαλμα του Βύρωνα και τα μουσεία του. Το Μουσείο Τρικούπη, το σπίτι στο οποίο έζησε ο πρώτος πρωθυπουργός της Ελλάδας Σπυρίδων Τρικούπης και ο γιος του, επίσης μεγάλος πολιτικός ο Χαρίλαος Τρικούπης.

Το μουσείο Κωστή Παλαμά που είναι συνυφασμένο με την τοπική ιστορία, η Πινακοθήκη, και το Μουσείο Ιστορίας και Τέχνης Το Λαογραφικό Μουσείο.



(Φώτο 6.3) Άποψη Πλατείας Μεσολογίου
Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΑΕ)

Ιδιαίτερο χαρακτήρα του προσδίδει η λιμνοθάλασσα με τις ψαροκαλύβες. Στο μαγευτικό σκηνικό της λιμνοθάλασσας με τις ψαροκαλύβες, τις λεγόμενες Πελάδες, που έχουν χτιστεί μέσα στα νερά και στερεώνονται σε ξύλινους πασσάλους βρίσκουν τροφή και καταφύγιο περισσότερα από 200 είδη πουλιών από τα οποία 50 θεωρούνται σπάνια.



(Φώτο 6.4) Λιμνοθάλασσα Μεσολογίου
Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΑΕ)

Από τους πρόποδες της Βαράσοβας μέχρι τον κόλπο του Αστακού, τα δυο μεγάλα ποτάμια της Αιτωλοακαρνανίας, ο Αχελώος και ο Εύηνος, δημιούργησαν στο πέρασμα των αιώνων ένα τεράστιο σύμπλεγμα υγρότοπων . Γύρω από τις λίμνες δεσπόζουν ατάραχα τα βουνά της Αιτωλοακαρνανίας.

6.3.1.3 ΑΙΤΩΛΙΚΟ

Σε απόσταση 15 χλμ. από το Μεσολόγγι βρίσκεται το μικρό πυκνοκατοικημένο νησάκι που συνδέεται με τη ξηρά με μία γέφυρα 300 μ. και είναι ένα γραφικό χωριό με πολύχρονη ναυτική παράδοση.

Ξεχωριστή γοητεία διαθέτει η λιμνοθάλασσα του Μεσολογγίου-Αιτωλικού, όπου ζουν χιλιάδες πάπιες και πούλια.



(Φώτο 6.5) Αποψη Αιτωλικού Μεσολογγίου

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

6.4 ΝΑΥΠΑΚΤΟΣ



(Φωτο 6.6) Αποψη Λιμάνι Ναύπακτου
Πηγή : www.dytikiellada.gov.gr



(Φωτο 6.7) Αποψη Λιμάνι Ναύπακτου Πηγή : www.dytikiellada.gov.gr

Η Ναύπακτος είναι μια πανέμορφη γραφική πόλη κτισμένη αμφιθεατρικά, έχει ένα καλοδιατηρημένο Βενετσιάνικο κάστρο και διαθέτει ωραίο λιμάνι με 2 γραφικούς πύργους στην είσοδο του.

Η περιήγηση στο Κάστρο της Ναυπάκτου προκαλεί στον επισκέπτη απέραντο θαυμασμό. Το Κάστρο έχει πέντε αμυντικές ζώνες από την κορυφή του λόφου Ιτς Καλέ ως το λιμάνι.

Στην περιοχή της ορεινής Ναυπάκτου μπορείτε να πραγματοποιήσετε μια υπέροχη διαδρομή ανάμεσα σε γραφικά χωριά και πυκνά ελατοδάση και να φτάσετε στο παραδοσιακό χωριό Άνω Χώρα, που το περιτριγυρίζει ένα δίκτυο μονοπατιών ειδικό για περιπάτους αναψυχής.



Φώτο 6.8 Άποψη λιμανιού Ναυπάκτου

Πηγή: www.ditikiellada.gov.gr



(Φώτο 6.9) Κάστρο Ναύπακτου

Πηγή : www.dytikiellada.gov.gr





(Φώτο 6.10) Κάστρο Ναύπακτου

Πηγή : www.dytikiellada.gov.gr

6.4.1 ΠΑΡΑΛΙΕΣ

Φημισμένη για τον πλούσιο οικολογικό της πλούτο η Αιτωλοακαρνανία διαθέτει άφθονες ακτές και όμορφα ακρογιάλια.





(Φωτο 6.11) Άποψη Παραλιών Αιτωλ/νίας

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

6.4 ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ

Ο Νομός Ηλείας συγκεντρώνει το 1,8% του πληθυσμού της χώρας. Τις δυο τελευταίες δεκαετίες η μεταβολή του πληθυσμού αυτού παρουσιάζεται ως εξής : Το διάστημα 1981- 1991 αυξήθηκε κατά 11,9% ποσοστό μεγαλύτερο τόσο από το 7,9% της Περιφέρειας Δυτ. Ελλάδος όσο και από το 5,3% του συνόλου της Ελλάδος. Για την περίοδο 1991-2001 παρατηρήθηκε αύξηση κατά 7,9 % έναντι του 4,7% της Περιφέρειας και του 6,9% της χώρας. Επίσης από τους 22 δήμους της Ηλείας η μεγαλύτερη αύξηση πληθυσμού παρατηρείται στο Δήμο Φολόης (27,3%) στο Δήμο Γαστούνης (23,2%) ,στο Δήμο Τραγανού (21,2%) στο Δήμο Αλιφείρας (20,8%) και στο Δήμο Αμαλιάδας (20.7%)

Η συμμετοχή του νομού στο ΑΕΠ της χώρας διατηρείται σταθερή τα τελευταία χρόνια (στην περιοχή αναλογεί το 1,1%) του ΑΕΠ. Στην Γεωργία αναλογεί το 24% του προϊόντος του νομού και εκεί παράγεται το 3,8% του συνολικού γεωργικού προϊόντος της χώρας.

Ακόμη, είναι η δεύτερη παραγωγός περιοχή πατάτας και τομάτας με 13,6% και 11,3% της παραγωγής της χώρας αντίστοιχα ,η 4^η παραγωγός γάλακτος με 3,9 % ,η 5^η στην παραγωγή εσπερίδων με 6% , και 6^η στην παραγωγή τυριού με 4% και η 7^η ελαιόλαδου με 5,4 % συνολικής παραγωγής.

Πηγή: www.ditikiellada.gov.gr

6.4.1 ΠΥΡΓΟΣ

Ο Πύργος , πρωτεύουσα του νομού, είναι κτισμένος σε λόφο και πηρέ το όνομα του από τον πύργο που έκτισε ο έπαρχος Τσερνοτας το 1520. Από την παλιά πόλη σώζονται η Δημοτική Αγορά (φώτο 6.9) και το Δημοτικό Θέατρο (φώτο 6.10) που είναι δυο όμορφα νεοκλασικά του Αρχιτέκτονα Τσίλερ. Κοντά στο Πύργο το γραφικό λιμάνι του Κατακόλου(φώτο 6,11) που προσεγγίζουν καθημερινά μεγάλα κρουαζιερόπλοια ,ενώ διαθέτει και μια υπερσύγχρονη μαρίνα.

Η περιοχή συνδυάζει θάλασσα και βουνό ,στις πλαγιές του οποίου είναι κτισμένος ο Άγιος Ανδρέας.



(Φώτο 6.12) Δημοτική αγορά Πύργου

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



(Φώτο 6.13) Δημοτικό Θέατρο Πύργου

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



(Φώτο 6.14) Λιμάνι Κατακόλου

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

6.4.2 ΟΛΥΜΠΙΑ



(Φώτο 6.15) Αφή Ολυμπιακής Φλόγας

Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Αφιερωμένη στον Πατέρα των Θεών Ολύμπιο Δία, η Ολυμπία είναι ο τόπος που γεννηθήκαν και τελούνταν κατά την αραιότητα οι Ολυμπιακοί Αγώνες .Σήμερα αποτελεί το παγκόσμιο σημείο αναφοράς ,η ιερή πόλη ,σύμβολο ειρήνης ,εκεχειρίας και συναδελφосύνης των λαών .

Σε μια ειδυλλιακή γαλήνια κοιλάδα, ανάμεσα στον Κρόνιο Λόφο και την συμβολή των ποταμών Αλφειού και Κλαδέου αναπτύχθηκε στη Αρχαιότητα ένα από τα πιο αξιόλογα ιερά. Το Ιερό της Αρχαίας Ολύμπιας που ονομάστηκε Άλτις, δηλαδή Άλσος

Στον περίβολο της περιλαμβάνονται τα κυριότερα θρησκευτικά οικοδομήματα και αναθήματα του ιερού ενώ στο ευρύτερο χώρο ανελήφθησαν κατοικίες ιερών ,λουλουδιών ,εγκαταστάσεις

προετοιμασίας Αθλητών ,ξενώνες κλπ. Πηγή : Επιμελητήριο Ηλείας , Ταξιδεύοντας στην Ηλεία (Τουριστικός οδηγός νομού 2007)

6.4.2 .1 ΤΟ ΙΕΡΟ ΤΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ : Η ΑΛΤΗ

Στην Ιερή Άλτη (άλσος) της Ολύμπιας η ζωή άρχισε με την αυγή των προϊστορικών χρόνων (2300-2100 π.χ).Σταδιακά από τον 8^ο αιώνα π.Χ και μέχρι την ρωμαιοκρατία στο καταφύγιο Ιερό της Ολύμπιας οργανώνεται το πληρέστερο σύνολο αθλητικών εγκαταστάσεων και λατρευτικών κτιρίων.

Εξέχουσα θέση ανάμεσα στα κτίρια είχε ο **Ναός του Δια**. Μέσα στο ναό, στο βάθος του κεντρικού κλίτους του σηκού, καθισμένο σε θρόνο βρισκόταν το χρυσελεφάντινο άγαλμα του Δια ,έργο του Φειδία.

Ναός της Ήρας : χρονολογείται στα 600 π.χ περίτερος δωρικού ρυθμού. Στο σηκό του ναού βρέθηκε το 1877 το άγαλμα του Έρμη του Πραξιτέλη.

Το Μητρόο: δωρικός περιπτερος ναος των σρχων του 4^{οο} αιωνα π.χ

Το Πρυτανείο των Ηλείων.

Το Φιλιπείο ήταν αριστουργηματικό μαρμάρινο ,κυκλικό οικοδόμημα, με ιωνικούς κίονες και κωνική στέγη που κατέληγε σε μεγάλο αναθεμωτό ακροατήριο.



(Φώτο 6.16) Άποψη αρχαιολογικού χώρου-το Ιερό της Ολυμπίας

Πηγή : Επιμελητήριο Ηλείας , Ταξιδεύοντας στην Ηλεία (Τουριστικός οδηγός νομού 2007)



(Φώτο 6.17) Άποψη Εξωτερικού Χώρου Αρχαίων Ολύμπιας

Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

6.4.2.2 ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ

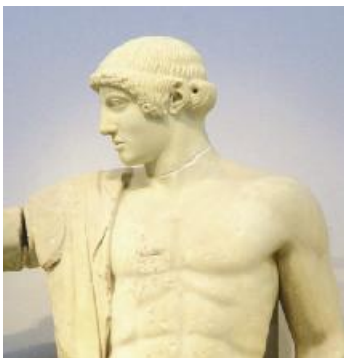
ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Τα ευρήματα που ανακαλυφθήκαν κατά την διάρκεια των ανασκαφών εκτίθενται στο Αρχαιολογικό Μουσείο της Ολυμπίας .Τα δυο αετώματα του Ναού του Δια είναι τα λαμπρότερα δείγματα της αρχαίας ελληνικής γλυπτικής και μάλιστα από την εποχή της μέγιστης ακμής της . Το ανατολικό αέτωμα απεικονίζει την προετοιμασία της μυθικής αρματοδρομίας Πέλοπα και Οινόμαχου ,βασιλιά της ομηρικής Πίσσας

ενώ στο δυτικό αέτωμα (Φώτο 6.16) απεικονίζεται το αγαπημένο θέμα της πάλης ανάμεσα στους Κενταύρους και τους Λαπίθες με την εξάισια μορφή του Απόλλωνα στο μέσο (Φώτο 6.17).



(Φώτο 6.18) Προετοιμασία μυθικής αρματοδρομίας
Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



(φωτο 6.19) Απόλλωνας
Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



(Φώτο 6.20) 12 Άθλοι του Ηρακλή

Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Οι μετόπες του ναού παριστάνουν τους 12 Άθλους του Ηρακλή (Φώτο 6.20) : την προσφορά των Στυμφαλλίδων Όρνιθων στην Αθηνά, την προσκομιδή στον Ηρακλή των μήλων των Εσπερίδων από τον Άτλαντα κ.α

Το άγαλμα της Νίκης του Παιωνίου (Φώτο 6.21) ,καθώς κατεβαίνει από τον ουρανό ,είναι από σπουδαιότερα γλυπτά των κλασικών χρόνων και ήταν ανάθημα των Μεσσηνίων και Ναυπακτιών του 421 π.Χ



(φώτο 6.21) Το άγαλμα της Νίκης του Παιωνίου
Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Αλλά εκθέματα του μουσείου είναι το πήλινο σύμπλεγμα του Δια με τον Γανυμήδη (φώτο 6.22) ,το κολοσσιαίο κεφάλι που αποδίδεται στο λατρευτικό άγαλμα της Ηρας ,και το περίφημο άγαλμα του Έρμη του Πραξιτέλη ,με το νεογέννητο Διόνυσο, που εκτίθεται σε ιδιαίτερη αίθουσα του μουσείου.



(φώτο 6.22) Το πήλινο σύμπλεγμα του Δια με τον Γανυμήδη
Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

ΜΟΥΣΕΙΟ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΑΡΧΑΙΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Το πρώτο περιφερειακό Αρχαιολογικό Μουσείο Ελλάδας ,κτίστηκε στα 1883 -1886 με δωρεά του Α.Συγγρού, επ' ευκαιρία των πρώτων Ολυμπιακών Αγώνων. Από το Μάιο του 2004,μετα την ανακαίνιση του λειτουργεί σαν μουσείο Αρχαίων Αγώνων ,με εκθέματα και από άλλες πόλεις της Αρχαίας Ελλάδας.

6.4.3 ΑΡΧΑΙΑ ΗΛΙΔΑ

Η Αρχαία Ήλιδα ήταν η διοργανώτρια πόλη Ολυμπιακών Αγώνων .Γύρω στο 471 π.Χ οι αγροτικοί Δήμοι του Κάμπου του Πηνειού ενωθήκαν και δημιούργησαν την πόλη κράτος Ήλιδα, που έγινε πρωτεύουσα της .Κεντρικό γεγονός στη ζωή της Ήλιδας και κυρία πηγή πλουτισμού ήταν η διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων .

Στην πόλη υπήρχε ένα μεγάλο υπαίθριο γυμνάσιο ,φυτεμένο με πολλά πλατάνια ,όπου έρχονταν για προπόνηση οι αθλητές που λάμβαναν μέρος στους Ολυμπιακούς Αγώνες ,τουλάχιστον ένα μήνα πριν. Όλοι αυτοί οι αθλητές καθώς και οι συγγενείς τους που τους συνόδευαν μετέτρεπαν κάθε τέσσερα χρόνια την Ήλιδα στο πιο κοσμοπολίτικο κέντρο της Ελλάδας.

Εκτός από το μεγάλο γυμνάσιο υπήρχαν εκεί κοντά και δυο μικρότερα ,σ ένα τα οποία βρισκόταν το βουλευτήριο των Ηλείων. Από το Μάιο του 2004 λειτουργεί το επιβλητικό μουσείο της Αρχαίας Ήλιδας (φώτο 6.23).

Σημαντικό είναι το θέατρο Αρχαίας Ήλιδας (Φώτο 6.24)στο οποίο τα τελευταία χρονιά γίνονται παραστάσεις αρχαίου θεάτρου.



(φώτο 6.23)Μουσείο της Αρχαίας Ήλιδας (φώτο 6.24) Θέατρο της Αρχαίας Ήλιδας
Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

6.4.4 Ο ΝΑΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΚΟΥΡΕΙΟΥ ΑΠΟΛΛΩΝΑ

Ένας υπέροχα διατηρημένος ναός ,έργο του Ικτίου ενός από τους δυο αρχιτέκτονες του Παρθενώνα. Τώρα βρίσκεται ανάμεσα σε αγρία βουνά και σε υψόμετρο 1.100 μ. Χτίστηκε περίπου το 410-400π.χ από τους κατοίκους της κοντινής της αρχαίας πόλης Φιγαλίας προς τιμή του Επικούρειου Απόλλωνα ο οποίος τους έσωσε από το λοιμό που ξέσπασε κατά τη διάρκεια του Πελοποννησιακού πολέμου. Ο ναός εξωτερικά έχει μια μόνη σειρά δωρικού ρυθμού ολόγυρα του, με ιωνικά στοιχεία στο εσωτερικό του και ,στο νότιο τμήμα του υπάρχει επίσης το πρώτο δείγμα κορινθιακών κιόνων.

Γύρω από τη Ολυμπία υπήρχαν σημαντικές Αρχαίες πόλεις όπως η Αρχαία Σκιλούντία (φώτο 6.25) .Οι κάτοικοι της Σκιλούντίας έκτισαν

το περίφημο ναό της Ήρας στην Ολυμπία. Σημαντική πόλης ήταν και η Αρχαία Αλίφειρα με το ναό της Αθηνάς.(φώτο 6.26)



(Φώτο 6.25) Αρχαία Σκιλουντία



(Φώτο 6.26) Η Αρχαία Αλίφειρα με το ναό της Αθηνάς

Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

6.4.5 ΚΑΣΤΡΟ ΧΛΕΜΟΥΤΣΙ

Το κάστρο χτίστηκε εξ αρχής από τους Φράγκους και ονομάστηκε Clermont, οπότε στα Ελληνικά έγινε Χλεμούτσι (Φώτο 6.27).

Από την κορυφή του λόφου προστάτευε το φημισμένο εμπορικό λιμάνι της Γλαρέντζας και την πρωτεύουσα του πριγκιπάτου Ανδραβίδα, εξασφαλίζοντας τον έλεγχο της περιοχής που αποτελούσε το κέντρο των Φραγκικών κτήσεων στον Μόρια, η οποία γνώρισε ιδιαίτερη ακμή και αίγλη κατά την εποχή των Βιλλεαρδοίνων.

Το κάστρο αποτελείται από δυο περιβόλους. Ο εξωτερικός περίβολος έχει σχήμα πολυγωνικό. Στην περίμετρο των τειχών του διατηρούνται ερείπια κτιρίων που ανήκουν στην αρχική κατασκευή του 13ου αιώνα, ενώ στο εσωτερικό του σώζονται ίχνη κτισμάτων, από τα οποία επιμελέστερης κατασκευές είναι ένα τουρκικό τζαμί.



(φώτο 6.27) Κάστρο Χλεμούτσι

Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



(Φώτο 6.28) Άποψη πόλης Κάστρου

Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

6.4.6 120 ΧΙΛ. ΧΡΥΣΕΣ ΠΑΡΑΛΙΕΣ

Η Ηλεία με περισσότερα από 120 χλμ. αμμουδιάς που συνδυάζεται σε πολλές περιπτώσεις με πυκνό δάσος αποτελεί ιδανικό προορισμό για όσους αναζητούν μια δική τους παραλία .Με απέραντες αμμουδιές και καταγάλανη θάλασσα, που καταπίνει τον ήλιο σε ένα εκπληκτικό ηλιοβασίλεμα. Το κολύμπι ,τα θαλασσιά σπορ και η ηλιοθεραπεία είναι στην περιοχή αυτή αληθινή απόλαυση. Από τις πιο ξακουστές παραλίες της Ηλείας: Κουνουπέλη, Κυλλήνη, Αρκούδι, Γλύφα, Βαρθολομιά, Κουρούτα, Σκαφιδιά , Άγιος Ανδρέας ,Καϊάφας, Ζαχάρω, Κακόβατος, Γιανιτσοχώρι.(Φώτο 6.29)

Ο Καϊάφας έχει μια από τις πιο ομορφότερες παραλίες με αμμουδιά αμμολόφους και ένα εκπληκτικό πευκόδασος.

Η περιοχή μαζί με την λίμνη έχει χαρακτηριστεί ως απείρου φυσικού κάλους και προστατεύεται ως χαρακτηριστεί ως απείρους κάλους και προστατεύεται από την Συνθήκη Ramsar.(βλέπε παράρτημα Α΄)





Ελλάδας

Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

(φώτο 6.29) Άποψη Παραλιών Δυτικής

Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής

6.4.7 ΛΙΜΝΗ ΚΑΪΑΦΑ



(φώτο 6.30) Λίμνη Καϊάφα

Πηγή : Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Η λίμνη Καϊάφα είναι μια από τις φυσικότερα όμορφες περιοχές στην Ηλεία. Είναι ο τέλειος συνδυασμός όλων των στοιχείων του συνδυασμού φύσης (φώτο 6.30). **Θέση:** Η λίμνη Καϊάφα βρίσκεται στο νότιο μέρος του διαμερίσματος της Ηλείας, κατά μέρος του βουνού ΛΑΠΠΘΑ . Μεταξύ ενός μεγαλοπρεπούς φυσικού περιβάλλοντος (βουνό - θεραπευτικά λουτρά - θάλασσα) .

Η λίμνη διαμορφώθηκε από τις μεγάλες δονήσεις σεισμού που χαρακτηρίστηκαν κατά τη διάρκεια του 6^{ου} αιώνα και είχε ως συνέπεια την καθίζηση του εδάφους και η διαμόρφωση της λίμνης με τον ταυτόχρονο αποσύρμα των ορεινών κομματιών που διαμόρφωσαν την περιβάλλουσα περιοχή στη θέση που κλήθηκε σήμερα ως «κλειδί» στη ανατολικά λίμνη.

Σήμερα η λίμνη καλύπτει την επιφάνεια 15000 τετρ.μέτρων, κατά προσέγγιση. Έχει το μήκος 3 χλμ, πλάτους 500-600 μέτρα και βάθους που φθάνει περισσότερο από στα 2 μέτρα. Όλα τα ανωτέρω αποτελούνται από ένα πολύ μοναδικό οικοσύστημα που δεν βρίσκεται οπουδήποτε αλλού στον κόσμο, ο οποίος περιέχει τα ψάρια, τα χέλια, τα φίδια, τις χελώνες και πολλά αποδημητικά πουλιά. Αυτή η μοναδική σύνθεση συμπληρώνεται από ένα θαυμάσιο δάσος .

Μέσα στη λίμνη υπάρχει το νησάκι **Αγία Αικατερίνη** από την εκκλησία ομώνυμων που βρίσκεται εκεί. Μεταξύ της λίμνης και της ακτής, το δάσος Στροφιλία .

Το δάσος καλύπτει κατά προσέγγιση μια έκταση 15000 τετρ.μέτρων. Επίσης, η όμορφη αμμώδης ακτή φθάνει στο μήκος περίπου 6 χιλιομέτρων, και ο λόφος **Λαπίθα** με το ύψος 744 μέτρων.

Όλα τα ανωτέρω στοιχεία αποτελούν ένα ενιαίο παρθένο οικοσύστημα που θεωρείται ένα από τα πολλά ως μοναδικά στον κόσμο. Λέγεται ότι κάτω από τη λίμνη υπάρχει μια βυθισμένη αρχαία πόλη και όταν το νερό είναι καθαρό, οι ψαράδες είναι σε θέση να δουν τεράστιους βράχους που ίσως προέκυψαν από τα συντρίμια . Άλλοι πάλι λένε ότι η λίμνη περιέχει ένα ανενεργό ηφαίστειο. Φυσικά όλα αυτά είναι ακριβώς εικασίες.

Η λίμνη με τις διαστάσεις που έχει, αποτελεί ένα θαυμάσιο θαλάσσιο-αθλητικό κέντρο , πολλών διαφορετικών θαλασσίων δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται εκεί όπως κωπηλασία θαλάσσιο σκι και τα λοιπά.

Πηγή : Επιμελητήριο Ηλείας , Ταξιδεύοντας στην Ηλεία (Τουριστικός οδηγός νομού 2007)

6.4.7.1 ΤΑ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΑ ΛΟΥΤΡΑ ΤΟΥ ΚΑΪΆΦΑ

Οι φυσικές θερμές πηγές και τα SPA που βρίσκονται στη λίμνη του Καϊάφα είναι γνωστές σε όλο τον κόσμο. Αυτές οι μοναδικές SPA, πλήρεις των φυσικών θεραπεύοντας στοιχείων, προσελκύουν έναν τεράστιο αριθμό ανθρώπων.

Το κέντρο υδροθεραπείας της λίμνης Καϊάφα είναι ένα που είναι εξαιρετικά δημοφιλές με τους επισκέπτες όλων των ηλικιών, από όλα τα κοινωνικά στρώματα. Εδώ, κάποιος μπορεί απλά να βυθίσει στα θερμικά ύδατα, και να αισθανθεί το μαγικό των εργασιών φύσης .

Πηγή : Επιμελητήριο Ηλείας , Ταξιδεύοντας στην Ηλεία (Τουριστικός οδηγός νομού 2007)

6.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

6.5.1 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η τουριστική ανάπτυξη με την ευρεία έννοια του όρου σημαίνει ανοδική εξέλιξη του τουρισμού ως ενός από τους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας μιας χώρας. Η ανάπτυξη αυτή είναι εφικτό να συντελεστεί με την πληρέστερη αξιοποίηση και την ορθολογικότερη εκμετάλλευση των ανεπαρκών τουριστικών πόρων, με την αύξηση της παραγωγής (δηλ. των τουριστικών προϊόντων) και την ποιοτική βελτίωσή τους. Η ποιοτική τουριστική ανάπτυξη είναι εφικτό να γίνει πέραν της αξιοποίησης των πόρων και της μεγαλύτερης δυνατής απόδοσής τους και μέσω διαρθρωτικών αλλαγών στην παραγωγική διαδικασία, τόσο θεσμικών, όσο και οργανωτικών. Αυτό όμως που μπορεί να συντελέσει στην τουριστική ανάπτυξη είναι η προσαρμογή της στις ανάγκες και στις επιθυμίες των τουριστών / καταναλωτών, δηλαδή στην τουριστική ζήτηση. (Πηγή: Χ. Κοκκώσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο)

Για να επιτευχθεί λοιπόν η τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα βασικά συστατικά στοιχεία της. Δηλαδή:

- § Η τουριστική ζήτηση, ως αποτέλεσμα των ειδικότερων κινήτρων που ωθούν τον τουρίστα να ταξιδέψει,
- § Οι τουριστικοί πόροι μιας χώρας ή μιας συγκεκριμένης περιοχής, η ύπαρξη σημαντικών πόρων και ο τρόπος αξιοποίησής τους δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα,
- § Τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης της συγκεκριμένης περιοχής (π.χ. παραθαλάσσια θέρετρα μαζικού τουρισμού),

§ Οι φορείς και οι ομάδες συμφερόντων που εμπλέκονται στην παραγωγική διαδικασία των τουριστικών προϊόντων και οι τουριστικές επιχειρήσεις,

§ Η τουριστική πολιτική που διαμορφώνεται. Από τη δεκαετία του 1970 υπήρξε μια πληθώρα τουριστικών πολιτικών , προγραμμάτων και σχεδίων διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης από ένα σύνολο παραγόντων και φορέων σε διεθνές, ευρωπαϊκό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

6.5.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Στη διαμόρφωση της τουριστικής ανάπτυξης, στα στάδια και στα πρότυπα που διαμορφώνονται, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, πέντε είναι οι ομάδες παραγόντων που συμβάλλουν καθοριστικά. Ειδικότερα αναφέρονται:

(Πηγή: Χ. Κοκκώσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο)

1. Οι διεθνείς ή υπερεθνικοί φορείς και οργανισμοί που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη. Στην ομάδα αυτή ανήκουν φορείς και οργανισμοί σχετικοί με την παγκόσμια ανάπτυξη
2. [ΟΗΕ (Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών), Ευρωπαϊκή Ένωση, ΟΟΣΑ(Οοργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης,) Ευρωπαϊκή τράπεζα, κ.α.]και φορείς και οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό [WTO (World Tourism Organization) , φορείς που εκπροσωπούν κλαδικά συμφέροντα στον τουριστικό τομέα, επιστημονικοί σύλλογοι, οι οποίοι μελετούν την ανάπτυξη του τουρισμού]. Οι παραπάνω φορείς εμπλέκονται με διάφορους τρόπους

στον τουρισμό. Ενδεικτικά αναφέρουμε: τη χρηματοδότηση πολλών προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης διαφόρων περιοχών , την επιστημονική μελέτη του τουριστικού φαινομένου και ζητημάτων σημαντικών για την τουριστική ανάπτυξη, την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία συμβάλλουν στην ανάπτυξη προτύπων ήπιας και βιώσιμης ανάπτυξης κ.α.

3. Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο τουριστικό τομέα .στην ομάδα αυτή ανήκουν οι tour-operators, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, οι αεροπορικές εταιρείες οι επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής , οι επιχειρήσεις χερσαίων και θαλάσσιων μεταφορών , οι επιχειρήσεις διαχείρισης θεματικών πάρκων κ.λ.π. οι επιχειρήσεις αυτές επηρεάζουν καθοριστικά τις διαδικασίες οργάνωσης και μεγέθυνσης του τουρισμού.
4. Πολιτικές συνδεδεμένες άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη σε υπερεθνικό, εθνικό ή τοπικό επίπεδο. Τέτοιου είδους πολιτικές είναι για παράδειγμα: α) Πολιτική περιφερειακής ανάπτυξης , β) Πολιτική ενίσχυσης του αγροτικού τομέα, γ) Πολιτική προστασίας και διαχείρισης του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.
5. Φορείς και ομάδες συμφερόντων σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, που συνδέονται με τη σχεδίαση, την οργάνωση, τη διαχείριση και την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης. Στην ομάδα αυτή ανήκουν: α) οι επιχειρήσεις τουρισμού σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, β) άτομα ή εταιρείες που ασχολούνται με την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης, μέσω αγοροπωλησιών γης, επενδύσεων σε τουριστικές επιχειρήσεις και παροχής χρηματοοικονομικών συμβούλων

σε αλλοδαπούς και ημεδαπούς επιχειρηματίες, γ) οι φορείς εθνικής, περιφερειακής ή τοπικής πολιτικής εκπροσώπησης, δ) οι οργανώσεις που ασχολούνται με την τοπική ανάπτυξη ή την προστασία του περιβάλλοντος και ε) οι κοινωνικο-επαγγελματικές ομάδες του πληθυσμού.

6. Παράμετροι της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς σε διεθνές και εθνικό επίπεδο. Οι κυριότερες παράμετροι της τουριστικής ζήτησης είναι οι διεθνείς τάσεις της ζήτησης (π.χ. μαζικός τουρισμός) , η διαφήμιση, το μάρκετινγκ, η γεωγραφική θέση της περιοχής κ.λ.π) όσον αφορά τις παραμέτρους της προσφοράς , σημασία έχουν οι πόροι που διαθέτει ή σκοπεύει να έχει ο τόπος υποδοχής, όπως οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της περιοχής, οι ανθρωπογενείς πόροι και οι υποδομές και οι υπηρεσίες.

