

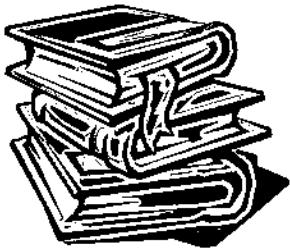


ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων

Σπουδάστρια: ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΚΑΛΥΒΑ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2002 – 2006
ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

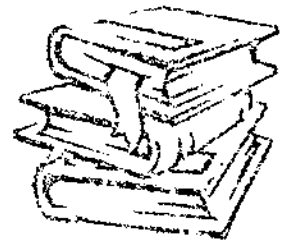


Εισηγητής
Μπενετάτος Θεόδωρος
Πάτρα, 2003

ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ 6119

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας
Τμήμα Τοπογραφικών Επιχειρήσεων
Σπουδαστής: ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΚΑΛΥΒΑ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2002 - 2006
ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΠΤΗΚΕΣ



Πάτρα, 2003
Μικελάτος Θεόδωρος
Εισαγγελέης

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΣΕΛΙΔΕΣ

Εισαγωγή	1 - 2
A. Τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού	3 - 4
B. Στόχοι τουριστικής πολιτικής	5
Γ. Μέτρα για τις τουριστικές επιχειρήσεις	6 - 7
I. Ζήτηση ελληνικού τουρισμού	8- 13
II. Προσφορά τουριστικών επιχειρήσεων	14- 20
III. Πολιτική ενίσχυσης της ζήτησης	21 - 26
IV. Πολιτική ενίσχυσης της προσφοράς	27 - 38
V. Ανθρώπινο δυναμικό	39 - 40
VI. Νέο θεσμικό πλαίσιο	41- 44
VII. Άμεσες προτεραιότητες	45 – 47
Συμπέρασμα	48 – 49

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών, ο τουρισμός στην Ελλάδα από περιορισμένης εμβέλειας δραστηριότητα που προσέλκυε λίγους και με ειδικά ενδιαφέροντα περιηγητές, μετεξελίχθηκε και αναδείχθηκε σε μια μεγάλη εθνική βιομηχανία, που συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία, την απασχόληση και την ευημερία, αλλά επίσης και στην προβολή της χώρας μας προς τα έξω και την διαμόρφωση της διεθνούς κοινής γνώμης για αυτήν.

Όμως, η νέα εποχή έχει πολύ περισσότερες απαιτήσεις και πολύ περισσότερες προκλήσεις. Οι ποιοτικές απαιτήσεις τόσο του μαζικού τουρισμού όσο και των μεμονωμένων, ειδικών ενδιαφερόντων επισκεπτών έχουν αυξηθεί, ενώ ταυτόχρονα έχει αυξηθεί πολύ ο ανταγωνισμός ακόμη και από τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε πολύ μακρινές τοποθεσίες, ακόμη και σε άλλες ηπείρους.

Απέναντι στις νέες προκλήσεις και νέες απαιτήσεις, εμείς πρέπει να εφαρμόσουμε μια πολιτική η οποία να εκτείνεται σε όλη τη χώρα, να σέβεται τον πολιτισμό και το περιβάλλον και να ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη με έναν τρόπο βιώσιμο, ο οποίος αντέχει και στις αξίες μας και στην αισθητική και στον χρόνο. Μια πολιτική που χαρακτηρίζεται από την πολυμορφία, την ποιότητα και τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος. Με γνώμονα την ανάπτυξη του τουρισμού σε μια ανταγωνιστική προοπτική υψηλής ποιότητας, πρέπει να θέσουμε ισχυρούς στόχους προκειμένου να ενισχύσουμε την τουριστική πολιτική, όπως:

- ✍ Ποιοτική και αισθητική αναβάθμιση των γενικών και των τουριστικών υποδομών
- ✍ Αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος σε όλες τις περιφέρειες
- ✍ Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών
- ✍ Εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρωπίνου δυναμικού στα νέα επαγγέλματα
- ✍ Εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Κατά το διάστημα 2002 – 2006, στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ, διατίθενται για τον τουρισμό συνολικοί πόροι 2.054.292.002,93 ΕΥΡΩ εκ των οποίων το ήμισυ θα είναι ιδιωτική συμμετοχή. Πρόκειται για μείζονα συνολική παρέμβαση στον ελληνικό τουρισμό, η οποία αν αξιοποιηθεί σωστά, θα ενισχύσει σημαντικά τις προοπτικές του ελληνικού τουρισμού.

Α. ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.
Συνέπεια: Κίνητρα δημιουργίας νέων τουριστικών υποδομών για την προσέλκυση της αυξανόμενης πελατείας.
2. Σημαντική μείωση του μεριδίου αμερικανών τουριστών. Εξάρτηση από Ευρώπη.
Συνέπεια: Απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος. Αναζήτηση νέων αγορών.
3. Αυξανόμενη συμμετοχή εσωτερικού τουρισμού.
Συνέπεια: Δυνατότητα χρονικής κατανομής της ζήτησης.
4. Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου
Συνέπεια: Θερινή επιβάρυνση υποδομών, υπολειτουργία εκτός σεζόν. Ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού για τους υπόλοιπους μήνες.
5. Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: «Ήλιος – Θάλασσα».
Συνέπεια: Εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες. Αναζήτηση προγραμματισμός νέων τουριστικών προϊόντων.
6. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του Ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα (φυσικό περιβάλλον, πολιτισμική κληρονομιά).

