

ΑΡΙΘΜΟΣ  
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ 6118

# ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ



**ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΑ ΜΑΡΙΑ ΠΓΓΛΕΣΗ**

**ΟΝΟΜΑΤΑ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ : ΑΓΓΕΛΑ ΓΕΩΡΓΙΟΥ  
ΓΙΩΡΓΟΣ ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ**

**Α.Φ.Μ : 3688, 3567.**

2005



## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί την πιο σημαντική βιομηχανία της Κύπρου . Στον τουρισμό στηρίζεται ως ένα μεγάλο βαθμό η οικονομία του τόπου, οι δε ξένοι τουρίστες που επισκέφτονται κάθε χρόνο την Κύπρο ξεπερνούν , κατα τα τελευταία χρόνια , το ένα εκατομμύριο. Ωστόσο αυξάνεται συνεχώς και ο αριθμός των Κυπρίων που κάθε καλοκαίρι ή κατά τις περιόδους των εορτών κάνουν τουρισμό στο εξωτερικό. Ο όρος τουρισμός σημαίνει ταξιδιωτική κίνηση από τόπο σε τόπο για σκοπούς αναψυχής περιήγησης και επίσκεψης αξιοθεάτων , ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων , μουσείων κ.λ.π. Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί διεθνώς τεράστια βιομηχανία με την οποία σχετίζονται με τον ένα ή τον άλλο τρόπο , πολλές καταστάσεις όπως αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρείες , εταιρείες λεωφορείων και άλλων συγκοινωνιακών μέσων , ξενοδοχεία και άλλες εγκαταστάσεις , εστιατόρια και άλλα ειδικά καταστήματα , ταξιδιωτικά γραφεία κ.λ.π. Ο τουρισμός έχει πολλές μορφές ατομικών ταξιδιών , οργανομένων εκδρομών , εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός , ειδικών λόγων τουρισμός όπως λ.χ για την παρακολούθηση μιας αθλητικής συνάντησης ή για ένα προσκύνημα , ενώ έχουμε και την ταξιδιωτική λογοτεχνία και δημοσιογραφία που σχετίζονται σε αρκετά μεγάλο βαθμό με τον τουρισμό. Η Κύπρος κατάφερε να επιβιώσει στη μακραίωνη ιστορία της σαν χώρος πολιτιστικός υψηλής περιωπής κι αυτό το οφείλει κυρίως στο πλούσιο ανθρώπινο δυναμικό της. Άνθρωποι αγνοί, ιδεολόγοι, ανιδιοτελείς , πρόθυμοι για αυτοανάλωση στο καθήκον πέρασαν από αυτόν τον τόπο και τον κράτησαν όρθιο και απροσκύνητο.

Η Κύπρος άρχισε να προβάλλεται διεθνώς , και βασικά σε χώρες της Ευρώπης , ως ιδανικός χώρος για τουρισμό μετά την απόκτηση της ανεξαρτησίας της (1960) και την ίδρυση αρμόδιας υπηρεσίας , του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού (ΚΟΤ) . Μπορούμε να θεωρήσουμε ότι μετά το 1960 ιδρύθηκε – σε σύντομο σχετικά χρόνο – η μεγάλη βιομηχανία του τουρισμού. Η Κύπρος είχε να επιδείξει πολλά πλεονεκτήματα προσέλκυση τουριστών . Το θαυμάσιο κλίμα της , το μεγάλο ποσοστό ηλιοφάνειας , τα αρχαία και μεσαιωνικά μνημεία της , τις όμορφες ακρογιαλιές της και γενικά τη χάρη του κυπριακού τοπίου , τη φιλική διάθεση και φιλοξενία των κατοίκων της , την πλεονεκτική γεωγραφική θέση της , κοντά στις μεγάλες τουριστικές αγορές της Ευρώπης , το ικανοποιητικό επίπεδο των προσφερομένων υπηρεσιών , τις σχετικά χαμηλές τιμές ( με τα ευρωπαϊκά δεδομένα ) .

Βέβαια όλα τα πιο πάνω πλεονεκτήματα είναι συνυφασμένα με τη γενικότερη ανάπτυξη του νησιού μετά το 1960 και την πρόοδο σε διάφορους τομείς και την εκτέλεση πολλών έργων υποδομής, όπως για παράδειγμα – η οικοδόμηση σύγχρονου αεροδρομίου στη Λευκωσία, η πυκνότερη αεροπλοϊκή κι αεροπορική κίνηση, η βελτίωση του οδικού δικτύου η γεικότερη καλύτερευση των συνθηκών, η καθαριότητα και η υγιεινή, η ανάπτυξη όλων των τομέων παροχής υπηρεσιών κλπ. Η οικοδόμηση σύγχρονων πολυτελών ξενοδοχείων άρχισε και συνεχίστηκε σε παράλιες περιοχές του νησιού, ιδίως στις πόλεις Αμμόχωστο και Κερύνεια, ενώ τα ορεινά δέρετρα άρχισαν να φθίνουν. Και τούτο γιατί η προτίμηση των ξένων επισκεπτών, αλλά και των ιδίων των Κυπρίων (εσωτερικός τουρισμός) εστράφη προς τη θάλασσα.

Μέχρι και το καλοκαίρι του 1974 η κατ' εξοχήν τουριστική πόλη της Κύπρου ήταν η Αμμόχωστος. Ακολουθούσε η Κερύνεια και η εθρ'τερη περιοχή της επαρχίας της, και η Λεμεσός.

Η τουρκική στρατιωτική εισβολή του 1974 άλλαξε εντελώς τα δεδομένα αυτά. Οι πόλεις της Αμμοχώστου και της Κερύνειας απωλέστησαν, κι ευρίσκονται ακόμη υπό τουρκική στρατιωτική κατοχή όπως κι ολόκληρο το πμήμα γης βόρειας Κύπρου. Η τουρκική εισβολή απετέλεσε καίριο πλήγμα για την τουριστική βιομηχανία του νησιού. Ο μεγαλύτερος αριθμός των ξενοδοχείων απωλέσθη, όπως και οι κατ' εξοχήν τουριστικές περιοχές Αμμοχώστου και Κερύνειας, καθώς και σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι, αμμουδιές κλπ. (βλέπε σχετικά στοιχεία στα ανάλογα κεφάλαια στα λήμματα για τις δυο αυτές πόλεις και επαρχίες).

Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι με την τουρκική εισβολή και κατοχή μεγάλου τμήματός της Κύπρου απωλέσθη περίπου το 65% της ξενοδοχειακής βιομηχανίας στις δυο κύριες περιοχές (Αμμοχώστου – Κερύνειας), δηλαδή περίπου 12.3350 κλίνες. Η ανώμαλη κατάσταση είχε ως αποτέλεσμα και την κάθετη πτώση του τουριστικού ρεύματος προς το νησί – 264.066 ξένοι επισκέπτες το 1973, έναντι μόνο 47.085 το 1975.

Στη συνέχεια κατεβλήθησαν, τόσο από το κράτος και τα αρμόδια όργανά του όσο και από τον ιδιωτικό τομέα, τεράστιες προσπάθειες όχι μόνο επαναδραστηριοποίησης της τουριστικής βιομηχανίας, αλλά και περαιτέρω ανάπτυξής της. Οι νέες περιοχές που αναπτύχθηκαν τουριστικά ήταν, βέβαια, στο ελεύθερο τμήμα της Κύπρου. Η Πάφος, κατά κύριο λόγο, που θεωρούνται σήμερα άριστου επιπέδου. Το ίδιο συνέβη με την περιοχή Αγίας Νάπας – Πρωταρά – Παραλιμνίου, που αποτελεί σήμερα την κατ' εξοχήν τουριστική περιοχή του νησιού. Μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και οργανωμένα διαμερίσματα κτίστηκαν και στις περιοχές Λάρνακας και Λεμεσού, κατά μήκος των ζώνων της παραλίας. Ταυτόχρονα καταβλήθηκαν πολλές προσπάθειες, βασικά στην Ευρώπη, για προσέλκυση τουριστών. Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η Κύπρος, σε συνδυασμό με τον δραστήριο χαρακτήρα των Κυπρίων, είχαν σύντομα λαμπρά αποτελέσματα – το 1979 (5 χρόνια μετά την καταστροφή) ο αριθμός των τουριστών που ήλθαν στην Κύπρο ξεπέρασε το επίπεδο του προ της εισβολής έτους (264.066 τουπίστες το 1973) το δε 1988 η Κύπρος δέχθηκε συνολικά 1.111.818 τουρίστες, τα δε έσοδα από τον τουρισμό ανήλθαν σε 365.000.000 λίρες, υπό μορφή ξένου συναλλάγματος. Επίσης το τέλος του 1988 στο ελεύθερο τμήμα της Κύπρου υπήρχαν 23.305 κλίνες σε ξενοδοχεία 1-5 αστέρων, 17.590 κλίνες σε οργανωμένα διαμερίσματα και 7.567 κλίνες σε άλλα τουριστικά καταλύματα. Σύνολο- 48.462 κλίνες, ενώ εγκαταστάσεις δυναμικότητας άλλων 9.554 κλινών βρίσκονταν υπό

ανέγερση. Επιπρόσθετα θα πρέπει ν' αναφερθεί ότι σε περικές περιοχές διατίθενται και κλίνες σε μη αδειούχες εγκαταστάσεις, όπως η ενουκίαση σπιτιών ή δωματίων σε τουρίστες.

Η Λευκωσία δεν έχει μεγάλο μερίδιο από το τουριστικό ρεύμα, αλλά δατέχει την πρώτη θέση σε ένα άλλο είδος τουρισμού, τον συνεδριακό τουρισμό. Κατά τα τελευταία χρόνια κατεβλήθη και προσπάθεια προβολής της Κύπρου ως κέντρου διεθνών συνεδρίων, με ικανοποιητικά αποτελέσματα. Τέτοια περιφερειακά ή και διεθνή συνέδρια οργανώνονται κυρίως στου Λευκωσία ( όπου πρόσφατα έχει ανεγερθεί και το Διεθνές Συνέδρων που ήλθαν στην Κύπρο ήταν 25.400 κατά το 1987 και ξεπέρασαν τις 30.000 κατά το 1988. Ανάλογες προσπάθειες κατεβλήθησαν και για την προώθηση του χειμερινού τουρισμού.

Οι ξένοι τουρίστες που επισκέπτονται την Κύπρο προέρχονται κυρίως από την Ευρώπη, κατά κύριο δε λόγο από την Ελλάδα, το ηνωμένο Βασίλειο, τις Σκανδιναβικές χώρες, τη Δυτική Γερμανία. Μικρότεροι αριθμοί τουριστών προέρχονται από πολλές άλλες χώρες.

Ο χειμερινός τουρισμός σημειώνει συνεχώς αύξηση κατά τα τελευταία χρόνια. Πρόκειται κυρίως για ηλικιωμένα άτομα του ευρωπαϊκού βορρά, που προτιμούν να περνούν τους κρύους μήνες του χειμώνα στην Κύπρο όπου ο καιρός είναι γλυκός.

Σε μικρότερα ποσοστά υπάρχουν και διάφορες άλλες κατηγορίες επισκεπτών που φθάνουν στη Κύπρο απο διάφορα μέρη και για διάφορους λόγους. Σαν τέτοιους λόγους – εκτός από τα διεθνή συνέδρια για τα οποία έχει γίνει αναφορά πιο πάνω – αναφέρουμε μεταξύ άλλων – τη Διεθνή Έκθεση Κύπρου την οποία επισκέπτονται οι ξένοι ενδιαφερόμενοι, τις επισκέψεις συγγενών των μελών της Ειρηνευτικής Δύναμης του **ΟΗΕ** που υπηρετούν στην Κύπρο, τις επισκέψεις ξένων αθλητών και αθλητικών ομάδων απλώς για να προπονηθούν στο νησί όταν οι καιρικές συνθήκες στις χώρες τους είναι κακές, τις επισκέψεις συγγενών των υπηρετούντων είτε στις βρετανικές στρατιωτικές βάσεις είτε σε ξένες υπεράκτιες εταιρείες που εδρεύουν στην Κύπρο, κλπ. Κοντά σ' όλους αυτούς, στην κατηγορία των τουριστών θα πρέπει να περιληφθούν και αρκετοί ομογενείς, μόνιμα εγκατεστημένοι σε ξένες χώρες (Αγγλία, Αυστραλία, Ηνωμένες Πολιτείες, Καναδά κ.α.), που επισκέπτονται την Κύπρο για διακοπές.