Οι παραπάνω παράγοντες δρουν συνθετικά και συνδυασμένα στις διαφορετικές φάσεις ανάπτυξης του τουρισμού διαμορφώνοντας συχνά τα πρότυπα ανάπτυξης και αναδεικνύοντας τις τάσεις του τουρισμού, σε παγκόσμιο, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Πηγή: Χ. Κοκκώσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

6.5.3 ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ – ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Με τον όρο «επιπτώσεις» οροθετούνται όλες οι αλλαγές που επέρχονται στην οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον των περιοχών ή των χωρών που αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα.

Οι κυριότερες επιπτώσεις του τουρισμού κατηγοριοποιούνται ως εξής :

- Οικονομικές επιπτώσεις , που αφορούν τα παρακάτω ζητήματα:
 1. Απασχόληση. Ο τομέας του τουρισμού είναι ένας τομέας έντασης εργασίας σε πολλούς διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας μιας χώρας. Δημιουργεί ‘ένα μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας συχνότερα εποχιακού χαρακτήρα και χαμηλών προσόντων σε γνώσεις και δεξιότητες . Απ’ την άλλη είναι πολύ έντονη η δημιουργία της αυτοαπασχόλησης , τόσο σε καταστήματα που λειτουργούν υποστηρικτικά προς τον τουρισμό όπως για παράδειγμα εμπορικά καταστήματα, όσο και σε μονάδες κατάλυσης τουριστών. Τα τελευταία χρόνια έντονη είναι η σύνεση του τουρισμού με άλλους παραγωγικούς τομείς της οικονομίας, όπως η γεωργία και οι βιοτεχνικές – μεταποιητικές μονάδες προϊόντων του πρωτογενή τομέα, με στόχο την αύξηση των εισοδημάτων και τη συγκράτηση του πληθυσμού σε συγκεκριμένες οικονομικές και παραγωγικές δομές.
 2. Περιφερειακή ανάπτυξη. Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει τα μέγιστα σε περιοχές ορεινές, απομακρυσμένες , ενισχύοντας την απασχόληση, αυξάνοντας τα εισοδήματα , συγκρατώντας τον τοπικό πληθυσμό και βελτιώνοντας το βιοτικό τους επίπεδο, μειώνοντας τις ενδοπεριφερειακές ανισότητες.
 3. Επιδράσεις στην οικονομία.. Τα χρήματα που δαπανούν οι τουρίστες διοχετεύονται μέσω των τουριστικών και λοιπών επιχειρήσεων σε άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας για την αγορά διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών με αποτέλεσμα να τονώνεται η εγχώρια παραγωγική , αλλά και εμπορική

δραστηριότητα σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

4. Ισοζύγιο πληρωμών. Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική συναλλαγματική πηγή μιας χώρας και καλύπτει ένα μεγάλο ποσοστό του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών.
 5. Πληθωριστικές πιέσεις. Μία απ' τις επιπτώσεις του τουρισμού είναι η αύξηση των τιμών και του κόστους ζωής ιδιαίτερα στις περιοχές όπου η ανάπτυξη του τουρισμού είναι μαζική και οργανωμένη. Επίσης η ζήτηση για τουριστικές δραστηριότητες δημιουργεί έντονες πληθωριστικές πιέσεις και στις τιμές της γης, ενθαρρύνοντας την κερδοσκοπία.
- Κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις, οι οποίες ενδεικτικά αφορούν τα παρακάτω:
 1. Στην κοινωνική δομή της περιοχής που αναπτύσσεται ο τουρισμός.
 2. Στην επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα: νέες θέσεις εργασίας, αύξηση εισοδημάτων κλπ
 3. Στην επικοινωνία μεταξύ ντόπιου πληθυσμού και τουριστών με αποτέλεσμα τις αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα.
 4. Στην εμπορευματοποίηση του τοπικού πληθυσμού. Στις τουριστικές περιοχές, ο πολιτισμός, τα έθιμα, τα τοπικά προϊόντα (γεωργικά ή βιοτεχνικά) μετατρέπονται σε τουριστικά προϊόντα και τουριστικές υπηρεσίες κατά την παραμονή του τουρίστα.

- Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις αποτελούν πλέον σημαντικό παράγοντα στην ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Κυρίως αφορούν:

1. Στο φυσικό περιβάλλον , όπου η ανάπτυξη έργων υποδομής ή ανωδομής τουριστικών δραστηριοτήτων επηρεάζουν την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος.
2. Στην προώθηση της ανάπτυξης παραδοσιακών οικιστικών συνόλων όπου σε συνδυασμό με το φυσικό περιβάλλον δημιουργούν την ανάπτυξη ενός ιδιότυπου τουριστικού πόρου για την προσέλκυση των τουριστών.
3. Στο δυσανάλογο αριθμό επισκεπτών σε σχέση με την ικανότητα της χώρας υποδοχής να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους , δημιουργώντας ιδιαίτερα προβλήματα στη ζωή των κατοίκων.
4. Στις αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον, στη χωροταξία και στην πολεοδομία. Στόχος μιας ισορροπημένης τουριστικής ανάπτυξης είναι η διαχείριση, η προστασία και ο έλεγχος του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.

Πηγή: Χ. Κοκκόσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

6.5.4 ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

6.5.4.1 ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Οι τουριστικές περιοχές αναπτύσσονται συνήθως μέσα από μία εξελικτική πορεία τριών διαδοχικών σταδίων ανάπτυξης, το καθένα από τα οποία έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά, κοινωνικά, παραγωγικά, τουριστικά, ανάλογα με την οργάνωση και τον τύπο του τουρισμού. Βασικές παράμετροι που λαμβάνονται υπόψη σε κάθε ένα στάδιο ανάπτυξης είναι οι αλλαγές στην τοπική κοινωνική και οικονομική δομή, οι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτές τις αλλαγές (επιχειρηματίες ντόπιοι και ξένοι , τουρίστες , κράτος , κοινωνικοί φορείς κ.λ.π.) και τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης , τα οποία αφορούν κυρίως στην προσφορά και στα χαρακτηριστικά της ζήτησης.

Τα 3 στάδια της τουριστικής ανάπτυξης παραθέτονται στους παρακάτω πίνακες :

| Αλλαγές στην τοπική κοινωνικοοικονομική δομή | Παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτές τις αλλαγές | Χαρακτηριστικά τουριστικής ανάπτυξης |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Η περιοχή ανακαλύπτεται συνήθως από τουρίστες ή επιχειρηματίες από άλλη περιοχή της χώρας • Σταδιακή και αργή αλλαγή των παραγωγικών δομών της περιοχής με στροφή προς τις υπηρεσίες • Πρώτες ενδείξεις αστικοποίησης σε σημαντική μερίδα του πληθυσμού(ιδιαίτερα στους νέους) • Οι τουρίστες αντιμετωπίζονται ως φιλοξενούμενοι από τους ντόπιους ή ως φορείς διαφορετικών αντιλήψεων | <ul style="list-style-type: none"> • Ντόπιοι επιχειρηματίες • Νέοι της περιοχής • Επιχειρηματίες από άλλη περιοχή της χώρας • Τουρίστες ημεδαποί • Τουρίστες αλλοδαποί • Πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης τοπικής ή εθνικής εμβέλειας • Η προβολή κάποιου ειδικού τουριστικού πόρου(ποτάμι, λίμνη) | <ul style="list-style-type: none"> • Πρώτη υποτυπώδης υποδομή (καταλύματα, πανδοχεία) σε ξενοδοχεία και επιχειρήσεις εστίασης (εστιατόρια) • Μικρός αριθμός τουριστών που ταξιδεύουν αυτόνομα και επιθυμούν τη διαμονή σε περιοχές ήσυχες με καθαρό φυσικό περιβάλλον • Ανύπαρκτη διαφημιστική «εικόνα»στις τουριστικές αγορές του μαζικού οργανωμένου τουρισμού • Πρώτες μικρής εμβέλειας τουριστικές επενδύσεις |

Πηγή: Χ. Κοκκόσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

| Αλλαγές στην τοπική κοινωνικοοικονομική δομή | Παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτές τις αλλαγές | Χαρακτηριστικά τουριστικής ανάπτυξης |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ταχύτατες αλλαγές στην κοινωνική και παραγωγική δομή: εγκατάλειψη όλων των κλάδων και στροφή στην απασχόληση (άμεση ή έμμεση) στον τουρισμό • Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα (ιδιαίτερα από νέους και γυναίκες) με στόχο τα τουριστικά επαγγέλματα • Υιοθέτηση των καταναλωτικών και κοινωνικών προτύπων των αστικών κέντρων από μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού • Οι σχέσεις των τουριστών με τους ντόπιους γίνονται σταδιακά «σχέσεις εμπορικής συναλλαγής» | <ul style="list-style-type: none"> • Τουριστικές επιχειρήσεις εθνικής εμβέλειας (πρακτορεία , ξενοδοχεία) • Ντόπιοι και αλλοδαποί επιχειρηματίες που επενδύουν στην περιοχή • Τουριστικές επιχειρήσεις διεθνούς εμβέλειας (tour-operators) • Το κράτος με προγράμματα ανάπτυξης και προβολής της περιοχής • Οι εργαζόμενοι στις τουριστικές επιχειρήσεις • Μετανάστες που επιστρέφουν στην περιοχή | <ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία μιας σύνθετης τουριστικής υποδομής (ταβέρνες, μεγάλα ξενοδοχεία, μπαρ, πρακτορεία κλπ) • Μεγάλης εμβέλειας από το κράτος και πρώτες σημαντικές επενδύσεις από ιδιώτες • Σημαντικές αλλαγές στη χωρική και λειτουργική οργάνωση της περιοχής , ώστε να εξυπηρετούνται οι τουρίστες • Πρώτες ομάδες οργανωμένου τουρισμού που ταξιδεύουν χρησιμοποιώντας υπηρεσίες • Η περιοχή αποκτά διαφημιστική «εικόνα» |

| Αλλαγές στην τοπική κοινωνικοοικονομική δομή | Παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτές τις αλλαγές | Χαρακτηριστικά τουριστικής ανάπτυξης |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Αστικοποίηση των κοινωνικών χαρακτηριστικών της περιοχής • Η παραγωγική δομή της περιοχής «τριτογενοποιείται» με κυριαρχία του τουρισμού • Αλλάζουν οι ρυθμοί της ζωής, τα καταναλωτικά πρότυπα και οι αξίες της πλειοψηφίας των κατοίκων • Οι σχέσεις των τουριστών με τους ντόπιους γίνονται απρόσωπες και περιορίζονται στις εμπορικές συναλλαγές | <ul style="list-style-type: none"> • Τουριστικές επιχειρήσεις διεθνούς εμβέλειας (tour-operators) • Επενδυτές αλλοδαποί • Διεθνής, εθνική και περιφερειακή πολιτική • Ντόπιοι επενδυτές • Τουριστικές επιχειρήσεις εθνικής εμβέλειας | <ul style="list-style-type: none"> • Οργανωμένη μαζική υποδομή τουρισμού «πακέτου» • Υπηρεσίες και δραστηριότητες για εξυπηρέτηση τουριστών • Η περιοχή μετατρέπεται σε «τουριστικό προορισμό» με διεθνείς προδιαγραφές • Έρχονται κυρίως τουρίστες με οργανωμένα τουριστικά «πακέτα» τουρισμού διακοπών μέσω tour-operators • Η διαφημιστική «εικόνα» της περιοχής διεθνοποιείται και συμβάλλει στη μαζική προσέλευση τουριστών |

Πηγή: Χ. Κοκκόσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

6.5.4.2 ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η εδραίωση μιας τουριστικής περιοχής στον εθνικό ή το διεθνή χώρο εξαρτάται άμεσα από τη δημιουργία ενός ή ορισμένων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης . Καθοριστικό ρόλο σε αυτή τη δυναμική διαδικασία διαδραματίζουν η ανάπτυξη , η οργάνωση και η διαχείριση των πόρων, των υποδομών και των υπηρεσιών της προσφοράς ,καθώς και των τουριστικών ρευμάτων που συνθέτουν και συγκροτούν τη ζήτηση της κάθε περιοχής . Αυτή η αμφίδρομη σχέση λειτουργεί ως σταθεροποιητικός παράγων της ανάπτυξης των τουριστικών περιοχών.

Τα κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης που λειτουργούν στις τουριστικές περιοχές αφορούν στους παρακάτω τύπους (Πίνακας 6.9):

Πίνακας 6.9 Κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης

| Κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης | | | | | |
|---|---|--|--------------------------|------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Οργανωμένου εναλλακτικού μαζικού τουρισμού | ενταγμένο | αειφορικού στο τοπικό | τουριστικής τουρισμού | σε θύλακες | παραθεριστικό ανάπτυξης |
| τουρισμού διακοπών | αναπτυξιακό πλαίσιο π.χ. αστικός τουρισμός | με χρήση ειδικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού | | | |

Πηγή: Χ. Κοκκώσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

§ Πρότυπο οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών.

Το πρότυπο αυτό κυριαρχεί στον παγκόσμιο τουρισμό μετά το 1970 και συνδέεται στενά με την οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του είναι : οι εκτεταμένες και οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει, η εξάρτηση των κοινωνικοοικονομικών δραστηριοτήτων της περιοχής από τον τουρισμό , οι δυσμενείς κοινωνικές, οικονομικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές επιπτώσεις στην περιοχή και η αδυναμία ελέγχου της ανάπτυξης. Το πρότυπο αυτό υποστηρίζεται και προωθείται από τους μεγάλους tour-operators , μέσω των προπληρωμένων τουριστικών πακέτων και χαρακτηρίζεται από εποχικότητα στη ζήτηση με αιχμή το χειμώνα ή το καλοκαίρι , ανάλογα με τον τόπο υποδοχής. Οι περιοχές που ακολουθούν αυτό το πρότυπο είναι πλούσιες σε περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους οι οποίοι μετατρέπονται σε τουριστικούς πόρους (π.χ. παραθαλάσσια, ορεινά τουριστικά θέρετρα)

§ Πρότυπο ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο.

Διακρίνονται δύο είδη, αυτό του αστικού τουρισμού και του τουρισμού της υπαίθρου. Τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά του είναι : η ανάπτυξη των υποδομών και των υπηρεσιών συνδέεται με τη γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής και εντάσσεται στις λειτουργίες της πόλης ή της υπαίθρου και ο χαρακτήρας του είναι συμπληρωματικός σε σχέση με τα κοινωνικά και οικονομικά δεδομένα της περιοχής. Το πρότυπο αυτό υιοθετείται από περιοχές με πολιτιστικό ή επαγγελματικό τουρισμό , καθώς και από περιοχές με χαμηλής έντασης τουριστικές δραστηριότητες.

§ Πρότυπο αειφορικού τουρισμού με χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού .

Για την εφαρμογή του προτύπου αυτού έχουν επιστρατευθεί όλοι οι φορείς άσκησης τουριστικής πολιτικής που στόχος τους είναι να το υιοθετήσουν στις περιοχές που παρουσιάζουν το πρότυπο του μαζικού τουρισμού και σ' εκείνες τις περιοχές που βρίσκονται σε πρώιμα στάδια ανάπτυξης και που μπορούν μέσω του προγραμματισμού να αποκτήσουν βιώσιμα χαρακτηριστικά οι βασικές παράμετροι για την εφαρμογή του προτύπου αυτού είναι ο ειδικός σχεδιασμός της ανάπτυξης όπου στόχο θα έχει την ισορροπία μεταξύ οικονομίας – κοινωνίας – περιβάλλοντος , η ενίσχυση με μέτρα που θα συμβάλλουν στην ανατροφοδότηση, η διαμόρφωση ειδικού θεσμικού πλαισίου με τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και η χρήση φυσικά των ειδικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

§ Πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες .

Κύριο χαρακτηριστικό αυτού του προτύπου είναι η οργανωμένη ανάπτυξη τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών που συγκροτούν ένα «θύλακα» με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Σ' αυτά συμπεριλαμβάνονται τα τουριστικά χωριά , τα θεματικά πάρκα, τα διάφορα club μαζικού τουρισμού και γενικότερα οι περιοχές ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης με ένα σύνολο επιμέρους δραστηριοτήτων.

§ Πρότυπο παραθερισμού.

Το πρότυπο αυτό στηρίζεται στην εντυπωσιακή αύξηση των παραθεριστικών κατοικιών στην περίμετρο των αστικών κέντρων,

αλλά και σε πολλές τουριστικές περιοχές .το πρότυπο αυτό έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με το πρότυπο του οργανωμένου τουρισμού ως προς τον τρόπο οργάνωσης , τις προσφερόμενες υποδομές , τους πόρους και τα κίνητρα που ωθούν τους επισκέπτες να ταξιδέψουν.

§ Πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού.

Το πρότυπο αυτό εντοπίζεται σε περιοχές της υπαίθρου με πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους .Η ανάπτυξή του υποστηρίζεται από υποδομές και υπηρεσίες που εξυπηρετούν μία ή περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού , οι οποίες ‘κουμπώνουν’ με την τοπική , κοινωνική ,πολιτιστική ,περιβαλλοντική διάσταση του τόπου υποδοχής.

Η αλληλεξάρτηση των σταδίων της τουριστικής ανάπτυξης και των αντίστοιχων προτύπων που κάθε φορά διαμορφώνονται μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι στόχοι της τουριστικής ανάπτυξης που τίθενται σε επίπεδο τουριστικής πολιτικής θα πρέπει να βρίσκονται σε άμεση συνεργία με τη βιώσιμη ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη.

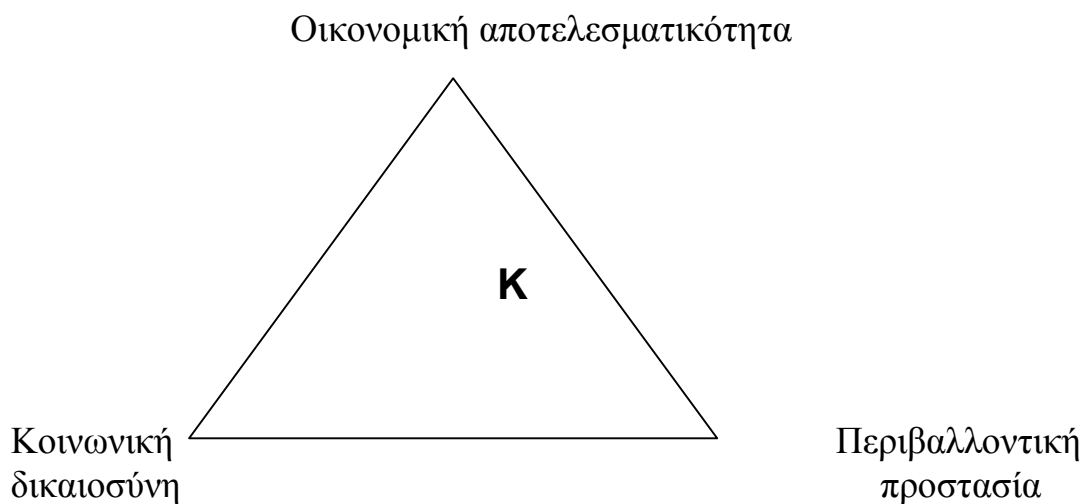
6.5.2 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο όρος «βιώσιμη ανάπτυξη» περιγράφει «τη διαδικασία μετασχηματισμού , κατά τη οποία η εκμετάλλευση των πόρων , η κατεύθυνση των επενδύσεων , ο προσανατολισμός της τεχνολογικής ανάπτυξης και οι προσαρμογές του θεσμικού πλαισίου εναρμονίζονται με τις μελλοντικές και τις σημερινές ανάγκες».

Μία στρατηγική βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης εστιάζεται στο συνδυασμό τριών επιμέρους κυρίαρχων επιδιώξεων : της αποτελεσματικότητας της οικονομίας (efficiency), της κοινωνικής ισότητας και δικαιοσύνης (equity), και της προστασίας του

περιβάλλοντος (conservation). Κατά μία έννοια η βιώσιμη ανάπτυξη μπορεί να θεωρηθεί ότι αντιστοιχεί στο κέντρο βάρους (Κ) ενός ισόπλευρου τριγώνου , κορυφές του οποίου είναι οι παραπάνω βασικές επιδιώξεις (σχήμα 6.1) .

Σχήμα 6.1 **Βιώσιμη Ανάπτυξη**



Πηγή: Χ. Κοκκόσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Οι κυριότερες παράμετροι της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθες :

- ο Η ισόρροπη ένταξη του τουρισμού στα ήδη υπάρχοντα δεδομένα της τοπικής ανάπτυξης μιας περιοχής
- ο Η συγκρότηση ενός ανατροφοδοτούμενου προτύπου ανάπτυξης με βασικό χαρακτηριστικό τη βελτίωση της ποιότητας του ανθρώπινου δυναμικού, τη διεύρυνση των συνεργασιών μεταξύ του τουρισμού και των υπολοίπων κλάδων (αγροτικός, οικοδομή,

βιοτεχνία, μεταφορές) και την προβολή του τοπικού προϊόντος στις ενδιαφερόμενες τουριστικές αγορές.

- Η συμμετοχή στο σχεδιασμό όλων των τοπικών επαγγελματιών, θεσμικών και κοινωνικών φορέων που συνδέονται με την ανάπτυξη του τουρισμού.
- Η ανάδειξη, η προστασία και η προβολή του φυσικού περιβάλλοντος με κοινωνικά και περιβαλλοντικά ισόρροπες πρακτικές και μέτρα.
- Η ένταξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη, καθώς απαιτούν μικρής έκτασης υποδομές, επιδιώκουν την προστασία του περιβάλλοντος και προωθούν τη ζήτηση ενός κοινωνικά υπεύθυνου τουρισμού.

6.5.2.1 ΦΕΡΟΥΣΑ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ

Η μεθοδολογική προσέγγιση της φέρουσας ικανότητας αποτελεί σημαντικό δείκτη μέτρησης της ισόρροπης τουριστικής ανάπτυξης. Η χωρική υπερσυγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας και τα προβλήματα που αυτή δημιούργησε στο περιβάλλον και στην τοπική κοινωνία, αποτέλεσαν την αιτία ενασχόλησης μεγάλου αριθμού επιστημόνων με την έννοια της Φ.Ι (Φέρουσας Ικανότητας). Μέσω της έννοιας αυτής επιδιώκεται να αναδειχθεί η ανάγκη θέσπισης ορίων στην τουριστική ανάπτυξη, εκτιμώντας ότι εφόσον αυτά τα όρια ξεπεραστούν επέρχεται μια συνολικότερη υποβάθμιση της τουριστικής περιοχής. Ένας βασικός ορισμός είναι αυτός που ακολουθεί:

« Η φέρουσα ικανότητα στον τουρισμό αναφέρεται σε ένα ανώτατο όριο παρουσίας τουριστών ή δημιουργίας τουριστικών υποδομών το οποίο μπορεί να υπάρξει σε μία τουριστική περιοχή ή ζώνη. Η υπέρβαση αυτού του ορίου το οποίο υπολογίζεται με

διάφορους σύνθετους τρόπους – εκτιμάται ότι αφενός υποβαθμίζει τους πόρους(περιβάλλον, πολιτισμός) και στην ποιότητα ζωής στην περιοχή αφετέρου υποβαθμίζει την περιοχή ως τουριστικό προορισμό με συνακόλουθη μείωση της ικανοποίησης των τουριστών και πτώση της ζήτησης».

Οι κυριότερες παράμετροι της Φ.Ι είναι οι εξής ;

1. Η Φ.Ι συνεκτιμά οικονομικά, περιβαλλοντικά ,πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά.

2. Η έννοια της Φ.Ι επηρεάστηκε από τις θεωρίες του κύκλου ζωής του προϊόντος και των σταδίων ανάπτυξης μιας τουριστικής περιοχής

3. Η Φ.Ι συνδέθηκε με θεσμικού χαρακτήρα παρεμβάσεις ελέγχου των ορίων της ανάπτυξης

4. Η Φ.Ι ως εργαλείο σχεδιασμού συγκροτείται από στατικά αλλά και δυναμικά στοιχεία.

Ο καθορισμός των «ορίων» που τίθενται από τη φέρουσα ικανότητα προκειμένου να επιτευχθεί η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής δε μπορεί να καθοριστεί επακριβώς παρά μόνο εφόσον γίνει στο πλαίσιο του ισόρροπου, ορθολογικού σχεδιασμού και προγραμματισμού της ανάπτυξης.

6.5 ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

Η ανάγκη εφαρμογής μιας περιφερειακής τουριστικής πολιτικής από τους φορείς άσκησης πολιτικής εξουσίας προέρχεται κυρίως από τις ανισότητες που παρουσιάζονται σε διαπεριφερειακό επίπεδο και οι οποίες όπως είναι φυσικό δημιουργούν οικονομικά και κοινωνικά

προβλήματα. Τα περιφερειακά τουριστικά προβλήματα μεταβάλλονται ανάλογα με τη φάση /στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης .

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια δεν είναι τόσο εύκολη , διότι προϋποθέτει τη δημιουργία μιας σειράς έργων τουριστικής υποδομής μέσω των εθνικών χρηματοδοτήσεων και Ευρωπαϊκών συγχρηματοδοτήσεων και έργων ανωδομής με την ενίσχυση των επενδυτικών δραστηριοτήτων των ιδιωτών, την κατάρτιση – εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού για την παροχή της ζητούμενης ποιοτικής στάθμης των τουριστικών υπηρεσιών.

Προκειμένου να διευκολυνθεί η διαδικασία του περιφερειακού τουριστικού σχεδιασμού χρησιμοποιούνται τρεις τύποι μεταβλητών κύριες, δευτερεύουσες και ερμηνευτικές, οι οποίες βρίσκονται σε άμεση αλληλοσυσχέτιση μεταξύ τους , όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα(6.10):

Πίνακας 6.10 Μεταβλητές του Περιφερειακού Προγραμματισμού

| ΚΥΡΙΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ | ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ | ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ |
|---------------------------|--|----------------------------|
| Οικονομικός σχεδιασμός | Συγκεντρώσεις <hr/> «αποκεντρωμένες συγκεντρώσεις» <hr/> τουριστική διασπορά | |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Τυπολογία επισκεπτών</p> | | <p>Ανώτερα Εισοδηματικά στρώματα</p> <hr/> <p>Μεσαία Εισοδηματικά στρώματα</p> <hr/> <p>Νέοι ή / και Κοινωνικός Τουρισμός</p> |
| <p>Αλληλοσυσχετισμός Οικονομικών κλάδων</p> | | <p>Βιομηχανία</p> <hr/> <p>Γεωργία</p> <hr/> <p>Υπηρεσίες</p> |

Πηγή: Χ. Κοκκώσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια θα πρέπει να πραγματοποιείται με σύνεση και μέτρο. Γι' αυτό για να είναι ολοκληρωμένος ένας τουριστικός σχεδιασμός θα πρέπει να ακολουθεί τα παρακάτω στάδια :

- ✘ Γνώση των χαρακτηριστικών των φυσικών πόρων
- ✘ Μελέτη των αγορών και των μεταφορικών μέσων
- ✘ Ανάλυση των προηγούμενων σταδίων ανάπτυξης προκειμένου να καθοριστούν οι πρωταρχικοί τομείς
- ✘ Ανάπτυξη των περιφερειακών ενοτήτων
- ✘ Διαίρεση των περιφερειακών ενοτήτων σε τρεις χωρικές ενότητες: τουριστικών εγκαταστάσεων, δικτύων διακίνησης των τουριστών, χωρικών ενοτήτων που δεν προσελκύουν τους τουρίστες

- ✘ Λεπτομερή ανάλυση των στρατηγικών που έχουν υιοθετήσει οι τοπικοί φορείς (δήμοι και κοινότητες)
- ✘ Συγκεκριμενοποίηση των εγκαταστάσεων και των εξοπλισμών αναψυχής
- ✘ Ανάλυση των δυνατοτήτων και των προτεραιοτήτων σχετικά με τις νέες μελέτες εφαρμογής
- ✘ Μεταβολές στα μεταφορικά μέσα και αναδιοργάνωση των υπηρεσιών.

Ουσιαστικό κριτήριο για τον περιφερειακό τουριστικό σχεδιασμό είναι ο προσδιορισμός ενός άριστου μεγέθους ανάπτυξης κατά το οποίο είναι δυνατό να αξιοποιούνται ορθά οι πόροι , αλλά να αποφεύγονται τα φαινόμενα κορεσμού και των αρνητικών επιπτώσεων στο κοινωνικό, πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον της περιφέρειας , μέσω των μέτρων ελέγχου, προστασίας και ορθολογικής διαχείρισης .

Πηγή: Χ. Κοκκώσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

6.6 Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ – Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα τομέα « αιχμής» για την οικονομία των κρατών – μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ειδικότερα των περιφερειών της και εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο πολιτικών και στρατηγικών κατευθύνσεων της Ε.Ε ,όπως αυτές διατυπώθηκαν το 2000 στη Στρατηγική της Λισσαβόνας. Πηγή: Διπλωματική Εργασία Σταφυλίας Θωμάς Επιβλέπων Καθηγητής : Βαρβαρέσος Στυλιανός

Η Ευρωπαϊκή της Ε.Ε σχετικά με τον τουρισμό επικεντρώνεται σε συγκεκριμένους τομείς όπως οι οποίοι αφορούν :

ü Στην ενσωμάτωση μέτρων που επηρεάζουν τον τουρισμό ,όπως βελτίωση του κανονιστικού πλαισίου, συντονισμός των πολιτικών ως προς το κανονιστικό πλαίσιο, βελτίωση της χρήσης των διαθέσιμων ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών μέσων .

ü Στην προώθηση της βιωσιμότητας του τουρισμού μέσω ενός ευρωπαϊκού προγράμματος δράσης « 21^{ος} αιώνας» για τον τουρισμό, το οποίο στηρίζεται στις βασικές κατεύθυνσης για την αειφορία του ευρωπαϊκού τουρισμού. Στις κατευθύνσεις αυτές προβλέπονται ειδικές ενέργειες οι οποίες αφορούν τον προσδιορισμό των εθνικών και διεθνών μέτρων στήριξης ΜΜΕ στο κλάδο του τουρισμού και η εδραίωση μιας διαδικασίας ανταλλαγής ορθών πρακτικών, αξιολόγηση της συμβολής του τουρισμού στην μακροοικονομική ανάπτυξη και απασχόληση κλπ.

ü Στην αύξηση της κατανόησης και της προβολής του τουρισμού ,μέσω της βελτίωσης και της υποστήριξης των ευρωπαϊκών προορισμών.