Συνέπεια: Υπάρχει σημαντικό περιθώριο ποιοτικής βελτίωσης με την δόμηση νέων ανθρωπογενών πλεονεκτημάτων.

7. Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής

Συνέπεια: Άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών

8. Διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές (κορεσμός).

Συνέπεια: Έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης, παράνομη λειτουργία καταλυμάτων.

Β. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Από την τουριστική **«μονοκαλλιέργεια»** στην **πολυμορφία**, την **ποιότητα** και την **βιωσιμότητα** του τουριστικού προϊόντος.

- 1. Αξιοποίηση περιουσίας (Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε)**
- 2. Ολοκληρωμένες τουριστικές εγκαταστάσεις**
- 3. Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου**
- 4. Ολυμπιακός τουρισμός**
- 5. Οικοτουρισμός**
- 6. Προβολή – Προωθητικές ενέργειες**
- 7. Τουριστική εκπαίδευση**
- 8. Αντιμετώπιση διυπουργικών εκκρεμοτήτων**

Γ. ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

1. Αναβάθμιση καταλυμάτων (σύστημα Αστέρων + κλειδιών)

- Προδιαγραφές
- Επενδυτικά κίνητρα
- Μελέτες τουριστικής ανάπτυξης ανά περιφέρεια

2. Αντιμετώπιση πολεοδομικά αυθαιρέτων τουριστικών επιχειρήσεων

- Δυνατότητα ελέγχων για την ασφάλεια λειτουργίας
- Καθιέρωση αντικινήτρων για παράνομες τουριστικές επιχειρήσεις.

3. Αύξηση μεγέθους επιχειρήσεων

- Κίνητρα συγχωνεύσεων, συγκεντρώσεων και συντονισμού των ξενοδοχειακών και των εν γένει τουριστικών επιχειρήσεων

4. Ένταξη των τουριστικών επιχειρήσεων στις νέες τεχνολογίες

- Διαδίκτυο
- Ηλεκτρονικό εμπόριο και tour operating
- Marketing
- Χρήση νέων τεχνολογιών για την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς τουριστικού προϊόντος

5. Νέα τουριστικά επαγγέλματα και επιχειρήσεις

6. Χρηματοδότηση επενδύσεων από το Γ' ΚΠΣ

- Τομεακό πρόγραμμα Υπουργείου Ανάπτυξης
- Κοινωνία της Πληροφορίας
- Τομεακά Προγράμματα ενέργειας και έρευνας
- Περιφερειακά προγράμματα

7. Επέκταση περιόδου

- Νέα τουριστικά προϊόντα για τους μήνες Μάρτιο και Νοέμβριο
- Προώθηση συνεδριακού τουρισμού

8. Μελέτες τουριστικής ανάπτυξης ανά περιφέρεια

Ι. Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Αφίξεις και διανυκτερεύσεις τουριστών (Διάγραμμα 1)

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατά το έτος 2000, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής. Η αύξηση του συνόλου των αφίξεων αλλοδαπών κατά το διάστημα Ιανουαρίου – Δεκεμβρίου 2000, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 1999, έφτασε το +7,66%, με 13.095.545 αφίξεις, όπως προκύπτει από τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία (πηγή: ΕΣΥΕ).

Το 2000, ποσοστό 79,8% του συνόλου των αλλοδαπών τουριστών έφτασε στην χώρα αεροπορικώς, έναντι 69% του 1981. Η συμμετοχή των αφίξεων με αεροπλάνο αυξάνεται σταθερά λόγω και της απελευθέρωσης των αεροπορικών συγκοινωνιών και της μείωσης των ναύλων, ενώ μειώνεται αντίστοιχα η συμμετοχή των άλλων μέσων μεταφοράς.

Οι αφίξεις ξένων επισκεπτών με κρουαζιέρες, εμφανίζουν τα τελευταία χρόνια κάμψη κατά 20% έναντι του 1996. Η φθίνουσα αυτή τάση οφείλεται κυρίως στην εξάρτηση από την αμερικάνικη αγορά.

Στις ξενοδοχειακές μονάδες το 2000 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 61.302.903 διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών. Οι Έλληνες εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό μέγεθος της ζήτησης, δεδομένου ότι πραγματοποίησαν 14.666.610 διανυκτερεύσεις (αύξηση 1,47% ως προς το 1999). Η αύξηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών το 2000 σε σχέση με το 1999 είναι +1,82%.

2. Κατά κεφαλή δαπάνη

Τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα, έχουν σημειώσει θεαματική άνοδο τα τελευταία 30 χρόνια. Σε τρέχουσες τιμές η κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη έχει τριπλασιαστεί. Οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες κατά το 2000 έφτασαν τα 9.221εκ. δολάρια, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 5% έναντι του 1999, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Με βάση τον σχετικό πίνακα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10^η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων.

Η μέση δαπάνη κατά κεφαλήν αφικνούμενου αλλοδαπού τουρίστα, σε τρέχουσες τιμές, κυμαίνονταν στα 300 δολ. ΗΠΑ στην διάρκεια της δεκαετίας του '80, άρχισε να αυξάνεται όμως σημαντικά προε το τέλος της δεκαετίας του '90. Το 2000 έφτασε τα 704 δολ ΗΠΑ ή 776 ευρώ. Η τουριστική δαπάνη αποτελείται από δαπάνες διαμονής, διατροφής, αναψυχής-διασκέδασης, μετακινήσεις, ψώνια και λοιπές τουριστικές δαπάνες. Το μεγαλύτερο μέρος της δαπάνης (40%), προορίζεται για διαμονή και διατροφή. Μετά το 1985 η κατάσταση σταδιακά εξομαλύνεται, καθώς γίνονται και οι πρώτες συστηματικές προσπάθειες για αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Ωστόσο, η Ελλάδα εξακολουθεί να θεωρείται χώρα φιλοξενίας τουριστών χαμηλής εισοδηματικής στάθμης.