Ο εσωτερικός τουρισμός σημειώνει επίσης συνεχώς αύξηση. Πρόκειται για πολλούς Κυπρίους που είτε τα καλοκαίρια είτε κατά τις περιόδους εορτών, είτε ακόμη απλώς κατά τα Σαββατοκυριακά, διακινούνται μέσα στην ίδια τη χώρα για ξεκούραση, για θάλασσα μπάνια κλπ.

Όμως και οι Κύπριοι κάνουν τουρισμό επισκεπτόμενοι άλλες χώρες. Κατά τη 10ετία του 1980-1990 έχει αυξηθεί κατακόρυφα ο αριθμός των Κυπρίων που κάνουν διακοπές εκτός Κύπρου, κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες αλλά και κατά τις περιόδους των μεγάλων εορτών. Πλείστα τουριστικά γραφεία οργανώνουν κάθε χρόνο πολλές εκδρομές προς την Ελλάδα, την Αγγλία, Άλλες χώρες της Ευρώπης και τον κόσμο ολόκληρο. Κοντά σ' αυτούς θα πρέπει να προστεθούν και αρκετές χιλιάδες Κυπρίων που κάθε χρόνο μετέχουν σε οργανωμένες εκδρομές προκυνήματος Στους Αγίους Τόπους, ιδίως κατά την περίοδο του Πάσχα. Επίσης στην Ελλάδα γίνονται τακτικά οργανωμένες εκδρομές μαθητών.

Χιλιάδες άτομα εργοδοτούνται στον τομέα του τουρισμού, είτε σε ταξιδιωτικά γραφεία, είτε σε ξενοδοχειακές μονάδες, είτε σε άλλες συναφείς εργασίες. Εξ άλλου, εκτός από τα μεγάλα ξενοδοχεία στις παραλιακές τουριστικές ζώνες της Κύπρου, έχουν ανεγερθεί και λειτουργούν και πλείστα όσα άλλα σχετικά – εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης, καταστήματα τουριστικών ειδών και λαϊκής τέχνης, δισκοθήκες κλπ. Για να υπολογίσει κανένας ορθά τη σημασία του τουρισμού για την κυπριακή οικονομία, θα πρέπει να λάβει υπ' όψιν και την επί τόμου κατανάλωση από τους ξένους επισκέπτες πολλών προϊόντων της Κύπρου, και μάλιστα αρκετών για τα οποία υπάρχει σοβαρό πρόβλημα διάθεσής τους στις ξένες αγορές (όπως για παράδειγμα τα οινικά προϊόντα). Σ' ότι αφορά τις κατεσόμενες από τους Τούρκους μεριochές της Κύπρου θα πρέπει ν' αναφερθεί ότι σήμερα δέχονται κι αυτές ένα αριθμό τουριστών κάθε χρόνο, προερχόμενο κυρίως μέσω Τουρκίας. Δεν πρόκειται για πολύ μεγάλο αριθμό, αλλά δεν έχουμε στη διάθεσή μας ακριβή στοιχεία. Οι Τούρκοι λειτουργούν αρκετά από τα ξενοδοχεία που κατέλαβαν το 1974 και συνεχώς καταβάλλουν όλο και περισσότερες προσπάθειες – κυρίως στη Δυτική Ευρώπη – να προβάλουν τουριστικά το κατεχόμενο τμήμα της Κύπρου.

Τέλος, θα πρέπει ν' αναφερθεί ότι ο μεγάλος αριθμός τουριστών που δέχεται κάθε χρόνο η Κύπρος ( υπερδιπλάσιος του νησιού) δημιουργεί και κάποια προβλήματα κι οπωσδήποτε επιδρά κι επί του χαρακτήρα και του τρόπου ζωής των Κυπρίων.

## Κ.Ο.Τ.

### Ο ΚΥΠΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 1979 ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.

Για πρώτη φορά στα χρονικά του Κυπριακού Τουρισμού η Νήσος φιλοξένησε 297.000 τουρίστες μολημέρου διαμονής κατά το 1979. Πολύ σημαντικό είναι το ότι η τουριστική περίοδος κάλυψε σχεδόν τους δώδεκα μήνες του έτους.

Υπάρχουν ενδείξεις πως η ανοδική πορεία θα συνεχίσει και κατά το 1980. Και υπολογίζουν πως οι αφίξεις τουριστών ήταν οι ακόλουθες -

<i>ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΕΩΣ</i>	<i>ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΦΙΞΕΩΝ</i>	<i>ΑΥΞΗΣΙΣ ΕΝΑΝΤΙ 1978</i>
<i>Ηνωμένο Βασίλειο</i>	<i>105.741</i>	<i>41.8%</i>
<i>Ελλάς</i>	<i>33.274</i>	<i>30.4%</i>
<i>Λίβανος</i>	<i>26.103</i>	<i>0.9%</i>
<i>Δυτική Γερμανία</i>	<i>19.385</i>	<i>83.3%</i>
<i>Σουηδία</i>	<i>11.603</i>	<i>78.1%</i>
<i>Η.Π.Α.</i>	<i>7.980</i>	<i>13.2%</i>
<i>Φινλανδία</i>	<i>7.036</i>	<i>86.6%</i>
<i>Ιορδανία</i>	<i>6.001</i>	<i>28.2%</i>
<i>Κουβέιτ</i>	<i>5.282</i>	<i>59.5</i>
<i>Γαλλία</i>	<i>4.522</i>	<i>28.8</i>
<i>Ελβετία</i>	<i>4.038</i>	<i>55.1%</i>
<i>Αυστρία</i>	<i>3.208</i>	<i>214.5%</i>

#### ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Επι του παρόντος λειτουργούν 9,397 κλίνες ενώ άλλες 4,459 βρίσκονται υπο ανέγερσινεις ξενοδοχειακά διαμερίσματα. Κατά το 1980 θα λειτουργήσουν 2,714 νέες κλίνες.

## ΝΕΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΔΕΣΕΙΣ

Κατά το 1979 οι Κυπριακές Αερογραμμές άρχισαν απ' ευθείας πτήσεις με το Μόναχο, Ντύσσελφορφ, Ηράκλειο, Κάιρο, Μαντζέστερ και Άλου Ντάπι.

Επίσης η Κύπρος συνδέθηκε με την Βιέννη μέσω των Αυστριακών Αερογραμμών και με την Βαγδάτη μέσω των Ιρακινών Αερογραμμών.

## ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ ( TOUR OPERATORS)

160 ιθύνοντες Πράκτορες απο περισσότερες απο 20 χώρες στην Ευρώπη, Μέση Ανατολή, Ηνωμένες Πολιτείες και Καναδά περιλαμβάνουν την Κύπρο σαν ιδανική χώρα τουρισμού στα προγράμματα τους.

Ημικρατικός οργανισμός που ιδρύθηκε το 1969 και έχει την ευθύνη της προαγωγής και ανάπτυξης του τουριστικού τομέα. Σύμφωνα με τον νόμο, ο υπουργός Εμπορίου και Βιομηχανίας έχει την εξουσία να ασκεί έλεγχο στον οργανισμό και να εκδίδει οδηγίες γενικής φύσεως. Ο *Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού* (ΚΟΤ) διατηρεί γραφεία και στο εξωτερικό (Λονδίνο, Φραγκφούρτη, Παρίσι, Αθήνα, Στοκχόλμη, Νέα Υόρκη, Μπαχρέιν κ.α.).

Το φάσμα των δραστηριοτήτων του είναι πολύ ευρύ και καλύπτει, μεταξύ άλλων, την εμπορία και διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό, τη συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια, την εκπόνηση μελετών και ερευνών, τη δημιουργία έργων τουριστικής υποδομής, την εποπτεία και τον έλεγχο όλων των φορέων του τουρισμού και τη συμμετοχή σε διεθνές οργανισμούς.



**CYPRUS TOURISM ORGANIZATION**

13 East 40th Street New York, N.Y. 10016  
Tel: (212) 683-5280; Fax: (212) 683-5282  
E-mail: [gocyprus@aol.com](mailto:gocyprus@aol.com)  
Web: [/CTO](#)

Thank you for accessing our site. We would appreciate it if you would answer the following questions:

1. Do you want to know more about Cyprus after seeing our web-site?

Form with a scroll bar and a dropdown arrow on the right side.

2. Do you plan to visit the Eastern Mediterranean soon? If yes, which countries?

- Cyprus
- Greece
- Egypt
- Israel
- Italy
- Jordan
- Lebanon
- Malta
- Syria
- Turkey
- Other

3. Do you plan to visit Cyprus in the near future?

Next 6 Months ▾

4. Any other comments:

Form with a scroll bar and a dropdown arrow on the right side.

5. Optional (for more information):

Name

Form with a scroll bar and a dropdown arrow on the right side.



Address

City

State / Province

Zip / Postal Code

Country

Tel

Fax

E-Mail

[Click and Fly!](#)

Thank you very much,

**THE CYPRUS TOURISM ORGANIZATION**

[Home](#)

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ 2003 - 2010

### A. Επιτελική Σύνοψη

Η Κύπρος, σαν ένας αναπτυσσόμενος τουριστικός προορισμός σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, δέχεται τις επιδράσεις της παγκοσμιοποίησης και της ωρίμανσης της τουριστικής αγοράς.

Ο ανταγωνισμός έχει οξυνθεί σημαντικά τόσο μεταξύ νέων τουριστικών προορισμών όσο και τουριστικών επιχειρήσεων με αντίκτυπο στους τουριστικούς προορισμούς οι οποίοι υπόκεινται σε πιέσεις ειδικότερα σε θέματα τιμών.

Δημογραφικές, κοινωνικές και τεχνολογικές αλλαγές μεταβάλλουν καθοριστικά τη διεθνή τουριστική αγορά του μέλλοντος που χαρακτηρίζεται από ωριμότητα, καλή πληροφόρηση και πολυπλοκότητα.

Λόγω της εμπειρίας και της μόρφωσης του, ο τουρίστας είναι γενικά πιο απαιτητικός, ανεξάρτητος, δραστήριος και καλός γνώστης των τουριστικών προορισμών, με ανάγκες και προσδοκίες που συνεχώς διαφοροποιούνται.

Το τουριστικό προϊόν της Κύπρου έχει να αντιμετωπίσει συσσωρευμένα προβλήματα και αδυναμίες όπως η μονοδιάστατη ανάπτυξη και τυποποίησή του, η καταπόνηση του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής μας ταυτότητας, τα κρούσματα παρεκκλίνουσας συμπεριφοράς, το ψηλό λειτουργικό κόστος, η εποχικότητα, η εξάρτηση από ορισμένους οργανωτές ταξιδιών, η ανεπάρκεια των έργων υποδομής, διευκολύνσεων και άλλα.

Οι πρόσκαιρες και σπασμωδικές ενέργειες είναι επικίνδυνες. Η Κύπρος επιβάλλεται να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες και να προστατευθεί από απειλητικές μεταβολές που παρουσιάζονται στο διεθνή τουριστικό στίβο έγκαιρα και αποτελεσματικά, ενώ παράλληλα οφείλει να αντιμετωπίσει τα προβλήματα του τομέα με νέα, επιστημονική, δυναμική και αποτελεσματική προσέγγιση. Η εξέλιξη του τουριστικού τομέα βρίσκεται στα χέρια τόσο του ιδιωτικού όσο και δημόσιου τομέα και ο συντονισμός τους στα πλαίσια ενός μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδίου είναι επιβεβλημένος για τη διασφάλιση της επιτυχίας του τουρισμού.

Με άνω των 30 ετών εμπειρία στον τομέα του τουρισμού, η Κύπρος καλείται να αξιοποιήσει τη γνώση του παρελθόντος και στα πλαίσια των καινούριων δεδομένων να ξεκινήσει τη νέα πορεία για τον Κυπριακό Τουρισμό.

### Όραμα

Το Όραμα που θα καθοδηγεί τη Στρατηγική της επόμενης δεκαετίας είναι:

**"Κύπρος: ένας ποιοτικός τουριστικός προορισμός που να ικανοποιεί τον επισκέπτη με ποικίλα ενδιαφέροντα και αναζητήσεις και να διασφαλίζει τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας ζωής για το ντόπιο."**

Η επίτευξη του οράματος θα διασφαλιστεί μέσα από μια Στρατηγική που έχει σαν κεντρικό σημείο αναφοράς την Αειφορία η οποία ταυτίζεται με την έννοια της Ποιότητας. Στα πλαίσια της αειφορίας η τουριστική ανάπτυξη θα διασφαλίσει την ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας, του φυσικού περιβάλλοντος αλλά και την ποιότητα της ζωής των κατοίκων αξιοποιώντας τους διαθέσιμους πόρους χωρίς να τους καταπνέει ή εξαντλεί, επιτρέποντας

έτσι στον προορισμό να ανταποκριθεί επιτυχώς στις παρούσες και μελλοντικές ανάγκες τόσο του επισκέπτη όσο και του ντόπιου.