6.6.1 ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΟΥ Γ'ΚΠΣ (ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ)

Την περίοδο 2000-2006,η Ελλάδα ενισχύεται με σημαντικούς πόρους από τα Διαρθρωτικά Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Περιφερειακής Πολιτικής ,με στόχο την υλοποίηση των κατευθύνσεων της Λισσαβόνας .Οι πόροι αυτοί αναμένεται να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για υψηλότερη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη ,να οδηγήσουν σε πραγματική σύγκλιση με τις υπόλοιπες οικονομίες των κρατών μελών και να συμβάλουν στην αντιμετώπιση των βασικών ελλείψεων της οικονομικής και κοινωνικής

ζωή ,κυρίως στους τομείς των υποδομών ,της ανάπτυξης των ανθρωπίνων πόρων κα της παραγωγικότητας. Η στήριξη που παρέχει στην Ελλάδα η Ευρωπαϊκή Ένωση πραγματοποιείται μέσω α)του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης β)των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών και γ)του Ταμείου Συνοχής.

Πηγή: Διπλωματική Εργασία Σταφυλίας Θωμαης Επιβλέπων Καθηγητής : Βαρβαρεσος Στυλιανος

Τα βασικά στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη στο ΚΠΣ για την διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης είναι :

- Η αναγνώριση των ευκαιριών ανάπτυξης (όπως αυτές προκύπτουν από αποτελέσματα ερευνών, μελετών , ερευνών αγοράς ,μελετών που αφορούν τους φυσικούς πόρους κ.α)
- Η ανάπτυξη του καταλλήλου νομικού πλαισίου για τις οικονομικές δραστηριότητες (προσέλκυση ξένων επενδύσεων ,τραπεζικό σύστημα κ.α)
- Η ανάπτυξη προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης με στόχο την αύξηση του επιπέδου γνώσης (κατάκτησης ενός προκαθορισμού επιπέδου) και των δεξιοτήτων για τα απαιτούμενα επαγγέλματα.
- Η ανάπτυξη των καταλλήλων υποδομών (αεροδρόμια, λιμάνια, οδικοί άξονες, υδάτινο δυναμικό, ενέργεια κ.α)
- Η προώθηση συγκεκριμένων ειδών επενδύσεων μέσω προτάσεων που διατυπώθηκαν για την ανάπτυξη των σχεδίων (προγράμματα παροχής κίνητρων, φορολογικές ελαφρύνσεις κ.α)
- Η επίτευξη της βελτίωσης χρήσης των πόρων μέσω χωροταξικών σχεδίων και κανονισμών.

Οι στόχοι του Γ ΚΠΣ που αφορούν την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης του τουρισμού αναφέρονται :

- Στην ήπια διαχείριση των φυσικών πόρων

- Στον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων
- Στην βελτίωση του ανθρωπίνου δυναμικού και
- Στην εκμετάλλευση των τεχνολογιών

Οι αρχές και οι προτεραιότητες που τίθενται στο γενικό κείμενο του Γ ΚΠΣ θα πρέπει να εφαρμοστούν, σύμφωνα με τις διατάξεις εφαρμογής ,σε όλα τα αντίστοιχα μετρά και τις ενέργειες των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων παρατίθενται στη συνέχεια και είναι :

A) Η αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών

Στόχος είναι η αναβάθμιση και η διατήρηση ενός υψηλού επιπέδου ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, campings, μικρομεσαίες επιχειρήσεις του τουρισμού). Προσδιορίζεται δε ότι η χορήγηση ενισχύσεων για τις νέες ξενοδοχειακές κλίνες θα γίνεται με βάση τη φέρουσα ικανότητα των τουριστικών περιοχών και έμφαση θα δίνεται στην αναβάθμιση των υφισταμένων τουριστικών μονάδων και όχι στην δημιουργία νέων.

B) Ο εμπλουτισμός και η σύνθεση του τουριστικού προϊόντος

Ο εμπλουτισμός και η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος επιχειρούνται μέσω δράσεων που αφορούν στην δημιουργία κατάλληλης υποδομής ,για την ανάπτυξη κυρίως θεαματικών μορφών τουρισμού και την οργάνωση προϊόντων για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες θα αναληφθούν από ιδιώτες επενδυτές ,βάσει του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου.

Γ) Η μείωση της εποχικότητας

Εκτιμάται και στοχεύει ότι η ποιοτική και αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών και η δημιουργία νέων συμπληρωματικών και

δραστηριότητας θα συμβάλουν στην μείωση της εποχικότητας προσελκύνοντας τουριστική ζήτηση πέρα της θερινής περιόδου.

Δ) Η ενίσχυση της προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Η συστηματική προώθηση και προβολή του Τουριστικού Προϊόντος αποτελεί βασική προτεραιότητα στο πλαίσιο ενός διαρκούς και εντεινόμενου διεθνούς ανταγωνισμού. Η πολιτική αυτή θα στηριχθεί στο Πρόγραμμα Marketing της χώρας και αφορά τόσο την προβολή περιοχών (περιφέρειες ,νομοί),όσο και προϊόντων τουρισμού.

Βασικοί στόχοι είναι αφενός η προσέλκυση εξειδικευμένων και ποιοτικών «ομάδων –στόχων » της αγοράς ,αφετέρου η άμβλυνση της εποχικότητας, μέσω της αύξησης της ζήτησης για δραστηριότητες εκτός καλοκαιρινής περιόδου. Στο πλαίσιο αυτό βασικής σημασίας είναι η προώθηση νέων τουριστικών προορισμών στο συνολικά προβαλλόμενο τουριστικό προϊόν της χώρας.

Ε) Η αναδιάρθρωση της αρχικής και επαγγελματικής κατάρτισης στον τομέα του τουρισμού.

Η υλοποίηση όλων των προαναφερόμενων στόχων και προτεραιοτήτων προϋποθέσεων το κατάλληλο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό ,προκειμένου να προσφερθούν ποιοτικές υπηρεσίες και ταυτόχρονα να ικανοποιηθούν οι υψηλές απαιτήσεις ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος ειδικών δραστηριοτήτων και ενδιαφερόντων. Η αξιοποίηση των ανθρωπίνων πόρων του τουριστικού τομέα μέσω της διαμόρφωσης ενός Σχεδίου Δράσης για την εκπαίδευση του, παράλληλα με την αύξηση της απασχόλησης εξειδικευμένου ανθρωπίνου δυναμικού ,ενισχύουν /αναβαθμίζουν το τουριστικό προϊόν και εξυπηρετούν το στόχο της μείωσης της εποχικότητας.

6.6.2 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ (Π.Ε.Π)

Η τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου όπως προσδιορίζεται στο Επιχειρησιακό της Πρόγραμμα για την περίοδο 2000-2006 ,ακολουθεί και εξειδικεύει περαιτέρω τους βασικούς στόχους που προβλέπονται στο πλαίσιο του Γ ΚΠΣ. (Πηγή: Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 Φωτογ/φικο Λεύκωμα, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.)

Ειδικότερα ,η εξειδίκευση της στρατηγικής αναφέρεται στους παραπάρω στόχους:

Α) Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της υποδομής των τουριστικών καταλυμάτων :

Προβλέπεται ουσιαστικός εκσυγχρονισμός των τουριστικών καταλυμάτων, αλλά μικρής κλίμακας αύξησης των τουριστικών κλινών, βάσει της φέρουσας ικανότητας των τουριστικών περιοχών, με έμφαση στον δημιουργία μονάδων υψηλής τάξης και ποιότητας και αξιοποίηση των παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτημάτων με τη μετατροπή τους σε τουριστικά καταλύματα.

Β) Δημιουργία και βελτίωση των υποδομών για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού

Τα φυσικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Πελοποννήσου εξασφαλίζουν όλες τις προϋποθέσεις για την αποτελεσματική σύνδεση των υφισταμένων τουριστικών δραστηριοτήτων με νέες μορφές τουρισμού όπως : συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας και άθλησης ο θρησκευτικός τουρισμός και ο οικοτουρισμός. Η δημιουργία υποδομών θεματικού τουρισμού συμβάλει στην άμβλυνση της εποχικότητας ,δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και αναβαθμίζει το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας.

Γ) Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της διοίκησης /διαχειριστικής λειτουργίας του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων

Πρόκειται για δράσεις που αφορούν στον εκσυγχρονισμό της οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων με την εφαρμογή καινοτομιών, και την ανάπτυξη συστημάτων διασφάλισης ποιότητας ,την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και της ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων, τη δικτύωση με εσωτερικά και διεθνή επιχειρησιακά δίκτυα και άλλες ενέργειες οι οποίες έχουν στόχο να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα και να αναβαθμίσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

Παράλληλα, η υλοποίηση των δράσεων που αφορούν σε ολοκληρωμένες παρεμβάσεις αναστύλωσης ,προστασίας ,ανάδειξης και εξασφάλισης της επισκεψιμότητας των αρχαιολογικών χωρών, των μνημείων του συνόλου των πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας αποτελούν σημαντική παρέμβαση για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Στο πλαίσιο στρατηγικής για την ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου προβλέπονται δράσεις που αφορούν στη βελτίωση υποδομών (οδικές ,σιδηροδρομικές, λιμενικές)στην αναβάθμιση αστικών και ορεινών περιοχών (αναπλάσεις ,προστασία φυσικού περιβάλλοντος).

Για την επίτευξη των στόχων του Γ ΚΠΣ 2000-2006 ,και την ανάπτυξη των Περιφερειών καταρτίστηκαν και υλοποιούνται 25 Επιχειρησιακά προγράμματα εκ των οποίων :

§ Τα 11 είναι Τομεακά Επιχειρησιακά προγράμματα και αφορούν εθνικές τομεακές πολιτικές

§ Τα 13 είναι Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ) ,ένα για κάθε μια από τις 13 Περιφέρειες της χώρας, στα οποία έχει κατανεμηθεί το 1/3 περίπου των διαθέσιμων πιστώσεων των Διαρθρωτικών Ταμείων για την περίοδο 2000-2006

§ Το 1 ένα είναι το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Τεχνική Βοήθεια που στόχο έχει να δυναμώσει ,να στηρίξει και να βελτιώσει το σύστημα διαχείρισης ,παρακολούθησης και ελέγχου του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης και των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.

6.6.2.1 ΤΑ ΈΡΓΑ ΤΟΥ ΠΕΠ

Το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΠΕΠ) Δυτικής Ελλάδας ,προϋπολογισμού πλέον των 686 εκατ. ευρώ (Δημοσιά Δαπάνη) ,έχει εντάξει για χρηματοδότηση 1.243 έργα με συνολικό κόστος 846 εκατ. ευρώ (τι 123,40% του προγράμματος) .Σήμερα υλοποιούνται 1.127 έργα (65,80%) του προγράμματος ύψους 451,5 εκ. ευρώ .Τα έργα αυτά έχουν ως σκοπό να βελτιώσουν το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της Περιοχής όσο και τη συνολικότερη εικόνα της Περιφέρειας ,και ανάπτυξη του Τουρισμού της .Η χρηματοδότηση των έργων αυτών θα συνεχιστεί και με το Δ ΚΠΣ 2007-2013 ,το οποίο υλοποιείται από το 2008.(βλέπε παράρτημα Γ')

Πηγή: Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 Φωτογ/φικο Λεύκωμα, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.

Τα έργα των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΠΕΠ) ,λειτουργώντας συμπληρωματικά με τις παρεμβάσεις και τα έργα του Εθνικού Σκέλους του Κοινοτικού Πλαισίου Στηθικής (Τομεακά Επιχειρησιακά Προγράμματα) ,αφορούν όλους τους πολίτες της Περιφέρειας και όλους τους τομείς της καθημερινής τους ζωής . Με τη συμβολή των πόρων που διατεθήκαν στην περιφέρεια και μέσω των Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων ,δόθηκε η δυνατότητα υλοποίησης ενός σημαντικότερου αναπτυξιακού προγράμματος που χρηματοδότησε χιλιάδες μικρά και μεγάλα έργα.

Οι παρεμβάσεις στόχο είχαν την ενίσχυση της οικονομικής βάσης των Περιφερειών ,την προαγωγή των συγκριτικών τους πλεονεκτημάτων ,την ενίσχυση του ρόλου των αστικών κέντρων και την παραγωγική ανάπτυξη των ορεινών, παραμεθωρίων και νησιωτικών περιοχών, τον εκσυγχρονισμό και την προσαρμογή των ικανοτήτων του ανθρωπίνου δυναμικού ,την προώθηση των ίσων ευκαιριών πρόσβασης στην αγορά εργασίας, την υποστήριξη των Τοπικών Συμφερόντων για την Απασχόληση και άλλων τοπικών πρωτοβουλιών .Βασική προτεραιότητα δόθηκε επίσης στην προστασία και αξιοποίηση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς κάθε Περιφέρειας.

Τη νέα προγραμματική περίοδο 2007-2013 ,η Ελλάδα έχει πλέον καλύψει μεγάλο μέρος των απαιτούμενων υποδομών και είναι έτοιμη να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των καιρών και στο διεθνή ανταγωνισμό.

Η Ελλάδα, μέσα από το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ) και το νέο πρόγραμμα για την ανάπτυξη ,με κοινοτικούς πόρους ύψους 20,4 δις. ευρώ, στοχεύει στην ανάδειξη της σε μια εξωστρεφή χώρα ,με ισχυρή διεθνή παρουσία, με ανταγωνιστική και παραγωγική οικονομία.

Για τη επίτευξη αυτού του σκοπού, η αναπτυξιακή προσπάθεια επικεντρώνεται στην προώθηση της καινοτομίας ,στη στήριξη της επιχειρηματικότητας, στο ανθρώπινο κεφαλαίο, στην απασχόληση και την κοινωνική συνοχή, στον εκσυγχρονισμό της δημόσια διοίκησης ,στην προστασία του περιβάλλοντος ,στο σεβασμό και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Το ΕΣΠΑ έχει σχεδιασθεί με έμφαση στην περιφερειακή ανάπτυξη ,διαθέτοντας για το σκοπό αυτό περισσότερα από το 80% των πόρων στις περιφέρειες εκτός Αττικής.



6.7 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σύμφωνα με όσα είδαμε στο παρόν κεφαλαίο, στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, το κύριο μέρος του πληθυσμού της ασχολείται στον πρωτογενή τομέα (41,5%). Το (17,6%) στον δευτερογενή και το (40,9%) στον τριτογενή. Η περιφέρεια έχει όμως προοπτικές βελτίωσης : Κεντρικό Λιμάνι της Πάτρας, η ύπαρξη σημαντικών βιομηχανικών υποδομών (ΒΙΠΕ, ΝΑΒΙΠΕ) ,η θέση της Περιφέρειας στο Εθνικό και διεθνές σύστημα μεταφορών, το κλίμα και τη γεωμορφολογία της σε συνδυασμό με τα πλούσια και ποίκιλα αξιοθέατα που υπάρχουν και στους τρεις νομούς .Ναύπακτο, Αρχαία Ολύμπια, Αίγιο κoκ. Μπορεί καταπολεμώντας σιγά –σιγά της αδυναμίες να αναπτύξει το μέχρι τώρα χαμηλό τουριστικό προϊόν της, και να γίνει μια ανταγωνίσιμη τουριστική περιοχή . Το Γ΄ ΚΠΣ που καλύπτει χρονικά την περίοδο 2000-2008 έδωσε στην περιφέρεια

τη δυνατότητα να αποκτήσει σύγχρονες βασικές υποδομές , να υποστηρίξει την ανταγωνιστικότητά της και να ανταποκριθεί σε μεγάλο βαθμό στις ανάγκες και στις προκλήσεις των δεκαετιών που έρχονται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.0 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η σύντομη παρουσίαση του τεράστιου θέματος «τουρισμός» μέσα από αυτή την εργασία δεν αποτελεί παρά μια πρώτη προσέγγιση. Προσπαθήσαμε να δώσουμε μία σφαιρική εικόνα του θέματος , αναλύοντας ορισμένες μόνο εννοιολογικές προσεγγίσεις , έχοντας επίγνωση της πολυπλοκότητας του αντικειμένου.

Ολοκληρώνοντας την παρούσα εργασία , προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα – διαπιστώσεις:

Ø Ο τουρισμός αποτελεί ένα μέσο προώθησης της εικόνας της χώρας μας στο εξωτερικό, καθώς και ένα μέσο πληροφόρησης και ανταλλαγής ιδεών ανάμεσα στους λαούς. Οι άνθρωποι γνωρίζονται καλύτερα μέσω της τουριστικής αλληλεπίδρασης και συνειδητοποιούν άμεσα την ενότητα της ανθρωπότητας . Από την άλλη πλευρά , ο τουρισμός μπορεί να φθείρει την κοινωνική δομή μιας χώρας και το κράτος πρέπει να είναι ενήμερο για τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν από τη συχνά βίαιη αλληλεπίδραση ετερογενών πολιτισμών με διαφορετικά συστήματα κοινωνικών αξιών και συμπεριφορών.

Ø Το κράτος προκειμένου να βελτιώσει την ανάπτυξη του τουρισμού της χώρας του και να γίνει πιο ανταγωνιστική, πρέπει να μεριμνήσει με κατάλληλες τουριστικές υποδομές όπως για παράδειγμα να χρηματοδοτήσει διάφορες τουριστικές ανωδομές (π.χ ξενοδοχειακά καταλύματα) και υποδομές (π.χ δρόμους , λιμάνια , γέφυρες , αεροδρόμια).

Ø Όσον αφορά το μάρκετινγκ του τουρισμού, κατέχει μία εξέχουσα θέση στις επιχειρήσεις αφού βοηθάει να αποκτήσουν επίγνωση της πελατειακής τους βάσης, ώστε να χρησιμοποιήσουν τις γνώσεις αυτές , με σκοπό να πουλήσουν αποτελεσματικά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους. Επιπλέον βοηθάει τις τουριστικές επιχειρήσεις να μεγιστοποιούν τα κέρδη τους ανάλογα κάθε φορά με τις εναλλαγές της προσφοράς και της ζήτησης. Ακόμα τα συστήματα πιστοποίησης καθιστούν τις τουριστικές επιχειρήσεις πιο αναγνωρίσιμες, γεγονός που τις κάνει και πιο ανταγωνιστικές.

Ø Οι Συλλογικοί Φορείς Τουρισμού είναι απαραίτητοι για την εξυπηρέτηση των σκοπών τους και τη διευκόλυνση των μελών τους με μελέτες, πληροφόρηση, συμβουλευτικές υπηρεσίες και συνεργασίες.

Ø Ο τουρισμός στις μέρες μας συνεχώς εξελίσσεται και ο ανταγωνισμός συνεχώς μεγαλώνει. Προκειμένου μια χώρα - επιχείρηση να ανταπεξέλθει στη νέα περίοδο και να επιτευχθεί στην αγορά πρέπει να έχει ως στρατηγική της και φιλοσοφία της τη διαμόρφωση σχεδίων μάρκετινγκ. Η φιλοσοφία «μάρκετινγκ» δε βασίζεται μόνο στην πώληση του προϊόντος που παράγει μια επιχείρηση, αλλά επικεντρώνεται και στην διερεύνηση των αναγκών και των προτιμήσεων των καταναλωτών, έχοντας σαν στόχο την επικερδή ικανοποίησή τους.

Ø Ο τουρισμός ως παραγωγικός κλάδος κι ως παράγοντας συγκεντρώσεως συναλλαγματικών πόρων κατέχει πρωτεύουσα θέση στην εθνική οικονομία. Τα τουριστικά συναλλαγματικά έσοδα δημιουργούνται από

τις δαπάνες τις οποίες πραγματοποιούν στο εσωτερικό της χώρας οι αλλοδαποί περιηγητές .Το συνάλλαγμα είναι σίγουρα μία βασική πηγή κάλυψης του εμπορικού μας ισοζυγίου που παρουσιάζει έλλειψη αλλά δεν πρέπει να αποτελεί αυτοσκοπό του τουρισμού.

Ø Η έμμεση επίδραση του τουρισμού στο γενικό επίπεδο των τιμών , τον συγκαταλέγει στους παράγοντες πληθωριστικών πιέσεων . Ο τουρισμός δηλαδή ως παράγων πληθωρισμού επιδρά θετικά ή αρνητικά στα διάφορα οικονομικά μεγέθη όπως το εθνικό εισόδημα και το ισοζύγιο πληρωμών.

Ø Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του διεθνή ανταγωνισμού αποδεικνύει ότι :

1. Η Ελλάδα ως ώριμος τουριστικός προορισμός αντιμετωπίζει εντεινόμενο ανταγωνισμό από τους αναδυόμενους μεσογειακούς προορισμούς , ιδιαίτερα σε επίπεδο τιμών.

2. Οι τουριστικές εισπράξεις ανά άφιξη είναι περισσότερες απ' ότι πριν έξι χρόνια, αλλά όχι συγκριτικά με τις ανταγωνιστικές χώρες . (Πηγή : Οικονομία & Αγορές , Eurobank Research , Τεύχος 8 2006

3. Η βελτίωση των εισπράξεων ανά άφιξη οφείλεται στην αύξηση των τιμών και όχι στην αύξηση του μέσου χρόνου παραμονής στη χώρα. Η αύξηση των τιμών οφείλει να συμβαδίζει με την ποιότητα των υποδομών και υπηρεσιών, διαφορετικά επιδεινώνεται η ανταγωνιστικότητα της χώρας.

4. Η αύξηση του αριθμού των κλινών σε ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 ,δείχνει κάποια βελτίωση της ποιότητας των ξενοδοχειακών υποδομών.

5. Ο ξενοδοχειακός κλάδος χαρακτηρίζεται από υπερπροσφορά και χαμηλό βαθμό χρήσης κλινών. Έτσι οι τουριστικές εισπράξεις ανά ξενοδοχειακή μονάδα ,και ανά κλίνη υστερούν σημαντικά έναντι του ανταγωνισμού.

Πηγή : Οικονομία & Αγορές , Eurobank Research , Τεύχος 8 2006

Ø Στη μελέτη αυτή χαρτογραφείται η τουριστική δραστηριότητα των ελληνικών νοικοκυριών .Συμφωνά με την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004/2005 ,προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα:

1. Ένα στα δυο νοικοκυριά στην Ελλάδα μπορεί να πραγματοποιεί ταξίδια αναψυχής / τουρισμού.
2. Το 64% των ταξιδιών πραγματοποιείται τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο.
3. Περίπου 2,156 δις € δαπανηθήκαν για τουρισμό – αναψυχή το 2004
4. (1,3% του ΑΕΠ) εκ των οποίων 72% εντός χωράς.
5. Το 46,3% των τουριστικών δαπανών αντιστοιχεί σε διατροφή ,το 20,3% σε μετακίνηση, το 18,9% σε διαμονή ,το 11,2% σε ομαδικά ταξίδια ,ενώ μόλις το 3,15% σε διασκέυή.

Πηγή : Οικονομία & Αγορές , Eurobank Research , Τεύχος 8 2006

Ø Συμφωνά με μελέτες προέκυψε το συμπέρασμα ότι η εξέλιξη του τουρισμού που άρχισε το 2004-2005 συνεχίζεται ,παρά τα προβλήματα, έτσι ώστε η ανάκαμψη αυτή να αποκτήσει γερές βάσεις και για το μέλλον.

Ø Η τουριστική ανάπτυξη συμφωνά με την μελέτη της παρούσας εργασίας συμβάλει δυναμικά στην εξέλιξη του τουρισμού και στην εύκολη μετακίνηση των τουριστών από κράτος σε κράτος. Πηγή : Χ.Κοκκώσης και Π.Τσάρτας, Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον τουρισμό, 1999 Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Ø Η τουριστική ανάπτυξη παρ'όλο το παραπάνω συμπέρασμα, φέρει αλλαγές που επέρχονται στην οικονομία ,την κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον των περιοχών ή χωρών οπού αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα.

Ø Θα μπορούσαμε να πούμε ότι για να είναι η τουριστική ανάπτυξη φιλική προς το περιβάλλον και συμφωνά με τις προδιαγραφές της Ε.Ε θα

πρέπει να βασίζεται σε κάποια πρότυπα :

1. Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη (χρήση εναλλακτικών μορφών τουρισμού)
2. Οργάνωση του μαζικού Τουρισμού
3. Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη (συνδυάζει αποτελεσματικότητα της οικονομίας, κοινωνικής ισότητας και προστασίας του περιβάλλοντος).

Πηγή : Χ.Κοκκόσης και Π.Τσάρτας, Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον τουρισμό, 1999 Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Ø Η συμβολή και η βοήθεια της Ευρωπαϊκή Ένωσης διαδραματίζει πρωτεύοντα ρολό στην ανάπτυξη των περιοχών. Μέσω χρηματοδοτήσεων και επιδοτούμενο προγραμμάτων γίνονται δημόσια έργα που συντελούν στην εύκολη και γρήγορη διακίνηση του τουρισμού.

Ø Όσον αφορά την Περιφέρεια Πελοποννήσου, με την χρηματοδότηση του Γ ' ΚΠΣ 2000-2006 ,στα πλαίσια της Ευρωπαϊκή Περιφερειακής Πολιτικής, οι πόροι αυτοί δημιούργησαν τις προϋποθέσεις για μια υψηλότερη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη, που θα οδηγήσουν σε πραγματική σύγκλιση με τις οικονομίες των άλλων κρατών – μελών, και θα συμβάλουν στην αντιμετώπιση βασικών ελλείψεων της οικονομικής και κοινωνικής ζωής ,κυρίως στου τομείς των υποδομών .

Ø Το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΠΕΠ) Δυτικής Ελλάδας ,προϋπολογισμός 686 εκατ. Ευρώ (Δημοσιά Δαπάνη) ,έχει εντάξει χρηματοδότηση 1243 έργα με συνολικό κόστος περισσότερα από 846 εκατ. Ευρώ.

Ø Τα έργα που χρηματοδοτούνται απ' το ΠΕΠ Δυτική Ελλάδα ως σκοπό να βελτιώσουν το επίπεδο των κατοίκων της περιοχής όσο και την συνολική εικόνα της Περιφέρειας η οποία αποτελεί την δυτική πύλη της χώρας προς Ε.Ε .Τα έργα αυτά ,επίσης αποτελούν την αφετηρία για την τόνωση της συνολικής απασχόλησης αλλά και την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.

Πηγή : Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 Φωτογ/φικο Λεύκωμα, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄
ΣΥΝΘΗΚΗ ΡΑΜΣΑΡ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α´

Η Συνθήκη Ραμσάρ

Τέθηκε σε ισχύ το Δεκέμβριο του 1975 και ήταν η πρώτη σύμβαση που ασχολήθηκε αποκλειστικά με την προστασία των υγροτόπων. Οι υγρότοποι είναι περιοχές που συνδυάζουν το υδάτινο με το χερσαίο περιβάλλον δίνοντας τη δυνατότητα συνύπαρξης σε πολλούς διαφορετικούς οργανισμούς. Σαν υγρότοποι αναφέρονται περιοχές με έλη ή βάλτους, συγκεντρώσεις νερού φυσικές ή τεχνητές, πρόσκαιρες ή σταθερές, με νερό στάσιμο ή τρεχούμενο, γλυκό, υφάλμυρο ή αλμυρό, καθώς και οι θαλάσσιες περιοχές με βάθος μικρότερο των 6 μέτρων . Οι κύριες υποχρεώσεις που αναλαμβάνουν τα συμβαλλόμενα μέρη είναι:

Πηγή :<http://www.ornithologiki.gr/>

- Να οριοθετήσουν κατάλληλους υγροτόπους μέσα στα όρια της εδαφικής επικράτειάς τους που θα περιληφθούν σε έναν κατάλογο Υγροτόπων Διεθνούς Σημασίας (Άρθρο 2,1).
- Να καθορίσουν και να εφαρμόσουν τέτοιο σχεδιασμό ώστε να προωθήσουν τη διατήρηση των υγροτόπων που περιλαμβάνονται στον κατάλογο αυτό και την -κατά το δυνατόν- ορθολογική χρήση των υγροτόπων εντός της εδαφικής τους επικράτειας (Άρθρο 3,1).
- Να προωθήσουν την προστασία των υγροτόπων και της υδρόβιας ορνιθοπανίδας οριοθετώντας προστατευόμενες περιοχές σε υγροτόπους, είτε συμπεριλαμβάνονται είτε όχι, και παρέχοντας επαρκή μέσα για τη φύλαξή τους (Άρθρο 4,1).

- Κάθε συμβαλλόμενο κράτος πρέπει να οριοθετήσει τουλάχιστον μία περιοχή που να συμπεριληφθεί στον κατάλογο κατά τη στιγμή που υπογράφει τη Συνθήκη (Άρθρο 2,4).

Από τις συμβάσεις ή οδηγίες που περιγράφονται εδώ, η Ramsar είναι αυτή που καλύπτει την ευρύτερη γεωγραφική έκταση. Έχει 138 συμβαλλόμενα μέρη και 864 περιοχές συμβάλλοντας σημαντικά στην διατήρηση πολλών υγροτόπων. Η Σύμβαση έχει επίσης εισάγει την έννοια της «ορθολογικής χρήσης» που αναφέρεται σε όλους τους υγροτόπους μιας χώρας, είτε περιλαμβάνονται στον κατάλογο είτε όχι, και έχει ευρεία απήχηση.

Η Ελλάδα ήταν η 7η χώρα που υπέγραψε και ενεργοποίησε την Σύμβαση Ramsar με το Ν.Δ. 191/74, ανακηρύσσοντας 11 υγροτοπικές περιοχές που περιλαμβάνονται στον κατάλογο Υγροτόπων Διεθνούς Σημασίας.

Κάθε χώρα πρέπει να προάγει τη διατήρηση των υγροτόπων με τη δημιουργία περιοχών ειδικής προστασίας της φύσης, να ενθαρρύνει την έρευνα και την ανταλλαγή στοιχείων σχετικών με τους υγροτόπους, τη χλωρίδα και την πανίδα τους και να προσπαθεί να αυξήσει τους πληθυσμούς των υδρόβιων πτηνών. Ένα από τα στοιχεία που κάνουν εξαιρετική τη σημασία των υγροτόπων της χώρας μας είναι το ότι αποτελούν σταθμούς στο ταξίδι των αποδημητικών πουλιών ή τόπους όπου ξεχειμάζουν. Οι υγρότοποι καθώς εμπλουτίζονται με τα υλικά που μεταφέρουν τα ποτάμια και οι παλίρροιες της θάλασσας ευνοούν την ανάπτυξη πλούσιας βλάστησης που δίνει τη δυνατότητα επιβίωσης σε πλήθος οργανισμών: Ψάρια, αμφίβια, ερπετά και πουλιά γεννούν τα αυγά τους στη βλάστηση των περιοχών αυτών. Επιπρόσθετα, οι υγρότοποι ρυθμίζουν την υδρομηχανική ισορροπία και το κλίμα της περιοχής (μετριάζοντας τον καύσωνα και το υπερβολικό ψύχος). Τα τελευταία χρόνια τεράστιες εκτάσεις υγροτόπων αποξηράνθηκαν για να αποδοθούν

στη γεωργία (όπως η λίμνη Κάρλα) ενώ άλλες επιβαρύνθηκαν από τη χρήση λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων ή άλλαξαν από τη διευθέτηση χειμάρρων και ποταμών. Από τη σύμβαση Ramsar προστατεύονται οι παρακάτω 11 υγρότοποι στη χώρα μας:

- Το δέλτα των ποταμών Λούρου και Άραχθου.
- Το δέλτα του ποταμού Έβρου.
- Το συγκρότημα των λιμνών της Θράκης: Βιστωνίδα-Πόρτο

Λάγος-

Ξηρολίμνη-Μαυρολίμνη-Αλυκή-Πτελέα-Ισμαρίδα.