3. Προέλευση τουριστικής ζήτησης

Το έτος 2000, ποσοστό 70,4% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στα σύνορα πραγματοποιήθηκαν από πολίτες της ΕΕ, 21% από άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ενώ μόλις 2,5% πραγματοποιήθηκαν από την Αμερικάνικη Ήπειρο. Το 1981 η συμμετοχή της Ευρώπης στο σύνολο της ζήτησης ήταν 74%, ενώ της

Αμερικής 8%. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ζήτησης είναι το υψηλό ποσοστό επαναλαμβανόμενου τουρισμού (repeaters), που το καλοκαίρι το 1988 ήταν 55%.

Σημαντικό τμήμα της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών προέρχεται από την εσωτερική αγορά και μάλιστα βαίνει αυξανόμενο. Το 25% του συνόλου των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας πραγματοποιούνται από ημεδαπούς, αλλά μόνο το 10% γίνεται από Έλληνες τουρίστες που κάνουν διακοπές, και άλλο ένα 10% ταξιδεύει για επιχειρηματικούς σκοπούς. Ο εσωτερικός τουρισμός καλύπτει συχνά τα ελλείμματα σε περιόδους ύφεσης και κίνησης από το εξωτερικό.

4. Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης

- **Τουριστική μονοκαλλιέργεια:** Η ζήτηση για την χώρα μας και τους επιμέρους προορισμούς της αφορά σε συντριπτικό βαθμό την κυρίαρχη μορφή οργανωμένης ζήτησης για «**Ήλιο και Θάλασσα**». Οι ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν μεσοπρόθεσμα «αγορές-θύλακες», που διακινούν μικρά μεν πλην όμως ενδιαφέροντα από την σκοπιά της οικονομικής απόδοσης, μεγέθη.
- **Μέση διάρκεια παραμονής:** Η διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών ποικίλει ανάλογα με τον σκοπό του ταξιδιού και την περιοχή του προορισμού τους. Η μέση διάρκεια των διακοπών αλλοδαπών στα ελληνικά θέρετρα είναι 15 ημέρες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής σε ξενοδοχειακά καταλύματα είναι 6 ημέρες.

- **Εποχικότητα ζήτησης (Διάγραμμα 2):** Η εξ αλλοδαπής τουριστική ζήτηση εμφανίζει υψηλό βαθμό χρονικής συγκέντρωσης και κατευθύνεται κυρίως σε προορισμούς τους οποίους κυριαρχεί η μορφή του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού. Η τουριστική αιχμή ενισχύεται τα τελευταία χρόνια και αυτό οξύνει ακόμα περισσότερο τα προβλήματα ανταπόκρισης των υποδομών.

Η ζήτηση της παραδοσιακής 7μηνης τουριστικής περιόδου (Απρίλιος-Οκτώβριος) παρουσιάζει μια αυξανόμενη εποχικότητα. Το σύνολο των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούνται στην διάρκεια του επταμήνου ήταν το 92% του γενικού συνόλου το 2000. Το ίδιο ισχύει για το τετράμηνο, που αποτελεί την αιχμή της τουριστικής περιόδου (Ιούνιος-Σεπτέμβριος), το οποίο ήταν το 67% του συνόλου το 2000.

5. Οργάνωση της διεθνούς αγοράς

Η διεθνής αγορά προς τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς χαρακτηρίζεται από έντονα φαινόμενα συγκέντρωσης και καθετοποίησης των ξένων ταξιδιωτικών επιχειρήσεων. Οι συγχωνεύσεις μεγάλων τουριστικών ομίλων, οι αλληπάλληλες και εξελισσόμενες εξαγορές και συμμαχίες μεταξύ πιστωτικών συγκροτημάτων, αερομεταφορέων, και τουριστικών επιχειρήσεων μαζικών πωλήσεων-πακέτων (tour operators) έχουν αλλάξει ριζικά την αγορά. Εκτός από τον διεθνή ανταγωνισμό από άλλους τουριστικούς προορισμούς, ο ελληνικός τουρισμός έχει πλέον να αντιμετωπίσει και τις ολιγοπωνιακές έως και μονοπωνιακές καταστάσεις, που κατευθύνουν τις μαζικές τουριστικές ροές. Υπάρχει βεβαίως διατυπωμένη και μία τάση ενός μικρού αλλά διευρυνόμενου τμήματος της διεθνούς αγοράς, που επιδιώκει την ανεξάρτητη μεταφορά σε

επιλεγμένους προορισμούς με αποφυγή του μαζικού τουρισμού και αναζήτηση εναλλακτικών δυνατοτήτων.

Η διεθνής αγορά χαρακτηρίζεται πλέον από την ραγδαία εξάπλωση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής, στην προβολή, ενημέρωση, και χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, με τα συστήματα αυτόματων κρατήσεων και πωλήσεων. Η ένταξη των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων στην Κοινωνία της Πληροφορίας αποτελεί αναγκαίο όρο και για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον διεθνή ανταγωνισμό.