### Στόχοι

Η μεγιστοποίηση των κοινωνικοοικονομικών οφελών θα επιδιωχθεί μέσα από την αύξηση των εσόδων που θα αποτελεί το βασικό δείκτη επιτυχίας του στρατηγικού σχεδίου. Η μεγιστοποίηση των εσόδων από τον τουρισμό θα επιτευχθεί με την:

- αύξηση της δαπάνης των περιηγητών
- βελτίωση της εποχικότητας
- αύξηση των αφίξεων
- αύξηση της διάρκειας παραμονής
- αύξηση του επαναλαμβανόμενου τουρισμού

Κρίσιμο σημείο στην επιτυχία του στόχου της αύξησης των εσόδων είναι η απομάκρυνση από την παραδοσιακή πρακτική επικέντρωσης στη μεγιστοποίηση των αφίξεων και η επικέντρωση στη μεγιστοποίηση των εσόδων. Ο γενικός στόχος επιδιώκεται με τον καθορισμό του βαθμού ανάπτυξης και των προτεραιοτήτων των επιμέρους παραμέτρων που συνθέτουν το στόχο "έσοδα".

### Αριθμητικοί Στόχοι

Οι αριθμητικοί στόχοι χρησιμεύουν σαν κίνητρο για δραστηριοποίηση όλων των εμπλεκόμενων προς μια κοινή και σωστή πορεία. Οι αριθμητικοί στόχοι πρέπει να αντιμετωπίζονται σαν δείκτες οι οποίοι πρέπει να παρακολουθούνται στο σύνολο τους για να αξιολογείται η πορεία, να γίνονται διαπιστώσεις για το βαθμό επίτευξης των βασικών επιδιώξεων της Στρατηγικής και να λαμβάνονται τα ανάλογα μέτρα.

Ο κύριος αριθμητικός στόχος του Στρατηγικού Σχεδίου είναι η **μεγιστοποίηση των εσόδων σε πραγματικούς όρους (£1,8 δισεκ. το 2010)**. Η επίτευξη του στόχου αυτού θα επιδιωχθεί μέσω των στρατηγικών παρεμβάσεων που θα γίνουν και επιδιώκεται με την ισορροπημένη ανάπτυξη των δύο συνθετικών παραμέτρων - αφίξεις και δαπάνη.

Σε ό,τι αφορά το στόχο των αφίξεων τα 3,5 εκ. περιηγητές μέχρι το 2010 πρέπει να θεωρούνται ως το ανώτατο όριο καθώς αναγνωρίζεται πως η αύξηση των εσόδων μέσω της αύξησης των αφίξεων εξαντλεί τους διαθέσιμους πόρους και υποσκάπτει την αειφορία του προορισμού.

Οι στόχοι για τις υπόλοιπες αριθμητικές παραμέτρους καθορίζονται ως εξής:

Η **Μέση Διάρκεια Παραμονής** να ανέλθει σε 11,6 μέρες, η **Εποχικότητα** να αντιμετωπιστεί με την καλύτερη κατανομή των αφίξεων μέσα στο χρόνο και συγκεκριμένα να μειωθεί το μερίδιο της περιόδου αιχμής (Ιούλιος-Σεπτέμβριος) σε 33% από 40% που είναι τα τελευταία χρόνια και να αυξηθεί το μερίδιο όλων των άλλων μηνών ιδιαίτερα των περιόδων Ιανουαρίου - Μαρτίου και Οκτωβρίου - Δεκεμβρίου. Τέλος, να αυξηθεί το ποσοστό του επαναλαμβανόμενου τουρισμού (repeaters).

Οποιαδήποτε βελτίωση των τριών πιο πάνω δεικτών θα αποτελεί επιπλέον επιτυχία του προορισμού αφού συμβάλλει θετικά στα κοινωνικοοικονομικά οφέλη που επιδιώκονται.

## Επανατοποθέτηση

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Κύπρου αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επίτευξη των στόχων. Η Κύπρος θα επιδιώξει να επανατοποθετηθεί στον τουριστικό χάρτη αναδεικνύοντας το πλεονέκτημα που τη διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές της. Σαν το κυριότερο ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα κρίθηκε η **μεγάλη ποικιλία/ποικιλομορφία (diversity) της τουριστικής εμπειρίας σε μικρό γεωγραφικό χώρο.**

**"Ένα μωσαϊκό φύσης και πολιτισμού, ένας ολόκληρος, μαγευτικός κόσμος συγκεντρωμένος σ' ένα μικρό, ζεστό και φιλόξενο νησί της Μεσογείου στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων, μεταξύ δύσης και ανατολής που προσφέρει μια πολυδιάστατη ποιητική τουριστική εμπειρία."**

Η στρατηγική πορεία του 2010 υποστηρίζεται από τρεις επιμέρους στρατηγικές: Στρατηγική Μάρκετινγκ, Προϊόντος και Ποιότητας-Πρόσθετης Αξίας.

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΓΚ

Η Στρατηγική Κατεύθυνση που καλείται να ακολουθήσει ο τομέας του Μάρκετινγκ του τουριστικού προϊόντος είναι επικεντρωμένη και επιθετική με κεντρικό στόχο την ανάπτυξη αγορών και τμημάτων αγορών που είναι πιο αποδοτικά.

Στα πρώτα χρόνια εφαρμογής του στρατηγικού σχεδίου η έμφαση θα δοθεί στη διεξόδυση υφιστάμενων αγορών, δηλαδή στη διεξόδυση σε υφιστάμενες αγορές/ τμήματα με προσπάθεια προσέλκυσης πιο αποδοτικής πελατείας ενώ καθώς διαμορφώνεται το κατάλληλο προϊόν, με την αναβάθμιση υφιστάμενου και δημιουργία νέων προϊόντων, η έμφαση θα δίδεται στη διαφοροποίηση αγορών, δηλαδή την καλλιέργεια νέων αγορών/ τμημάτων.

## Ιεράρχηση Αγορών και Τμημάτων Πελατείας

Η τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς έγινε στα πλαίσια της νέας τοποθέτησης της τουριστικής Κύπρου με βάση τα κίνητρα/ λόγους ταξιδίων (motivation) όπως αυτά εντοπίστηκαν από έρευνες και μελέτες και αναμένεται να διαμορφωθούν τα επόμενα χρόνια σύμφωνα με τα μεταβαλλόμενα χαρακτηριστικά και προσδοκίες της τουριστικής πελατείας.

Τα κίνητρα που εντοπίστηκαν και αξιολογήθηκαν είναι εκείνα που εξυπηρετούν στον καλύτερο βαθμό τους μετρήσιμους στόχους της στρατηγικής και άλλα κριτήρια. Τα κριτήρια που χρησιμοποιήθηκαν για την αξιολόγηση είναι τα εξής:

- κατά κεφαλή δαπάνη
- αφίξεις περιηγητών
- μέση διάρκεια παραμονής
- βελτίωση της εποχικότητας
- επαναλαμβανόμενος τουρισμός
- σχέση προϊόντος - αγοράς (product fit)
- επένδυση (μάρκετινγκ και προϊόντος)
- περιβαλλοντικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και οικονομικές επιπτώσεις
- δυνατότητα συμπλήρωσης της τουριστικής εμπειρίας (add on)

Τα τμήματα της πελατείας που εντοπίστηκαν είναι:

- **Ήλιος και Θάλασσα συν**
- **Πολιτισμός**
- **Συνέδρια και Κίνητρα**
- **Φύση**
- **Περπάτημα**
- **Αθλητικός Τουρισμός**
- **Ποδηλασία**
- **Θαλάσσια Αθλήματα και Yachting**
- **Εκδηλώσεις Μεγάλης Εμβέλειας**
- **Γαμήλιες Τελετές και Γαμήλια Ταξίδια**
- **Κρουαζιέρες**

Για τη γεωγραφική τμηματοποίηση της αγοράς εντοπίστηκαν οι χώρες που μπορούν να αποτελέσουν χώρες πηγές τουρισμού οι οποίες αξιολογήθηκαν και ιεραρχήθηκαν με βάση τα ακόλουθα κριτήρια:

- ημερήσια κατά άτομο δαπάνη
- μέση διάρκεια παραμονής
- μέγεθος αγοράς προς Μεσόγειο σε σχέση με τους άμεσους ανταγωνιστές
- μερίδιο της Κύπρου στην αγορά
- βελτίωση της εποχικότητας
- δυνατότητα πρόσβασης (accessibility)
- σχέση προϊόντος - αγοράς (product fit)
- σχέση επιλεγμένων τμημάτων - αγορών
- γενικότερες τάσεις και προοπτικές αγορών

Ο βαθμός εφαρμογής /ανταπόκρισης των αγορών στα πιο πάνω κριτήρια κατέληξε στην κατάταξη των χωρών σε Χώρες Ψηλής Προτεραιότητας, Μεσαίας Προτεραιότητας και Χώρες Χαμηλής Προτεραιότητας.

Εντοπίστηκε επίσης μια τέταρτη κατηγορία Χωρών οι οποίες θεωρούνται Αναδυόμενες αγορές στην οποία περιλαμβάνονται χώρες οι οποίες προβλέπονται να παρουσιάσουν προοπτικές ανάπτυξης τουρισμού. Οι χώρες αυτές πρέπει να παρακολουθούνται και να γίνεται προετοιμασία ώστε η Κύπρος να μπορέσει να αξιοποιήσει τυχόν ευκαιρίες που θα παρουσιαστούν.

Η ιεράρχηση των αγορών μπορεί να αναθεωρείται όταν διαφοροποιούνται ουσιαστικά οι συνθήκες και τα δεδομένα κάθε αγοράς. Με βάση τις αλλαγές που έγιναν και τις εξελίξεις των τελευταίων χρόνων προτείνεται η ακόλουθη ιεράρχηση των αγορών:

#### Αγορές Ψηλής Προτεραιότητας

- **Ηνωμένο Βασίλειο**
- **Ρωσία**
- **Ελλάδα**
- **Γερμανία**
- **Ιρλανδία**
- **Γαλλία**

### Αγορές Μεσαίας Προτεραιότητας

- Χώρες του Αραβικού Κόλπου
- Χώρες της Μέσης Ανατολής
- Ισραήλ
- Βέλγιο
- Σουηδία
- Νορβηγία
- Ολλανδία
- Ιταλία
- Ελβετία
- Αυστρία

### Αγορές Χαμηλότερης Προτεραιότητας

- Πολωνία
- Φιλανδία
- Δανία
- Τσεχία
- Ουγγαρία
- ΗΠΑ
- Ουκρανία και Λευκορωσία

Από τις αναδυόμενες αγορές περισσότερες προοπτικές παρουσιάζουν η Ισπανία, οι χώρες της πρώην Ανατολικής Ευρώπης (π.χ. Ρουμανία, Βουλγαρία) χώρες της πρώην Γιουγκοσλαβίας, άλλες χώρες της ΚΑΚ, ο Καναδάς, η Κίνα και η Ινδία.

### Αερομεταφορές

Με την πλήρη ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση το Μάιο του 2004, θα επέλθει και η ελευθεροποίηση των αερομεταφορών εντός του Ευρωπαϊκού χώρου. Η εξέλιξη αυτή, παράλληλα και με την αναμενόμενη άρση των περιορισμών εκ μέρους της Κυβέρνησης για την παραχώρηση αδειών για εκτέλεση ναυλωμένων πτήσεων προς και από την Κύπρο από τρίτες χώρες, αναμένεται να διαφοροποιήσει θετικά το σκηνικό σε σχέση με τις αερομεταφορές.

Με βάση τις πιο πάνω εξελίξεις, συγκεκριμένες αγορές που με την υφιστάμενη κατάσταση δεν εξυπηρετούνται επαρκώς, αλλά και εξειδικευμένα τμήματα αγορών όπως για παράδειγμα ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων και τουρισμός συνεδρίων και κινήτρων αναμένεται να αποκτήσουν νέα δυναμική, νέες προοπτικές και ευκαιρίες που θα υποβοηθήσουν την αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Κύπρο και στην απάμβλυνση του προβλήματος της εποχικότητας.

Επιπλέον πιστεύεται ότι με την ελευθεροποίηση των αερομεταφορών και κατά συνέπεια τον εντονότερο ανταγωνισμό μεταξύ αεροπορικών εταιρειών που θα επιδείξουν ενδιαφέρον για εξυπηρέτηση του προορισμού, ξένων ή Κυπριακών, θα επωφεληθεί ουσιαστικά και το ευρύτερο τουριστικό κοινό μέσω της παραχώρησης ελκυστικότερων ναύλων δημιουργώντας ευκαιρίες για την προσέλκυση τουρισμού με ατομικές διευθετήσεις δεδομένου ότι είναι σημαντικός παράγοντας επιλογής προορισμού.