- Η τεχνητή λίμνη Κερκίνη
- Οι λίμνες Βόλβη και Λαγκαδά.
- Η λίμνη Μικρή Πρέσπα.
- Το δέλτα των ποταμών Αξιού-Λουδία-Αλιάκμονα.
- Το δέλτα του ποταμού Νέστου.
- Η λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου.

• Η λιμνοθάλασσα Κοτύχι στην Πελοπόννησο. Εκτός από αυτούς υπάρχουν και τουλάχιστον 20 άλλοι υγρότοποι εξαιρετικής σημασίας στη χώρα μας όπως το δέλτα του Αχελώου και η λίμνη Βεγορίτιδα.

Πηγή :<http://www.ornithologiki.gr/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β΄
ΈΡΓΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΑΝΑ ΑΞΟΝΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β΄

Έργα του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος
(ΠΕΠ)ανά άξονα :

Πίνακας Β1: Ενίσχυση & Αξιοποίηση της θέσης της Περιφέρειας ως
Δυτική Πύλη της Χώρας.

| ΑΞΟΝΑΣ 001 | | | |
|--|---|---|---------------|
| ΑΞΟΝΑΣ 001 ΕΝΙΣΧΥΣΗ & ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΩΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΠΥΛΗΣ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ | | | |
| Μέτρο | Τίτλος Έργου | Φορέας Υλοποίησης | Προυπ Έργου |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΛΙΜΑΝΙΑ | ΛΙΜΕΝΑΣ ΚΥΛΛΗΝΗΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 7.444.055,39 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΛΙΜΑΝΙΑ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΚΑΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΗΣ Ε.Ο. ΒΥΤΙΝΑΣ - ΑΡΧ. ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 5.548.970,53 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΛΙΜΑΝΙΑ | ΠΑΡΑΚΑΜΨΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. - ΕΥΔΕ/ΠΑΘΕ | 19.441.421,98 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΛΙΜΑΝΙΑ | ΕΚΒΑΘΥΝΣΕΙΣ ΛΙΜΕΝΟΛΕΚΑΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΒΑΘΩΝ ΛΙΜΕΝΑ ΠΑΤΡΩΝ | ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΜΕΝΑ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε. (Ο.Λ.Π.Α. Α.Ε.) | 2.180.000,00 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΛΙΜΑΝΙΑ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΙΚΡΗΣ ΠΕΡΙΜΕΤΡΙΚΗΣ ΠΑΤΡΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 43.653.529,45 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΛΙΜΑΝΙΑ | ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΕΤΗ ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΧΑΛΥΒΔΥΝΩΝ ΣΤΗΘΑΙΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΟΔΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ (ΕΟΔ) ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑΣ ΔΕΣΣ/ΠΔΕ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 176.082,02 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΛΙΜΑΝΙΑ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΚΑΝΕΛΟΠΟΥΛΟΥ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΓΥΙΑΣ ΠΑΤΡΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 390.000,00 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΛΙΜΑΝΙΑ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΕΡΙΜΕΤΡΙΚΗΣ ΟΔΟΥ ΑΓΡΙΝΙΟΥ - ΤΜΗΜΑ Β - Γ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 4.600.000,00 |

| | | | |
|------------------------------------|--|---|---------------|
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ - ΛΙΜΑΝΙΑ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ ΚΑΤΟΥΝΑΣΑΜΑΡΙ (ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟ) | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 2.400.000,00 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ - ΛΙΜΑΝΙΑ | ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΚΑΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΡΟΣΚΡΟΥΣΤΗΡΩΝ ΤΥΠΟΥ "V" ΛΙΜΕΝΟΣ ΚΑΤΑΚΟΛΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | 372.707,26 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ - ΛΙΜΑΝΙΑ | ΕΚΒΑΘΥΣΗ ΔΙΑΥΛΟΥ ΛΙΜΑΝΙΟΥ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.659.574,00 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ - ΛΙΜΑΝΙΑ | ΜΕΛΕΤΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΔΡΟΜΟΥ ΠΑΤΡΩΝ - ΠΥΡΓΟΥ | Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. - ΕΥΔΕ/ΟΑΠ (ΟΔΙΚΟΙ ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΗΣ) | 5.138.900,00 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ - ΛΙΜΑΝΙΑ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΟΔΟΥ ΠΑΡΑΚΑΜΨΗΣ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ, ΤΜΗΜΑ Α' ΑΠΟ ΧΕΙΜΑΡΡΟ ΒΑΡΕΙΑΣ (Χ.Θ. 3+525) ΜΕΧΡΙ ΚΟΜΒΟ ΘΕΡΜΟΥ (4+175.86) | Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. - ΕΥΔΕ/ΟΣΥΕ | 1.360.082,54 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ - ΛΙΜΑΝΙΑ | ΠΑΡΑΪΟΝΙΑ ΟΔΟΣ , ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΗΡΑΓΓΑΣ ΑΓΙΟΥ ΗΛΙΑ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΪΟΝΙΑΣ ΟΔΟΥ ΑΠΟ ΤΕΛΟΣ ΠΑΡΑΚΑΜΨΗΣ ΓΟΥΡΙΑΣ ΕΩΣ ΓΑΪΔΟΥΡΟΠΝΙΧΤΗ | Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. - ΕΥΔΕ/ΟΣΥΕ | 10.702.841,22 |
| ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ - ΛΙΜΑΝΙΑ | ΠΑΡΑΪΟΝΙΑ ΟΔΟΣ : ΟΔΙΚΕΣ ΣΥΝΔΕΣΕΙΣ ΣΗΡΑΓΓΑΣ ΑΓΙΟΥ ΗΛΙΑ | Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. - ΕΥΔΕ/ΟΣΥΕ | 10.030.000,00 |
| ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ - ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ Π.Δ.Ε. ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΕΡΓΑ ΤΟΥ Γ' Κ.Π.Σ. | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 665.236,51 |
| ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΗΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΔΙΑΚΟΠΤΟΥ - ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΗΣΟΥ | 12.425.371,63 |
| ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΠΑΡΑΛΛΑΓΕΣ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΗΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΠΑΤΡΑΣ ΠΥΡΓΟΥ | ΕΡΓΟΣΕ | 11.722.000,00 |
| ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΤΗΘΑΙΟΥ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΜΕ ΗΛΕΚΤΡΟΦΩΤΙΣΜΟ ΤΜΗΜΑΤΙΚΑ ΣΤΟΥΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ ΚΑΙ ΗΛΕΙΑΣ | ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ-ΟΣΕ | 1.746.627,88 |
| ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΡΟΧΑΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΟΔΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΟ ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤ. ΕΛΛΑΔΑΣ | ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΤΑΞΗΣ / ΑΡΧΗΓΕΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΣΤΥΝΟΜΙΑΣ | 1.760.528,25 |
| ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΠΥΡΟΣΒΕΣΤΙΚΟΥ - ΔΙΑΣΩΣΤΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΟΔΙΚΩΝ ΑΤΥΧΗΜΑΤΩΝ | ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΤΑΞΗΣ / ΑΡΧΗΓΕΙΟ ΠΥΡΟΣΒΕΣΤΙΚΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ | 1.000.000,00 |
| ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΛΙΜΕΝΑΣ ΑΙΓΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 4.108.584,01 |

Πηγή: Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 Φωτογ/φικό Λεύκωμα, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.

Πίνακας Β2: Πολιτισμική & Τουριστική ανάπτυξη – αξιολόγηση των Ολυμπιακών Αγώνων 2004

| ΑΞΟΝΑΣ 002 | | | |
|--|--|--|--------------------|
| ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ – ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΤΟΥ 2004 | | | |
| Μέτρο | Τίτλος Έργου | Φορέας Υλοποίησης | Προυπ Έργου |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΙΕΡΑΣ ΜΟΝΗΣ ΠΑΜΜΕΓΙΣΤΩΝ ΤΑΞΙΑΡΧΩΝ ΑΙΓΙΟΥ | ΙΕΡΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ ΑΙΓΙΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | 3.432.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΤΗΣ ΟΙΚΙΑΣ "ΤΑΤΑΝΗ", ΣΤΗΝ ΑΜΑΛΙΑΔΑ, ΣΕ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΜΟΥΣΕΙΟ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | 2Η ΕΝΜ (ΕΦΟΡΕΙΑ ΝΕΟΤΕΡΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ) | 1.015.817,85 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΒΥΖΑΝΤΙΝΩΝ ΜΟΝΩΝ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ (ΠΥΡΓΟΣ ΑΓΙΑΣ ΕΛΕΟΥΣΑΣ) | ΔΗΜΟΣ ΒΑΡΘΟΛΟΜΙΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 178.600,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΠΟΠΕΡΑΤΩΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΚΑΛΑΒΡΥΤΙΝΟΥ ΟΛΟΚΑΥΤΩΜΑΤΟΣ | Δ/ΝΣΗ ΑΝΑΣΤΗΛΩΣΗΣ ΝΕΩΤΕΡΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ | 1.167.103,10 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΠΑΛΑΙΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΡΓΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΤΙΡΙΩΝ | 3.177.233,95 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΤΟΥ ΠΑΤΡΙΝΟΥ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΠΑΤΡΕΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 99.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΣΤΟ ΦΑΚΟ ΤΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΠΑΤΡΕΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 97.681,47 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗ - ΑΝΑΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΓΟΡΑΣ ΑΡΓΥΡΗ ΠΑΤΡΩΝ | ΔΗΜΟΣ ΠΑΤΡΕΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 2.965.682,48 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΛΗΘΗΣΗ ΜΝΗΜΕΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΑΧΑΪΑΣ | ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΑΣ | 100.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΚΟΜΒΟΣ ΠΥΡΓΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | 2.626.619,57 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΥΡΓΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΠΥΡΓΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 77.600,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΕΠΙΣΚΕΥΗ - ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗ ΙΕΡΟΥ ΝΑΟΥ ΑΓΙΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΠΥΡΓΟΥ | ΙΕΡΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ ΗΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΩΛΕΝΗΣ | 365.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΣΤΡΟΥ ΠΑΤΡΩΝ | 6Η ΕΒΑ | 1.379.310,34 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΓΛΑΡΕΤΖΑΣ (ΚΥΛΛΗΝΗ) | 6Η ΕΒΑ | 440.205,43 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΣΤΕΡΕΩΣΗ - ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΙΣΟΔΟΥ ΚΑΙ ΑΥΛΕΙΟΥ ΧΩΡΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΟΛΟΥ ΚΑΣΤΡΟΥ ΧΛΕΜΟΥΤΣΙ - Ν. ΗΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΚΘΕΣΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ | 6Η ΕΒΑ | 342.881,36 |

| | | | |
|-------------------|--|--|--------------|
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΣΤΕΡΕΩΣΗ - ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΒΥΖΑΝΤΙΝΩΝ ΝΑΩΝ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 6Η ΕΒΑ | 400.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΣΤΕΡΕΩΣΗ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΒΥΖΑΝΤΙΝΟΥ ΝΑΟΥ ΠΑΝΤΟΚΡΑΤΟΡΟΣ ΜΟΝΑΣΤΗΡΑΚΙΟΥ ΒΟΝΙΤΣΑΣ Ν. ΑΙΤΩ/ΝΙΑΣ | 8Η ΕΒΑ | 150.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ, ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΡΧΕΙΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ ΤΩΝ ΓΕΝΙΚΩΝ ΑΡΧΕΙΩΝ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ - Ν. ΑΙΤΩΛ/ΝΙΑΣ | ΓΕΝΙΚΑ ΑΡΧΕΙΑ ΚΡΑΤΟΥΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ | 92.461,42 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΣΤΕΡΕΩΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ Ι. ΜΟΝΗΣ ΤΑΞΙΑΡΧΩΝ ΓΟΥΡΙΑΣ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΑΝΑΣΤΗΛΩΣΕΩΝ ΒΥΖ.& ΜΕΤΒΥΖ. ΜΝΗΜΕΙΩΝ | 780.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΣΤΕΡΕΩΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ "ΠΑΛΛΙΟΥ" Ι. ΝΑΟΥ ΑΓΙΟΥ ΑΝΔΡΕΑ ΠΑΤΡΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΑΝΑΣΤΗΛΩΣΕΩΝ ΒΥΖ.& ΜΕΤΒΥΖ. ΜΝΗΜΕΙΩΝ | 2.147.416,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ - ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΔΕΙΞΗ ΙΕΡΑΣ ΜΟΝΗΣ ΜΕΓΑΛΟΥ ΣΠΗΛΑΙΟΥ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 1.057.989,95 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΡΧΑΙΑΣ ΗΛΙΔΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΡΓΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΤΙΡΙΩΝ | 4.248.969,02 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΟΥ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΤΟΥ ΘΕΡΜΟΥ Ν. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΡΓΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΤΙΡΙΩΝ | 3.329.616,08 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ Ι.Π. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 567.899,91 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ Ι.Μ. ΑΓΙΑΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΣΑΡΔΙΝΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑΣ | 696.845,41 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΙΕΡΑΣ ΜΟΝΗΣ ΑΓΙΑΣ ΛΑΥΡΑΣ | ΙΕΡΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ ΑΙΓΙΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | 100.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗ ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ, ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑΤΟΣ ΙΕΡΑΣ ΜΟΝΗΣ ΜΕΓΑΛΟΥ ΣΠΗΛΑΙΟΥ | ΙΕΡΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ ΑΙΓΙΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | 7.020.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΜΟΥΣΕΙΑΚΗ (ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΗ, ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΗ, ΕΘΝΟΛΟΓΙΚΗ) ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ, ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ ΣΤΗΝ ΑΧΑΪΑ - Ο ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΩΝ ΠΟΛΕΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΧΩΡΙΩΝ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΧΑΪΑΣ | 100.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ- ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΑΡΧΑΙΑΣ ΚΕΡΥΝΕΙΑΣ (ΜΑΜΟΥΣΙΑ) Ν. ΑΧΑΪΑΣ | ΣΤ' ΕΠΚΑ | 205.429,41 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΤΡΑΠΕΖΑΣ (ΚΟΥΜΑΡΗ), ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | ΣΤ' ΕΠΚΑ | 146.735,14 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΚΑΤΩ ΒΛΑΣΙΑΣ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ ΚΑΙ ΡΑΚΙΤΑΣ (ΑΝΩ ΜΑΖΑΡΑΚΙΟΥ) ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | ΣΤ' ΕΠΚΑ | 440.205,42 |

| | | | |
|-------------------|--|--|--------------|
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ- ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΩΝ ΜΑΚΥΝΕΙΑΣ ΚΑΙ ΧΑΛΚΙΔΑΣ ΝΟΜΟΥ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | ΣΤ' ΕΠΚΑ | 147.414,44 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΡΩΜΑΪΚΟΥ ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΟΥ ΠΑΤΡΩΝ | ΣΤ' ΕΠΚΑ | 498.899,49 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΟΥ ΙΕΡΟΥ ΤΟΥ ΑΠΟΛΛΩΝΟΣ ΣΤΟ ΘΕΡΜΟ ΝΟΜΟΥ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | ΣΤ' ΕΠΚΑ | 278.470,29 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΠΡΟΪΣΤΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΠΑΡΧΙΑΣ ΠΑΤΡΩΝ, ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ. 1. ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΜΥΚΗΝΑΪΚΩΝ ΝΕΚΡΟΤΑΦΕΙΩΝ ΣΠΙΛΙΑΡΕΪΚΩΝ ΚΑΙ ΕΛΑΙΟΧΩΡΙΟΥ 2. ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΜΥΚΗΝΑΪΚΩΝ ΝΕΚΡΟΤΑΦΕΙΩΝ ΜΙΤΟΠΟΛΗΣ ΚΑΙ ΠΟΡΤΩΝ | ΤΑΜΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΡΧ. ΕΡΓΩΝ | 1.453.177,88 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΟΥ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΠΛΕΥΡΩΝΑΣ, ΝΟΜΟΥ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | ΤΑΜΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΡΧ. ΕΡΓΩΝ | 1.386.552,46 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ - ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΟΙΝΙΑΔΩΝ ΚΑΙ ΠΑΛΑΙΟΥ, ΝΟΜΟΥ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | ΤΑΜΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΡΧ. ΕΡΓΩΝ | 2.603.515,34 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΝΑΟΥ ΕΠΙΚΟΥΡΙΟΥ ΑΠΟΛΛΩΝΟΣ ΒΑΣΣΩΝ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ | ΤΑΜΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΡΧ. ΕΡΓΩΝ | 2.933.926,30 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΠΡΟΪΣΤΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΠΑΡΧΙΑΣ ΠΑΤΡΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | ΤΑΜΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΡΧ. ΕΡΓΩΝ | 674.981,65 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ - ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΠΑΛΑΙΟΜΟΝΑΣΤΗΡΟΥ ΑΡΑΧΩΒΙΤΙΚΩΝ Δ. ΔΗΜΟΥ ΡΙΟΥ - Ν. ΑΧΑΪΑΣ | ΤΑΜΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΡΧ. ΕΡΓΩΝ | 500.000,00 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ- ΑΝΠΛΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΠΟΡΤΩΝ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | ΤΑΜΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΡΧ. ΕΡΓΩΝ | 700.000,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΑΡΑΛΙΑΣ ΚΟΥΡΟΥΤΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΜΑΛΙΑΔΟΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 390.429,32 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΑΡΑΛΙΑΚΗΣ ΖΩΝΗΣ Κ. ΑΧΑΪΑΣ Δ. ΔΥΜΗΣ (ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΛΥΒΕΣ) Α2' ΦΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΑΙΔΙΚΗΣ ΧΑΡΑΣ Β1' ΦΑΣΗ | ΔΗΜΟΣ ΔΥΜΗΣ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 314.784,30 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΔΗΜΟΥ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 413.754,25 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΔΗΜΟΥ ΚΑΣΤΡΟΥ - ΚΥΛΛΗΝΗΣ | Δήμος Κάστρου - Κυλλήνης Νομού Ηλείας | 124.800,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΩΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ | Δήμος Κάστρου - Κυλλήνης Νομού Ηλείας | 100.000,00 |

| | | | |
|------------------|--|---|--------------|
| | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ | | |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΣΥΛΛΟΓΗ, ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 150.000,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΟΤΑΜΟΥ ΛΑΔΩΝΑ ΔΗΜΟΥ ΠΑΙΩΝ | Δήμος Παίων Νομού Αχαΐας | 234.818,99 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΥ ΟΙΚΙΣΜΟΥ ΒΕΣΣΙΝΙΟΥ ΚΑΙ ΔΑΦΝΗΣ - Β ΦΑΣΗ | Δήμος Παίων Νομού Αχαΐας | 217.000,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ - ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ & ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ | ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΠΥΡΓΟΥ | 116.441,50 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΟΠΑΤΙΩΝ ΚΑΤΑΚΟΛΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΠΥΡΓΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 406.259,81 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΧΕΡΣΑΙΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΤΟ Δ.Δ. ΚΑΤΑΚΟΛΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΠΥΡΓΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 486.566,49 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΘΗΣΑΥΡΩΝ ΤΟΥ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΠΑΡΑΘΥΡΟ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ Α.Ε. | 300.000,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΝΟΜΟΥ 2601/98, ΕΤΟΥΣ 2001 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 410.828,60 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΝΟΜΟΥ 2601/98, ΕΤΟΥΣ 2000 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 87.340,83 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ (ΝΕΕΣ ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ) ΝΟΜΟΥ 2601/98 ΕΤΟΥΣ 2001 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 351.939,49 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | Ενίσχυση Υφισταμένων ΜΜΕ της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας στον Τομέα του Τουρισμού, μέσω του καν. 70/2001, α' προκήρυξη | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 438.550,53 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ Ν. 2601/98, ΕΤΩΝ 2002-2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 2.041.651,35 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ (ΝΕΕΣ ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ) Ν.2601/98,ΕΤΩΝ 2002-2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 1.555.513,41 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΜΕ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΚΑΝ. 70/2001, Β' ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 1.698.879,98 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ | 706.139,10 |

| | | | |
|----------------------------------|--|---|--------------|
| | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ (ΝΕΕΣ ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ) Ν. 2601/98 ΕΤΩΝ 2003-4 | ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ Ν.2601/98, ΕΤΩΝ 2003-4 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 943.236,90 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 1.235.000,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ (ΝΕΕΣ ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ) Ν. 3299/04, ΕΤΟΥΣ 2005 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 2.199.375,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΤΙΡΙΩΝ ΠΟΡΟΥ ΑΙΤΩΛΑΙΚΟΥ ΚΑΙ ΦΑΡΟΥ ΑΓΙΟΥ ΣΩΣΤΗ ΩΣ ΧΩΡΟΥ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 247.289,91 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΑΡΑΛΙΑΚΗΣ ΖΩΝΗΣ ΔΗΜΟΥ ΑΛΥΖΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΛΥΖΙΑΣ | 179.981,41 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΑΤΑΦΥΓΙΟ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑΣ | 1.561.346,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΒΟΝΙΤΣΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΝΑΚΤΟΡΙΟΥ | 255.587,80 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΚΟΚΚΙΝΟΥ ΒΟΝΙΤΣΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΝΑΚΤΟΡΙΟΥ | 377.650,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΖΩΝΗΣ ΜΕΤΑΞΥ ΑΙΓΙΑΛΟΥ & ΠΑΡΑΛΙΑΣ Δ.Δ. ΜΑΚΥΝΕΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΝΤΙΡΡΙΟΥ | 139.360,09 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΠΑΡΟΧΘΙΕΣ - ΠΑΡΑΛΙΜΝΙΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΑΜΠΑΡΙΑ Δ.Δ. ΠΑΝΑΙΤΩΛΙΟΥ ΚΑΙ ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΥ Δ.Δ. ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΟΥ ΔΗΜΟΥ ΘΕΣΤΙΕΩΝ | Δήμος Θεστιέων | 670.584,02 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΑΡΑΛΙΑΣ ΤΟΥΡΛΙΔΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΙΕΡΑΣ ΠΟΛΗΣ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ | 124.200,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΑΡΑΛΙΑΚΗΣ ΖΩΝΗΣ ΓΡΙΜΠΟΒΟΥ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ | 745.892,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΑΡΑΚΑΜΠΥΛΙΩΝ | Δήμος Παρακαμπυλιών | 100.000,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ Ν.Α. ΑΧΑΪΑΣ | 132.611,00 |
| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2004 - 2006 | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ Ν.Α. ΑΧΑΪΑΣ | 328.092,00 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΑΝΑΣΤΗΛΩΣΕΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ | 3.193.355,17 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ | 1.195.647,58 |

| | | | |
|--|--|---|--------------|
| | | ΕΛΛΑΔΟΣ | |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΣΤΑΘΜΟΥ ΑΠΟΒΙΒΑΣΗΣ - ΕΠΙΒΙΒΑΣΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 620.698,03 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΣΟΔΩΝ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΠΕΡΙΕ ΚΑΙ ΕΝΑΝΤΙ ΚΤΙΡΙΟΥ Ο.Σ.Ε. | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 355.376,19 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΦΩΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΟΨΕΩΝ ΤΩΝ ΚΤΙΡΙΩΝ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΩΝ ΚΕΝΤΡΙΚΩΝ ΟΔΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΤΗΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 785.394,88 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ (ΠΕΖΩΝ - ΠΟΔΗΛΑΤΩΝ - ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ) ΕΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 862.802,64 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΜΕΛΕΤΗ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΚΛΑΣΣΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ - ΑΡΧΑΙΑΣ ΗΛΙΔΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | 147.792,14 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΛΑΤΕΙΑΣ ΔΗΜΑΡΧΕΙΟΥ ΚΑΙ ΕΥΠΡΕΠΙΣΜΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΟΨΕΩΝ ΚΤΙΡΙΟΥ ΔΗΜΑΡΧΕΙΟΥ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 292.808,43 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΗΛΕΚΤΡΟΦΩΤΙΣΜΟΣ ΟΔΩΝ ΔΕΝΤΡΩΝ ΚΑΙ ΚΤΙΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΡΧΑΙΑ ΟΛΥΜΠΙΑ | ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 349.781,33 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΠΕΖΟΔΡΟΜΙΩΝ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΣΤΡΩΜΑΤΩΝ ΑΡΧ. ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 1.422.000,00 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΞΕΝΙΑ ΣΕ ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΑΙ ΠΟΤΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 1.065.725,08 |
| ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΔΡΟΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΙΣΜΟΥ ΔΡΟΥΒΑ | ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 383.864,67 |
| ΠΑΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ 2006 | ΜΕΛΕΤΗ ΧΩΡΟΘΕΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΩΝ κλπ. ΠΡΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΝΑΓΚΑΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΤΡΑ "ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΤΟΥ 2006" | ΔΗΜΟΣ ΠΑΤΡΕΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 439.794,57 |
| ΠΑΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ 2006 | ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΑΛΑΙΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΛΟΥΤΡΩΝ ΠΑΤΡΩΝ | ΔΗΜΟΣ ΠΑΤΡΕΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 305.792,67 |
| ΠΑΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ 2006 | ΑΝΑΠΛΑΣΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΦΡΟΥΡΙΟΥ ΡΙΟΥ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | 6Η ΕΒΑ | 1.173.880,00 |

Πηγή: Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 Φωτογ/φικό Λεύκωμα, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.

Πίνακας Β3: Αειφόρος Ανάπτυξη της Υπαιθρου

| ΑΞΟΝΑΣ 006 | | σελίδα: 1 2 | |
|---|---|---|--------------|
| ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ | | | |
| Μέτρο | Τίτλος Έργου | Φορέας Υλοποίησης | Προυπ Έργου |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ - ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΡΔΕΥΤΙΚΟ ΕΡΓΟ ΤΟΕΒ ΚΟΥΡΚΑΦΑ ΑΚΡΑΤΑΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 1.078.892,13 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ - ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΥΔΑΤΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΟΥ ΠΟΤΑΜΟΥ ΑΡΟΑΝΙΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΣΤΗ ΣΕΛΙΤΣΑ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δήμος Αροανίας Νομού Αχαΐας | 99.998,40 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ - ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ (MONITORING) ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΛΕΥΚΑΣΙΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΛΕΥΚΑΣΙΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 100.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ - ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΟΥ ΦΡΑΓΜΑΤΟΣ ΑΛΦΕΙΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΪΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 95.891,80 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ - ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΔΙΚΤΥΩΝ ΑΝΤΛΙΟΣΤΑΣΙΟΥ Α2 ΠΗΝΕΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 1.210.075,11 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ - ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΒΡΟΧΗΣ ΕΡΓΩΝ ΠΗΝΕΙΟΥ - ΑΛΦΕΙΟΥ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 3.750.346,92 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ - ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΒΡΟΧΗΣ ΕΡΓΩΝ ΠΗΝΕΙΟΥ - ΑΛΦΕΙΟΥ Ν. ΗΛΕΙΑΣ ΔΙΚΤΥΟ Β2 ΖΩΝΗΣ ΑΛΦΕΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 4.650.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - | ΑΝΤΙΠΛΗΜΜΥΡΙΚΑ ΕΡΓΑ ΠΗΝΕΙΟΥ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | 689.009,00 |

| | | | |
|---|--|--|--------------|
| ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | | | |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΗΣ ΛΙΜΝΗΣ ΠΗΝΕΙΟΥ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΗΛΕΙΑΣ | 100.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΛΙΜΝΟΔΕΞΑΜΕΝΗΣ ΚΑΙ ΑΡΔΕΥΤΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗ ΘΕΣΗ ΝΤΑΣΚΑ ΕΡΥΜΑΝΘΕΙΑΣ Δ. ΤΡΙΤΑΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 8.506.663,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΕΡΓΑ ΑΝΑΔΑΣΜΟΥ ΑΡΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ ΓΑΛΑΤΑ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 379.310,34 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΒΑΣΙΚΕΣ ΙΣΟΠΕΔΩΣΕΙΣ - ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΕΡΓΑ ΑΝΑΔΑΣΜΟΥ ΓΑΛΑΤΑ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 232.789,34 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΡΔΕΥΤΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ Τ.Ο.Ε.Β. ΛΕΣΙΝΙΟΥ | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.148.025,74 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΡΔΕΥΤΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΠΕΔΙΑΔΑΣ ΚΑΤΩ ΑΧΕΛΩΟΥ | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 3.000.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΡΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ ΛΕΣΙΝΙΟΥ ΠΕΡΙΟΧΗ Δ' - (Β' ΦΑΣΗ) | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 2.000.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΡΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ ΚΑΤΟΧΗΣ (ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΝΤΛΙΟΣΤΑΣΙΟΥ Α4) | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 500.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΡΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ ΝΕΟΧΩΡΙΟΥ | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 600.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΡΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ ΕΥΗΝΟΧΩΡΙΟΥ | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 550.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ - | & ΕΡΓΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΦΡΑΓΜΑΤΟΣ ΦΛΟΚΑ ΠΟΤΑΜΟΥ ΑΛΦΕΙΟΥ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 1.771.518,64 |