6. Συμβολή του τουρισμού στην οικονομία

Διαπιστώνεται σημαντική σταδιακή βελτίωση της συμμετοχής του τουρισμού στα βασικά μεγέθη της οικονομίας. Το 2000, η Τράπεζα της Ελλάδος κατέγραψε εισπραξη 9.221 εκ δολ. ΗΠΑ από τουριστικές υπηρεσίες, με βάση τις οποίες η Ελλάδα καταλαμβάνει την 10^η θέση στη σχετική κατάταξη του Π.Ο.Τ. Οι τουριστικές υπηρεσίες καλύπτουν το 2000 το 45,6% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, από 28% το 1981. Η άμεση συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ σήμερα είναι 8% από 4% που ήταν το 1981.

Πρέπει να αναφερθεί επίσης η συμμετοχή του τουρισμού στα Δημόσια Έσοδα, η συμμετοχή του στα έσοδα των ΟΤΑ (αφού μόνον ο τουρισμός μεταξύ των παραγωγικών κλάδων καταβάλλει ειδικά τέλη υπέρ ΟΤΑ, πλέον των συνήθων δημοτικών τελών των άλλων χρήσεων) και η καθοριστική συμβολή του στην Περιφερειακή Ανάπτυξη. Στον τουριστικό τομέα απασχολείται περίπου το 10% του συνόλου των απασχολούμενων.

Σημειώνεται πάντως ότι η καταμέτρηση του προϊόντος και της απασχόλησης στον τουρισμό σε διάφορες χώρες δεν είναι ακόμα μεθοδολογικά αξιόπιστες και μεταξύ τους συγκρίσιμες. Για τον λόγο αυτό ο Π.Ο.Τ., ο ΟΟΣΑ και η Eurostat, προωθούν την καθιέρωση ενός συνδεδεμένου συστήματος καταγραφής των οικονομικών δραστηριοτήτων του τουρισμού με την μορφή του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού (Tourism Satellite Account).

7. Εξερχόμενος Τουρισμός

Οι δαπάνες του εξερχόμενου τουρισμού καλύπτουν ήδη το 25% των επίσημων εισπράξεων από τον εισερχόμενο τουρισμό. Το 2000 οι εξερχόμενες δαπάνες ανήλθαν σε 4,5 δις δολ. ΗΠΑ, έναντι 1,6 δις δολ. που είχαν καταγραφεί το 1991. Οι ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί αρχίζουν να δένονται την πίεση από τον ανταγωνισμό προορισμών του εξωτερικού, με αξιοσημείωτο επακόλουθο και την αυξανόμενη διείσδυση στην εσωτερική αγορά τουριστικών επιχειρήσεων του εξωτερικού από απευθύνονται στον Έλληνα καταναλωτή.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελλήνων εξακολουθεί πάντως να προτιμά να κάνει διακοπές στην Ελλάδα, για περισσότερο από 5 ημέρες (62% των ταξιδιών είναι στο εσωτερικό). Σημαντικός είναι και ο αριθμός συνταξιούχων που κάνει διακοπές (16% του συνόλου).

II. Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1. Τουριστικά καταλύματα (Διάγραμμα 3)

Το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας είναι σήμερα 601.304 κλίνες σε 8.209 ξενοδοχειακές μονάδες. Η κατανομή των υφιστάμενων μονάδων σε τάξεις, όπως φαίνεται στο διάγραμμα είναι «ανάποδη» από την κατανομή μίας ποιοτικής αγοράς. Έχει μόλις το 6% σε μονάδες πολυτέλειας (ΑΑ) και το 44% στις χαμηλές κατηγορίες (Γ, Δ, Ε). Η αγορά χαρακτηρίζεται επίσης από το μικρό μέγεθος των μονάδων, αφού το ήμισυ σχεδόν των μονάδων έχει κάτω από 100 κλίνες. Η μέση μηνιαία πληρότητα των ξενοδοχείων είναι 65% (στοιχεία 2000).

Υπάρχουν επίσης άλλες 420.000 κλίνες σε 28.000 μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων και διαμερισμάτων και καθώς και 30.643 θέσεις κατασκήνωσης και 949 οικίσκοι σε 351 κάμπινγκς, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 94.776 άτομα. Μαζί με τις ξενοδοχειακές κλίνες, το σύνολο των νομίμων τουριστικών καταλυμάτων κάθε κατηγορίας έχει δυναμικότητα φιλοξενίας 1.100.000 ατόμων.

2. Εγκαταστάσεις ειδικής υποδομής

Στη χώρα λειτουργούν οι εξής ειδικές υποδομές:

- 5 Συνεδριακά Κέντρα με δυναμικότητα 2.400 συνέδρων που έχουν λάβει ειδικό σήμα του ΕΟΤ. 9 νέα συνεδριακά κέντρα έχουν υπαχθεί στον αναπτυξιακό νομό. Άλλα 12 έχουν λάβει έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων ΕΟΤ και τέλος άλλα 9 διαθέτουν έγκριση σκοπιμότητας υπαγωγής στον αναπτυξιακό νομό.
- 453 Αίθουσες Συνεδρίων και Συσκέψεων δυναμικότητας 10 έως και πλέον των 1000 ατόμων σε 150 ξενοδοχεία, που λειτουργούν με ειδικό σήμα ΕΟΤ.
- 5 Γήπεδα Γκολφ (4 των 18 οπών και 1 των 9 οπών), ενώ άλλο αν γήπεδο γκολφ έχει υπαχθεί στον αναπτυξιακό νομό.
- 2 Κέντρα Θαλασσοθεραπείας με σήμα ΕΟΤ, άλλο ένα είναι υπό κατασκευήν και άλλα 5 έχουν έγκριση σκοπιμότητας ΕΟΤ.
- 1 σύγχρονο υδροθεραπευτήριο και άλλο ένα έχει έγκριση σκοπιμότητας ΕΟΤ
- κατασκευάζονται 4 ιδιωτικές μαρίνες και ξενοδοχειακοί λιμένες