Θέτοντας σαν πρωταρχικούς στόχους την ανάπτυξη συγκεκριμένων αγορών ή τμημάτων αγορών που παρουσιάζουν περαιτέρω προοπτικές, ο προορισμός θα πρέπει να ενθαρρύνει τη δρομολόγηση νέων πτήσεων όπου κρίνεται αναγκαίο. Ο Οργανισμός λαμβάνοντας υπόψη και τους περιορισμούς που απορρέουν από την νομοθεσία περί Δημοσίων Ενισχύσεων που απαγορεύει την οποιαδήποτε επιχορήγηση στον τομέα των αερομεταφορών θα πρέπει να καταρτίσει ειδικό σχέδιο ενθάρρυνσης και στήριξης πτήσεων που θα εξυπηρετούν τους σκοπούς και στόχους της Στρατηγικής Τουρισμού.

Η επαρκής αεροπορική σύνδεση που δεν θα περιορίζεται μόνο στη δρομολόγηση νέων πτήσεων, αλλά και στην αύξηση της συχνότητας πτήσεων, τη βελτίωση των ημερών και ωρών πτήσεων, του τρόπου διαχείρισης των θέσεων, την γεωγραφική κάλυψη της κάθε αγοράς κλπ, αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη οποιασδήποτε αγοράς, ιδιαίτερα στην περίπτωση της Κύπρου που σαν νησί, η τουριστική κίνηση εξαρτάται σχεδόν αποκλειστικά από τις αερομεταφορές.

### Εσωτερικός Τουρισμός

Η προώθηση και ανάπτυξη του Εσωτερικού Τουρισμού μπορεί να συμβάλει θετικά στις πληρότητες των ξενοδοχείων, στην ενίσχυση των τοπικών οικονομιών, στη γνωριμία του πολιτισμού μας και γενικά την ενίσχυση των δεσμών με την Κύπρο.

Κυριότερο πρόβλημα στην περαιτέρω ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού αποτελεί το γεγονός ότι στην πλειονότητα των Κυπρίων και ιδιαίτερα αυτών που απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα παραχωρείται άδεια για διακοπές κυρίως κατά τους μήνες Ιούλιο - Αύγουστο.

Η αποκέντρωση των αδειών των εργαζομένων χρειάζεται συντονισμένες προσεγγίσεις και συνεργασία μεταξύ εργοδοτών και εργοδοτούμενων.

Παράλληλα με το πιο πάνω πρόβλημα παρατηρείται ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια η τάση μεγάλος αριθμός Κυπρίων, λόγω της αυξανόμενης επιθυμίας για απόκτηση εμπειριών και γνωριμίας με άλλους προορισμούς και πολιτισμούς, να περνά τις διακοπές του στο εξωτερικό.

Η τάση αυτή αναμένεται να έχει συνέχεια και να ενταθεί ιδιαίτερα μετά και από την αναμενόμενη πλήρη ελευθεροποίηση των αερομεταφορών από το Μάιο του 2004, όπου θα διευρυνθεί η δυνατότητα επιλογής πτήσεων από Κύπρο προς διάφορους προορισμούς και κατά συνέπεια προσφοράς πιο ελκυστικών τιμών για εκδρομικά πακέτα για το εξωτερικό.

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία στην Κύπρο θα πρέπει, ενόψει του έντονου ανταγωνισμού που αναμένεται, να δώσει μεγαλύτερη σημασία στον Κύπριο καταναλωτή, προσφέροντάς του ελκυστικά προγράμματα διακοπών και κίνητρα σε ανταγωνιστικές τιμές δεδομένου ότι ο Κύπριος αποτελεί πολύ καλό πελάτη.

Ο Οργανισμός σε συντονισμό με όλους τους εμπλεκόμενους στον εσωτερικό τουρισμό, θα αναβαθμίσει και αυξήσει τις προσπάθειές του για προβολή του εσωτερικού τουρισμού με διαφήμιση και ενέργειες προβολής και αυτό πάνω σε συστηματική βάση. Η προσπάθεια δεν θα επικεντρωθεί μόνο στην περίοδο των καλοκαιρινών διακοπών, αλλά και κατά τη διάρκεια του υπόλοιπου χρόνου π.χ. για σύντομες διακοπές (short breaks) και εκδρομές κατά τη διάρκεια του χειμώνα ή της άνοιξης.

## Επικοινωνία

Η Στρατηγική Επικοινωνίας, στοχεύει στη δημιουργία ξεκάθαρης μοναδικής εικόνας και ταυτότητας και επανατοποθέτηση της Κύπρου στη διεθνή τουριστική αγορά. Ο ΚΟΤ θα αξιοποιήσει τη διαφήμιση και τα διάφορα εργαλεία προβολής και δημοσίων σχέσεων για τη συστηματική προβολή μιας ομοιόμορφης και μοναδικής εικόνας βάσει της επανατοποθέτησης. Επίσης θα επιδιώξει την αποτελεσματική στόχευση των επιλεγμένων αγορών και τμημάτων τους.

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η όσο το δυνατό πιο εστιασμένη προσέγγιση από πλευράς του ΚΟΤ, η συνεργασία του με αναγνωρισμένους και εξειδικευμένους διεθνείς οίκους και η συνεχής παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας των ενεργειών μάρκετινγκ.

Όσον αφορά τον ιδιωτικό τομέα, προτείνονται νέοι τρόποι συνεργασίας και παρακολούθησης ούτως ώστε όλες οι προσπάθειες επικοινωνίας να ενταχθούν σε ένα κοινό πλαίσιο βάσει της επανατοποθέτησης για την επίτευξη των στόχων και επιδιώξεων της στρατηγικής.

Ειδικότερα θα καταρτιστεί πλαίσιο συνεργασίας και συγχρηματοδότησης πάνω σε περιφερειακή βάση των ενεργειών μάρκετινγκ που αναλαμβάνουν τοπικοί οργανωμένοι φορείς με τη συμμετοχή των τοπικών αρχών. Η στήριξη του ΚΟΤ αφορά τόσο τις μελέτες και ετοιμασία προτάσεων όσο και την υλοποίηση των δράσεων.

## Διανομή

Επί του παρόντος το μεγαλύτερο ποσοστό του τουριστικού ρεύματος θα συνεχίσει να διοχετεύεται μέσω των Οργανωτών Ταξιδιών. Θα επιδιωχθεί όμως διαφοροποιημένος τρόπος συνεργασίας ώστε η συνεργασία με μεγάλους Οργανωτές Ταξιδιών να καλύψει νέους τομείς (αναβαθμισμένη παρουσία στους γενικούς καταλόγους, συμπερίληψη σε εξειδικευμένα προγράμματα, επέκταση των εξειδικευμένων προγραμμάτων) και να ενδυναμωθεί η στήριξη και συνεργασία με Εξειδικευμένους οργανωτές και με οργανωτές που ειδικεύονται στον προορισμό. Πιο μακροπρόθεσμα και σταδιακά θα επιδιώκεται η μείωση της εξάρτησης από τους οργανωτές ταξιδιών.

Παράλληλα θα επιδιωχθεί η προσφορά εναλλακτικών τρόπων οργάνωσης του ταξιδιού και κράτησης εκτός των οργανωτών ταξιδιών μέσω του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ και με τη δημιουργία συστήματος διαχείρισης του προορισμού με στόχο την αύξηση του ατομικού τουρισμού.

## Πληροφόρηση/ Έρευνα

Η επιτυχής εφαρμογή της στρατηγικής προϋποθέτει ένα σύστημα συλλογής, επεξεργασίας, αξιοποίησης και διοχέτευσης πληροφοριών, παρακολούθησης και αξιολόγησης των πληροφοριών μάρκετινγκ. Η έγκαιρη, σωστή και συστηματική πληροφόρηση όλων των τουριστικών εταιρών αποτελεί τον κύριο στόχο της Στρατηγικής Πληροφόρησης/ Έρευνας.

## Οργάνωση Μάρκετινγκ

Τέλος, η Στρατηγική Μάρκετινγκ προτείνει τη διαφοροποίηση και βελτίωση της οργάνωσης μάρκετινγκ του προορισμού και τη δημιουργία μηχανισμών συνεργασίας των τουριστικών φορέων τόσο σε εθνικό όσο και περιφερειακό επίπεδο.





## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Το τουριστικό προϊόν το οποίο προσφέρει ένας προορισμός καθορίζει και το είδος της τουριστικής πελατείας. Η επιτυχία ή αποτυχία του τουριστικού προορισμού στη διεθνή τουριστική αγορά εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ευρύτητα και την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει. Μέσα στις συνθήκες έντονου ανταγωνισμού που έχουν διαμορφωθεί στη διεθνή αρένα κερδίζει το προϊόν εκείνο, το οποίο ανταποκρίνεται και ικανοποιεί στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό τις ανάγκες και απαιτήσεις της πελατείας στην οποία απευθύνεται ο προορισμός.

Η αντιμετώπιση των συνθηκών ανταγωνισμού επιβάλλει όπως ο προορισμός αξιοποιήσει το συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει και διαμορφώσει το κατάλληλο προϊόν το οποίο θα του επιτρέψει να προσελκύσει τα επιθυμητά τμήματα της τουριστικής πελατείας.

Η Κύπρος σαν ένας νησιώτικος τουριστικός προορισμός έχει επενδύσει κυρίως στην πελατεία Ήλιου και Θάλασσας. Ο προσανατολισμός αυτός ήταν σωστή επιλογή με τα δεδομένα που ίσχυαν την δεκαετία του '80 – νέος προορισμός, ζήτηση διακοπών Ήλιου και Θάλασσας, διαφορετικές απαιτήσεις πελατείας, λιγότεροι προορισμοί. κλπ.

Η επιλογή όμως αυτή είχε σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός μονοδιάστατου προϊόντος το οποίο σήμερα δε διαφέρει από πολλούς άλλους προορισμούς και τοποθετεί την Κύπρο σε μειονεκτική θέση όσον αφορά την ανταγωνιστική της ικανότητα.

Η Στρατηγική Προϊόντος που προτείνεται στοχεύει:

- Στη διαμόρφωση του προϊόντος εκείνου το οποίο θα αξιοποιήσει το συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει η Κύπρος σαν τουριστικός προορισμός και θα δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για την επανατοποθέτησή της στον τουριστικό χάρτη σαν ένα προορισμό ο οποίος προσφέρει τη δυνατότητα για μια πολυδιάστατη τουριστική εμπειρία σε μικρό γεωγραφικό χώρο.
- Στην ανάπτυξη προϊόντος με γνώμονα την αειφορία του τουριστικού τομέα
- Στη διαμόρφωση προϊόντος που να εξυπηρετεί τις ανάγκες και απαιτήσεις των επιλεγμένων τμημάτων της πελατείας

Η επιτυχία της Στρατηγικής θα κριθεί από την ικανότητα δημιουργίας του κατάλληλου τουριστικού προϊόντος το συντομότερο δυνατό. Οι διάφορες πτυχές του τουριστικού προϊόντος θα αναπτυχθούν με κεντρικό σημείο αναφοράς τον **πολιτισμό και το περιβάλλον**. Σημειώνεται ότι το φυσικό περιβάλλον και ο πολιτισμός είναι οι δύο βασικοί άξονες οι οποίοι θα βοηθήσουν την τουριστική Κύπρο να αναδείξει την ταυτότητά της και να αποκτήσει μοναδικότητα. Ο πολιτισμός στη διάσταση που του αποδίδεται περιλαμβάνει και τον παράγοντα “άνθρωπος” από τον οποίο εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό η ανάδειξη της ταυτότητας και μοναδικότητας του προορισμού.

### Ειδικά Προϊόντα

Η Κύπρος έχει δυνατότητες για ανάπτυξη μεγάλου φάσματος ειδικών προϊόντων.

Η στρατηγική επικεντρώνεται στη δημιουργία προϊόντων που μπορούν να αναδείξουν τη μοναδικότητα του προορισμού βάσει της επανατοποθέτησης και περιστρέφονται κυρίως γύρω από τους δύο βασικούς άξονες πολιτισμός και περιβάλλον.

Τα ειδικά προϊόντα είναι "προϊόντα" τα οποία θα λειτουργήσουν σαν προσελκυστικά/εμπλουτιστικά στοιχεία (attractions) και ταυτόχρονα θα προσφέρουν ευκαιρίες για δραστηριότητες και ψυχαγωγία. Τα προϊόντα που προτείνονται είναι απαραίτητα για την απόκτηση της πολυδιάστατης τουριστικής εμπειρίας πάνω στην οποία βασίζεται η επανατοποθέτηση της τουριστικής Κύπρου και εξυπηρετούν τα επιλεγμένα τμήματα. Ταυτόχρονα θα αντιμετωπιστεί η βασική αδυναμία του τουριστικού μας προϊόντος που εστιάζεται στην ανεπαρκή προσφορά ευκαιριών για δραστηριότητες (things to see and do) όπως προκύπτει από τις σχετικές έρευνες/ μελέτες.