| | | | |
|---|--|---|--------------|
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΤΙΠΛΗΜΜΥΡΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΟΝ ΠΟΤΑΜΟ ΔΙΜΗΚΟ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 435.661,98 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΑΡΔΕΥΤΙΚΩΝ ΖΩΝΩΝ 1Α & 1Β ΟΖΕΡΟΥ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 6.014.136,38 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΑΝΤΛΙΟΣΤΑΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΔΙΑΔΟΣ ΚΑΤΩ ΑΧΕΛΩΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 3.439.125,83 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΑΝΤΛΙΟΣΤΑΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΔΙΑΔΟΣ ΚΑΤΩ ΑΧΕΛΩΟΥ - Β' ΦΑΣΗ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 1.322.999,99 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΝΤΙΠΛΗΜΜΥΡΙΚΑ ΕΡΓΑ ΔΗΜΟΥ ΑΓΓΕΛΟΚΑΣΤΡΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 551.201,06 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΒΑΣΙΚΕΣ ΙΣΟΠΕΔΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΛΛΗΛΑ ΕΡΓΑ ΣΤΟΥΣ ΑΝΩ - ΚΑΤΩ ΛΟΥΣΟΥΣ , ΕΡΓΟ ΒΟΥΡΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝ. ΣΚΕΠΑΣΤΟΥ ΚΑΙ ΕΡΓΟΥ ΑΡΘΑΝΕΙΟΥ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 480.259,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΟΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΤΕΧΝΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ - ΕΔΑΦΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΤΕΥΧΗ ΔΗΜΟΠΡΑΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΔΥΟ ΛΙΜΝΟΔΕΞΑΜΕΝΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 234.776,23 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΤΕΧΝΗΤΟΣ ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΟΣ ΝΔ ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 880.410,86 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΜΙΚΡΩΝ ΑΡΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΟΥ ΑΡΔΕΥΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΣΙΜΕΝΤΑΥΛΑΚΕΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 498.899,49 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΑΡΔΕΥΤΙΚΟ ΕΡΓΟ Τ.Ο.Ε.Β. ΠΟΥΝΤΑΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 300.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΤΗΛΕΜΕΤΡΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΗ ΣΥΛΛΟΓΗ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΠΑΡΑΜΕΤΡΩΝ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΑΠΟΔΟΤΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΠΟΔΟΤΙΑΣ | 100.000,00 |

| | | | |
|---|---|--|---------------|
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΗΣ ΛΙΜΝΗΣ ΤΡΙΧΩΝΙΔΑΣ | Δήμος Θεοτιέων | 100.028,82 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ ΕΓΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ | ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ ΑΠΟ ΜΟΝΙΜΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΣΤΑΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΡΥΠΩΝ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΑΧΑΪΑ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΧΑΪΑΣ | 100.126,96 |
| ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΚΥΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΦΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ Π.Δ.Ε. - Α' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ ΕΤΟΥΣ 2002 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 2.129.287,07 |
| ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΚΥΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΦΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ Π.Δ.Ε. - Β' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ ΕΤΟΥΣ 2002 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 817.083,94 |
| ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΚΥΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΦΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ Π.Δ.Ε. - Α' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ ΕΤΟΥΣ 2003 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 12.655.157,56 |
| ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΚΥΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΦΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ ΠΔΕ - Α' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ ΕΤΟΥΣ 2005 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 15.597.180,02 |
| ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ - ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΚΤΥΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ | ΕΜΠΟΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ Β' | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 424.930,00 |
| ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ - ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΚΤΥΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ | ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΚΤΥΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ - Γ' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 691.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΡΕΙΝΟΥ ΔΡΟΜΟΥ ΑΠΟ ΔΔ ΕΞΟΧΗΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΙΓΕΙΡΑΣ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 23.284,85 |

| | | | |
|---------------------------|--|---------------------------------|------------|
| | ΜΕΧΡΙ 19 Ε.Ο. ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΜΕΧΡΙ Δ.Δ. ΑΓ. ΒΑΡΒΑΡΑΣ ΔΗΜΟΥ ΑΚΡΑΤΑΣ | | |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ Δ.Δ. ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΜΕΧΡΙ Δ.Δ. ΖΑΡΟΥΧΛΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΙΓΕΙΡΑΣ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 28.139,06 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ Δ.Δ. ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΟΥ ΖΑΧΟΛΗΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΙΓΕΙΡΑΣ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 30.313,30 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΜΙΚΡΑ ΕΡΓΑ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΥΔΡΟΜΑΣΤΕΥΣΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΓ. ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΟΝΑ | ΔΕΥΑ ΑΙΓΙΟΥ | 58.635,56 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ - ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΔΟΠΟΪΑΣ Δ.Δ. Δ. ΑΛΙΦΕΙΡΑΣ | Δήμος Αλιφείρας Νομού Ηλείας | 570.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΥΔΡΕΥΣΗΣ Δ.Δ. ΑΝΔΡΙΤΣΑΙΝΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΝΔΡΙΤΣΑΙΝΗΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 326.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΔΡΟΜΟΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΟΙΚΙΣΜΟΥ ΠΛΑΤΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΝΔΡΙΤΣΑΙΝΗΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 93.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΔΡΟΜΟΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΟΙΚΙΣΜΟΥ ΡΟΒΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΝΔΡΙΤΣΑΙΝΗΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 51.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΔΙΚΤΥΑ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΛΕΠΡΕΟΥ - ΜΗΛΕΑΣ - ΚΟΥΜΟΥΘΕΚΡΑ ΥΔΑΤΟΔΕΞΑΜΕΝΕΣ ΑΝΤΛΙΟΘΑΤΣΙΑ ΥΔΡΟΜΑΣΤΕΥΣΕΙΣ, ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ | ΔΕΥΑ ΖΑΧΑΡΩΣ | 207.983,19 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ - ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΔΟΠΟΪΑΣ Δ.Δ. ΔΗΜΟΥ ΖΑΧΑΡΩΣ | ΔΗΜΟΣ ΖΑΧΑΡΩΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 141.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΔΟΠΟΪΑΣ Δ.Δ. ΖΑΧΑΡΩΣ (ΑΝΩ ΤΑΞΙΑΡΧΕΣ -ΑΓΙΑΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ) | ΔΗΜΟΣ ΖΑΧΑΡΩΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 320.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΥΔΡΕΥΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ ΚΑΛΑΡΥΤΩΝ - ΣΚΕΠΑΣΤΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 202.999,55 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΠΕΤΡΑΛΩΝΩΝ ΔΗΜΟΥ ΦΙΓΑΛΕΙΑΣ | Δήμος Φιγαλείας Νομού Ηλείας | 86.808,21 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΔΡΟΜΟΣ ΦΙΓΑΛΕΙΑ - ΦΑΡΑΓΓΙ ΝΕΔΑ | Δήμος Φιγαλείας Νομού Ηλείας | 219.146,46 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΔΡΟΜΟΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ Ν. ΦΙΓΑΛΕΙΑ - ΓΕΦΥΡΑ ΜΙΤΣΙΡΗ | Δήμος Φιγαλείας Νομού Ηλείας | 194.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΔΡΟΜΟΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ Ν. ΦΙΓΑΛΕΙΑ - ΡΑΧΕΣ | Δήμος Φιγαλείας Νομού Ηλείας | 228.000,00 |

| | | | |
|---------------------------|---|--|--------------|
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΥΔΡΕΥΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ ΩΛΕΝΗΣ Δ. | ΔΗΜΟΣ ΩΛΕΝΗΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 352.305,52 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΥΔΡΕΥΣΗ ΓΟΥΜΕΡΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΩΛΕΝΗΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 274.516,79 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΕΞΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΣ ΑΙΤ/ΝΙΑΣ Ν. | Δ.Ε.Β. ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 658.311,91 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΕΞΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ Ν. | Δ.Ε.Β. ΑΧΑΪΑΣ | 586.940,57 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΕΞΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ Ν. | Δ.Ε.Β. ΗΛΕΙΑΣ | 700.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ - ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΦΥΤΩΝ Π.Ε. ΠΑΤΡΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ & ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ - ΥΠ. ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΤΡΟΦΙΜΩΝ | 1.762.220,35 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΔΡΟΜΟΣ ΒΛΑΣΙΑ - ΛΕΧΟΥΡΙ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 1.040.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΗΛΕΙΑΣ Ν. | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | 754.771,37 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΔΗΜΟΥ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑΣ: ΔΡΟΜΟΣ ΞΗΡΟΛΙΒΑΔΟ - ΠΑΛΙΟΛΑΚΑ (ΤΜΗΜΑ Β') | ΔΗΜΟΣ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑΣ | 140.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΒΑΤΟΤΗΤΑΣ ΔΡΟΜΟΥ ΑΝΩ ΧΩΡΑ ΚΑΤΩ ΧΩΡΑ | ΔΗΜΟΣ ΑΠΟΔΟΤΙΑΣ | 489.110,20 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΥΔΡΕΥΣΗΣ Δ.Δ. ΜΑΤΑΡΑΓΚΑΣ ΔΗΜΟΥ ΑΡΑΚΥΝΘΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΑΡΑΚΥΝΘΟΥ | 549.139,84 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΥΔΡΕΥΣΗ ΔΗΜΟΥ ΑΣΤΑΚΟΥ α) Δ.Δ. ΠΡΟΔΡΟΜΟΥ ΚΑΙ ΑΓΡΑΜΠΕΛΩΝ (ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ) β) Δ.Δ. ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗ (ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ) | ΔΗΜΟΣ ΑΣΤΑΚΟΥ | 741.477,21 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΔΗΜΟΥ ΘΕΡΜΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΘΕΡΜΟΥ | 318.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΠΟΣΤΡΑΓΓΙΣΤΙΚΟ ΕΜΠΕΣΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΙΝΑΧΟΥ | 87.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΣΦΑΛΤΟΣΤΡΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ ΓΕΦΥΡΑ ΚΡΕΜΑΣΤΩΝ - ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΑΛΕΥΡΑΔΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΙΝΑΧΟΥ | 290.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΕΝΤΕ ΟΜΒΡΟΔΕΞΑΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΙΝΑΧΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΙΝΑΧΟΥ | 130.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΔΗΜΟΥ ΙΝΑΧΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΙΝΑΧΟΥ | 230.000,00 |

| | | | |
|---------------------------|--|---|------------|
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΦΛΩΡΙΑΔΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΜΕΝΙΔΙΟΥ | 128.800,01 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΔΥΟ ΟΜΒΡΟΔΕΞΑΜΕΝΩΝ ΣΤΗ ΦΛΩΡΙΑΔΑ | ΔΗΜΟΣ ΜΕΝΙΔΙΟΥ | 29.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΔΕΟΥΝ ΤΟΥΣ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥΣ ΟΙΚΙΣΜΟΥΣ ΣΚΑΛΑ - ΠΑΛΑΙΟΣΚΑΛΑ - ΝΕΟΚΑΣΤΡΟ | ΔΗΜΟΣ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ | 159.300,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΔΗΜΟΥ ΠΑΛΛΙΡΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΠΑΛΛΙΡΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 300.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΔΗΜΟΥ ΠΑΝΑΙΤΩΛΙΚΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΠΑΝΑΙΤΩΛΙΚΟΥ | 179.819,44 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΔΗΜΟΥ ΠΑΡΑΒΟΛΑΣ ΚΡΥΟ ΝΕΡΟ - ΣΤΕΚΟΥΛΑ | ΔΗΜΟΣ ΠΑΡΑΒΟΛΑΣ | 140.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΔΟΠΟΙΑΣ Δ.Δ. ΠΕΝΤΑΚΟΡΦΟΥ | Δήμος Παρακαμπυλίων | 350.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΔΥΟ ΥΔΑΤΟΔΕΞΑΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΠΡΑΚΑΜΠΥΛΙΩΝ | Δήμος Παρακαμπυλίων | 29.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΔΗΜΟΥ ΠΑΡΑΚΑΜΠΥΛΙΩΝ | Δήμος Παρακαμπυλίων | 140.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΣΥΝΔΕΣΗ ΟΙΚΙΣΜΩΝ ΧΟΜΟΡΗΣ - ΑΓ. ΤΡΙΑΔΑΣ ΜΕ 24η Ε.Ο. Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΠΛΑΤΑΝΟΥ | 692.589,88 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΔΟΥ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΤΩΝ Δ.Δ. ΚΑΣΤΑΝΙΑΣ - Δ.Δ. ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ - Δ.Δ. ΠΕΡΙΣΤΑΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΛΑΤΑΝΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΠΛΑΤΑΝΟΥ | 223.020,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΔΟΥ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΤΗΣ 21ης Ε.Ο. ΜΕ ΤΟΝ ΟΙΚΙΣΜΟ ΠΛΑΙΟΚΛΗΣΙ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΛΑΤΑΝΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΠΛΑΤΑΝΟΥ | 86.140,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ ΟΙΚΙΣΜΩΝ ΔΗΜΟΥ ΠΥΛΗΝΗΣ (ΣΥΝΔΕΣΗ ΟΙΚΙΣΜΩΝ ΚΛΕΦΤΑΛΩΝΟ - ΚΑΡΚΑΝΙΑ) | Δήμος Πυλλήνης | 475.175,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΔΟΠΟΙΑ Δ.Δ. ΚΑΣΤΡΑΚΙΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΣΤΡΑΤΟΥ | 120.000,00 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΙΚΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΚΟΥΒΑΡΑ | Δήμος Φυτειών | 187.936,19 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΥΔΡΕΥΣΗΣ Δ.Δ. ΓΑΛΑΤΑ Δ. ΧΑΛΚΕΙΑΣ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΧΑΛΚΕΙΑΣ | 353.397,46 |

| | | | |
|--|---|--|------------|
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ | ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (ΕΛ.Ο.Γ.) | 469.552,45 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΠΙΣΤΕΥΣΗ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΚΑΙ ΚΤΗΝΙΑΤΡΙΚΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ | ΚΤΗΝΙΑΤΡΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΠΑΤΡΩΝ | 421.213,12 |
| ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΔΟΥ ΛΕΥΚΟ ΚΑΛΛΙΘΕΑ ΝΕΡΟΜΑΝΑ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 500.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΔΑΣΩΣΗ ΚΑΜΕΝΗΣ ΔΑΣΙΚΗΣ ΕΚΤΑΣΗΣ ΣΤΗ ΘΕΣΗ ΟΡΟΠΕΔΙΟ ΕΥΡΩΣΤΙΝΑΣ Δ.Δ. ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΟΥ ΔΗΜΟΥ ΑΙΓΕΙΡΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 522.216,59 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΡΙΩΝ ΔΕΞΑΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΑΙΓΕΙΡΑΣ - ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 90.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΔΑΣΩΣΗ ΣΤΗ ΘΕΣΗ «ΑΓ.ΑΠΟΣΤΟΛΟΙ ΑΓ. ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΟΝΑΣ» Δ. Δ. ΠΤΕΡΗΣ ΔΗΜΟΥ ΑΙΓΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 207.483,33 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΑΜΑΛΙΑΔΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 219.159,27 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΥΔΑΤΟΔΕΞΑΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΑΜΑΛΙΑΔΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 241.722,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΔΑΣΩΣΗ ΔΙΠΛΟΚΑΜΜΕΝΩΝ ΕΚΤΑΣΕΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΗΜΟΥ ΑΜΑΛΙΑΔΟΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 242.834,33 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΑΣΙΚΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΗΜΟΥ ΑΝΔΡΙΤΣΑΙΝΑΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 180.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΔΑΣΩΣΗ ΣΤΗ ΘΕΣΗ ΑΓΙΑ ΤΡΙΑΔΑ Δ.Δ. ΣΕΙΡΩΝ ΔΗΜΟΥ ΑΡΟΑΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 63.938,53 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΑΣΟΔΡΟΜΟΥ ΣΤΙΣ ΘΙΝΕΣ ΒΑΡΘΟΛΟΜΙΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΑΜΑΛΙΑΔΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 93.583,85 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΥΔΑΤΟΔΕΞΑΜΕΝΗΣ Δ.Δ. ΛΕΠΡΕΟΥ ΔΗΜΟΥ ΖΑΧΑΡΩΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 21.031,73 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & | ΑΝΑΔΑΣΩΣΗ ΚΑΜΕΝΗΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 99.439,99 |

| | | | |
|--|---|------------------------------|------------|
| ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΚΤΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ Δ.Δ. ΠΡΑΣΙΔΑΚΙΟΥ ΔΗΜΟΥ ΖΑΧΑΡΩΣ | | |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 159.754,26 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΑΝΑΣΥΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΔΑΣΟΚΟΜΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΠΛΗΓΕΙ ΑΠΟ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΚΑΙ ΠΥΡΚΑΓΙΕΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 105.755,77 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΔΩΝ ΑΝΤΙΠΥΡΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 116.055,74 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΔΑΣΩΣΗ Δ.Δ. ΠΑΟΥΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΑΙΩΝ ΚΑΙ Δ.Δ. ΠΡΙΟΛΙΘΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 30.648,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 413.465,13 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΑΣΩΝ ΑΠΟ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 263.936,65 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΖΩΝΗΣ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΛΟΥΣ ΤΗΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 208.376,83 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΥΔΑΤΟΔΕΞΑΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΥΔΡΟΜΑΣΤΕΥΣΕΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 168.954,68 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΠΥΡΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΔΑΣΩΝ ΤΗΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 599.418,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 221.597,29 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΑΝΑΣΥΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΔΑΣΟΚΟΜΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΠΛΗΓΕΙ ΑΠΟ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΚΑΙ ΠΥΡΚΑΓΙΕΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 164.991,34 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΝΤΙΠΥΡΙΚΟΥ ΔΡΟΜΟΥ ΑΓ. ΦΑΝΟΥΡΙΟΣ - ΔΕΜΕΣΤΙΧΑ, ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ ΣΕ ΔΡΟΜΟΥΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 88.921,37 |

| | | | |
|--|--|--|------------|
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ, ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ, ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΟΙΚΟΤΟΠΩΝ ΙΔΙΑΙΤΕΡΗΣ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗΣ ΑΞΙΑΣ ΤΟΥ ΦΑΡΑΓΓΙΟΥ ΣΕ ΛΙΝΟΥΝΤΑ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΠΑΤΡΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 550.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΠΥΡΓΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 159.541,07 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΣΥΣΤΑΣΗ ΔΑΣΟΚΟΜΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΠΛΗΓΕΙ ΑΠΟ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΠΥΡΓΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 110.730,16 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΑΣΩΝ ΑΠΟ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΠΥΡΓΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 71.240,08 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΡΙΩΝ ΥΔΑΤΟΔΕΞΑΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΠΥΡΓΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 65.550,85 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΔΑΣΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ Δ.Δ. ΜΑΚΡΙΣΙΩΝ - ΚΑΛΥΒΑΚΙΩΝ ΔΗΜΟΥ ΣΚΙΛΛΟΥΝΤΟΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 592.478,81 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΑΣΙΚΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΗΜΟΥ ΣΚΙΛΛΟΥΝΤΟΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ ΓΚΡΑΙΚΑ-ΠΛΑΤΙΑΝΑ ΚΑΙ ΠΛΑΤΙΑΝΑ-ΓΕΦΥΡΙ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 193.627,12 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΝΕΩΤΕΡΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ ΔΗΜΟΥ ΦΙΓΑΛΕΙΑΣ : ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΜΟΝΟΠΑΤΙΩΝ ΑΠΟ ΑΡΧΑΙΑ ΦΙΓΑΛΕΙΑ ΕΩΣ ΚΑΤΑΡΡΑΚΤΕΣ ΝΕΔΑ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 40.374,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΑΣΙΚΟΥ ΔΡΟΜΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΗΜΟΥ ΦΙΓΑΛΕΙΑΣ : ΠΑΛΙΑ ΦΙΓΑΛΕΙΑ - ΤΟΞΟΤΗ ΓΕΦΥΡΑ ΝΕΔΑ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 142.800,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ 4Χ4 ΜΕ ΤΟΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΘΕΤΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤ. ΕΛΛΑΔΟΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 467.714,82 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΜΕΛΕΤΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΑΣΟΠΟΝΙΑΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΔΑΣΟΚΟΜΙΚΕΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 559.973,95 |

| | | | |
|--|--|--|------------|
| | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ (Α' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ) | | |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΑΓΡΙΝΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 220.832,23 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΑΣΩΝ ΑΠΟ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΑΓΡΙΝΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 148.848,13 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 236.055,94 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 598.547,32 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 169.235,15 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΕΡΓΑ ΑΝΑΣΥΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΔΑΣΟΚΟΜΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΠΛΗΓΕΙ ΑΠΟ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΚΑΙ ΠΥΡΚΑΓΙΕΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 169.293,57 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ - ΔΙΑΝΟΙΞΗ ΔΑΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΠΥΡΙΚΟΥ ΔΡΟΜΟΥ "ΠΕΝΤΑΚΟΡΦΟ - ΚΑΣΤΑΝΟΥΛΑ" ΔΗΜΟΥ ΠΑΡΑΚΑΜΠΥΛΙΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 175.202,72 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΠΤΑ (7) ΥΔΑΤΟΔΕΞΑΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΑΓΡΙΝΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 84.394,52 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΣΦΑΛΤΟΣΤΡΩΣΗ ΤΟΥ ΔΑΣΙΚΟΥ ΔΡΟΜΟΥ "ΛΙΜΝΙΤΣΑ - ΠΡΟΦΗΤΗΣ ΗΛΙΑΣ" ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΗΜΟΥ ΑΠΟΔΟΤΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 684.230,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΑΣΙΚΟΥ ΔΡΟΜΟΥ ΣΚΑΛΑΣ-ΠΑΛΛΙΟΣΚΑΛΑΣ-ΝΕΟΚΑΣΤΡΟΥ ΑΠΟ Χ.Θ. 3+300 ΕΩΣ ΕΙΣΙΔΟ ΝΕΟΚΑΣΤΡΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 794.920,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΧΩΡΟΥ ΔΑΣΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ "ΣΑΓΔΑΡΗ - ΛΗΜΕΡΙΑ ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗ" ΣΤΟ Δ.Δ. ΨΗΛΟΒΡΑΧΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΑΡΑΚΑΜΠΥΛΙΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 28.500,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ 9ΟΥ ΦΡΑΓΜΑΤΟΣ ΣΤΗ Χ.Θ. 8+340 ΤΟΥ ΧΕΙΜΑΡΡΟΥ ΓΛΑΥΚΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 146.583,89 |

| | | | |
|---|--|--|------------|
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ 8Α ΦΡΑΓΜΑΤΟΣ ΣΤΗ Χ.Θ. 7+968 ΧΕΙΜΑΡΡΟΥ ΓΛΑΥΚΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 512.400,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΑΣΙΚΗΣ ΟΔΟΥ ΖΟΥΜΠΑΤΑ ΒΕΤΑΪΚΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 414.588,36 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ ΜΟΝΟΠΑΤΙΟΥ "ΠΡΟΣ ΤΑ ΥΔΑΤΑ ΣΤΥΓΟΣ - ΚΑΤΑΦΥΓΤΟ ΧΕΛΜΟΥ" | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΑΧΑΪΑΣ | 194.862,18 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΑΣΙΚΟΥ ΔΡΟΜΟΥ Γ' ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ ΛΑΜΠΕΙΑ - Ι. ΜΟΝΗ ΧΡΥΣΟΠΟΝΓΗΣ - ΑΣΤΡΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟΥ ΠΥΡΓΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 640.000,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΤΙΠΥΡΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ - ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΔΙΑΣ ΒΛΑΣΤΗΣΗΣ ΘΙΝΩΝ ΑΜΑΛΙΑΔΑΣ ΒΑΡΘΟΛΟΜΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 421.917,00 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ | ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΝΕΩΤΕΡΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΗΜΟΥ ΑΝΔΡΙΤΣΣΑΙΝΑΣ Ν. ΗΛΕΙΑΣ : ΧΑΡΑΞΗ ΔΑΣΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΦΡΥΟ - ΣΥΚΙΕΣ - ΒΡΥΣΗ & ΣΟΥΛΤΙΝΑ ΠΑΡΑΠΟΤΑΜΙΟΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ-ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ ΗΛΕΙΑΣ | 121.200,00 |
| ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ ΜΕ ΤΗ ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ, ΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, ΤΗΝ ΥΓΙΕΙΝΗ & ΚΑΛΗ ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ | ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗ , ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ NATURA 2000: ΜΠΑΡΜΠΑΣ - ΚΛΩΚΟΣ ΚΑΙ ΦΑΡΑΓΓΙ ΣΕΛΙΝΟΥΝΤΑ , ΔΗΜΟΥ ΑΙΓΙΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΑΙΓΙΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ | 155.652,00 |
| ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ ΜΕ ΤΗ ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ, ΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, ΤΗΝ ΥΓΙΕΙΝΗ & ΚΑΛΗ ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ | ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ Η/ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 44.889,50 |
| ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ ΜΕ ΤΗ ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ, ΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, ΤΗΝ ΥΓΙΕΙΝΗ & ΚΑΛΗ ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ | ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ Η/ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ Β' ΚΥΚΛΟΣ | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 440.076,00 |
| ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ ΜΕ ΤΗ ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ, ΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, ΤΗΝ ΥΓΙΕΙΝΗ & ΚΑΛΗ ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ | ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ Η/ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ Γ' ΚΥΚΛΟΣ | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 223.464,50 |

| | | | |
|---|---|---|--------------|
| ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ ΜΕ ΤΗ ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ, ΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, ΤΗΝ ΥΓΙΕΙΝΗ & ΚΑΛΗ ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ | ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ - ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΦΑΡΑΓΓΙΟΥ ΒΟΥΡΑΪΚΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 250.000,00 |
| ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ ΜΕ ΤΗ ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ, ΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, ΤΗΝ ΥΓΙΕΙΝΗ & ΚΑΛΗ ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ | ΠΡΟΒΟΛΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΟΥ ΔΑΣΟΥΣ ΛΟΥΤΡΩΝ ΤΡΥΦΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΜΕΔΕΩΝΟΣ | Δήμος Μεδεώνος | 440.000,00 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΕΡΓΑ ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΦΥΓΙΟΥ ΠΑΛΟΥΚΙΟΥ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΜΑΛΙΑΔΟΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | 1.058.000,00 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΛΙΜΕΝΙΣΚΟΥ ΙΧΘΥΟΣΚΑΛΑΣ ΠΑΤΡΩΝ - ΑΝΑΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΥΠΗΝΕΜΟΥ ΜΩΛΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 1.031.920,02 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΛΙΜΝΟΘΑΛΑΣΣΑΣ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ ΑΙΤΩΛΙΚΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 2.243.791,47 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΑΝΑΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΓΕΦΥΡΩΝ ΣΤΗ Λ/Θ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ - ΑΙΤΩΛΙΚΟΥ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 703.041,08 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΜΕΛΕΤΗ ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΦΥΓΙΟΥ ΑΓΙΟΥ ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΟΝΑ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | 88.041,08 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΛΙΜΝΟΘΑΛΑΣΣΑΣ ΚΟΤΥΧΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | 1.061.245,00 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΦΥΓΙΟΥ ΑΓ. ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΟΝΑ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | 2.807.257,60 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΑΓΩΓΟΥ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΛΥΜΑΤΩΝ Β.Κ. ΑΙΤΩΛΙΚΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ Λ/Θ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ ΑΙΤΩΛΙΚΟΥ | ΔΗΜΟΣ ΑΙΤΩΛΙΚΟΥ | 777.696,26 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΦΥΓΙΟΥ ΜΥΤΙΚΑ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΛΥΣΙΑΣ | 211.498,16 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΛΙΜΝΟΘΑΛΑΣΣΑΣ ΜΥΡΤΑΡΙ ΒΟΝΙΤΣΑΣ | ΔΗΜΟΣ ΑΝΑΚΤΟΡΙΟΥ | 382.337,09 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΙΚΙΣΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΑΛΙΕΩΝ Λ/Θ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 264.150,00 |

| | | | |
|---|--|---|--------------|
| | - ΑΙΤΩΛΙΚΟΥ | | |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΑΡΣΗ ΑΝΑΧΩΜΑΤΩΝ ΣΥΜΠΛΕΓΜΑΤΟΣ ΛΙΜΝΟΘΑΛΑΣΣΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ |
| | | | 264.000,00 |
| ΑΛΙΕΙΑ | ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΛΙΜΝΟΘΑΛΑΣΣΑΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΚΛΕΙΣΟΒΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΥΛΟΥ ΚΛΕΙΣΟΒΑΣ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ |
| | | | 309.888,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ ΜΥΡΩΝΕΙΑ - ΒΡΕΣΤΟ Δ. ΑΛΙΦΕΙΡΑΣ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | Δήμος Αλιφείρας Νομού Ηλείας | |
| | | | 586.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑΔΑ - ΣΙΜΟΠΟΥΛΟ - 111 ΤΜΗΜΑ ΕΦΥΡΑ-ΣΙΜΟΠΟΥΛΟ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ, ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | |
| | | | 3.157.026,65 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΗΜΟΥ ΑΡΟΑΝΙΑΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ ΠΕΡΙ ΤΟΝ ΑΞΟΝΑ ΤΡΙΠΟΤΑΜΑ - ΠΛΑΤΑΝΙΤΣΑ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | |
| | | | 1.227.099,43 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΝΕΑΣ ΓΕΦΥΡΑΣ ΠΗΝΕΙΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΑΡΘΟΛΟΜΙΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | |
| | | | 1.950.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΓΑΣΤΟΥΝΗΣ ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΙΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | |
| | | | 635.369,87 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΠΕΡΙΣΤΕΡΑ - ΜΕΣΟΡΟΥΓΙ - ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | |
| | | | 2.209.489,26 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ ΚΕΠΕΠ ΛΕΧΑΙΝΩΝ - ΜΥΡΣΙΝΗΣ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | |
| | | | 575.777,09 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΑΠΟ ΓΕΦΥΡΑ ΠΗΝΕΙΟΥ ΠΡΟΣ ΞΕΝΙΕΣ ΚΑΙ ΑΠΟ ΔΑΦΝΗ ΕΩΣ ΟΡΙΑ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΙΑΣ | |
| | | | 860.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΟΔΙΚΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗ ΠΛΑΤΑΝΙΑΣ - ΑΡΧΑΙΟ ΑΙΠΥ | ΔΗΜΟΣ ΣΚΙΛΛΟΥΝΤΟΣ ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ | |
| | | | 260.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ ΤΡΑΓΑΝΟ ΑΓ. ΜΑΥΡΑ Ν. ΗΛΕΙΑΣ | ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΗΛΕΙΑΣ | |
| | | | 235.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΟΔΟΥ ΠΕΡΔΙΚΑΚΙ - ΒΡΟΥΒΙΑΝΑ - ΓΕΦΥΡΑ ΑΥΛΑΚΙΟΥ ΜΕ ΤΙΣ ΔΙΑΚΛΑΔΩΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΠΗΓΑΔΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣ ΑΥΛΑΚΙ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | |
| | | | 3.700.054,26 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΑΓΡΙΝΙΟ - ΔΟΚΙΜΙ - ΠΛΑΤΑΝΟΣ - | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | |
| | | | 5.097.649,56 |