3. Άλλες τουριστικές επιχειρήσεις

Υπάρχουν επίσης άλλες κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων, ως εξής:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΜΕΓΕΘΟΣ
Τουριστικά γραφεία	4.500
Τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών	738
Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων ΙΧ χωρίς οδηγό	1.455
Ναυλομεσπικά γραφεία	200
Διπλωματούχοι ξεναγοί ως ατομικοί επαγγελματίες.	2.000

4. Διάρθρωση τουριστικών επιχειρήσεων

- *Γεωγραφική κατανομή:*

Με βάση την γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχείων, γύρω από τα οποία συγκεντρώνονται συνήθως οι λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις, διαπιστώνεται μία έντονη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε λίγες περιοχές της χώρας. 5 από τις 13 Περιφέρειες συγκεντρώνουν το 75% των ξενοδοχειακών κλινών της χώρας, ενώ παρουσιάζονται σημαντικές οι διαφορές συγκέντρωσης και εντός της περιφέρειας. Οι μεγαλύτερες συγκεντρώσεις παρατηρούνται στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (24% του συνόλου), την Κρήτη (19%), τα Ιόνια Νησιά (11%), και την Κεντρική Μακεδονία (10%).

- **Συγκέντρωση και καθετοποίηση:**

Το κύριο χαρακτηριστικό των μονάδων είναι το μικρό μέγεθος, το οποίο ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για μια σειρά αδυναμιών και δυσλειτουργιών, όπως χαμηλή στάθμη προσφερόμενων υπηρεσιών, αδυναμία παρακολούθησης των εξελίξεων των αγορών και των απαιτήσεων της ζήτησης, καθώς και των τάσεων της προσφοράς σε ανταγωνιστικούς προορισμούς, αδυναμία επίτευξης οικονομιών κλίμακας, κλπ.

Όλες οι μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων και διαμερισμάτων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις με έως 15-20 δωμάτια. Άνω του 98% των λοιπών μορφών τουριστικών επιχειρήσεων (τουριστικά γραφεία, ναυλομεστικά γραφεία, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων ΙΧ, κλπ) είναι μικρού μεγέθους και απασχολούν λιγότερο από 10 άτομα η κάθε μια.

Η τάση μεγέθυνσης των τουριστικών επιχειρήσεων είναι ασθενής. Υπάρχουν 47 μικρές αλυσίδες ξενοδοχείων οι οποίες όμως δεν είναι ομοιογενείς και συγκρίσιμες γιατί περιλαμβάνουν ξενοδοχεία της αυτής ή διαφορετικής ιδιοκτησίας, αλυσίδες απλής διοίκησης (management), συνενώσεις σε επίπεδο μάρκετινγκ και πωλήσεων Ξ και διεθνή δίκτυα πωλήσεων.

Καθετοποίηση με άλλα τμήματα της τουριστικής αλυσίδας παρατηρείται σε ελάχιστες μόνο περιπτώσεις (πχ κρουαζιερόπλοια, tour-operating, περιηγήσεις, κλπ). Τα τελευταία χρόνια ενισχύεται η τάση εξαγοράς Ελληνικών ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών επιχειρήσεων από ξένους οίκους με ιδιαίτερη παρουσία Κυπριακών συμφερόντων. Πρέπει επίσης να σημειωθεί η συμμετοχή τουριστικών επιχειρήσεων σε αεροπορικές εταιρίες και handling.

• **Εποχικότητα λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων:**

Ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό της Ελληνικής τουριστικής προσφοράς είναι η εποχική λειτουργία και εκμετάλλευση. Η εποχική λειτουργία χαρακτηρίζει και την υπόλοιπη τουριστική προσφορά των συμπληρωματικών τουριστικών επιχειρήσεων εστίασης, αναψυχής, κλπ, οι οποίες όμως είναι φυσικό να συγκεντρώνονται και να λειτουργούν όπου και όταν υφίσταται σημαντική δυναμικότητα σε ξενοδοχειακές κλίνες. Στους παραδοσιακούς παραθεριστικούς προορισμούς, η εποχικότητα λειτουργίας εμφανίζεται ακόμα πιο έντονα, με επίδραση στην ανεργία.

5. Εμπόδια εισόδου επιχειρήσεων: Καθεστώς «κορεσμού»

Με την Υπουργική Απόφαση 3647/86 ορισμένες περιοχές της χώρας χαρακτηρίστηκαν ως «Περιοχές Ελέγχου Τουριστικής Ανάπτυξης». Τμήματα των περιοχών αυτών που παρουσίαζαν την μεγαλύτερη συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών, χαρακτηρίστηκαν ως «Κορεσμένες Τουριστικά Περιοχές», στις οποίες δεν επιτρέπεται η ανέγερση νέων ξενοδοχείων ή η επέκταση των λειτουργούντων. Με την απόφαση αυτή πολλές περιοχές της χώρας, έχουν κριθεί «τουριστικά κορεσμένες». Ο καθορισμός των κορεσμένων περιοχών βασίστηκε και κυρίως σε ευρύτερα χωροταξικά και περιβαλλοντικά κριτήρια, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις παρακινήθηκε κυρίως από την πολιτική σταθεροποίησης της υφιστάμενης ξενοδοχειακής αγοράς, θέτοντας εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων.