Ο εντοπισμός των ειδικών προϊόντων που πρέπει να δημιουργηθούν (νέα προϊόντα) και των προϊόντων που πρέπει να αναβαθμιστούν ή/ και να εμπλουτισθούν (υφιστάμενα προϊόντα) έγινε με βάση τα επιλεγμένα τμήματα αγοράς βάσει κινήτρου, τα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά κάθε τμήματος και την εποχικότητα.

Τα ειδικά προϊόντα που εντοπίστηκαν στη συνέχεια ιεραρχήθηκαν κατά σειρά συχνότητας, δηλαδή σύμφωνα με τον αριθμό των τμημάτων που εξυπηρετούν. Στη συνέχεια τα ειδικά προϊόντα αξιολογήθηκαν με βάση την αποδοτικότητα τους σε σχέση με τους γενικούς ποσοτικούς και ποιοτικούς στόχους της Στρατηγικής που είναι η μέση δαπάνη, η εποχικότητα, η μέση διάρκεια παραμονής, οι αφίξεις περιηγητών, οι επιπτώσεις στο περιβάλλον, οι κοινωνικές επιπτώσεις και οι οικονομικές επιπτώσεις, και τη δυνατότητα ανάπτυξης προϊόντος (απαιτούμενοι πόροι) που είναι το Κεφάλαιο, η Γη και η Υποδομή.

### **Προτεινόμενα Ειδικά Προϊόντα**

Με βάση τη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε προκύπτουν τα ακόλουθα ειδικά προϊόντα τα οποία εξυπηρετούν τα διάφορα τμήματα αγοράς που επιλέγηκαν και παρατίθενται χωρίς ιεράρχηση:

- Μουσεία
- Διαδρομές:
  - Πολιτιστικές
  - Σύνθετες
  - Θεματικές
- Μονοπάτια Μελέτης της Φύσης
- Κέντρα Πληροφόρησης
- Αγροτουρισμός
- Γήπεδα ποδοσφαίρου
- Υποδομή για κολύμβηση και στίβο και άλλα αθλήματα προτεραιότητας
- Γκολφ
- Εθνικά Δασικά Πάρκα
- Θαλάσσια Πάρκα
- Βοτανικοί κήποι
- Εκθέσεις
- Ποδηλατικά Κέντρα
- Ποδηλατόδρομοι
- Ποδηλατικές Διαδρομές
- Χώροι Συνεδρίων

- Οργανωμένες Εκδρομές
- Μαρίνες / Καταφύγια
- Κέντρα Θαλασσίων Αθλημάτων
- Εκδηλώσεις
- Παράκτιες Κρουαζιέρες

Τα περισσότερα από τα πιο πάνω προϊόντα εξυπηρετούν και το βασικό τμήμα της πελατείας "Ήλιος και Θάλασσα Συν".

Για τη δημιουργία των ειδικών προϊόντων απαιτούνται επενδύσεις από το Δημόσιο Τομέα περιλαμβανομένων των Τοπικών Αρχών και τον Ιδιωτικό Τομέα.

Για την ενθάρρυνση του ιδιωτικού τομέα να αναλάβει επενδύσεις προτείνεται η εισαγωγή και λειτουργία Σχεδίων Κινήτρων.

Είναι απαραίτητο να επισπευσθεί η δημιουργία και συμπλήρωση μιας σειράς έργων που αφορούν ειδικά τουριστικά προϊόντα, τα οποία τυγχάνουν μελέτης εδώ και καιρό. Προτείνονται λοιπόν συγκεκριμένες δράσεις για τα ακόλουθα προϊόντα:

### Υποδομή για Αθλητικό Τουρισμό

Αξιολογήθηκαν εκ νέου οι προοπτικές ανάπτυξης του Αθλητικού Τουρισμού, υπό το φως και των ευκαιριών που παρουσιάστηκαν λόγω της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων "Αθήνα 2004" και της απόφασης ξένων ολυμπιακών ομάδων για προπόνηση στην Κύπρο. Στον τομέα αποδίδεται πολύ υψηλή προτεραιότητα. Όπως αποφασίστηκε σε διϋπουργική σύσκεψη που συγκλήθηκε στις 28.8.03, έχει διεξαχθεί έρευνα για τα αθλήματα που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον και ετοιμάζεται σχέδιο δράσης που θα καλύψει τόσο την επαγγελματική/ πρωταθλητική πτυχή όσο και τη ψυχαγωγική πτυχή του Αθλητικού Τουρισμού, και θα συνίσταται σε συγκεκριμένες ενέργειες προτεραιότητας στους ακόλουθους τομείς:

- Συμπλήρωση και δημιουργία υποδομής διεθνών προδιαγραφών για τα αθλήματα προτεραιότητας (ποδόσφαιρο, κολύμβηση, ποδηλασία, στίβος) και άλλα αθλήματα, περιλαμβανομένων των θαλασσίων αθλημάτων.
- Λειτουργία συστήματος διαχείρισης και κρατήσεων όλων των αθλητικών εγκαταστάσεων που προσφέρονται για σκοπούς Αθλητικού Τουρισμού.
- Διοργάνωση διεθνών αθλητικών συναντήσεων, εκδηλώσεων κλπ.

### Γήπεδα Γκολφ

Για να ενθαρρυνθούν ουσιαστικά επενδυτές να δημιουργήσουν υψηλής ποιότητας γήπεδα γκολφ σε ιδιωτικής ιδιοκτησίας εκτάσεις, μελετάται ξανά η υφιστάμενη πολιτική και τα κριτήρια σε ότι αφορά τις επιτρεπόμενες αναπτύξεις και τις προϋποθέσεις έγκρισης.

Σε ότι αφορά τη δημιουργία τριών γηπέδων γκολφ σε κυβερνητική γη (Αγία Νάπα, Ορόκλινη, Πεντάκωμο) μελετούνται εναλλακτικοί τρόποι διάθεσης των αντίστοιχων κρατικών/ δασικών γαιών, ώστε να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα των έργων και το επενδυτικό ενδιαφέρον.

### Μαρίνες και υποδομή για Ναυτικό Τουρισμό

Νοούμενου ότι θα έχει αίσιο πέρας ο διαγωνισμός που διεξήχθη το 2003 και βρίσκεται στο στάδιο της αξιολόγησης, είναι ενδεχόμενο να ανατεθεί σύντομα η ανάπτυξη και λειτουργία των Μαρίνων Λεμεσού, Λάρνακας και Αγίας Νάπας.

Θα αποφασιστεί η διαδικασία δημιουργίας Μαρίνας στην Πάφο και θα ετοιμαστούν εισηγήσεις για άλλα έργα υποδομής καθώς και ρυθμίσεων που είναι απαραίτητες για την ολοκληρωμένη ανάπτυξη του Ναυτικού Τουρισμού.

### Αγροτουρισμός - Ανάπτυξη Τουρισμού στην Ύπαιθρο

Έχει καταρτισθεί Σχέδιο Ανάπτυξης που αφορά τον Τουρισμό στην Ύπαιθρο και που συνάδει με το Εθνικό Σχέδιο Ανάπτυξης 2004-2006 και το Ενιαίο Έγγραφο Προγραμματισμού - Στόχος Δύο. Το Σχέδιο αυτό δεν περιορίζεται μόνο στη διαμονή με τη δημιουργία καταλυμάτων σε παραδοσιακές οικοδομές, αλλά περιλαμβάνει δράσεις και μέτρα για τη δημιουργία ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος της υπαίθρου, εμπλουτισμένου με έργα πολιτιστικού και περιβαλλοντικού περιεχομένου που εξυπηρετούν ειδικά ενδιαφέροντα και δραστηριότητες. Συγκεκριμένα έχουν τύχει επεξεργασίας δράσεις και σχέδια κινήτρων που στοχεύουν:

- στη δημιουργία νέων και ποιοτική αναβάθμιση υφιστάμενων αγροτουριστικών καταλυμάτων και παραδοσιακών εστιατορίων, προώθηση άλλων δραστηριοτήτων π.χ. εκθετήρια, μουσεία, εργαστήρια παραδοσιακών τεχνών και άλλων ασχολιών
- στη στήριξη μεταποιητικών μονάδων που έχουν σχέση με τοπικά προϊόντα
- στη δημιουργία μονοπατιών μελέτης της φύσης, ποδηλατικών διαδρομών, θεματικών και σύνθετων διαδρομών, θεματικών μουσείων, κέντρων πληροφόρησης κλπ.

Το Σχέδιο είναι συμπληρωμένο με δράσεις που αφορούν την προώθηση, οργάνωση και προβολή του τουριστικού προϊόντος της Ύπαιθρου.

### Προϊόντα και Υποδομή για Πολιτιστικό Τουρισμό

Ο πολιτισμός αποτελεί άξονα της επανατοποθέτησης και κύριο εμπλουτιστικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας για όλα τα τμήματα της πελατείας. Η δυνατότητα της Κύπρου να εξυπηρετήσει σειρά πολιτιστικών ενδιαφερόντων όπως ιστορία, αρχαιολογία, θρησκεία, παράδοση/ έθιμα, τέχνες, χειροτεχνία κλπ, είναι ευρύτατη και οι δυνατότητες που παρέχονται σήμερα για να γνωρίσει ο επισκέπτης τον πολιτισμό μας με την ευρύτερη έννοια πρέπει να επεκταθούν με βελτιώσεις στον τρόπο ανάδειξης και παρουσίασης των μνημείων, των αξιοθέατων και γενικά του πολιτιστικού μας πλούτου.

Όπως αναλύεται στο Σχέδιο Υλοποίησης της Στρατηγικής, σοβαρές επενδύσεις πρέπει να αναληφθούν από το Δημόσιο Τομέα και συγκεκριμένα από το Τμήμα Αρχαιοτήτων, τις Πολιτιστικές Υπηρεσίες, τις Επαρχιακές Διοικήσεις, την Υπηρεσία Χειροτεχνίας καθώς και από τις Τοπικές Αρχές. Ο ΚΟΤ περιέλαβε στις δραστηριότητες του φιλόδοξο πρόγραμμα για τη δημιουργία πολιτιστικών και άλλων διαδρομών, διοργάνωση εκδηλώσεων όπως Διεθνών Φεστιβάλ π.χ. Ετήσιο Φεστιβάλ Ταινιών, Όπερα, δημιουργία μουσείων, κέντρων πληροφόρησης, εργαστηρίων και διάφορων δραστηριοτήτων - καλλιτεχνικών, πολιτιστικών, λαϊκής τέχνης κλπ.



## Περιβάλλον και Περιβαλλοντικά Προϊόντα

Πέραν της αναγνώρισης της αμφίδρομης σχέσης που έχουν τουρισμός και περιβάλλον, επιβάλλεται άμεσα η δραστηριοποίηση προς την κατεύθυνση της προστασίας και ανάδειξης του περιβάλλοντος σαν συντελεστή της προσπάθειας επανατοποθέτησης της Τουριστικής Κύπρου. Οι τομείς παρέμβασης περιλαμβάνουν την ενίσχυση του πλαισίου προστασίας και ρύθμισης, την εφαρμογή περιβαλλοντικών κριτηρίων για τις επιλογές πολιτικών και σχεδίων ανάπτυξης και σχεδιασμό έργων, την υιοθέτηση πρακτικών φιλικών προς το περιβάλλον και την καλλιέργεια περιβαλλοντικής νοοτροπίας.

Επενδύσεις σε έργα Τουρισμού Φύσης όπως Μονοπάτια, Διαδρομές, Περιβαλλοντικά Κέντρα, Ποδηλατικές Διαδρομές, ανάδειξη Αλυκών, τοπικής χλωρίδας και πανίδας, ευκαιρίες για κατασκήνωση και ψυχαγωγία στα δάση κ.ά. παίρνουν προτεραιότητα τόσο στα προγράμματα του ΚΟΤ όσο και στα προγράμματα άλλων αρμόδιων υπηρεσιών, όπως το Τμήμα Δασών, Υπηρεσία Περιβάλλοντος και άλλοι.