| | | | |
|---|---|--|--------------|
| ΔΙΚΤΥΟΥ | ΚΑΛΥΒΙΑ - ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ - ΝΕΑ ΓΕΦΥΡΑ ΑΧΕΛΩΟΥ | | |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΕΠΑΡΧΙΑΚΗ ΟΔΟΣ ΜΙΡΑΚΑ - ΛΑΛΑ -ΛΑΜΠΕΙΑ | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 2.932.890,92 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΕΡΔΙΚΑΚΙ ΒΡΟΥΒΙΑΝΑ ΑΠΟ Χ.Θ.10+422,13 ΕΩΣ Χ.Θ.11+283,70 | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 319.812,99 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΤΟΣΤΡΩΣΗ ΔΡΟΜΩΝ ΓΙΑ ΠΡΟΣΒΑΣΕΙΣ ΟΙΚΙΣΜΩΝ ΜΕ ΤΗΝ 36η ΕΠ. Ο. Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΝ 4η Ε.Ο. ΑΓΡΙΝΙΟΥ - ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ, ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΑΓΚΑΔΑ - ΚΑΣΤΡΙΩΤΙΣΣΑ ΚΑΙ ΜΕΝΙΔΙ ΕΛΑΙΟΧΩΡΙ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.064.056,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΔΡΥΜΩΝΑ - ΧΑΛΙΚΙ ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ, ΤΜΗΜΑ ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΧΑΛΙΚΙ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.090.613,41 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΙΚΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ : ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟ - ΜΑΧΑΙΡΑ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 748.359,35 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΙΚΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΙΤΣΙΝΑΪΚΑ - ΡΙΓΑΝΙ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 348.643,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ ΟΧΘΙΑ-ΓΟΥΡΙΩΤΙΣΣΑ- ΡΙΓΑΝΗ-ΠΑΛΑΙΟΜΑΝΙΝΑ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 311.078,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΗΣ ΟΔΟΥ ΜΑΧΑΙΡΑ - ΜΠΑΜΠΙΝΗ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.027.146,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΕΤΗ ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΧΑΛΥΒΔΙΝΩΝ ΣΤΗΘΑΙΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΟΔΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΟ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 155.595,25 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧ. ΟΔΟΠΟΪΙΑΣ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ (ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΚΟΡΠΗΣ- ΠΑΛΙΑΜΠΕΛΩΝ ΜΟΝΑΣΤΗΡΑΚΙΟΥ ΘΥΡΡΙΟΥ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ), ΤΜΗΜΑ: ΚΟΡΠΗ ΠΑΛΙΑΜΠΕΛΑ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 233.309,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΠΑΡΑΒΟΛΑ - ΛΑΜΠΙΡΙ (ΚΑΛΙΘΕΑ) Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ. ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΒΟΛΑ ΚΑΛΙΘΕΑ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.482.812,92 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ | 600.000,00 |

| | | | |
|---|---|---|--------------|
| ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΜΟΝΑΣΤΗΡΑΚΙΟΥ ΚΟΡΠΗΣ - ΠΑΛΙΑΜΠΕΛΩΝ | ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΟΧΘΙΑ - ΠΑΛΙΟΜΑΝΙΝΑ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ (Β' ΦΑΣΗ) | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.200.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΔΡΟΜΟΥ ΚΕΡΑΣΣΕΑ ΠΡΟΣ ΑΡΕΝΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΥΣΣΟ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ (Α'ΦΑΣΗ) | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 300.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΗΣ ΟΔΟΥ ΠΡΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΑ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.200.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΑΕΤΟΣ ΞΗΡΟΜΕΡΟΥ - ΠΑΠΑΔΑΤΟΣ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 800.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΣΥΝΔΕΤΗΡΙΑΣ ΟΔΟΥ Δ.Δ. ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ - ΑΝΩ ΧΩΡΑΣ ΔΗΜΟΥ ΑΠΟΔΟΤΙΑΣ Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.300.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΓΕΦΥΡΑ ΜΠΑΝΙΑ ΑΝΑΛΗΨΗ ΜΕΣΩ ΟΙΚΙΣΜΟΥ ΠΟΥΛΙΑΝΗΣ, Ν. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | 1.450.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΒΙ.ΠΕ. ΜΕ ΝΕΑ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟ ΠΑΤΡΩΝ - ΠΥΡΓΟΥ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 545.383,36 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΚΑΤΑΡΡΑΚΤΗΣ - ΡΟΔΙΑ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 472.672,86 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΕΤΗ ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΧΑΛΥΒΔΙΝΩΝ ΣΤΗΘΑΙΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΟ ΕΠ.Ο. ΔΙΚΤΥΟ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 469.448,95 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΑΠΟΠΕΡΑΤΩΣΗ ΟΔΟΥ ΠΡΟΣ ΑΝΩ ΑΓ. ΜΑΡΙΝΑ ΤΡΙΤΑΙΑΣ ΚΑΙ ΜΠΑΤΖΕΪΚΑ ΚΑΛΕΝΤΖΙΟΥ ΚΑΙ ΑΠΟΠΕΡΑΤΩΣΗ ΟΔΟΥ ΣΥΝΔ. Ε.Ο. 111 ΜΕ ΟΙΚΙΣΜΟ ΜΙΚΡΟΥΛΕΪΚΑ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 404.271,91 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ Ε.Ο. ΠΑΤΡΩΝ - ΧΑΛΑΝΔΡΙΤΣΑΣ - ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 7.356.011,11 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ ΚΑΛΕΝΤΖΙ - ΕΡΥΜΑΝΘΕΙΑ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 448.400,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΑΞΟΝΑ ΜΙΚΡΟΣ ΠΟΝΤΙΑΣ - ΚΑΡΟΥΣΙ - ΜΙΧΑΛΕΪΚΑ - ΔΕΜΕΣΤΙΧΑ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 750.000,00 |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΔΡΟΜΟΥ ΡΟΥΠΑΚΙΑ - ΧΑΡΑΥΓΗ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 1.000.000,00 |

| | | | |
|---|---|---------------------------------|------------|
| ΔΙΚΤΥΟΥ | | | |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ | ΣΗΜΑΝΣΗ - ΔΙΑΓΡΑΜΜΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΤΗΘΑΙΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΕΠΑΡΧΙΑΚΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΧΑΪΑΣ | 404.205,00 |

Πηγή: Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 Φωτογ/φικο Λεύκωμα,
Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.

Ενδεικτικά αναφέρουμε τους άξονες των οποίων των έργων παραλείφθηκαν λόγω ότι το περιεχόμενό τους ξεφεύγει από την παρούσα μελέτη :

- 03 Αδιόρθωτη και επέκταση της βιομηχανικής βάσης της Περιφέρειας και προώθηση της Καινοτομίας
- 04 Προώθηση απασχόλησης και εξειδίκευσης του Ανθρώπινου δυναμικού
- 07 Τεχνική Βοήθεια – Προετοιμασία Νέας Περιόδου.

Πίνακας Β4: Έργα Περιφερειακής Εμβελείας

| ΕΡΓΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ | | | | | σελίδα: 1 2 | |
|--|-----------------------|---|----------------------------|--------------------|-------------|--|
| Τίτλος Έργου | Ημ/νια Ένταξης | Φορέας Υλοποίησης | Κατηγορία Ενέργειας | Προυπ Έργου | | |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΟΔΟΥ ΠΕΡΔΙΚΑΚΙ - ΒΡΟΥΒΙΑΝΑ - ΓΕΦΥΡΑ ΑΥΛΑΚΙΟΥ ΜΕ ΤΙΣ ΔΙΑΚΛΑΔΩΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΠΗΓΑΔΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣ ΑΥΛΑΚΙ | 22/10/2001 | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΡΓΑ ΟΔΟΠΟΪΑΣ | 3.700.054,26 | | |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΑΓΡΙΝΙΟ - ΔΟΚΙΜΙ - ΠΛΑΤΑΝΟΣ - ΚΑΛΥΒΙΑ - ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ - ΝΕΑ ΓΕΦΥΡΑ ΑΧΕΛΩΟΥ | 22/10/2001 | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΡΓΑ ΟΔΟΠΟΪΑΣ | 5.097.649,56 | | |
| ΕΠΑΡΧΙΑΚΗ ΟΔΟΣ ΜΙΡΑΚΑ - ΛΑΛΑ - ΛΑΜΠΕΙΑ | 22/10/2001 | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΡΓΑ ΟΔΟΠΟΪΑΣ | 2.932.890,92 | | |
| ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΤΗΘΑΙΟΥ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΜΕ ΗΛΕΚΤΡΟΦΩΤΙΣΜΟ ΤΜΗΜΑΤΙΚΑ ΣΤΟΥΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ ΚΑΙ ΗΛΕΙΑΣ | 1/11/2001 | ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ-ΟΣΕ | ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΑ ΕΡΓΑ | 1.746.627,88 | | |
| ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΡΟΧΑΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΟΔΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΟ ΟΔΙΚΟ | 1/11/2001 | ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΤΑΞΗΣ / ΑΡΧΗΓΕΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ | ΕΡΓΑ ΟΔΟΠΟΪΑΣ | 1.760.528,25 | | |

| | | | | | |
|--|------------|---|---|--|---------------|
| ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤ. ΕΛΛΑΔΑΣ | | ΑΣΤΥΝΟΜΙΑΣ | | | |
| ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΟΔΟΥ ΠΑΡΑΚΑΜΨΗΣ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ, ΤΜΗΜΑ Α' ΑΠΟ ΧΕΙΜΑΡΡΟ ΒΑΡΕΙΑΣ (Χ.Θ. 3+525) ΜΕΧΡΙ ΚΟΜΒΟ ΘΕΡΜΟΥ (4+175.86) | 21/11/2001 | Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. ΕΥΔΕ/ΟΣΥΕ | - | ΕΡΓΑ ΟΔΟΠΟΙΪΑΣ | 1.360.082,54 |
| ΠΑΡΑΪΟΝΙΑ ΟΔΟΣ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΗΡΑΓΓΑΣ ΑΓΙΟΥ ΗΛΙΑ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΪΟΝΙΑΣ ΟΔΟΥ ΑΠΟ ΤΕΛΟΣ ΠΑΡΑΚΑΜΨΗΣ ΓΟΥΡΙΑΣ ΕΩΣ ΓΑΪΔΟΥΡΟΠΝΙΧΤΗ | 21/11/2001 | Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. ΕΥΔΕ/ΟΣΥΕ | - | ΕΡΓΑ ΟΔΟΠΟΙΪΑΣ | 10.702.841,22 |
| ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΗΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΔΙΑΚΟΠΤΟΥ - ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ | 17/1/2002 | Δ/ΝΣΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΗΣΟΥ | | ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΑ ΕΡΓΑ | 12.425.371,63 |
| ΜΕΛΕΤΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΔΡΟΜΟΥ ΠΑΤΡΩΝ - ΠΥΡΓΟΥ | 14/2/2002 | Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. ΕΥΔΕ/ΟΑΠ (ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΗΣ) | - | ΜΕΛΕΤΕΣ - ΕΡΓΑΛΕΙΑ - ΕΡΕΥΝΕΣ | 5.138.900,00 |
| ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ 4Χ4 ΜΕ ΤΟΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΘΕΤΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΔΑΣΙΚΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤ. ΕΛΛΑΔΟΣ | 20/5/2002 | Δ/ΝΣΗ ΔΑΣΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | | ΔΑΣΙΚΑ ΕΡΓΑ | 467.714,82 |
| ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΚΥΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΦΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ Π.Δ.Ε. - Α' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ ΕΤΟΥΣ 2002 | 11/6/2002 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ | 2.129.287,07 |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ - ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ Ν.2601/98 ΕΤΟΥΣ 2001 ΤΟΜΕΑ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ | 10/7/2002 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΜΕ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | 3.039.955,63 |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΝΟΜΟΥ 2601/98, ΕΤΟΥΣ 2001 | 17/7/2002 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | 410.828,60 |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΝΟΜΟΥ 2601/98, ΕΤΟΥΣ 2000 | 17/7/2002 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | 87.340,83 |
| ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ Π.Δ.Ε. ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΕΡΓΑ ΤΟΥ Γ' Κ.Π.Σ. | 18/7/2002 | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | | ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΚΟΙΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ : ΕΡΕΥΝΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ - ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ- ΠΟΙΟΤΗΤΑ | 665.236,51 |

| | | | | | |
|---|-----------|--|--|--------------|--|
| ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΑΝΤΛΙΟΣΤΑΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΔΙΑΔΟΣ ΚΑΤΩ ΑΧΕΛΩΟΥ | 19/7/2002 | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ - ΕΓΓΕΙΟΒΕΛΤΙΩΤΙΚΑ ΕΡΓΑ-ΑΝΑΔΑΣΜΟΙ | 3.439.125,83 | |
| ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΑΝΕΡΓΩΝ ΣΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΚΕΝΤΡΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΚΕΚ) | 30/7/2002 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ | 1.742.418,49 | |
| ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΑΝΕΡΓΩΝ ΣΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΚΕΝΤΡΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΚΕΚ) ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ | 30/7/2002 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ | 1.683.615,97 | |
| ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΔΟΥ ΔΡΥΜΩΝΑ - ΧΑΛΙΚΙ ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ, ΤΜΗΜΑ ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΧΑΛΙΚΙ | 31/7/2002 | Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | ΕΡΓΑ ΟΔΟΠΟΙΪΑΣ | 1.090.613,41 | |
| ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΝΑΟΥ ΕΠΙΚΟΥΡΙΟΥ ΑΠΟΛΛΩΝΟΣ ΒΑΣΣΩΝ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ | 10/9/2002 | ΤΑΜΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΑΡΧ. ΕΡΓΩΝ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΚΑΙ ΜΝΗΜΕΙΩΝ | 2.933.926,30 | |
| ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΚΥΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΦΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ Π.Δ.Ε. - Β' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ ΕΤΟΥΣ 2002 | 3/10/2002 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ | 817.083,94 | |
| ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ - ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΙΕΡΑΣ ΜΟΝΗΣ ΜΕΓΑΛΟΥ ΣΠΗΛΑΙΟΥ Ν. ΑΧΑΪΑΣ | 1/11/2002 | Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΑΝΑΠΛΑΣΗ - ΑΝΑΔΕΙΞΗ - ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΚΑΙ ΜΝΗΜΕΙΩΝ | 1.057.989,95 | |
| ΜΕΛΕΤΕΣ ΕΤΠΑ 2002 | 3/12/2002 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ Π.Ε.Π. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | ΜΕΛΕΤΕΣ - ΕΡΓΑΛΕΙΑ - ΕΡΕΥΝΕΣ | 117.400,00 | |
| ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΠΕΠ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 3/12/2002 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ Π.Ε.Π. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ - ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ | 17.700,00 | |
| ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΣΤΙΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ Π.Ε.Π. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ 2000 - 2006 ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ; ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ | 3/12/2002 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ Π.Ε.Π. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | ΜΕΛΕΤΕΣ - ΕΡΓΑΛΕΙΑ - ΕΡΕΥΝΕΣ | 17.600,00 | |
| ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ Η/ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ | 3/1/2003 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ | 44.889,50 | |
| ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ | 14/1/2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ | 351.939,49 | |

| | | | | | |
|---|------------|--|--|----------|---------------|
| (ΝΕΕΣ ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ) ΝΟΜΟΥ 2601/98 ΕΤΟΥΣ 2001 | | ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | | |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ - ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ N.2601/98 ΕΤΟΥΣ 2002 ΤΟΜΕΑ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ | 11/3/2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | - ΜΜΕ | 5.108.537,86 |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΩΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΟΡΕΙΝΩΝ ΟΓΚΩΝ - Α' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ | 27/3/2003 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ | ΣΕ | 1.290.342,90 |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΩΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΟΡΕΙΝΩΝ ΟΓΚΩΝ - Α ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ | 27/3/2003 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ | ΣΕ | 798.988,55 |
| ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΩΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΟΡΕΙΝΩΝ ΟΓΚΩΝ - Α' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ | 27/3/2003 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ | - | 100.840,53 |
| Ενίσχυση Υφισταμένων ΜΜΕ της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας στον Τομέα του Τουρισμού , μέσω του καν. 70/2001, α' πρόκληση | 12/5/2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | - | 438.550,53 |
| Ενίσχυση Υφισταμένων ΜΜΕ της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας στον Τομέα της Μεταποίησης , μέσω του καν. 70/2001, α' πρόκληση | 12/5/2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | - ΜΜΕ | 6.278.339,61 |
| Ενίσχυση Υπό ίδρυση (νέων) ΜΜΕ της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας στον Τομέα της Μεταποίησης , μέσω του καν. 70/2001, α' πρόκληση | 12/5/2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | - ΜΜΕ | 1.034.030,40 |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΕΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ N. 2601/98, ΕΤΩΝ 2002-2003 | 27/8/2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | - | 2.041.651,35 |
| ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ (ΝΕΕΣ ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ) Ν. 2601/98, ΕΤΩΝ 2002-2003 | 27/8/2003 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | - | 1.555.513,41 |
| ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΚΥΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΦΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ Π.Δ.Ε. - | 23/10/2003 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ | | 12.655.157,56 |

| | | | | | |
|--|------------|---|---|--------------|--|
| Α' ΚΥΚΛΟΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗΣ ΕΤΟΥΣ 2003 | | | | | |
| ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΗ - ΤΗΛΕΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ - ΤΗΛΕΔΙΑΓΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | 31/12/2003 | ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΠΡΟΝΟΙΑ | 145.022,00 | |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ - ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ Ν.2601/98 ΕΤΟΥΣ 2003 ΤΟΜΕΑ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ | 16/1/2004 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΜΕ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | 2.180.272,57 | |
| ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΓΕΩΡΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΟΛΥΑΠΛΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ Ή ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ | 27/1/2004 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ | 536.800,00 | |
| ΣΧΟΛΙΚΕΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | 28/1/2004 | ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ/ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ Κ.Π.Σ | ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | 1.842.989,00 | |
| ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΧΟΛΕΙΟΥ ΔΕΥΤΕΡΗΣ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ ΔΗΜΟΥ ΠΑΤΡΩΝ, ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΧΑΪΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΩΝ ΣΧΟΛΕΙΩΝ ΔΕΥΤΕΡΗΣ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ ΔΗΜΟΥ ΠΥΡΓΟΥ, ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΗΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΥ ΑΓΡΙΝΙΟΥ, ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΙΤΩΛΟ | 11/6/2004 | ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΔΙΑΡΚΟΥΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΕΝΗΛΙΚΩΝ | ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | 842.390,68 | |
| ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΕΛΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ - ΕΤΠΑ | 11/6/2004 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ Π.Ε.Π. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ - ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ | 40.000,00 | |
| ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΩΝ ΟΡΕΙΝΩΝ ΟΓΚΩΝ | 11/6/2004 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ Π.Ε.Π. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | ΜΕΛΕΤΕΣ - ΕΡΓΑΛΕΙΑ - ΕΡΕΥΝΕΣ | 10.000,00 | |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΜΕ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΚΑΝ. 70/2001, Β' ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ | 8/7/2004 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | 1.698.879,98 | |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΜΜΕ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ, ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΚΑΝ. 70/2001, Β' ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ | 8/7/2004 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΜΕ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | 4.835.570,70 | |
| ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΝΕΩΝ (ΥΠΟ | 8/7/2004 | Δ/ΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ | ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ | 1.772.566,22 | |

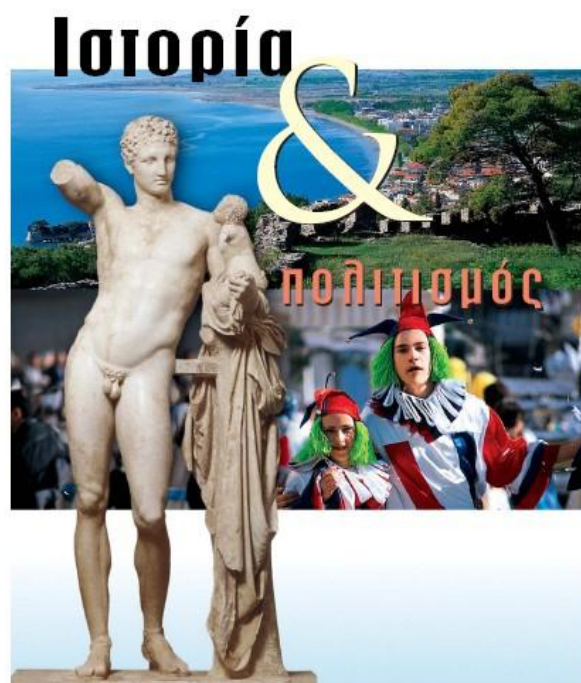
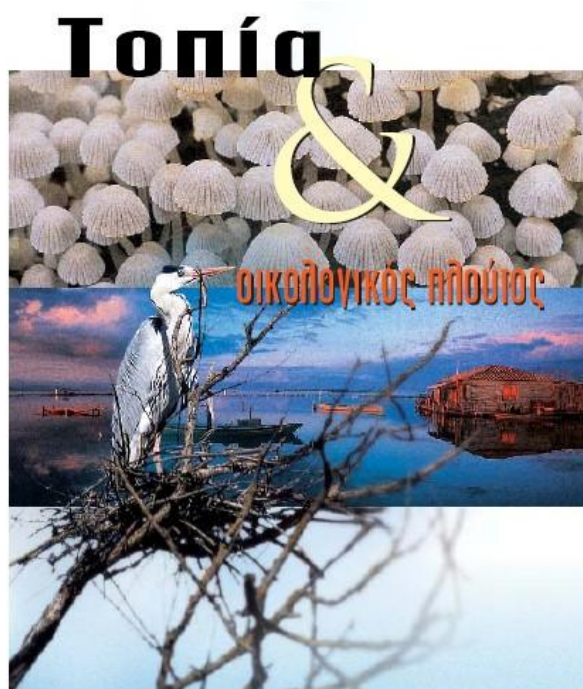
| | | | | | |
|---|------------|--|--|--------------|--|
| ΙΔΡΥΣΗ) ΜΜΕ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ, ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΚΑΝ. 70/2001, Β' ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ | | ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΜΜΕ ΕΝΙΣΧΥΣΗ (ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ) | | |
| ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ Η/ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ Β' ΚΥΚΛΟΣ | 15/7/2004 | Δ/ΝΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΑΝ. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ | ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ | 440.076,00 | |
| ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗ ΚΑΙ Β/Κ ΑΝΔΡΑΒΙΔΑΣ - ΛΕΧΑΙΝΩΝ - ΤΡΑΓΑΝΟΥ | 26/11/2004 | ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ ΑΝΔΡΑΒΙΔΑΣ-ΛΕΧΑΙΝΩΝ | ΕΡΓΑ ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ - ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΛΥΜΑΤΩΝ - ΑΝΤΙΠΛΗΜΜΥΡΙΚΑ | 2.050.000,00 | |

Πηγή: Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 Φωτογ/φικο Λεύκωμα, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ΄

ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ (Ιστορία, Οικονομία, Αξιοθέατα)





Χάρτης 1, Παραρτημα Γ :Νομός Αχαΐας



Η Πάτρα, με 250.000 κατοίκους, πρωτεύουσα του νομού Αχαΐας, αποτελεί σπουδαίο εμπορικό, οικονομικό και πολιτιστικό κέντρο καθώς το λιμάνι της είναι η πύλη της Ελλάδας προς την Ευρώπη.

Συνδυάζει εξαιρετική ομορφιά, μακραίωνη ιστορία και μοναδικές ευκαιρίες που εντυπωσιάζουν τον επισκέπτη. Με εύκρατο-ήπιο κλίμα, πλαισιωμένη από εύφορη γη, διάσπαρτα και μνημεία μεγάλης πολιτιστικής κληρονομιάς, η Πάτρα αποτελεί πόλο έλξης για τους Έλληνες και ξένους επισκέπτες όλο το χρόνο. Το λιμάνι της είναι η δυτική πύλη της Ελλάδας στην Ευρώπη, αποτέλεσε πόλο έλξης-στο πέρασμα των αιώνων-για πολλούς κατακτητές. Γαλατες, Ρωμαίοι, Φράγκοι, Ενετοί και Τούρκοι κατέκτησαν διαδοχικά την περιοχή και άφησαν την προσωπική τους σφραγίδα στα δεκάδες εντυπωσιακά

μνημεία που κοσμούν την πόλη και της δίνουν το ιδιαίτερο ύφος και χρώμα.

Με μεγάλα συνεδριακά κέντρα, θέατρα, μουσεία, χώρους οργάνωσης εμπορικών εκθέσεων, με αθλητικές υποδομές που συγκεντρώνουν το ευρωπαϊκό και παγκόσμιο ενδιαφέρον στις μεγάλες διοργανώσεις .Η Πάτρα ζει με έντονη πολιτιστική δραστηριότητα και ανάμεσα στις άλλες εκδηλώσεις της ξεχωρίζουν το καρναβάλι που είναι το μεγάλο χειμερινό πολιτιστικό γεγονός και το Διεθνές Φεστιβάλ.

Η πόλη της Πάτρας



(Φωτο 1) Άποψη πόλης της Πάτρας

Πηγη: www.patras.gr

Η πόλη της Πάτρας βρίσκεται στα βορειοδυτικά παράλια της Πελοποννήσου, ανάμεσα στον Κορινθιακό και Πατραϊκό κόλπο. Είναι γεγονός πως μέχρι τις ανασκαφές η ιστορία της Πάτρας ήταν γνωστή μόνο μέσα από τη γραπτή παράδοση. Με βάση αυτή λοιπόν, η Πάτρα ιδρύθηκε από τους Αχαιούς της Σπάρτης, τον Πρευγένη και τον γιο του Πατρέα στο τέλος της Μυκηναϊκής εποχής.

Μετά την Μυκηναϊκή εποχή η Πάτρα λόγω του ότι γεωγραφικά ήταν απομακρυσμένη από τα μεγάλα αστικά κέντρα της εποχής, Αθήνα, Σπάρτη, Κόρινθο κλπ. δεν έπαιξε κανένα ουσιαστικό ρόλο στις πολιτικές εξελίξεις και στα μεγάλα γεγονότα που διαδραματίζονταν στην υπόλοιπη Ελλάδα. (π.χ δεν λαμβάνει μέρος στον Πελοποννησιακό πόλεμο, στους Περσικούς πολέμους κτλ). Αυτός είναι και ο λόγος που οι αρχαίοι ιστορικοί δεν κατέγραψαν καθόλου γεγονότα τοπικής εμβέλειας παρά μόνο όσα συνδέονταν με κάποια από τις μεγάλες πόλεις. Έτσι γνωρίζουμε πως αν και δεν συμμετείχε στον Πελοποννησιακό πόλεμο, ο Αλκιβιάδης ζήτησε να χτιστούν μακριά τείχη για να συνδέσει την περί την ακρόπολη πόλη με το λιμάνι. Την πρωτοβουλία των κινήσεων την κατέχει η Ανατολική Αχαΐα. (Πηγή: www.patras.gr)

Από το 280 π.Χ. και μετά τα πράγματα αλλάζουν και η πρωτοβουλία των κινήσεων μεταφέρεται στη Δυτική Αχαΐα. Πιο συγκεκριμένα μετά τη Ρωμαϊκή κατάκτηση της Ελλάδας το 146 π.Χ. και όταν κατακτήθηκε η Κόρινθος, η Πάτρα έρχεται στο προσκήνιο με την ίδρυση Ρωμαϊκής αποικίας από τον Αύγουστο.

Πολλά κενά στην ιστορία της πόλης καλύπτονται από τις ανασκαφές των σωστικών σε οικόπεδα. Από τα καινούργια στοιχεία που προκύπτουν η Πάτρα πρωτοκατοικείται την Πρωτοελλαδική περίοδο, δηλαδή την 3^η χιλιετία π.Χ. και όχι στο τέλος της 2^{ης}. Τα αρχαία ίχνη βρέθηκαν στην περιοχή της σημερινής Αρόης με τη μορφή μικρού οικισμού. Στην επόμενη Μεσοελλαδική περίοδο, 1^ο μισό της 2^{ης} χιλιετίας π.Χ., ιδρύεται ένας ακόμα οικισμός στην περιοχή της.

από αυτή μαρτυρούν την αύξηση του πληθυσμού αλλά και γνωστοποιούν τις σχέσεις που είχαν με άλλες περιοχές.

Στο τέλος της Μυκηναϊκής εποχής, φαίνεται πως ο συνοικισμός της Πάτρας δεν είναι τίποτα άλλο παρά μία θρησκευτική ένωση και ίδρυση μιας κοινής λατρείας προς τιμή της Αρτέμιδος. Ο ναός της οποίας θεωρείται πως βρίσκεται στην περιοχή του Βελβιτσίου. . (Πηγή: www.patras.gr)



(φωτο 2 γέφυρα Ρίου –Αντίρριου)

Πηγή:www.ditikiellada.gr

Η ακρόπολη της αρχαίας Πάτρας (μυκηναϊκή και κλασσική) βρίσκεται κάτω από το μεσαιωνικό κάστρο σε βάθος τουλάχιστον 20 μ. Ακολουθεί η γεωμετρική και η αρχαϊκή εποχή. Από αυτές έχουν εντοπιστεί λίγα στοιχεία τα οποία και μαρτυρούν την βαθμιαία εξασθένηση των οικισμών της Πάτρας. Ωστόσο την κλασσική περίοδο

(5ος και 4ος αι. π.Χ.) η Πάτρα οργανώνεται σε πόλη. Στα μέσα του 5ου αι. ιδρύεται το αρχαιότερο νεκροταφείο της γνωστό ως Βόρειο νεκροταφείο.

Η Πάτρα γνωρίζει τη μεγαλύτερη ακμή στην ιστορία της κατά τη Ρωμαϊκή περίοδο. Τούτο συμβαίνει διότι καταστρέφεται η Κόρινθος και το λιμάνι της παίζει μείζονα ρόλο στην επικοινωνία Ελλάδας και Ιταλίας. Η Ρωμαϊκή αποικία που ιδρύθηκε από τον Αύγουστο βοηθά την πόλη με την εγκατάσταση ρωμαϊκών βετεράνων, την παροχή προνομίων, την ίδρυση βιοτεχνίας με σημαντικότερη εκείνη των πήλινων λυχναριών που εξάγονταν σε όλο τον τότε γνωστό κόσμο, την ανέγερση κτιρίων κλπ.

Οι Ρωμαίοι αυτοκράτορες της παραχωρούν το δικαίωμα να κόβει δικά της νομίσματα. Σε αυτά αναγράφονται τα αρχικά CAAP (Colonia Augusta Aroe Patrensis). Επιπλέον προσφέρονται και άλλες ευεργεσίες όπως το ρωμαϊκό υδραγωγείο, το ρωμαϊκό αμφιθέατρο, το ρωμαϊκό Ωδείο κλπ. Η Πάτρα γίνεται μια κοσμοπολίτικη πόλη.