Το μέτρο ελήφθη με την επίκληση δύο λόγων: α) προστασία ή ανάσχεση της υποβάθμισης του περιβάλλοντος από την υπερβολική τουριστική δόμηση και

την υπέρβαση των αντοχών της υποδομής, και β) διασφάλιση της βιωσιμότητας των ήδη λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων, σε περιοχές με εντόνως αρνητική εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης.

Το καθεστώς κορεσμού είναι δυνατόν να αρθεί ή να τροποποιηθεί μέσω του θεσμοθετημένου χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού και σε αρκετές κορεσμένες περιοχές το καθεστώς αυτό έχει τροποποιηθεί μέσω μεταγενέστερου σχεδιασμού. Τα αποτελέσματα της επιβολής θεσμικών εμποδίων εισόδου στον ξενοδοχειακό κλάδο ήταν τα εξής:

- Να προστατεύονται αδιακρίτως καλές και κακές επιχειρήσεις
- Να μην επιτρέπεται η δημιουργία καλύτερων από τις υφιστάμενες μονάδες
- Να εμποδίζεται η φυσική ανανέωση και αναβάθμιση των επιχειρήσεων του κλάδου
- Να υπάρχουν ποιοτικά και ποσοτικά υποδεέστερες μονάδες τόσο από αυτές που απαιτεί το επίπεδο του Ελληνικού τουρισμού, όσο και κατώτερες των δυνατοτήτων των Ελληνικών επιχειρήσεων
- Να υποβαθμίζεται τελικά το τουριστικό προϊόν αφού η χαμηλότερη ποιότητα διαμορφώνει και υποβαθμισμένη κατανάλωση.

Υπάρχει βέβαια περίπτωση όπου η τουριστική ανάπτυξη δεν μπορεί να επεκταθεί πλέον χωρικά. Σημείο κορεσμού για την τουριστική ανάπτυξη μίας περιοχής δημιουργείται όταν ο αριθμός επισκεπτών ή ο όγκος των κατασκευών προσεγγίζει επίπεδα στα οποία προκαλείται αλλοίωση του φυσικού, πολιτισμικού, και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Αυτό σημαίνει ότι πριν χαρακτηριστεί μία περιοχή κορεσμένη πρέπει αν προηγείται συγκεκριμένη μελέτη για την συγκεκριμένη τουριστική ενότητα, (πχ παραλία, ευαίσθητο φυσικό περιβάλλον παραδοσιακός οικισμός, αγροτική περιοχή, κλπ).

Ειδικά για την Αθήνα το πρόβλημα κορεσμού με το κριτήριο αλλοίωσης του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος υφίσταται μόνο για συγκεκριμένες περιοχές (πχ. Πλάκα), όχι όμως λόγω ξενοδοχείων. Πρόβλημα αλλοίωσης τουριστικού περιβάλλοντος της Αθήνας από τα ξενοδοχεία δεν υφίσταται και πολύ περισσότερο δεν υφίσταται στην περιοχή του λεκανοπεδίου.

Σε μία σύγχρονη οικονομία, αυτό που χρειάζεται κρατική προστασία είναι το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και όχι οι επιχειρήσεις του κλάδου που θέλουν να περιορίσουν τον ελεύθερο ανταγωνισμό και αν «κλειδώσουν» τα μερίδια της αγοράς.

Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης (ΦΕΚ 1511/β/14.12.00) έχει αρθεί ο κορεσμός του ηπειρωτικού τμήματος της Αττικής, και υποβλήθηκαν στο ΕΟΤ για έγκριση καταλληλότητας ξενοδοχειακών κλινών ΑΑ και Α τάξης, οι φάκελοι υποψηφίων επενδυτών που μέχρι σήμερα αντιμετώπιζαν το κώλυμα του κορεσμού.

III. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Πελατοκεντρικός τουρισμός: Από την μονοκαλλιέργεια στην πολυμορφία, την ποιότητα και την βιωσιμότητα

Ο Ελληνικός τουρισμός πρέπει να εξελιχθεί σταδιακά και χωρίς κλυδωνισμούς από μαζικό σε επιλεκτικό και πολυμορφικό, προσανατολισμένο στις απαιτήσεις και τα ενδιαφέροντα του καταναλωτή, έτσι ώστε να περιοριστεί η δυνατότητα υποκατάστασης της Ελλάδας από άλλους μεσογειακούς προορισμούς, με την ανάδειξη της μοναδικότητας των πόρων της.