### Διαμονή

Για τον εντοπισμό των τύπων καταλυμάτων που πρέπει να προσφέρονται έγινε σύνδεση των αναγκών των επιλεγμένων τμημάτων αγοράς με τύπους καταλυμάτων. Η ιεράρχηση των τύπων καταλυμάτων έγινε με βάση τον αριθμό των τμημάτων που εξυπηρετούν. Με βάση επίσης τα κριτήρια που αφορούν τη δυνατότητα ανάπτυξης, την αποδοτικότητα και την ανάγκη δημιουργίας νέων κλινών για ικανοποίηση της ζήτησης μέχρι το 2010, όπως και τις διαπιστώσεις που προέκυψαν από την αξιολόγηση των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων προτείνονται οι ακόλουθες στρατηγικές κατευθύνσεις / τομείς παρέμβασης:

- Τα νέα καταλύματα που θα δημιουργηθούν θα πρέπει να εντάσσονται στις κατηγορίες και τάξεις που εντοπίστηκε ανάγκη και που είναι τα ξενοδοχεία 3-5 αστέρων, τουριστικά χωριά, τουριστικές επαύλεις, mixed use destination resorts, μικρές μονάδες με χαρακτήρα και αγροτουριστικά.
- Για την εξυπηρέτηση των επιλεγμένων τμημάτων της αγοράς υπάρχει ανάγκη για τη δημιουργία νέων τύπων καταλυμάτων όπως είναι τα mixed use destination resorts και μικρών μονάδων με χαρακτήρα.
- Τα υφιστάμενα καταλύματα επιβάλλεται να αναβαθμιστούν.
- Καταλύματα χαμηλών κατηγοριών θα πρέπει να ενθαρρυνθούν είτε να αναβαθμιστούν στις επιλεγμένες κατηγορίες και τάξεις είτε να αποσυρθούν.

Για την επίτευξη των στρατηγικών αυτών παρεμβάσεων προτείνονται:

- (α) Η αναθεώρηση του θεσμικού πλαισίου που ρυθμίζει τη δημιουργία και λειτουργία τουριστικών καταλυμάτων ώστε να καθοριστούν προδιαγραφές για τις νέες τάξεις καταλυμάτων που πρέπει να δημιουργηθούν, να εισαχθούν ποιοτικά κριτήρια και να αποσαφηνιστούν / εκσυγχρονιστούν οι ποσοτικές προδιαγραφές, το σύστημα κατάταξης και ταξινόμησης και οι μηχανισμοί μελέτης σχεδίου και ελέγχου, και
- (β) Η εισαγωγή Σχεδίων Κινήτρων για αναβάθμιση και απόσυρση κλινών.

Ο απαιτούμενος αριθμός κλινών για την ικανοποίηση του ανώτατου αριθμού περιηγητών (3,5 εκ.) το 2010 υπολογίστηκε σε 131, 000 και οι επιπρόσθετες κλίνες που θα έπρεπε να δημιουργηθούν σε δέκα χρόνια 22, 000.

Με βάση τα σημερινά δεδομένα (κλίνες σε λειτουργία, υπό ανέγερση, επιπρόσθετες κλίνες που μπορούν να τοποθετούνται νόμιμα στα δωμάτια), ο συνολικός αριθμός κλινών που θα λειτουργούν το 2004 υπολογίζεται σε 120, 000 περίπου. Επομένως, σε περίοδο τριών χρόνων δημιουργήθηκε το 50% των απαιτούμενων επιπρόσθετων κλινών.

Παράλληλα έχει αυξηθεί ο αριθμός των δευτέρων κατοικιών που αγοράζονται από μη κατοίκους Κύπρου ο οποίος προβλέπεται να συνεχίσει να αυξάνεται και με την ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Επειδή οι κατοικίες αυτές χρησιμοποιούνται για τουριστική χρήση, θα μελετηθούν οι επιπτώσεις και γενικά το φαινόμενο αυτό.

Η εξέλιξη αυτή καταδεικνύει την επιτακτική ανάγκη για επίσπευση υλοποίησης των στρατηγικών παρεμβάσεων που προτείνονται ώστε να επιτευχθεί ο στόχος της δημιουργίας των επιθυμητών κατηγοριών και τάξεων καταλυμάτων τα οποία θα ικανοποιούν τις ανάγκες των επιλεγμένων τμημάτων της πελατείας και να συγκρατηθούν οι ρυθμοί δημιουργίας νέων κλινών.

### **Διατροφή**

Η Στρατηγική για τη Διατροφή στοχεύει στην ικανοποίηση των γαστρονομικών αναγκών του επισκέπτη με την προσφορά ποιοτικού επιπέδου διατροφής σε διαφορετικές τιμές.

Κύριες επιδιώξεις της στρατηγικής για τη διατροφή είναι η αναθεώρηση του θεσμικού πλαισίου που ρυθμίζει τη δημιουργία και λειτουργία των Κέντρων Αναψυχής τα οποία χαρακτηρίζονται από τυποποιημένο προϊόν, έλλειψη αυθεντικότητας, χαμηλά επίπεδα εξυπηρέτησης, η ανάδειξη της Κυπριακής παραδοσιακής κουζίνας και φιλοξενίας. Ήδη ετοιμάστηκε και άρχισε να εφαρμόζεται σε πιλοτική βάση πρόγραμμα για την παραδοσιακή κουζίνα το οποίο θα επεκταθεί με βάση τα αποτελέσματα της πιλοτικής εφαρμογής του. Προτείνεται επίσης η διεξαγωγή σχετικής έρευνας η οποία θα καταλήξει στην ετοιμασία Οδηγού Καλού Φαγητού και σχεδίου κινήτρων για αναβάθμιση των υφιστάμενων επισιτιστικών επιχειρήσεων.

### **Γενική Υποδομή**

Η επέκταση και αναβάθμιση των αεροδρομίων τόσο από πλευράς δυναμικότητας, όσο και από πλευράς παροχής πολύ καλών γενικών και εξειδικευμένων διευκολύνσεων και ψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης, η βελτίωση των λιμανιών έτσι ώστε να χρησιμοποιούνται όχι μόνο ως σημεία πρόσβασης αλλά και ως σημεία που θα εξυπηρετούν τους επιβάτες κρουαζιερόπλοιων είναι θέματα μεγάλης προτεραιότητας.

Κρίσιμης σημασίας είναι η βελτίωση και αναβάθμιση του οδικού δικτύου διότι η μοναδικότητα της τουριστικής εμπειρίας της Κύπρου βασίζεται στη δυνατότητα του επισκέπτη να διακινήθει με ευκολία και ασφάλεια στον τόπο. Επείγει επίσης η δημιουργία ικανοποιητικού δικτύου πεζοδρομίων και ποδηλατοδρόμων, ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές.



## Συγκοινωνίες

Μέσω της επανατοποθέτησης επιδιώκεται καθιέρωση της Κύπρου ως ποιοτικού προορισμού, ο οποίος προσφέρει στον επισκέπτη πολυδιάστατη εμπειρία σε μικρό γεωγραφικό χώρο.

Για την επίτευξη του στόχου αυτού επιβάλλεται η αναβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρονται στον τομέα των συγκοινωνιών, η καλύτερη οργάνωση και ο εμπλουτισμός των μέσων συγκοινωνιών με νέα μέσα προσαρμοσμένα στις ανάγκες των επισκεπτών, τα οποία να διασφαλίζουν εύκολη, άνετη, ασφαλή και προσιτή διακίνηση.

## Εμπόριο

Το εμπόριο μπορεί να αποτελέσει μέσο προβολής και ανάδειξης του πολιτισμού της Κύπρου και βασικό εμπλουτιστικό στοιχείο. Ως εκ τούτου, είναι αναγκαία η λήψη μέτρων που θα προσανατολίσουν την υφιστάμενη προσφορά τυποποιημένων, μη παραδοσιακών προϊόντων προς την προσφορά αυθεντικών Κυπριακών προϊόντων και θα παρέχουν στους επισκέπτες αυξημένες ευκαιρίες για ψώνια σε διάφορα σημεία της Κύπρου.

## Περιφερειακή Στρατηγική

Μέσα στα πλαίσια της στρατηγικής επανατοποθέτησης της Κύπρου η κάθε περιοχή θα κληθεί να ετοιμάσει το δικό της όραμα (regional vision) για την τουριστική της ανάπτυξη και να δημιουργήσει ένα ξεχωριστό προϊόν (regional brand) αξιοποιώντας και επενδύοντας στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της - περιβαλλοντικά, πολιτιστικά κ.ά. - και δυνατά της σημεία ώστε να αποκτήσει τη δική της ταυτότητα.

Οι φορείς της κάθε περιοχής κλήθηκαν να ετοιμάσουν με την οικονομική και τεχνική βοήθεια του ΚΟΤ τις περιφερειακές στρατηγικές οι οποίες θα πρέπει να καταλήξουν σε αναπτυξιακά σχέδια για το τουριστικό προϊόν και σχέδια δράσης για το μάρκετινγκ.

Με τον τρόπο αυτό η κάθε περιοχή θα μπορέσει να αξιοποιήσει όλες τις δυνατότητες της για σωστή τουριστική ανάπτυξη που να συνάδει με την επανατοποθέτηση και τους γενικούς στρατηγικούς στόχους και θα βοηθηθεί να επιλύσει τα προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα (π.χ. εποχικότητα) και να εξασφαλίσει τα επιθυμητά οφέλη από τον τουρισμό.

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΘΕΤΗΣ ΑΞΙΑΣ

Η Στρατηγική Ποιότητας/ Αξίας στοχεύει στην αύξηση της προσφερόμενης αξίας (value for money) βελτιώνοντας τη σχέση μεταξύ ποιότητας και τιμής.

Με βάση τις επιδιώξεις του στρατηγικού σχεδίου οι ειδικοί στόχοι της Στρατηγικής Ποιότητας/ Αξίας συνοψίζονται ως εξής:

- Η μεγιστοποίηση της ικανοποίησης του επισκέπτη
- Η προσφορά πλούσιας και πολυδιάστατης τουριστικής εμπειρίας
- Η καλλιέργεια μοναδικού χαρακτήρα και ταυτότητας στον προορισμό

- Η παροχή τουριστικών διευκολύνσεων και υποδομής μεγαλύτερης ευρύτητας και ελκυστικότητας και η διατήρησή τους σε ψηλά επίπεδα ποιότητας
- Ο σεβασμός και η προστασία του φυσικού και του πολιτιστικού περιβάλλοντος και των κοινωνικών αξιών
- Η εξασφάλιση ψηλών επιπέδων ποιότητας στις υπηρεσίες
- Η βελτίωση της ευελιξίας, ετοιμότητας και αποτελεσματικότητας του τουριστικού τομέα
- Η εξασφάλιση αμειπτικότερων τιμών που να συνάδουν με την προσφερόμενη πρόσθετη αξία μέσα σε ανταγωνιστικά πλαίσια
- Η αύξηση της παραγωγικότητας και αποδοτικότητας του τομέα
- Η καλύτερη αξιοποίηση και βελτίωση της απόδοσης των επενδύσεων στον τουρισμό
- Η κάλυψη των αναγκών του τομέα σε ανθρώπινο δυναμικό από Κύπριους κυρίως
- Η διατήρηση της φιλοξενίας και της γνησιότητας στη σχέση του επισκέπτη με τον Κύπριο και η καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης
- Η ενίσχυση του επαγγελματισμού.

Οι τρεις βασικοί τομείς παρέμβασης της Στρατηγικής Ποιότητας/ Αξίας είναι:

- **Ποιότητα**
- **Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού**
- **Τιμές**

Τόσο η Στρατηγική Μάρκετινγκ όσο και η Στρατηγική Προϊόντος καλύπτουν επιμέρους πτυχές των πιο πάνω τομέων και συνεισφέρουν στη βελτίωση της προσφερόμενης αξίας.

Στον τομέα της Ποιότητας προτείνεται η εισαγωγή Σχεδίων Κινήτρων για εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας και περιβαλλοντικής διαχείρισης στη Ξενοδοχειακή και Επισιτιστική Βιομηχανία και θα καθιερωθεί η διεξαγωγή Έρευνας για την επιμέτρηση του βαθμού ικανοποίησης των επισκεπτών και την αξιολόγηση των διαφόρων πτυχών του τουριστικού προϊόντος.

Στο αναθεωρημένο θεσμικό πλαίσιο που ρυθμίζει τη δημιουργία και λειτουργία των Ξενοδοχειακών και Επισιτιστικών Επιχειρήσεων θα ενσωματωθούν ποιοτικά κριτήρια και πρότυπα και θα επανεξεταστούν οι τρόποι εφαρμογής τους ώστε να καταστούν πιο σύγχρονοι, ευέλικτοι και αποτελεσματικοί.