Με τον καιρό τα πράγματα αρχίζουν να αλλάζουν και από το τέλος του 3ου αι. μ.Χ. ξεκινά η παρακμή της. Γεγονός που πιθανότατα οφείλεται σε έναν ισχυρότατο σεισμό που έπληξε όλη τη ΒΔ Πελοπόννησο γύρω στο 300 μ.Χ.

Κατά τον 4-6 αι. μ.Χ. ιδρύονται κάποιες βιοτεχνίες και τότε κατά πάσα πιθανότητα, κατασκευάζεται από τον Ιουστινιανό το βυζαντινό κάστρο στη θέση της αρχαίας ακρόπολης. Στα μέσα του 9ου αι. η Πάτρα ακμάζει. Από τότε και μετά ακολουθεί την τύχη του Βυζαντινού κράτους. Από τον 13ο αι. και έκτοτε ανήκει άλλοτε στους Φράγκους, άλλοτε στους Βυζαντινούς, άλλοτε στους Ενετούς και άλλοτε στους Τούρκους. Είναι από τις πρώτες πόλεις που επαναστατούν εναντίον των Τούρκων το 1821. Κατά τη διάρκεια του αγώνα καταστράφηκε σχεδόν ολόκληρη. Η σύγχρονη πόλη χτίστηκε από τον Καποδίστρια.

Σήμερα η Πάτρα είναι μια από τις σημαντικές πόλεις της Ελλάδας. Το λιμάνι της είναι ένα από τα σημαντικότερα στη χώρα και αποτελεί την πύλη προς τη Δύση. (Πηγή: www.patras.gr)

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η Πάτρα οικονομικό κέντρο Δυτικής Ελλάδος

Σήμερα με την βοήθεια και της Δημοτικής Αρχής έχει αναπτυχθεί ένα καινούργιο όραμα και σε συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα αναδύεται μια νέα δυναμική Πάτρα.

Μια Πάτρα με κοινωνική οργάνωση, με μέριμνα για την εκπαίδευση και την επιμόρφωση, με στόχο την απασχόληση για όλους. Μια Πάτρα με σύγχρονες υποδομές, αποδοτικές υπηρεσίες, μικρές και εύελικτες παραγωγικές μονάδες προηγμένης τεχνολογίας, καταρτισμένους με σύγχρονη τεχνογνωσία ανθρώπινους πόρους.

Η Πάτρα είναι σήμερα έτοιμη ν' αναλάβει έναν επιτελικό ρόλο, αποτελώντας σημείο αναφοράς αλλά και πεδίο συνεργασίας όλων των πολιτικών, κοινωνικών και οικονομικών δυνάμεων της περιοχής. Μπορεί να σχεδιάσει κοινή στρατηγική, να δώσει κατευθύνσεις, να συμβάλει στη δημιουργία δεσμών επικοινωνίας μεταξύ των τοπικών φορέων και των εγχώριων και διεθνών μηχανισμών που δημιουργούν νέες, επαναστατικές πραγματικότητες στην οικονομία και την αγορά. Να αξιοποιήσει την μοναδικής στρατηγικής σημασίας γεωγραφική της θέση ως πύλη της Ελλάδας στην Ευρώπη. Να ανοίξει αυτή την πύλη και να υποδεχθεί ιδέες, ρεύματα, θρησκείες, πολιτισμούς, λαούς και εμπορεύματα και αξιοποιώντας όλα αυτά προσθέτοντας και το δικό της στίγμα να γίνει το πολιτισμικό και εμπορικό σταυροδρόμι της Ευρώπης. Ήδη η Πάτρα πέρα από κομβικό σημείο του ευρωπαϊκού δικτύου μεταφορών αποτελεί και διεθνή πόλο επιχειρηματικής και επιστημονικής έρευνας .

Οικονομία του Νομού

Γεωγραφική θέση, οι φυσικοί και ανθρώπινοι πόροι, αποτελούν σημαντικό πλεονέκτημα της περιοχής. Οι διεθνείς εξελίξεις τόσο οι μόνιμες (παγκοσμιότητα, ανοιχτή επικοινωνία, διεύρυνση αγορών, κατάργηση συνόρων, τεχνολογικές εξελίξεις κλπ.) όσο και οι ευκαιριακές δημιουργούν ευνοϊκές συνθήκες για την οικονομία της περιοχής.

Η Πάτρα και γενικότερα ο Ν. Αχαΐας είναι η ουσιαστική πύλη της Ελλάδος προς την Ευρώπη, βρίσκεται δε πάνω στο Ευρωπαϊκό Μεσογειακό Τόξο (Ισπανία, Ν. Γαλλία, Ιταλία, Ελλάδα) που βασικοί αναπτυξιακοί του άξονες είναι ο τουρισμός, η τεχνολογία και οι υπηρεσίες. Ο Νομός Αχαΐας διαθέτει αρκετά χαρακτηριστικά που μπορούν να τον βοηθήσουν στην αναπτυξιακή του προσπάθεια όπως:

(www.patras.gr)

- Ανθρώπινο δυναμικό καταρτισμένο, με ευρύ ορίζοντα και επιχειρηματικό πνεύμα ικανό να αναλάβει ατομικές και ομαδικές πρωτοβουλίες.
- Εργατικό δυναμικό με παράδοση και τεχνογνωσία.
- Βασικές Αναπτυξιακές υποδομές (Πανεπιστήμιο, ΤΕΙ, ΒΙΠΕ, Νοσοκομεία, ΒΙΟΠΑ, Ελληνικό Ανοιχτό Πανεπιστήμιο, Επιστημονικό Πάρκο κλπ), που μπορούν να αποτελέσουν δυναμικούς μοχλούς ανάπτυξης.
- Δημιουργείται πνεύμα δυναμικής ομαδικής δραστηριότητας μέσω νέων προσπαθειών που αναπτύσσονται από

την πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια Τοπική Αυτοδιοίκηση, το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο (Επιμελητήριο Αχαΐας) με σκοπό την αναπτυξιακή ανόρθωση του Νομού.

- Υπάρχουν τεράστιες δυνατότητες εκμετάλλευσης των Κοινοτικών κονδυλίων βάσει των οποίων προωθείται η βελτίωση της υποδομής, με την υλοποίηση αναπτυξιακών έργων όπως η Ζεύξη Ρίου - Αντιρρίου, η κατασκευή νέου Λιμένος, η Περιμετρική της Πάτρας, ο εκσυγχρονισμός του Σιδηροδρομικού Δικτύου, ο βιολογικός καθαρισμός των λυμμάτων κλπ.

- Υπάρχουν σημαντικά "αργούντα" χρηματικά κεφάλαια που επιβάλλεται να αξιοποιηθούν.

ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού της περιοχής απασχολείται στον πρωτογενή τομέα. Παρά την σημειωθείσα διαχρονική μείωση του αγροτικού πληθυσμού (από 105.848 το 1981 μειώθηκε στις 91.721 το 1991) το ποσοστό σε σύγκριση με το μέσο όρο της χώρας είναι υψηλότερο και συγκεκριμένα 30,55% στο Ν. Αχαΐας έναντι 28,2% της χώρας. (www.patras.gr)

Ο πρωτογενής τομέας συμβάλλει σημαντικά στην διαμόρφωση ενός " βιώσιμου" εισοδήματος για τα νοικοκυριά της υπαίθρου. Η γεωργία χαρακτηρίζεται από τα ίδια διαρθρωτικά και δημογραφικά προβλήματα που χαρακτηρίζουν το σύνολο της Ελληνικής γεωργίας.

Στο Ν. Αχαΐας καλλιεργείται σχεδόν όλο το φάσμα των Ελληνικών γεωργικών προϊόντων με ιδιαίτερη βαρύτητα την σταφίδα, τα αμπελοοινικά προϊόντα, τα εσπεριδοειδή, τα κηπευτικά, τη βιομηχανική ντομάτα, τις πατάτες, τα καρπούζια, το ελαιόλαδο κλπ. Ιδιαίτερα αναπτυγμένος ποσοτικά παρουσιάζεται ο κλάδος της κτηνοτροφίας, ο



οποίος όμως χαρακτηρίζεται από παραδοσιακό τρόπο βόσκησης και όχι σε οργανωμένες φάρμες.

Η περιοχή μας έχει μεγάλη δυνατότητα ανάπτυξης του πρωτογενούς τομέα αρκεί να ληφθούν διαρθρωτικά μέτρα όπως εισαγωγή τεχνολογικών βελτιώσεων στις εκμεταλλεύσεις, υιοθέτηση ολοκληρωμένων συστημάτων καλλιεργειών, αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού, τυποποίηση των προϊόντων, αναδιάρθρωση του αγροτικού συνεταιριστικού κινήματος κλπ.

ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο Νομός Αχαΐας και ιδιαίτερα η πόλη της Πάτρας έχει μακρά βιομηχανική παράδοση. Κοιτάζοντας προς το παρελθόν βλέπουμε ότι το πρώτο Ελληνικό εργοστάσιο ιδρύθηκε σ' αυτή το 1846. (www.patras.gr)

Η Αχαΐα τον 19ο αιώνα αποτελούσε μια οικονομική περιοχή με εξωστρεφή προσανατολισμό. Η τοπική οικονομία συνέδεσε τις τύχες της με την Ευρωπαϊκή αγορά, μέσω της καλλιέργειας και της εξαγωγής της σταφίδας. Κατά την διάρκεια του μεσοπολέμου η Αχαΐα αποτελούσε ένα από τα πρώτα σε σημασία βιομηχανικά κέντρα. Οι ριζικές ανακατατάξεις που έλαβαν χώρα μετά την δεκαετία του 1980 στο παγκόσμιο οικονομικό στερέωμα είχαν ως αποτέλεσμα να κλείσουν σημαντικές βιομηχανικές επιχειρήσεις και να οδηγηθεί στην ανεργία ένα μεγάλο ποσοστό έμπειρου εργατικού δυναμικού, ιδίως αυτού που απασχολείτο στους κλάδους της κλωστοϋφαντουργίας, ένδυσης και χαρτοβιομηχανίας.

Από την εξέταση των δεδομένων προκύπτει μια διαφοροποίηση του μεταποιητικού τομέα, καθόσον παρατηρείται μια συρρίκνωση της βιομηχανικής δραστηριότητας. Εντούτοις διαπιστώνεται ότι μέσα στους ίδιους κλάδους άλλες επιχειρήσεις προοδεύουν και άλλες φθίνουν. Αυτό οφείλεται στο βαθμό που κάθε επιχείρηση αξιοποιεί τις ευκαιρίες και τις δυνατότητες της Ευρωπαϊκής Αγοράς. Ήδη με τον προϋπάρχοντα Αναπτυξιακό Νόμο 2324/94 και τα διάφορα κοινοτικά προγράμματα αρκετές μεταποιητικές επιχειρήσεις προχώρησαν σε εκσυγχρονισμό των δομών δράσης τους, στην δημιουργία επωνύμων προϊόντων, στη βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων.

Αρκετές επιχειρήσεις έχουν εξαγωγικό προσανατολισμό προς καταναλωτές Ευρωπαϊκών χωρών γεγονός που υποδηλώνει ότι η ποιότητα των προϊόντων τους είναι ανταγωνιστική έναντι των ξένων επιχειρήσεων.

Στον Ν. Αχαΐας παράγεται όλη η γκάμα των προϊόντων, όπως κλωστοϋφαντουργικά, έτοιμα ενδύματα, τρόφιμα, ποτά, εμφιαλωμένα νερά, ελαστικά-πλαστικά, προϊόντα από μη μεταλλικά ορυκτά, μεταλλικά και μεταλλουργικά προϊόντα, μηχανές, δέρματα, δερμάτινα είδη, προϊόντα κεραμικής υψηλών προδιαγραφών κλπ.

Η ύπαρξη Βιομηχανικής Ζώνης σε ειδικά οργανωμένο χώρο εκτάσεως 4.050 στρεμμάτων, ο υπό κατασκευή χώρος για εγκατάσταση Βιοτεχνικών Πάρκων, (ΒΙΟΠΑ), η κατασκευή του Επιστημονικού Πάρκου Πατρών, η λειτουργία των Ερευνητικών Τμημάτων στο Πανεπιστήμιο της Πάτρας, η ολοκλήρωση των αναπτυξιακών έργων που βρίσκονται σε εξέλιξη καθώς και τα παρεχόμενα κίνητρα, επιδοτήσεις και φορολογικές ελαφρύνσεις, δημιουργούν βάσιμη ελπίδα ότι θα τονωθεί το επενδυτικό κλίμα. Υπάρχουν τομείς και κλάδοι που μπορούν να αναπτυχθούν. . (www.patras.gr)

Οι κατευθύνσεις επενδυτικού ενδιαφέροντος, οι οποίες διαφαίνονται ελκυστικές αφορούν παραγωγή τυποποιημένων προϊόντων π.χ. παραγωγή προτηγανισμένης πατάτας, τεμαχισμός - τυποποίηση - συσκευασία χοιρινού κρέατος, τυποποίηση φρούτων, παραγωγή κατεψυγμένων ή τυποποιημένων αλιευμάτων, παραγωγή ιχθυοπαρασκευασμάτων, παραγωγή ετοιμών φαγητών, παραγωγή βιολογικών προϊόντων, τυποποίηση ελαιολάδου, παραγωγή προϊόντων από πολυαιθυλένιο, κατασκευή προϊόντων συσκευασίας, κατασκευή συστημάτων πληροφορικής και Η/Υ, δραστηριότητες που να καλύπτουν τον τομέα της υψηλής τεχνολογίας συνεργαζόμενες προς τούτο με το Πανεπιστήμιο Πάτρας, το οποίο έχει σαφή τεχνολογικό προσανατολισμό κλπ.

ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Εμπόριο

Το Εμπόριο του Ν. Αχαΐας διεξάγεται σε σημαντικό βαθμό από το πολεοδομικό συγκρότημα της Πάτρας και του Αιγίου. Ιδιαίτερα η Πάτρα αποτελεί πόλο έλξης για την Δυτική Πελοπόννησο, τα Ιόνια Νησιά καθώς και την κοντινή περιοχή της Δυτικής Στερεάς Ελλάδος.

Στο Ν. Αχαΐας σήμερα καταγράφονται περίπου 5.600 εμπορικές επιχειρήσεις.

Κύριο χαρακτηριστικό της ανάλυσης των δεδομένων είναι ότι στη συντριπτική πλειοψηφία πρόκειται για καταστήματα μικρού όγκου, όπου το απασχολούμενο προσωπικό είναι ένα (1) ή τρία(3) άτομα. Ήδη έχει

αρχίσει η διαδικασία εισόδου μεγάλων πολυκαταστημάτων ελληνικών και ξένων συμφερόντων. Πέραν των αλυσίδων Super Market άρχισαν να εγκαθίστανται στην Πάτρα υποκαταστήματα μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων όπως MAKRO, ZARA, PRACTIKER.

Ο Νομός Αχαΐας εκτός από εμπορικό και βιομηχανικό κέντρο είναι ταυτόχρονα διαμετακομιστικό και εξαγωγικό κέντρο με κυριότερο το λιμάνι της Πάτρας, που είναι η κύρια θαλάσσια πύλη εισόδου από την Δυτ. Ευρώπη.

Η δημιουργία του νέου λιμένος αναμένεται να επαυξήσει τις διαμετακομιζόμενες ποσότητες εμπορευμάτων, ενώ παράλληλα οι σημειωθείσες προσπάθειες για δημιουργία μόνιμου Εκθεσιακού Κέντρου και η αναμενόμενη δημιουργία του Ηλεκτρονικού Κέντρου Εμπορίου από το Επιμελητήριο Αχαΐας θα τονώσει το εμπόριο της ευρύτερης περιοχής.



(Φώτο 4)άποψη λιμανιού της Πάτρας

Πηγή : www.patras.gr

ΤΟΜΕΑΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Ο τομέας των μεταφορών διαθέτει αξιοποιήσιμο συγκριτικό πλεονέκτημα δυνάμενο να δημιουργήσει νέες θέσεις απασχόλησης, δοθέντος ότι ο Νομός Αχαΐας είναι κυρίαρχος συγκοινωνιακός κόμβος

για ολόκληρη την Δυτική Ελλάδα αφού άλλωστε είναι η κύρια πύλη εισόδου - εξόδου προς την Δυτ.Ευρώπη. (Πηγή : www.patras.gr)

Η μεγαλύτερη ζήτηση αναμένεται στους τομείς των θαλασσίων και χερσαίων μεταφορών. Ο υπό κατασκευή νέος λιμένας της Πάτρας, η Ζεύξη Ρίου - Αντιρρίου, η Μάξι Περιμετρική, ο εκσυγχρονισμός της σιδηροδρομικής γραμμής Πατρών - Αθηνών (Διπλή γραμμή και μελλοντική ηλεκτροκίνηση), οι επενδύσεις στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, ο υπό κατασκευή άξονας ΠΑΘΕ (Πάτρα - Αθήνα - Θεσσαλονίκη - Εύζωνοι) και ο μελετώμενος Δυτικός Άξονας Καλαμάτα - Πάτρα - Αργίριο - Ηγουμενίτσα είναι βέβαιο ότι θα προσδώσουν για την περιοχή μας νέους αναπτυξιακούς ορίζοντες ικανούς να αναβαθμίσουν έτι περαιτέρω τον στρατηγικό ρόλο του Ν. Αχαΐας και ιδιαίτερα της Πάτρας. Η Ναυτιλιακή γραμμή Πατρών - Ιταλίας λόγω της σπουδαιότητας και της σημειούμενης μεγάλης ζήτησης τόσο για τη μεταφορά επιβατών όσο και εμπορευμάτων συγκεντρώνει ζωηρό επενδυτικό ενδιαφέρον εκ μέρους των ναυτιλιακών εταιρειών.

ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ

ΜΟΥΣΕΙΑ – ΜΝΗΜΕΙΑ



(φώτο 5) Ρωμαϊκό Ωδείο Πηγή:www.mypatras.gr

ΡΩΜΑΪΚΟ ΩΔΕΙΟ

Οικοδομήθηκε λίγο νωρίτερα από το Ωδείο του Ηρώδου του Αττικού, το γνωστό ως Ηρώδειο, δηλαδή πριν το 161 μ.Χ., και είναι μικρότερο σε διαστάσεις από εκείνο.

Το κοίλο έχει τέσσερις κερκίδες εδωλίων κάτω του διαζώματος και επτά άνω. Ο έξω ψηλός τοίχος της σκηνης έχει πέντε εισόδους προς την σκηνή και τα παρασκήνια. Το προσκήνιο είναι προσιτό από δύο κτιστές σκάλες, μία δεξιά και μία αριστερά. Η ορχήστρα είναι πλακόστρωτη και χωρίζεται με ημικυκλικό θωράκιο από το κοίλο. Μέχρι το 1889, οπότε καθαρίστηκε, ήταν εντελώς καλυμμένο με χώματα. Επισκευή και αναμαρμάρωση του μνημείου έγινε λίγο μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο.(Πηγή : www.mypatras.gr)



(Φώτο 6) Άποψη κάστρου Πατρών

Πηγή:www.mypatras.gr

ΚΑΣΤΡΟ ΠΑΤΡΩΝ

Το κάστρο της Πάτρας χτίστηκε κατά το β' μισό του 6ου μ.Χ. αιώνα, επάνω στα ερείπια της αρχαίας Ακρόπολης. Στα 805 μ.Χ. οι κάτοικοι της πόλης πολιορκήθηκαν στο κάστρο από Σλάβους και Σαρακηνούς και η νίκη τους, που αποδόθηκε σε θαύμα του πολιούχου της πόλης Αγίου Ανδρέα, ήταν σημαντική για την αναχαίτιση των βαρβαρικών επιδρομών στην Πελοπόννησο. Κατά τους επόμενους αιώνες το κάστρο, που παρέμεινε σε αδιάκοπη χρήση για την άμυνα της πόλης, αλλά και ως διοικητικό και στρατιωτικό κέντρο, μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, κατακτήθηκε από τους Φράγκους, Ενετούς, Παλαιολόγους και Τούρκους. (Πηγή:www.mypatras.gr)

Το κάστρο αποτελείται από έναν τριγωνικό εξωτερικό περίβολο, ενισχυμένο με πύργους και προμαχώνες, που προστατευόταν αρχικά από βαθιά τάφρο, και ένα εσωτερικό περίβολο, που υψώνεται στη Β.Α. γωνία και επίσης περιβάλλεται από τάφρο. Οι οικοδομικές φάσεις που διακρίνονται σήμερα στο κάστρο αποτελούν μαρτυρία των εργασιών που πραγματοποιήθηκαν από τους εκάστοτε κατακτητές του για την επισκευή του και την προσαρμογή του στις εξελίξεις της πολεμικής τεχνολογίας.

Η αρχική κατασκευή είναι σήμερα ορατή κυρίως στο βόρειο τείχος, τα ίχνη της, όμως, που εντοπίζονται και στις τρεις πλευρές των τειχών, μαρτυρούν πως η αρχική βυζαντινή οχύρωση είχε την ίδια περίπου περίμετρο.



(Φώτο 7) Άποψη κάστρου Ρίου

Πηγή: www.mypatras.gr

ΚΑΣΤΡΟ ΡΙΟΥ

Το 1499 έγινε η πρώτη οχύρωση του περάσματος από τον Βαγιαζήτ Β΄, μικρότερη σε έκταση με διπλό περίβολο και τάφρο. Το 1532 έγινε κατάληψη από τους Ισπανούς και τον Αντρέα Ντόρια και ανακατάληψη από τους Τούρκους. Το 1603, οι Ιππότες της Μάλτας προκαλούν σημαντικές καταστροφές. Το 1687 γίνεται κατάληψη από το Μοροζίνι. Γίνονται ριζικές επισκευές και παίρνει τη μορφή που έχει σήμερα: νέοι πύργοι-προμαχώνες, ενίσχυση επάλξεων. Το 1715 γίνεται

κατάληψη του Κάστρου από τους Τούρκους, ενώ το 1828 το κάστρο ύστερα από πολιορκία παραδίδεται από τους Τούρκους στον στρατηγό Μαιζόν.

Επισκευάζεται και παραδίδεται στους Έλληνες. Το Κάστρο χρησιμοποιήθηκε σαν φυλακή για μεγάλο διάστημα. Στο Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο εγκαταστάθηκαν Γερμανοί. Δεν έχουν γίνει ανασκαφές στον χώρο του Φρουρίου. (Πηγή:www.mypatras.gr)



(Φώτο 8) Δημοτικό Θέατρο Πηγή:www.patras.gr

Δημοτικό Θέατρο

Το Δημοτικό Θέατρο «ΑΠΟΛΛΩΝ», βρίσκεται στην πλατεία Γεωργίου Α΄, χαρακτηρίζεται ως το εντυπωσιακότερο αρχιτεκτονικό στολίδι της Πάτρας ενώ είναι ένα από τα πρώτα θέατρα όπερας στην Ευρώπη. Κατασκευάστηκε το 1872, βάση των σχεδίων του Γερμανού Αρχιτέκτονα Ερνέστου Τσίλερ και με την οικονομική συνεισφορά των εμπόρων της Πάτρας.

Διαθέτει τρεις σειρές θεωρείων επενδυμένες με κόκκινο βελούδο, γαλαρία, υπερώο και πλατεία. Από τον πρώτο χρόνο της κατασκευής του, οι Πατρινοί είχαν την ευκαιρία ν' απολαύσουν παραστάσεις μελοδράματος μεγάλων συνθετών όπως Βέρντι, Απολλόνι, Πατσίνι, Ρίτσι, Ντονιτσέλι, Μπιζέ, όπως και παραστάσεις όπερας, οπερέτας. Από τη σκηνή του πέρασαν αργότερα μεγάλοι ελληνικοί θίασοι όπως των

Κοτοπούλη, Μυράτ, Κυβέλη, Πλέσσα, ενώ στη διάρκεια της Αποκριάς φιλοξενούσε χοροεσπερίδες και χορούς μπαλ μασκέ για να ταυτιστεί από τη δεκαετία του 1950 με τη διοργάνωση των περιφημων και μοναδικών στο Πανελλήνιο «Μπουρμπουλιών».

Από το 1988 το Δημοτικό Θέατρο, αποτελεί τη μόνιμη στέγη του Δημοτικού Περιφερειακού Θεάτρου της Πάτρας (ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ) που διακόπτει τις παραστάσεις του μόνο την περίοδο του Καρναβαλιού, όταν η παράδοση επιτάσσει ν' αρχίσουν οι χοροί και βεβαίως τα «Μπουρμπούλια»!

(Πηγή:www.patras.gr)

Δασύλλιο-Δημοτικό τουριστικό περίπτερο



(Φώτο 9) Δασύλλιο Πηγή:www.patras.gr

Ο πευκόφυτος αυτός λόφος αποκαλείται η «βεράντα» του Πατραϊκού κόλπου για την εξαιρετική θέα που προσφέρει. Το Δασύλλιο προσφέρεται για περιπάτους αναψυχής αλλά και για τζόκινγκ. Περπατιέται ευχάριστα, χάρη στους διαμορφωμένους δρομίσκους που το διασχίζουν και τον δροσερό ίσκιό που προσφέρουν τα πανύψηλα δέντρα.

Υπάρχει Δημοτικό τουριστικό περίπτερο εναρμονισμένο στο περιβάλλον από το οποίο μπορεί κανείς να θαυμάσει την Πάτρα, το λιμάνι, τον Πατραϊκό αλλά και τις χαμηλές ακτές της περιοχής του Μεσολογγίου έως τα βουνά της Ρούμελης. Τις απογευματινές ώρες η

κίνηση αυξάνεται καθώς πολλοί είναι εκείνοι που ανηφορίζουν στο Δασύλλιο για να δουν τον Πατραϊκό να βάφεται πορφυροκόκκινος από τα μοναδικά χρώματα του ηλιοβασιλέματος.

Η πευκοφύτευση του Δασυλλίου έγινε το Μάρτη του 1916 από μαθητές των Δημοτικών Σχολείων, των δυο Γυμνασίων και της Εμπορικής Σχολής κάτω από την επίβλεψη του Αυστριακού δασολόγου Στέγγελ. Η ιδέα της δεντροφύτευσης του άγονου λόφου, ήταν του Ανδρέα Μιχαλόπουλου.

(Φώτο



10

Αχάϊα

Κλάους

Αχάϊα Κλάους

Σ' έναν καταπράσινο λόφο , οχτώ χιλιόμετρα ΝΑ του κέντρου της Πάτρας, βρίσκονται οι εγκαταστάσεις της οινοποιίας ACHAIA CLAUSS που ξεχωρίζει ως ένα από τα σημαντικότερα τουριστικά αξιοθέατα της περιοχής.

Ιδρυτής της, ήταν ο Βαυαρός Γουστάβος Κλάους που ήρθε στην Πάτρα το 1854 για να εργαστεί σε μία γερμανική εταιρία εξαγωγής σταφίδας. Σε μία από τις εξορμήσεις του γνώρισε την περιοχή που τον μάγεψε με το φυσικό της κάλος. Αγόρασε ένα αμπελάκι για να φτιάχνει κρασί για τον εαυτό του και κατέληξε στη δημιουργία τού Κάστρου - Οινοποιείου που διατηρείται ακέραιο έως σήμερα. Το 1861 ίδρυσε την εταιρία ACHAIA CLAUSS και τα εξαιρετικής ποιότητας κρασιά του μεταξύ των οποίων

και η Μαυροδάφνη Πάτρας, κατέκτησαν την ελληνική αλλά και τη διεθνή αγορά.

Τα πέτρινα κτίρια, τα μεγάλα δρύινα σκαλιστά βαρέλια με μαυροδάφνη ενός αιώνα, η παραδοσιακή κάβα για την υποδοχή των επισκεπτών αλλά και το μοναδικό τοπίο με την εκπληκτική θέα προσελκύουν κάθε χρόνο γύρω στα 200.000 άτομα.

(Πηγή:www.patras.gr)

Ι.Ν. 'Αγιου Ανδρέα

(Φώτο 11) Άγιος Ανδρέας Πηγή : www.patras.gr



Οι δύο Ναοί του Πολιούχου της Πάτρας, Αγ. Ανδρέα αποτελούν πανελλήνιο και πανορθόδοξο προσκύνημα. Ο παλιός Ναός οικοδομήθηκε στο διάστημα 1836-1843 στη θέση όπου μαρτύρησε ο Απόστολος Ανδρέας. Χτίστηκε σε ρυθμό βασιλικής και είναι έργο του αρχιτέκτονα Λύσανδρου Καυταντζόγλου. Οι ολόσωμες εικόνες της οροφής με σκηνές από τη Βίβλο, Πατέρες και Πατριάρχες αποτελούν έργα του μεγάλου αγιογράφου Δημήτρη Χατζηασλάνη, γνωστού ως Βυζάντιου. Μπροστά και δεξιά του Ναού, κοντά στο Άγιο Βήμα, βρίσκεται ο μαρμάρινος Τάφος του Αποστόλου. Στα μέσα του 4ου αιώνα, με ενέργειες του αυτοκράτορα Κωνσταντίου μεταφέρθηκε το Άγιο Λείψανο στον Ναό των

Αγίων Αποστόλων στην Κωνσταντινούπολη. Όταν οι Φράγκοι κατέκτησαν την Πόλη, το Λείψανο μεταφέρθηκε στην Ιταλία. Ήταν στις 26 Σεπτεμβρίου 1964, όταν η Τιμία Κάρα του Αποστόλου επιστράφηκε στην Πάτρα από τον Πάπα Παύλο και μετά από ενέργειες των Πατρινών και της Ορθόδοξης Εκκλησίας.

Ο νέος μεγαλοπρεπέστατος Βυζαντινού ρυθμού ναός θεμελιώθηκε το 1908 από τον Γεώργιο τον Α΄, και εγκαινιάσθηκε το 1974 από τον Μητροπολίτη Πατρών κ. Νικόδημο. Είναι ο μεγαλύτερος και καλλιτεχνικότερος ναός των Βαλκανίων και ένας από τους μεγαλύτερους της Ευρώπης. Την επίβλεψη των εργασιών ανέγερσης είχε ο αρχιτέκτονας Αναστάσιος Μεταξάς και μετά το θάνατό του (1937) ο αρχιτέκτονας Γεώργιος Νομικός. Ο κεντρικός τρούλος του Ναού έχει ύψος 46 μέτρα, πάνω του στηρίζονται ένας πεντάμετρος επίχρυσος σταυρός και δώδεκα μικρότεροι που συμβολίζουν το Χριστό και τους δώδεκα μαθητές του. Στο χώρο του Ναού μπορούν να εκκλησιαστούν τουλάχιστον 5.500 άτομα.