Με βάση τις εισηγήσεις που περιέχονται στη Μελέτη του ειδικού εμπειρογνώμονα τις υπηρεσίες του οποίου εξασφάλισε ο Οργανισμός, θα εφαρμοστεί Σύστημα Δεικτών Αειφορίας του προορισμού. Οι Δείκτες Αειφορίας επιτρέπουν την παρακολούθηση του βαθμού επιτυχίας των ποιοτικών στόχων του Στρατηγικού Σχεδίου.

Σε περιφερειακό επίσης επίπεδο προτείνεται η ετοιμασία και εφαρμογή σχεδίων ανάπτυξης και εξυγίανσης του δομημένου περιβάλλοντος των τουριστικών περιοχών.

Στον τομέα της Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού προτείνεται η διεξαγωγή μελέτης η οποία θα καθορίσει τις ποιοτικές και ποσοτικές ανάγκες της τουριστικής βιομηχανίας και θα εισηγηθεί προγράμματα εκπαίδευσης και επιμόρφωσης για όλο το φάσμα των εργοδοτούμενων καθώς και για νέους τομείς και ειδικότητες.

Με βάση τα πορίσματα της μελέτης θα καθοριστεί επίσης ο ρόλος και ο τρόπος λειτουργίας της **Ακαδημίας Τουρισμού**. Θα θεσμοθετηθεί υποχρεωτικό εισαγωγικό πρόγραμμα για νεοεισερχόμενο αλλοδαπό προσωπικό και θα καθοριστούν και ελεγχθούν τα ελάχιστα προσόντα για απασχόληση αλλοδαπών στην τουριστική βιομηχανία.

Στον τομέα των τιμών θα επιδιωχθεί η συστηματική παρακολούθηση τους σε σύγκριση με ανταγωνιστικούς προορισμούς.



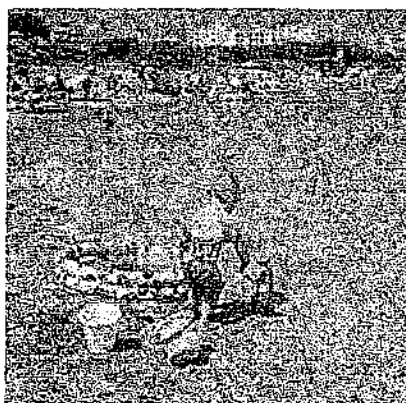
14/08/2005 21:06

## Κύπρος Για Όλες τις Εποχές

Το νησί της Αφροδίτης ευλογημένο από το Θεό και τη φύση και προικισμένο με μοναδικές κλιματολογικές συνθήκες με τέσσερις ηλιόλουστες εποχές και τέλειες θερμοκρασίες σχεδόν καθημερινά. Οι προνομιακές αυτές καιρικές συνθήκες καθιστούν την Κύπρο ένα ιδανικό τουριστικό προορισμό για αδιάκοπες διακοπές σ' όλη τη διάρκεια του έτους. Οι λάτρεις της θάλασσας απολαμβάνουν το κολύμπι στα καθαρά νερά της Μεσογείου μέχρι και τα τέλη Νοεμβρίου, ενώ οι φίλοι της τέχνης και του πολιτισμού έχουν την ευκαιρία να χαρούν τους αρχαιολογικούς θησαυρούς και τα καλλιτεχνικά φεστιβάλ του νησιού ολόχρονα. Το ήπιο και φιλόξενο κλίμα της Κύπρου προσφέρει μαγεμένες εποχές, η κάθε μια με τη δική της γοητεία.

### Καυτό Καλοκαίρι

Το καλοκαίρι στην Κύπρο διαρκεί από τα μέσα του Μάη μέχρι τα μέσα του Οκτώβρη και φέρνει μαζί του ψηλές θερμοκρασίες, καθαρούς ουρανούς και δροσερή θαλάσσια αύρα. Είναι η ιδανική εποχή για κολύμπι, ηλιοθεραπεία και μια ατέλειωτη σειρά από θαλάσσια αθλήματα όπως η ιστιοπλοία και οι καταδύσεις. Οι υψηλές θερμοκρασίες του μεσημεριού περιορίζουν τις μετακινήσεις σε συγκεκριμένες πρωινές και απογευματινές ώρες. Καλό είναι να χρησιμοποιείται πάντα αντηλιακή προστασία. Ακόμα και τις πιο ζεστές μέρες του καλοκαιριού όταν η θερμοκρασία στην παραλία αγγίζει τους 32 βαθμούς, στο Τρόδος φυσά πάντα δροσερό αεράκι και ένας περίπατος στα βουνά ξεκουράζει και αναζωογονεί.



Ο Σεπτέμβριος και ο Οκτώβριος είναι ακόμα καλοκαίρι στην Κύπρο, με λιακάδα και θάλασσες προσιτές για κολύμπι. Στη Λεμεσό ο Σεπτέμβριος φέρνει και το Φεστιβάλ του Κρασιού. Ένα ανεπανάληπτο ξεφάντωμα που οπωσδήποτε δεν πρέπει να το χάσετε.



### Φθινόπωρο: Ζεστό και Ηλιόλουστο

Προς τα τέλη του Οκτώβρη αρχίζει να δροσιζει κάπως το βράδυ. Τον Οκτώβρη και Νοέμβρη τα φύλλα στο Τρόδος αλλάζουν χιλιά χρώματα και τα αμπέλια λάμπουν κόκκινα και χρυσά με φόντο τη γλυκιά λάμψη του φθινοπωρινού ήλιου. Στην Κύπρο ο καλός καιρός συνεχίζεται μέχρι και τα μέσα Νοεμβρίου, αλλά προς το τέλος του μήνα καλό είναι να έχετε μαζί σας κάτι λίγο πιο ζεστό να φορέσετε το απόγευμα και το βράδυ. Το κολύμπι συνεχίζεται και μπορείτε παράλληλα να κάνετε τις εκδρομές σας στα χωριά και τα αμπέλια στο εσωτερικό του νησιού για να απολαύσετε τη μοναδική εμπειρία της

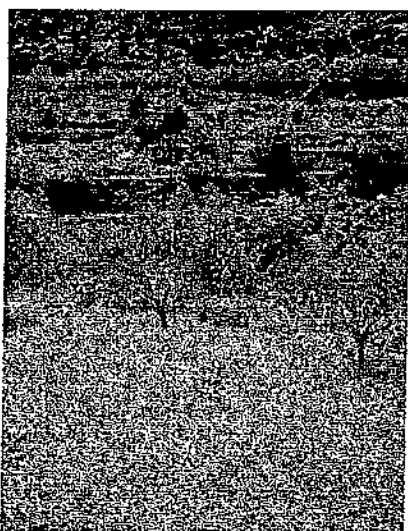
γευσιγνωσίας του κρασιού. Το Φθινόπωρο φέρνει μαζί του και το ετήσιο Φεστιβάλ Κύπρια, με εξαιρετικού ενδιαφέροντος παραστάσεις και συναυλίες οι οποίες πραγματοποιούνται σε διάφορα σημεία του νησιού με τη συμμετοχή καλλιτεχνών διεθνούς κύρους και εμβέλειας.

### Χαρές του Χειμώνα

Ο Δεκέμβριος και ο Ιανουάριος θεωρούνται οι μήνες του χειμώνα στη Κύπρο. Μπορεί και να βρέχει πού και πού αλλά ο ήλιος ποτέ δε χάνεται για πολύ και οι ζεστές αχτίδες του ζεσταίνουν το νησί τουλάχιστο έξι ώρες την



ημέρα. Αυτή την εποχή πολλοί άλλοι τουριστικοί προορισμοί της Μεσογείου κλείνουν για το χειμώνα, όχι όμως και η Κύπρος. Το νησί είναι παράλληλα σημαντικό επιχειρηματικό κέντρο όπου η οικονομική δραστηριότητα συνεχίζεται αδιάκοπα όλο το χρόνο. Η πλούσια πολιτιστική και αρχαιολογική κληρονομιά προσφέρεται αυτή την εποχή για μελέτη και εξερεύνηση. Επίσης σε όλη τη διάρκεια του χειμώνα οργανώνονται πάρα πολλές εκδηλώσεις και φεστιβάλ σε ολόκληρο το νησί. Το παραλιακό θέρετρο της Αγίας Νάπας για παράδειγμα, προσφέρει τον «Πολιτιστικό Χειμώνα» με συναυλίες κλασικής μουσικής και παραστάσεις σύγχρονων και παραδοσιακών χορών. Στις αρχές Φεβρουαρίου η οροσειρά του Τροόδου ντύνεται στα λευκά προσφέροντας ανεπανάληπτες ευκαιρίες για σκι και εκδρομές στα χιόνια.



#### Άνοιξη: Κοσμογόνια της Φύσης

Οι πρώτες ορχιδέες ανθίζουν από τον Ιανουάριο στην Κύπρο και μέχρι τα μέσα Φεβρουαρίου η ύπαιθρος έχει ήδη στολιστεί με καταπράσινα λιβάδια και ανθισμένες αμυγδαλιές. Οι μέρες του Μάρτη είναι ακόμα δροσερές, με θερμοκρασίες γύρω στους 19 την ημέρα και 9 το βράδυ. Οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες συνηγορούν και ευχάριστες μονοήμερες περιπλανήσεις σε αρχαιολογικά μνημεία και τοπία φυσικού κάλλους, όλα ντυμένα με πολύχρωμα "ενδύματα" φτιαγμένα από ανεμώνες και πληθώρα από αγριολούλουδα της Άνοιξης. Η Άνοιξη είναι στις δόξες της μέχρι και τα μέσα του Μάη. Αυτή είναι η εποχή για περιπάτους και πεζοπορίες στις παρθένες περιοχές του Ακάμα. Η Κύπρος έχει 1950 είδη χλωρίδας, από τα οποία 140 είναι ενδημικά στο νησί. Η

χερσόνησος του Ακάμα φιλοξενεί 700 είδη, από τα οποία τα 40 είναι ενδημικά. Από το Φεβρουάριο μέχρι τον Απρίλη ο επισκέπτης στα Λουτρά της Αφροδίτης θα έχει την επιπρόσθετη χαρά να απολαύσει τα ροδαλά κυκλάμινα που ξεφυτρώνουν ντροπαλά μέσα από τα βράχια και τους θάμνους. Το Μάρτιο και τον Απρίλη, θα δείτε σε πυκνές συστάδες τη ροζ ορχιδέα με τα φιδίσια φύλλα (*Orchis italica*) στην περιοχή γύρω από την Πάφο. Το καλοκαίρι η Κύπρος είναι το τέλειο σημείο για ηλιοθεραπεία και ξεκούραση, αλλά η άνοιξη είναι η εποχή για να απολαύσει κανείς ένα παραδεισένιο κόσμο από λουλούδια και άγρια βλάστηση.

Οργανώστε Το Ταξίδι Σας Κλίμα & Καιρός...

**Καιρός & Κλίμα - Παράκτιες Περιοχές & Θάλασσα (Λεμεσός)**  
**Θερμοκρασίες Αέρος & Θαλάσσης, Ηλιοφάνεια, Βροχόπτωση**

Months	Mean Maximum Temperature C (F)	Mean Minimum Temperature C (F)	Mean Number of raindays	Mean Daily Sunshine Duration hours & tenths	Average Sea Temperature C
January	17,3 (63,1)	8,4 (47,1)	11,4	6,1	16,2
February	17,5 (63,5)	8,1 (46,6)	9,1	7,1	17,0
March	19,4 (66,9)	10,0 (50,0)	8,9	7,4	17,2
April	22,6 (72,7)	12,7 (54,9)	5	9,3	17,7
May	26,6 (79,9)	16,5 (61,7)	2,6	11,1	19,5
June	30,7 (87,3)	20,1 (68,2)	0,3	12,8	22,6
July	33,0 (91,4)	22,2 (72,0)	0,0	12,6	24,8
August	33,2 (91,8)	22,6 (72,7)	0,0	12,0	26,7
September	31,3 (88,3)	20,4 (68,7)	0,3	10,6	23,64
October	28,6 (83,5)	17,7 (63,9)	3,4	8,9	22,6
November	23,5 (74,3)	13,4 (56,1)	7,4	7,1	20,02
December	19,0 (66,2)	10,0 (50,0)	10	5,8	16,47

Σημειώσεις: 1. Ε = Ελάχιστη. Οι θερμοκρασίες αέρος δόθηκαν από την Μετεωρολογική Υπηρεσία, Λευκωσία.  
 2. Οι θερμοκρασίες Θαλάσσης δόθηκαν από το Τμήμα Αλγείας, Λευκωσία.

## **ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Μορφωτικός τουρισμός είναι το είδος του τουρισμού που έχει σαν βάση του το πολιτισμό και τις καλές τέχνες και προσδίδει τη μέγιστη δυνατή σπουδαιότητα στη γνώση, επίγνωση και διατήρηση της πολιτιστικής μας κληρονομιάς και του φυσικού περιβάλλοντος.

Ο μορφωτικός τουρισμός με την πλατειά του έννοια αγκαλιάζει όλες τις όψεις της ανθρώπινης δραστηριότητας και η προσέγγισή του πρέπει να είναι κοινωνική, πολιτιστική και πολιτική.

### **ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΚΥΠΡΟ**

Η Κύπρος είναι ένα μοναδικό νησί με ξεχωριστή προσωπικότητα κυρίως χάρη στον πλούσιο οχτωχλιάρηνο πολιτισμό της που φανερώνεται γοητευτικός, πρωτότυπος, ρωμαλαίος και γεμάτος ζωτικότητα και ζωντάνια σε αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικά μνημεία, στις καλές τέχνες, λαϊκή τέχνη και μυθολογία καθώς και στα ήθη και έθιμα του τόπου και στη σύγχρονη κουλτούρα και ζωή του τόπου.

Ο πολιτισμός της Κύπρου έχει βαθειές ρίζες και δεσμούς με τον Ελληνικό τρόπο ζωής αφού άλλωστε απο το 1500 π.Χ το νησί έχει εξελιχθή απο τους Μυκηναίους και Αρχαίους και καταστεί προπύργιον του Ελληνικού πνεύματος.

Ο Κυπριακός πολιτισμός ωστόσο έχει και εντελώς δική του σφραγίδα και φυσιογνωμία κατά την προϊστορική περίοδο. Νεολιθική εποχή – υστερή εποχή του Χαλκού – ως επίσης και επιδράσεις, αποχρώσεις και απόηχους των πολιτισμών της Ανατολής και της Ευρώπης αφού το νησί ήταν και είναι σταυροδρόμι πολιτισμών τριών Ηπείρων δηλαδή της Ασίας Αφρικής και Ευρώπης.

Οι τουρίστες στην Κύπρο έχουν θαυμάσιες ευκαιρίες να γνωρίσουν τον πολιτισμό και την ιστορία του νησιού τα ήθη και έθιμα και να συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις σύγχρονης πνευματικής και καλλιτεχνικής κίνησης. Μουσεία, θέατρα, αρχαιολογικοί χώροι, ορφανωμένες εκδρομές, σπόρ, τοπία, τοπικές γιορτές είναι μόνο μερικά απο τα θέματα του πλούσιου προγράμματος.

Οι Κύπριοι έχουν πλέρια συνείδηση του πολιτισμού τους, της πατροπαράδοσης φιλοξενίας τους, της γεωγραφικής θέσης της χώρας τους και της πολιτιστικής τους αποστολής.



Η Κύπρος μετά της Ανεξαρτησία της 1960 έλαβε σειρά μέτρων που αποσκοπούν στην ορθολογική και μορφωτική ανάπτυξη και χρησιμοποίηση της φυσικής της κληρονομιάς. Εν τούτοις πιστεύουμε πως υπάρχουν περιθώρια για περισσότερα ενδιαφέρο, συνειδητοποίηση οργάνωση, συντονισμό, δημιουργική εργασία σε όλα τα επίπεδα καθώς και για περισσότερες συναντήσεις και συνάφεια των κατοίκων του νησιού μεταξύ τους και με τους ξένους τουρίστες – περιθώρια για διάλογο και επικοινωνία.

Ιδιαίτερα υπάρχουν ευκαιρίες για αξιοποίηση του πλούτου των ιστορικών μας μνημείων, αρχαίων θεάτρων, φρουριών, μοναστηριών, Εκκλησιών κλπ. Για την εδραίωση των πνευματικών αξιών του τουρισμού. Γι' αυτό χρειάζεται συνεργασία και οργάνωση όλων των αρμοδίων αρχών σε όλα τα επίπεδα για να ξαναζωντανέψουμε τα παλιά και να τα εντάξουμε στη σημερινή μας ζωή.

Υπάρχει επίσης επείγουσα ανάγκη για συντήρηση λαϊκής αρχιτεκτονικής σε πόλεις και χωριά και συντήρησης σ' αυτά της αληθινής – αυθεντικής Κυπριακής ζωής. Κι' εδώ πρέπει να ενσταλάξουμε ζωή, αρμονία, χαρά.

Επειδή ο τουρισμός σήμερα είναι κυρίως προϊόν του πολιτισμού και της προόδου πρέπει να καταβληθούν προσπάθειες για να μπορούν όχι μόνο θεωρητικά αλλά και στην πράξη όλοι οι κάτοικοι να απολαύουν τα τουριστικά αγαθά τους στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό. Είναι κρίμα να ζούμε σ' ένα τόπο – Νησί – τόπο πλούσιο σε πολιτιστικά αγαθά χωρίς να γευόμαστε, να κατακτούμε και να ζούμε τις αξίες αυτές με σκοπό την ευτυχία, αξιοπρέπεια και ολοκλήρωση του ανθρώπου.

## ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός έχει τις ρίζες του βαθειά στην ψυχολογία αλλά και στην κοινωνιολογία γιατί ο άνθρωπος σαν κοινωνικό ζώο ενδιαφέρεται να μάθει για το πολιτισμό , τις θρησκείες , τις κοινωνίες και τον τρόπο ζωής ξένων λαών.

Έχει αποδειχθεί πως ο τουρισμός επηρεάζεται από τον τρόπο ζωής των διαφόρων προηγμένων και πλουσίων κοινωνιών ιδιαίτερα κοινωνιών και χωρών που ανθίζουν οι καλές τέχνες , σαν το θέατρο , η μουσική , ο χορός ..... Οι άνθρωποι σαν ζώα μιμητικά θέλουν και σπεύδουν πάντα να μιμούνται τρόπους , γούστα , συνήθειες , μόδες και προτιμήσεις των αρχηγών της πολιτείας.....

Οι περισσότεροι τουρίστες άλλωστε προέρχονται από μεγάλα αστικά κέντρα. Έχει αποδειχθεί πως οι κάτοικοι που ζουν σε μεγαλουπόλεις ταξιδεύουν πολύ περισσότερο από τους κατοίκους που ζουν σε μικρά χωριά ή μικρές πόλεις.

## ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κατόπιν δυναμικής επέμβασης και αγώνων των συντεχνιών και του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας επεβλήθη σε Ευρωπαϊκές χώρες νομοθεσία που εξασφαλίζει δωρεάν διακοπές στους εργαζομένους .

Έτσι , κοινωνικός τουρισμός σημαίνει σήμερα : πληρωμένες ή επιχορηγημένες διακοπές . Η επιχορήγηση ή πληρωμή δίνεται από το κράτος , ή τις συντεχνίες ή τις εταιρείες ή κι από τους τρεις μαζί .

Στην Κύπρο εισήχθη ο θεσμός για < κοινωνικό τουρισμό > από το 1969 και συνεχώς βελτιώνεται.

Κοινωνικός τουρισμός υπό την πλατειά του έννοια είναι και οι επισκέψεις ομοεθνών που κατοικούν στο εξωτερικό και έρχονται πίσω για να δουν συγγενείς και φίλους.

Πάντως ο κοινωνικός τουρισμός όπως και ο τουρισμός γενικά είναι κυρίως προϊόν της βιομηχανικής επανάστασης.

## ΕΙΔΗ , ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Συχνά μιλάμε αναλυτικά για εξωτερικό ή εσωτερικό τουρισμό προς τα έξω ή προς τα μέσα τουρισμό. Ενεργητικό ή παθητικό τουρισμό ( όταν οι Κύπριοι ταξιδεύουν προς το εξωτερικό αυτός είναι παθητικός τουρισμός γιατί εξάγουν το πολύτιμο συνάλλαγμα). Για αεροπορικό τουρισμό , για θεραπευτικό τουρισμό. Για τουρισμό αναψυχής , για θρησκευτικό ή μορφωτικό τουρισμό , για αρχαιολογικό ή επιστημονικό τουρισμό , για τουρισμό συνεδρίων , για εμπορικό τουρισμό , για χειμερινό τουρισμό , για τουρισμό Σαββατοκυριακού , για φυσιολατρικό τουρισμό , ορειβάσια κ.τ.λ, για γαστρονομικό τουρισμό (Παραλίμνι) , για θαλάσσιο τουρισμό , για τουρισμό φεστιβάλ , για κοινωνικό τουρισμό , τουρισμό για ψώνια , εκπαιδευτικό τουρισμό , για φοιτητικό τουρισμό , για τουρισμό τρίτης ηλικίας , για τουρισμό νεότητας , για τουρισμό περιπέτειας , για τουρισμό μήνα του μέλιτος , για οικογενειακό τουρισμό, για τουρισμό ποιότητας , τουρισμό ξεκούρασης , για καινούργιους ουρανούς τουρισμό μόδας , τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων π.χ φωτογραφικό σαφάρι , τουρισμό ήλιου και θάλασσας , τουρισμό γυμνιστών , ακόμη μιλάμε και για αλητοτουρισμό και τουρισμό πολυθρόνας .....

Επίσης για τουρισμό εκθέσεων , σεμιναρίων , συμποσίων , για τουρισμό παιδιών , για πεζοπορικό τουρισμό κτλ. Μιλάμε ακόμη για μεσογειακό τουρισμό και νησιώτικο τουρισμό , διηπειρωτικό τουρισμό και ενδο-ηπειρωτικό τουρισμό. Επίσης για μαζικό , ομαδικό , σποραδικό και ατομικό ή μεμονωμένο τουρισμό. ( προσοχή , ομαδικός τουρισμός δεν εξυπακούει κατα ανάγκη μαζικό τουρισμό) .

Καθημερινά με την εφεύρεση νέων μέσων συγκοινωνίας εισάγουμε και καινούρια ορολογία και τυπολογία τουρισμού. Σήμερα στην Ευρώπη είναι της μόδας ο τουρισμός σε γεωργικές επαύλεις , σε χωριά και ο τουρισμός πίσω στην φύση . Επίσης, ο τουρισμός με караβάνια και κάμπινγκ.

Στην Κύπρο μπορούμε να έχουμε όλες τις πιο πάνω μορφές και είδη σε τουρισμό ποιότητας ολόγυρα του χρόνου, δώδεκα μήνες του χρόνου και όχι εποχιακό τουρισμό!



Το 2003 ήταν μια πολύ σημαντική αλλά και δύσκολη χρονιά για τον Κυπριακό τουρισμό αφού διάφορες πολιτικό-οικονομικές εξελίξεις και διεθνή γεγονότα επηρέασαν τον τομέα. Πιστεύω ότι η υλοποίηση της Στρατηγικής Τουρισμού πρέπει να αποτελεί για όλους τους φορείς στην τουριστική βιομηχανία το βασικότερο στόχο τους. Σε ότι αφορά το μέλλον του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού, ο ΚΟΤ θα γίνει σύντομα ένας σύγχρονος, ευέλικτος και αποτελεσματικός οργανισμός. Ήδη οι ενέργειες για να πετύχουμε αυτό το στόχο εξελίσσονται ικανοποιητικά και σύντομα θα καθορίσουμε το νέο ρόλο του Οργανισμού, ο οποίος θα ακολουθηθεί από την αναδιάρθρωση των υπηρεσιών του.

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί τον κυριότερο τομέα της κυπριακής οικονομίας συνεισφέροντας σημαντικά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας μας και παρέχοντας άμεση απασχόληση σε πάνω από 40.000 άτομα. Η εκσυγχρονισμένη Στρατηγική Τουρισμού (2003-2010) και το λεπτομερές σχέδιο υλοποίησης που ετοιμάστηκαν από τον Οργανισμό αποτέλεσαν επίσης ένα σημαντικό γεγονός που σημάδεψε το 2003.

Γνωρίζοντας την Κύπρο αποκτάτε την πολιτιστική σας ταυτότητα . Οι κρυμμένες ομορφιές και οι πολλοί θησαυροί του τόπου μας , σας περιμένουν να τους γνωρίσετε. Ρίξτε μια ματιά στον τουριστικό χάρτη και θα δείτε πως ο μικρός μας χώρος προσφέρει σε αναλογία πολύ περισσότερα από οποιοδήποτε άλλο μέρος στο κόσμο. Αυτό άλλωστε διαπιστώνουν οι ξένοι που μας επισκέπτονται κάθε χρόνο .

Την πρόοδο του τουρισμού τίποτα δεν μπορεί να τη σταματήσει..... Αυτό το αξιοζήλευτο νησί , το νησί της Αφροδίτης , έχει γίνει ζηλευτός προορισμός και ακαταμάχητος πειρασμός για ταξιδιώτες από όλο το κόσμο! ΚΥΠΡΟΣ..... Σας αγαπά και σας!!!!