(Πηγή : www.patras.gr)

ΠΛΑΤΕΙΕΣ - ΠΑΡΚΑ



(Φώτο 12) Πλατιά Γεωργίου

Πηγή : www.patras.gr

ΠΛΑΤΕΙΑ ΒΑΣΙΛΕΩΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ

Είναι η κεντρικότερη πλατεία της πόλης. Πριν ονομαζόταν Καλαμογδάρτη, επειδή εκεί βρισκόταν η οικία του Καλαμογδάρτη. Επίσημη ονομασία της ήταν Όθωνος. Μετά το 1862 ονομαζόταν Εθνική. Όταν, όμως, στο βασιλικό θρόνο ήταν το 1863 ο Γεώργιος Α΄ πήρε το όνομά του. Το 1902 πήρε τη σημερινή μορφή, καθώς ισοπεδώθηκε και δενδροφυτεύτηκε. Ήταν χώρος που γίνονταν εθνικοί χοροί, υπαίθριες συγκεντρώσεις, κυρίως πολιτικού ενδιαφέροντος. Ήταν η πλατεία με τα κέντρα και τα καφενεία. Από το 1875 υπήρχαν τα συντριβάνια τα οποία στοίχισαν 70.000δρχ το ένα. Υπέρογκο ποσό με τις οικονομικές δυνατότητες της τότε Ελλάδας και Πάτρας. Ήταν η πλατεία του πολιτικού και πολιτιστικού γίνεσθαι της πόλης, ο χώρος που φιλοξενούνταν οι πιο σημαντικές δραστηριότητες. Στα καφενεία της πλατείας τραγουδούσαν Ιταλοί αοιδοί. Δεν πρέπει να μας ξαφνιάζει το γεγονός, γιατί η Πάτρα της Μπελ Επόκ, αποτέλεσε σημαντική πολιτιστική πόλη και οι επαφές της με τη Δύση ήταν συχνές και υψηλού επιπέδου. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι οι συναυλίες όπερας τελούνταν στο θέατρο της πλατείας Γεωργίου, το γνωστό θέατρο «Απόλλων». Η σημερινή πλατεία Γεωργίου εξακολουθεί να αποτελεί την πλατεία των πολιτικών συναντήσεων, των συλλαλητηρίων, των πολιτιστικών δρωμένων και κυρίως η πλατεία των καρναβαλικών εκδηλώσεων.

ΠΛΑΤΕΙΑ ΟΛΓΑΣ



(Φώτο 13) Πλατιά Όλγας Πηγή : www.patras.gr

Η πλατεία που φέρει το όνομα της γυναίκας του βασιλιά Γεωργίου Α΄, Όλγας. Λεγόταν πλατεία Ομονοίας. Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι σ' αυτή την πλατεία έπαιζε ως παιδί ο Κωστής Παλαμάς, καθώς η οικία του βρισκόταν λίγο πιο πάνω επί της Κορίνθου, στη διασταύρωση με την Κολοκοτρώνη. Σύμφωνα με το αρχικό πολεοδομικό σχέδιο προοριζόταν για αγορά δημητριακών, κατόπιν όμως δενδροφυτεύθηκε και ονομάστηκε «Της βασίλισσας το περιβόλι». Σήμερα αυτή η πλατεία έχει μετονομασθεί σε πλατεία «Εθνικής Αντίστασης».

(Πηγή : www.patras.gr)

ΠΛΑΤΕΙΑ ΤΡΙΩΝ ΣΥΜΜΑΧΩΝ



(Φώτο 14) Πλατιά Τριών Συμμάχων :
www.patras.gr

Η συγκεκριμένη πλατεία φέρει το όνομα των Τριών Συμμαχικών Δυνάμεων με την Ελλάδα στον αγώνα για την απελευθέρωση. Αυτές οι δυνάμεις ήταν η Αγγλία, η Γαλλία και η Ρωσία. Πριν η πλατεία λεγόταν πλατεία Τελωνείου, επειδή εκεί κοντά βρισκόταν το τελωνείο.



ΠΛΑΤΕΙΑ ΥΨΗΛΩΝ ΑΛΩΝΙΩΝ (Φώτο 15) Πλατιά Υψηλών Αλωνιών : www.patras.gr

Εθεωρείτο η καλύτερη πλατεία της πόλης. Ήταν γήλοφος με πλάτωμα. Εκεί βρίσκονταν σταφιδάλωνα, σε πιο ψηλό μέρος σε σχέση με τις σταφιδοφυτείες. Η περιοχή από τα Υψηλά Αλώνια μέχρι το ναό της Αγίας Αικατερίνης, ονομαζόταν «Ελληνικό», λόγω της πληθώρας των αρχαιολογικών ευρημάτων. Το 1857 άρχισε ισοπέδωση μέρους της πλατείας και ολοκληρώθηκε το 1881 από το δήμαρχο Βεν. Ρούφο από τον οποίο πήρε τότε και το όνομά της. Πριν λεγόταν πλατείας Άρτας. Το 1863 ορκίστηκε η εθνοφυλακή εκεί. Υπήρχαν 5 βρύσες στην πλατεία. Το 1883 κατασκευάστηκε εξέδρα για μουσική και εγκαταστάθηκαν 15 κρυστάλλινοι φανοί. Στη βόρεια πλευρά της πλατείας έβοσκαν πρόβατα. Στο κάτω μέρος της υπήρχαν κρεοπωλεία. Το 1905 η πλατεία είχε πέντε καφενεία όπου διανυκτέρευαν. Αυτό αποτελεί στοιχείο της πληθώρας και 24ώρου βάσεως διασκέδασης και ψυχαγωγίας των Πατρινών. Στις 22-11-1821 οι Τούρκοι καταδίωξαν τους Έλληνες μέχρι το ύψος της πλατείας. Ο βασιλιάς Γεώργιος Η΄ είχε αγοράσει έκταση 25 στρεμμάτων στη νότια πλευρά της πλατείας για να κτίσει ανάκτορο. Αυτό βέβαια δεν έγινε καθώς ο γιος του βασιλιά που κληρονόμησε αυτή την έκταση την πούλησε. Το 1944 στην πλατεία αυτή απαγχονίστηκαν αγωνιστές της Εθνικής Αντίστασης από τα γερμανικά στρατεύματα κατοχής. Στις 20-3-

1923 έγινε τελετή αποκαλυπτηρίων του χάλκινου ανδριάντος του μητροπολίτη Παλαιών Γερμανού και στις 24-3-1953 της προτομής του Κωστή Παλαμά.

ΠΑΡΑΛΙΕΣ

ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΣΤΡΟΦΙΛΙΑΣ



(Φώτο 16)

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Οι εναλλαγές του τοπιού και οι ομορφιές της περιοχής, το φυσικό κάλλος αποκαλύπτεται στον επισκέπτη σε όλο του το μεγαλείο κυρίως στο δάσος της Στροφιλίας (φώτο 16).



(Φωτο 17) Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Ένα ανεκτίμητης οικολογικής αξίας οικοσύστημα 20.000 στρεμμάτων ,γεμάτο με τα χαρακτηριστικά «ομπρελοειδη» πεύκα ,κουκουναριές ,και πολλά ακόμη είδη δέντρων.

Εκτείνεται παράλληλα η ατελείωτη χρυσαφένια αμμουδιά της Καλογριάς (φωτο 17),το Δάσος της Στροφιλιάς ,η λίμνη του Προκόπου και η λιμνοθάλασσα του Κοτυχιού, υδροβιότοποι δεκάδων σπανίων ειδών που προστατεύονται από 1971 από τη συνθήκη Ρασμαρ.

Το μοναδικό σύμπλεγμα λίγα χλμ .πιο πέρα η λιμνοθάλασσα του Πάπα .Ένα πολύ σημαντικό φυσικό ιχθυοτροφείο ,γνωστό για τα νόστιμα ψαριά του.

Μάλιστα λέγεται ότι η λιμνοθάλασσα πηρέ το όνομα της επι Ενετοκρατίας, επειδή υπήρχε ο βασικός τροφοδότης σε ψαριά ,του Βατικανό.

(Πηγή : www.patras.gr)

Παραλίες

Τα παραλία της Αχαΐας είναι διάσπαρτα με τα παραλιακά γραφικά χωριά ,με τις χρυσαφένιες αμμουδιές ,αλλά και με εξαιρετική τουριστική υποδομή. Η Αχαΐα προσκαλεί τον επισκέπτη να την εξερευνήσει.

Το κλίμα υπέροχο ιδανικό για διακοπές όλο τον χρόνο. Μεγάλα και μικρά ξενοδοχεία παραδοσιακοί ξενώνες ,πάνω στο κύμα ψαροταβέρνες , υπεροχή θέα ιδανικό ορμητήριο ακόμα και για μια χειμωνιάτικη εξόρμηση χειμωνιάτικη εξόρμηση.



(Φωτο 18) Αποψη Παραλίας Ρίου

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Παραλίες Αιγίου

Οι παραλιακές πόλεις με τα καθαρά καταγάλανα νερά και τις υπεροχές ακρογιαλιές .Αίγιο, Άκρατα, Πλάτανος ,Τράπεζα, Αιγείρα, όποια παραλία και να επιλέξει ο επισκέπτης για το μπάνιο του είναι σίγουρο ότι θα απολαύσει την αναζωογονητική φρεσκάδα του κρυστάλλινου νερού της περιοχής .Αλλά αυτό που την κάνει πραγματικά πόλο έλξης για τους επισκέπτες της είναι ότι η περιοχή φλερτάρει τόσο με βουνό όσο και με τη θάλασσα.



(Φωτο 19) Αποψη Παραλιών Αιγίου

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



Χάρτης Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΑΕ)

Το Καρναβάλι της Πάτρας

Σε αυτή την ενότητα θα ήταν παράλειψη μας να μην αναφερθούμε στο Πατρινό Καρναβάλι που είναι πόλος έλξης χιλιάδων επισκεπτών κάθε χρόνο το τριήμερο της Αποκριάς.



(Φώτο 20) Άποψη Πατρινού Καρναβαλιού Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Η Ιστορία

Αν και δεν είναι ευρέως τόσο γνωστό, όσο κάποια άλλα μεσογειακά και κεντροευρωπαϊκά καρναβάλια, το Πατρινό Καρναβάλι περιλαμβάνεται στα κορυφαία της Ευρώπης. Είναι το πολυπληθέστερο σε συμμετοχή μεταμφιεσμένων (40.000 στη μεγάλη παρέλαση) μαζί με



αυτό του Νότιγγαμ στο Λονδίνο και είναι αναμφισβήτητα πρώτο στην Ευρώπη σε συμμετοχή νέων και γι' αυτό πρώτο σε κέφι και σε πάθος.

Ξεκίνησε πριν 180 χρόνια περίπου και είχε μια ενδιαφέρουσα ιστορικά διαδρομή και μετεξέλιξη. Αρχικά, από το 1829, ως χοροί μπαλμασκε στα σπίτια των ντόπιων μεγαλοαστών. Κάποια στιγμή, από το 1870 και μετά οι ίδιοι χρηματοδοτούν την κατασκευή καρναβαλικών αρμάτων και καθιερώνεται και η παρέλαση. Χοροί και παρέλαση είναι για πολλές-πολλές δεκαετίες το επίσημο και γνωστό πέρα από την πόλη πατρινό καρναβάλι. Στο περιθώριο του, βέβαια, υπάρχει και μια λαϊκή εκδοχή του με γλέντια σε ταβέρνες ή σπίτια και με τις μπούλες (μεταμφίηση πρόχειρη με ρούχα του αντίθετου φύλλου, ρούχα της γιαγιάς κ.λ.π.). Λαϊκοί τεχνίτες είναι και οι κατασκευαστές των αρμάτων και μασκαρατών κι ανάλογη η τεχνοτροπία τους. Όμως το Καρναβάλι παραμένει η γιορτή των αστών αφού οι φανταχτεροί χοροί τους και η οργάνωση και χρηματοδότηση από αυτούς της παρέλασης και των αρμάτων δίνουν τον τόνο. Κι εκτός από τις μπούλες οι ίδιοι, άλλωστε, δημιουργούν και τα λίγα αλλά χαρακτηριστικά έθιμά του: τον «πόλεμο» με τα κέρινα αυγά, τον σοκολατοπόλεμο, τους χορούς «μπουρμπούλια».

Αυτό το καρναβάλι, άλλωστε, είναι καθαρά ιταλογενές και δεν έχει καμμία σχέση με τα αποκριάτικα παγανιστικά έθιμα στην υπόλοιπη Ελλάδα που έρχονται από τα βάθη του χρόνου, ακόμα κι από τον αρχαίο θεό Διόνυσο, και που με τα με τα φαλικά σύμβολά τους και την ελευθεριότητα μεταμφίεσεων και τραγουδιών αποτελούν αγροτικές τελετουργίες για τη γονιμότητα της άνοιξης, τη παραγωγικότητα της γης και των κοπαδιών.

Τον δυτικότροπο χαρακτήρα του ενισχύει το γεγονός ότι εκτός από την αρχικά κοσμοπολίτικη σύνθεση της τοπικής αστικής τάξης (έλληνες από τις παροικίες, αλλά και Άγγλοι, Γερμανοί κ.α ως αντιπρόσωποι ή

επιχειρηματίες οι ίδιοι στο εμπόριο της σταφίδας) και η λαϊκή συμμετοχή στο καρναβάλι εκπροσωπείται κυρίως από την πολυάριθμη στη πόλη ιταλική παροικία (φυγάδες από τη πατρίδα τους λόγω πολιτικών διωγμών) και από τους επτανήσιους που έχουν εγκατασταθεί σε αναζήτηση εργασίας στη Πάτρα.

Το **Πατρινό καρναβάλι** πορεύθηκε με αυτά τα ιταλικά, αστικά και «ευπρεπή» του χαρακτηριστικά, άλλοτε πιο δυναμικό κι άλλοτε πιο υποτονικό, ανάλογα με τα συγκαιρινά του κάθε φορά πολιτικά και οικονομικά γεγονότα, ως το 1940. Στα χρόνια 1940 έως και το 1950 δεν έγινε καρναβάλι εξ αιτίας του πολέμου, της εχθρικής κατοχής και του εμφύλιου πολέμου που ακολούθησε στην Ελλάδα την απελευθέρωση από τους χιτλερικούς. Θα επαναλειφθεί από το 1951 με μια οργανωτική μόνο διαφοροποίηση: από εδώ και πέρα οργανωτής του είναι ο Δήμος της Πάτρας.

Η μεγάλη ανατροπή, όμως, κυοφορήθηκε από τα σπλάχνα του και απηχεί έμμεσα τις κοινωνικές αλλαγές στα δικαιώματα και τις αντιλήψεις των νέων μετά το 1968 αν και εξωτερικά προέκυψε από δυο συμπτωματικά γεγονότα. Το 1966 στα πλαίσια του καρναβαλιού δοκιμάζεται ένα παιχνίδι: το κυνήγι του κρυμμένου θησαυρού από πληρώματα επιβατηγών αυτοκινήτων. Μετέχουν 94 μόνο άτομα που τα επόμενα χρόνια, καθώς τα αυτοκίνητα ως όρος συμμετοχής εγκαταλείπονται, θα διευρυνθούν. (Ανάμεσα στους 94 και ο παρουσιαστής Άλκης Στέας που από τον επόμενο χρόνο έως και το 1999 πολλά προσέφερε στον κρυμμένο θησαυρό και στο Πατρινό Καρναβάλι). Το 1981 οι οικονομικές δυσκολίες του Δήμου για την παραγωγή σε επαρκή αριθμό καρναβαλικών αρμάτων για την μεγάλη παρέλαση οδηγούν ως αναγκαστική λύση στη συμμετοχή σε αυτή των «πληρωμάτων». Αυτό ήταν. Η συμμετοχή νέων στις ομάδες του κρυμμένου θησαυρού πολλαπλασιάζεται με ταχύτητα κι όταν ο

οργανωτής Δήμος, μετά το 1987, αποδεχθεί κι ενθαρρύνει ανεπιφύλακτα το γεγονός η αύξηση της συμμετοχής γίνεται πια με γεωμετρική πρόοδο. Το Πατρινό Καρναβάλι γίνεται υπόθεση των νέων, μετεξελλίσεται σε πάνδημη γιορτή των πατρινών κι έτσι γνωρίζει μια θυελλώδη συνεχή ανάπτυξη σε όλες τις παραμέτρους του. (Πηγή : www.carnivalpatras.gr)



(Φώτο 21) Άποψη Πατρινού Καρναβαλιού

Πηγή : www.carnivalpatras.gr

Άρματα – Μασκαράτες

Η παραδοσιακή τεχνική στην κατασκευή των αρμάτων χρησιμοποιούσε σύρμα για τον σκελετό πάνω στο οποίο με αλευρόκολλα επικολλούσαν στρώματα φύλλων εφημερίδας και τελικά, όταν αυτά στεγνωναν, τα έβαφαν και τα ζωγράφιζαν. Σήμερα το σύρμα αντικαταστάθηκε από μεταλικούς σκελετούς και οι εφημερίδες από φελιζόλ και πολυεστέρα.

Στη πορεία του πατρινού καρναβαλιού απέκτησαν όνομα επιδέξιοι τεχνίτες, που μηχανεύοταν και ορισμένες κινήσεις για τα άρματα, και λαϊκοί ζωγράφοι . Εκτός από τα χάρτινα κατασκεύαζαν και άθινα άρματα όπου τον συρμάτινο σκελετό έντυναν και σχεδίαζαν με λουλούδια εποχής. Άθινο ήταν πάντοτε το άρμα της βασίλισσας.

Οι τεχνίτες αυτοί έπαιρναν παραγγελίες από τους χορηγούς των αρμάτων και μετά το 1952 μέσα από διαγωνισμό μακετών από το Δήμο. Από το 1988 συγκροτήθηκε δημοτικό καρναβαλικό εργαστήριο που

κατασκευάζει τα άρματα, την καρναβαλική (αλλά και χριστουγεννιάτικη) διακόσμηση της πόλης κ.α. Στελεχώθηκε με παλιούς τεχνίτες κι απόφοιτους ειδικής (καρναβαλικής !) τεχνικής σχολής (1987-8). Στεγάζεται σήμερα σε ειδικά κατασκευασμένο κτίριο (1994) που αποτελεί κι ενδιαφέροντα εκθεσιακό τόπο των καρναβαλικών κατασκευών. Οι μασκαράτες ήσαν παραδοσιακές καρναβαλικές κατασκευές, με την ίδια περίπου τεχνική, σε μικρό, όμως, μέγεθος έτσι ώστε να φέρονται και να κινούνται από ένα άτομο στο εσωτερικό τους. Αυτό ακριβώς έδινε ιδιαίτερη ζωντάνεια στις μασκαράτες που ήταν αγαπημένο στοιχείο της παρέλασης αλλά από τη δεκαετία του 1970 εξέλειπαν εξ αιτίας της απροθυμίας και έλλειψης ατόμων για να τις μεταφέρουν και να τις κινούν.

(Φότο 21) Άποψη Αρμάτων Πατρινού Καρναβαλιού
Πηγή : www.carnivalpatras.gr



Η ιδιαιτερότητα και το μυστικό της επιτυχίας του πατρινού καρναβαλιού είναι απλά: καθώς ποτέ δεν υπήρξε μιμητική αναπαράσταση χαμένων εθίμων και λειτουργιών αναπτύχθηκε πάντα ως ένα συντονισμένο με την κάθε εποχή καρναβαλικό ξεφάντωμα. Έτσι μετά το 1968, που πολλά στις αντιλήψεις, τις ελευθερίες και τον τρόπο διασκέδασης των νέων αλλάζουν, οι τελευταίοι βρίσκουν τις πόρτες του καρναβαλιού ανοιχτές - κι ελκυστικές- για να εισορμήσουν σε αυτό και

να το κάνουν μαζική δική τους γιορτή. Το κοινωνικό αποτέλεσμα είναι ότι χιλιάδες νέοι άνθρωποι βγαίνουν κάθε χρόνο από την απραξία και τη θέση του θεατή - καταναλωτή στον ελεύθερο χρόνο τους για να ασχοληθούν και να δημιουργήσουν ως πρωταγωνιστές στο δικό τους καρναβάλι.

Αυτό το κοινωνικό αποτέλεσμα είναι και το κλειδί που ερμηνεύει το ακόλουθο αναντίρρητο γεγονός: μέχρι το 1990 στην Ελλάδα υπήρχε, μοναδικό στο είδος του, το Πατρινό Καρναβάλι και ελάχιστα - όχι πάνω από 10 - αποκριάτικα αναπαριστώμενα τοπικά έθιμα. Από το 1990 και μετά δεκάδες μεγάλες και μικρές ελληνικές πόλεις, συνήθως με αρχική πρωτοβουλία των δήμων, διοργανώνουν καρναβαλικές εκδηλώσεις, όλες στο τύπο του πατρινού καρναβαλιού (με παρελάσεις μεταμφιεσμένων ομάδων νέων). (Πηγή : www.carnivalpatras.gr)

Είναι ένα μήνυμα, μια πρόταση, που επειδή προσφέρει αυτενέργεια, συλλογικότητα αποφάσεων και ενεργειών και πρωταγωνιστικό ρόλο στους νέους στη ψυχαγωγία τους, έχει τη δύναμη και την αξία να περάσει και πέρα από τα ελληνικά σύνορα. Το μέλλον θα δείξει.

ΚΑΛΑΒΡΥΤΑ



(Φώτο 22) Σταθμός Καλαβρύτων

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Η ευρύτερη περιοχή των Καλαβρύτων, πρώην «Επαρχία Καλαβρύτων», ξεκινά με την ιστορική της διαδρομή από τα χρόνια της αρχαιότητας. Ο Πausανίας στα «Αρκαδικά» περιγράφει τους Αρχαίους Λουσούς, τον Κλείτορα, τη Ψωφίδα, την Κύναιθα, το Λεόντιο, πόλεις των οποίων τα ερείπια διασώζονται ως σήμερα.

Το όνομα του Δήμου προήλθε από την ομώνυμη πόλη. Την ονομασία βρίσκουμε αρχικώς επί Φραγκοκρατίας. Το έτος 1205 μ.Χ. σχηματίσθηκε η βαρωνία Καλαβρύτων με 12 ιπποτικά φέουδα. Το φρούριο των Καλαβρύτων αναδείχθηκε σε ένα από τα πλέον σημαντικά μεσαιωνικά κάστρα της Πελοποννήσου. Το Κάστρο αυτό έχει συνδεθεί με την οικογένεια των Παλαιολόγων και δεσπόζει μέχρι σήμερα πάνω από την πόλη των Καλαβρύτων.

Κατά την περίοδο της επανάστασης του 1821, τα Καλάβρυτα διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο. Το απελευθερωτικό πνεύμα της εποχής συνδέθηκε άμεσα με την Ι.Μ. Αγίας Λαύρας (ιδρύθηκε το 10ο αιώνα μ.Χ.), (φωτο 3) που βρίσκεται 4 χλμ. από την πόλη των Καλαβρύτων. Εκεί, στις 21/03/1821 κήρυξε την επανάσταση ο Παλαιών Πατρών Γερμανός υψώνοντας το ιερό λάβαρο, το οποίο σώζεται μέχρι σήμερα και αποτελεί το βασικότερο κειμήλιο της Μονής. Επίσης, σπουδαίο ρόλο έπαιξε η Ι.Μ. Μεγάλου Σπηλαίου (ιδρύθηκε τον 4ο αιώνα μ.Χ.), που βρίσκεται 10 χλμ. από τα Καλάβρυτα, στο δρόμο προς το Διακοφτό και σε υψόμετρο 924 μ. Χαρακτηριστικό κειμήλιό της είναι η θαυματουργή εικόνα της Παναγίας, έργο του Ευαγγελιστή Λουκά. (φώτο 24)

Άλλα ιστορικά μοναστήρια, που βρίσκονται στην περιοχή, είναι η Ι.Μ. Μακελλαριάς, η Ι.Μ. Αγ. Νικολάου Βλασίας, η Ι.Μ. Αγ. Γεωργίου Μανεσίου, και το προσκύνημα της Παναγίας της Πλατανιώτισσας.

Τα γεγονότα που έλαβαν χώρα κατά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο, σημάδεψαν την περιοχή των Καλαβρύτων. Στις 13/12/1943 τα Ναζιστικά Στρατεύματα Κατοχής εκτέλεσαν όλο τον ανδρικό πληθυσμό της πόλης

των Καλαβρύτων από 13 ετών και άνω και κατέστρεψαν ολοκληρωτικά την πόλη. Ζωντανό μνημείο αυτών των τραγικών γεγονότων είναι ο «Τόπος Θυσίας», στο λόφο του Καπή, και το Δημοτικό Σχολείο της πόλης που στεγάζει το «Μουσείο Καλαβρυτινού Ολοκαυτώματος». Οι Ναζί προέβησαν επίσης σε καταστροφές και ομαδικές εκτελέσεις στα χωριά Ρογοί, Κερπινή, Ζαχλωρού, Βραχνί, Σούβαρδο, καθώς και σε εκτελέσεις μοναχών και πυρπόληση των Μονών Αγίας Λαύρας και Μεγάλου Σπηλαίου.

Σήμερα τα Καλάβρυτα και η γύρω περιοχή αποτελούν τουριστικό θέρετρο για όλες τις εποχές του χρόνου.

Το Χιονοδρομικό Κέντρο αποτελεί μια διαρκή πρόκληση για τις αισθήσεις, έναν παράδεισο χειμερινών σπορ. Βρίσκεται στις πλαγιές του Χελμού, στην περιοχή Ξηρόκαμπος, σε απόσταση 15 χλμ. από τα Καλάβρυτα και λειτουργεί από το 1988 διαθέτοντας 11 πίστες συνολικού μήκους 20 χλμ.(φώτο 25)

(Πηγή : www.patras.gr)

Σε ύψος 2.340 μ. στην κορφή του Χελμού (Νεραϊδόραχη) έχει εγκατασταθεί το νέο τηλεσκόπιο «Αρίσταρχος», ένα από τα μεγαλύτερα και σημαντικότερα της Ευρώπης με διάμετρο κατόπτρου 2,3 μ.

Επίσης για τους λάτρεις του οικοτουρισμού, ο τόπος μας προσφέρει μνημεία σπάνιας φυσικής ομορφιάς, τα οποία μπορείτε να γνωρίσετε ακολουθώντας το διεθνές μονοπάτι «Ε4», ή δεκάδες άλλα μονοπάτια. (φώτο 26)

Μνημεία της φύσης είναι το Φαράγγι του Βουραϊκού(φώτο 27) ποταμού με το μοναδικό Οδοντωτό Σιδηρόδρομο, τα Ύδατα της Στυγός, το ξεχωριστό στο είδος του Σπήλαιο των Λιμνών στα Καστριά, οι πηγές του Αροάνιου και του Λάδωνα, η λίμνη του Λάδωνα, η λίμνη του Τσιβλού και πολλά άλλα.



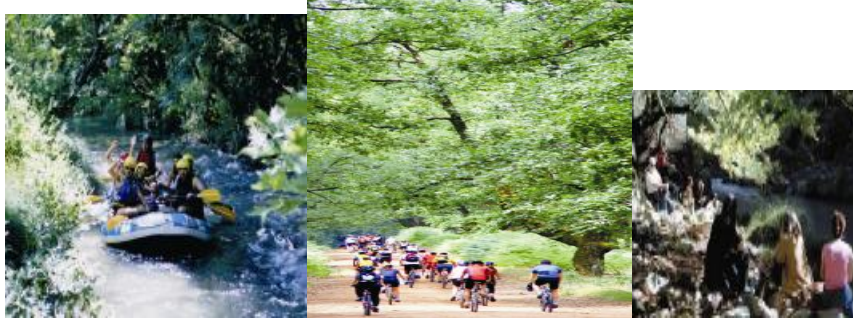
(Φώτο 23) Αγια Λαύρα (Φώτο 24) Μέγα Σπήλαιο

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



Χιονοδρομικό Καλαβρύτων (φώτο 25)

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



(Φώτο 26) Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)



(Φώτο 27) Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

Το σπηλαίο των λιμνών

Σε απόσταση 16χλμ.βρίσκεται το περίφημο Σπηλαίο των Λιμνών (στα Καστρία. Το σπηλαίο των Λιμνών είναι ένα θέαμα που όμοιο δεν υπάρχει. Το σπηλαίο είναι ένα σπάνιο δημιούργημα της φύσης ,με υπέροχα χρώματα, ποικιλία σταλακτικών σχηματισμών, λαβυρινθώδεις στοές και 13 διαδοχικές κλιμακωτές σε τρεις ορόφους λίμνες, που το καθιστούν μοναδικό στο είδος του. Ένα πραγματικά μαγευτικό μνημείο της φύσης . (Φώτο 28)



(Φώτο 28) Άποψη Σπηλαίου λιμνών

Πηγή : Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΔΕ)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ø Ζαχαράτος Γ. & Τσάρτας Π. (1999) Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης. Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο
- Ø Μάνατζμεντ Ξενοδοχείων και Επιχειρήσεων Εστίασης Αναψυχής, Μ. ΣΩΤΗΡΙΑΔΗΣ(2000)
- Ø Οργάνωση και λειτουργία Οργανισμών και Φορέων του Τουρισμού, Τουριστική Νομοθεσία και Οργάνωση εργοδοτικών και συλλογικών Φορέων , Κουτούζης Μ. (1999), Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Ø Οργάνωση και λειτουργία Οργανισμών και Φορέων του Τουρισμού. Βαρβαρέσος Στέλιος(1999)
- Ø Σταυρός Καλφιώτης «Εισαγωγή στην Θωριά του Τουρισμού»
- Ø (Eurobank Research ,Τεύχος 8, 25/10/06)
- Ø Οικονομία και Αγορές Eurobank EFG ,Τεύχος 8 2006
- Ø Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών, Γενική Γραμματεία Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος,
- Ø Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004/2005,
- Ø Δελτίο Τύπου 08.09.2006.
- Ø Οικονομικό Δελτίο Τράπεζας Ελλάδας, (27), Ιούλιος 2006, σελ. 71-120.
- Ø Σαμπανιώτης, Θ., 2006. «Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού», Eurobank Οικονομία & Αγορές, Τεύχος 7.
- Ø Χ. Κοκκώσης & Π. Τσάρτας (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Ελλ. Ανοικτό Πανεπιστήμιο
- Ø Διπλωματική Εργασία Σταφυλίας Θωμας Επιβλέπων Καθηγητής : Βαρβαρέσος Στυλιανός

- Ø Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000-2006 Φωτογ/φικο Λεύκωμα, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.
- Ø Hammer Mich. R Champy James Repengineering the corporation: a manifesto for business revolution 1995.
- Ø Hammer Mich. R Champy James Repengineering the corporation 1993.
- Ø Τουριστικό μάρκετινγκ, Χρήστος Πετρέας 1991
- Ø Επιμελητήριο Ηλείας , Ταξιδεύοντας στην Ηλεία (Τουριστικός οδηγός νομού 2007)

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ

- + Economic Research, report. <http://www.wttc.org>
- + www.infopeloponnisos.gr
- + www.itep.gr
- + www.ditikiellada.gov.gr
- + www.itep.gr “ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ ΤΕΥΧΟΣ 24 ΝΟΕΜ.2007”
- + [http :// www.ornithologiki.gr/](http://www.ornithologiki.gr/)
- + www.patras.gr
- + www.carnivalpatras.gr)