Η εξέλιξη αυτή δεν συνεπάγεται καθόλου τον περιορισμό του οργανωμένου τουρισμού, αλλά την ποιοτική βελτίωση του. Πρόκειται για μια συντονισμένη προσπάθεια για την ποιοτική αναβάθμιση, βελτίωση της εισοδηματικής διαστρωμάτωσης και χρονική επέκταση της τουριστικής ζήτησης προς την χώρα μας. Προς τον σκοπό αυτό χρειάζεται να επιδιώξουμε τα εξής:

- α) αύξηση της ζήτησης ιδιαίτερα από τις υπερπόντιες αγορές και φυσικά από την Δυτική και Ανατολική Ευρώπη
- β) προσέλκυση ζήτησης ανώτερων εισοδηματικών στρωμάτων,
- γ) προσέλκυση οργανωμένου τουρισμού από χώρες υψηλής οικονομικής ανάπτυξης (πχ χώρες ΝΑ Ασίας), για τις οποίες απαιτείται η διαμόρφωση πακέτου με «εθνικές προδιαγραφές» όπως ιδιαίτερες διατροφής, οργάνωσης, θρησκευτικών συνηθειών, κλπ.
- δ) διαμόρφωση εμπλουτισμένων τουριστικών προϊόντων τα οποία θα συνεχίσουν μεν αν αξιοποιούν το πρότυπο «ήλιος-θάλασσα», αλλά με παράλληλη ένταξη του πολιτιστικού αποθέματος και των άλλων συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας
- ε) βελτίωση των θεματικών αγορών (αγορές-θύλακες), όπως ο συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός, τουρισμός υγείας, οικοτουρισμός κλπ

1. **Οικοτουρισμός: Αξιοποίηση των τουριστικών πόρων της ενδοχώρας και των μικρών νησιών.**

Διαμόρφωση ενός ποιοτικού και πολύμορφου τουριστικού προϊόντος, μέσω της ποιοτικής αναβάθμισης των καταλυμάτων τουριστικών υπηρεσιών, της αξιοποίησης και ένταξης στο τουριστικό προϊόν νέων φυσικών πόρων (ορεινή ενδοχώρα, ποτάμια, μικρά νησιά, σημεία οικολογικού ενδιαφέροντος), και πολιτιστικού πλούτου (βυζαντινά, μεταβυζαντινά και νεώτερα μνημεία, παραδοσιακή αρχιτεκτονική, ελληνική κουζίνα, σύγχρονη εικαστική και λογοτεχνική παραγωγή) και της δημιουργίας υποδομών για την ικανοποίηση ποικίλων αναγκών και ενδιαφερόντων των τουριστών (υγεία-υγιεινή διαβίωση και διατροφή, αθλητισμός, κλπ).

Στόχος είναι να συνδυαστεί η αναξιποίητη ενδοχώρα με το υφιστάμενο τουριστικό προϊόν των γεγονικών ανεπτυγμένων περιοχών και να προσελκύσουν σταδιακά ζήτηση θεματικού τουρισμού (ορεινού, πολιτιστικού, οικολογικού, αγροτουρισμού κλπ).

Τουριστική ανάπτυξη και αναβίωση των εγκαταλελειμμένων χωριών και οικισμών :

Εκατοντάδες χωριά και οικισμοί στην ύπαιθρο έχουν εγκαταλειφθεί από τους κατοίκους τους, ένα φαινόμενο που συνεχίζεται ακόμη. Στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης, είναι σκόπιμο να διερευνηθεί η δυνατότητα συνολικής αξιοποίησης των χωριών αυτών, μέσω επενδύσεων. Η επιτυχία ενός τέτοιου σχεδίου θα έδινε ζωή στις περιοχές αυτές αλλά κυρίως θα έθετε σε κίνηση την τοπική οικονομία με τρόπο ώστε να υπάρξει ανάσχεση του ρεύματος εγκατάλειψης. Νέα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης, όπως αυτό του αγροτουρισμού και του οικοτουρισμού θα μπορούσαν να εφαρμοστούν και να εξελιχθούν, μετατρέποντας το γεωκοινωνικό πρόβλημα σε αναπτυξιακό προτέρημα.

Στην κατεύθυνση αυτή, θα πρέπει να εξεταστεί και ένα καινούργιο θεσμικό πλαίσιο οικονομικής υποστήριξης των αντίστοιχων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Η πολιτική αυτή υλοποιείται μέσω του Γ' ΚΠΣ με ειδική δράση που καλύπτει προγράμματα – δράσεις οικοτουρισμού (δίκτυο παραδοσιακών οικισμών, δίκτυο παραδοσιακών καφενείων, πολιτιστικές διαδρομές, ένταξη στο τουριστικό προϊόν των παραδοσιακών προϊόντων της κάθε περιοχής κλπ).

Άλλη δράση καλύπτει τουριστικά αγκυροβόλια σε μικρά νησιά, όπως υποδομές ορεινού, οικολογικού και πολιτιστικού τουρισμού στα πλαίσια των αξόνων για την ανάπτυξη των ορεινών όγκων και των νησιωτικών περιοχών της χώρας.

2. Τουριστική ζήτηση υψηλότερου εισοδήματος.

Η πολιτική αυτή υλοποιείται σταδιακά ως εξής :

- α) προσπάθεια ποιοτικής αναβάθμισης, εμπλουτισμού και διαφοροποίησης της τουριστικής προσφοράς, ώστε να ανταποκρίνεται στις υψηλές απαιτήσεις της ζήτησης,
- β) σταθερός προσανατολισμός του μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού προς τις αντίστοιχες εισοδηματικές ομάδες και χώρες,
- γ) προσέλκυση ομάδων «εθνικού τουρισμού» από οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες (π.χ. ΝΑ Ασία, αραβικές χώρες κ.α.).

3. Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Σταδιακή επιμήκυνση, αρχικά προς τους μέσους μήνες και στην συνέχεια καθ' όλη την χειμερινή περίοδο. Η πολιτική αυτή υποστηρίζει με ειδικές ενέργειες προς τους διοργανωτές τουριστικών πακέτων προς τις ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές τους μήνες Μάρτιο και Νοέμβριο.

4. Ολυμπιάδα 2004

ο **Φιλοξενία 2004:** Το Μνημόνιο Συνεργασίας μεταξύ του Οργανισμού Αθήνα 2004 και της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών έχει ήδη τεθεί σε εφαρμογή.

ο **Τουριστικό Ολυμπιακό Πακέτο:** Η προοπτική των Ολυμπιακών Αγώνων και της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας προσφέρει μοναδική ευκαιρία για να σχεδιαστεί μια ολοκληρωμένη παρέμβαση για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Η προοπτική της Ολυμπιάδας του 2004 θα επιδιωχθεί να αξιοποιηθεί έτσι ώστε να διαμορφωθεί αυξημένη κίνηση, ιδίως πολιτιστικού και αθλητικού τουρισμού πριν και μετά τους Αγώνες, με τη μεγαλύτερη δυνατή διάρκεια. Σ' αυτό συμβάλλουν:

- ✓ οι νέες αθλητικές υποδομές
- ✓ τα μεγάλα προγράμματα στο χώρο του πολιτισμού (ενοποίηση αρχαιολογικών χώρων, Πολιτιστική Ολυμπιάδα, επιμήκυνση και αναβάθμιση του Φεστιβάλ)
- ✓ η νέα εικόνα της Αθήνας λόγω των μεγάλων έργων γενικής υποδομής (αεροδρόμιο, Μετρό, οδικό δίκτυο ταχείας κυκλοφορίας κλπ)
- ✓ οι νέες τουριστικές υποδομές της Αθήνας
- ✓ η αναβάθμιση και αύξηση των ξενοδοχειακών μονάδων.

Η αξιοποίηση της Ολυμπιάδας προς όφελος του Τουρισμού θα επιτευχθεί μέσω ειδικά προσανατολισμένου προγράμματος διαφήμισης, που θα συντονίζεται με την γενική ετήσια καμπάνια του ΕΟΤ και τις πρωτοβουλίες του Οργανισμού «Αθήνα 2004».

5. Προβολή – Διαφήμιση

A. Στρατηγική Διαφήμισης – Marketing Plan: Οι κύριες κατευθύνσεις της επικοινωνιακής πολιτικής και διαφήμισης είναι η ανάδειξη της ιδιαιτερότητας και συνθετότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ώστε να αντιμετωπιστεί η δυνατότητα υποκατάστασης.

Σχεδιάστηκε και υλοποιείται ήδη μία ενιαία διαφημιστική εκστρατεία για όλες τις διεθνείς αγορές με δυνατότητα προσαρμογής στις ανάγκες της κάθε επί μέρους αγοράς. Γενικός στόχος είναι η αύξηση της «ανταγωνιστικότητας» της Ελλάδας στις διεθνείς τουριστικές αγορές. Η προβολή περιλαμβάνει μία σειρά από ενημερωτικές αναφορές σε διάφορες παραμέτρους όπως:

- Στο πεδίο του προϊόντος:

- Σημαντικές βελτιώσεις στις υποδομές και στην ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος
- Προστασία φυσικών και πολιτιστικών πόρων.

- Στο πεδίο της πολιτικής marketing:

- Δημιουργία μίας σαφούς «τοποθέτησης» (positioning) της χώρας, διακριτής από αυτή των ανταγωνιστών της, σε συνδυασμό με ένα σαφές ελκυστικό προφίλ του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

B. Διαφημιστική Προβολή:

Η διαφημιστική προβολή κατά το 2002 απορρόφησε συνολικά 32εκ. ευρώ και συνίστατο ως εξής:

- Η γενική διαφημιστική καμπάνια του ΕΟΤ, κάλυψε τις 15 πιο σημαντικές αγορές του Ελληνικού Τουρισμού. Η καμπάνια αυτή υλοποιήθηκε κανονικά επί βάσει νέου δημιουργικού και σύμφωνα με τα πορίσματα ειδικού μεσοπρόθεσμου marketing plan, που εκπονήθηκαν μετά από εκτεταμένη έρευνα αγοράς.
- Σε ενέργειες έμμεσης διαφήμισης σε συνεργασία με Tour Operators στην αγορά των ΗΠΑ και του Καναδά.
- Σε συμμετοχή σε άνω των 75 τουριστικών εκθέσεων διεθνώς
- Σε πρόσθετες ενέργειες έμμεσης διαφήμισης, όπως ενίσχυση της πραγματοποίησης διεθνών συνεδρίων και άλλων εκδηλώσεων και λοιπές δράσεις δημοσίων σχέσεων

IV. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Η πολιτική προσέλκυσης ζήτησης υψηλότερων εισοδημάτων και με θεματικό προσανατολισμό πρέπει να είναι συντονισμένη με μία πολιτική παροχής τουριστικού προϊόντος, για να ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά μιας τέτοιας ζήτησης. Τα μέτρα αναβάθμισης της ποιότητας, και διαφοροποίησης της τουριστικής προσφοράς συνοψίζονται στα εξής:

1. Βελτίωση και έλεγχος υπηρεσιών

Τα κυριότερα μέτρα εντάσσονται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες:

• **Δίκτυο Άμεσης Πληροφόρησης «ΕΣΤΙΑ» (τηλ. Κέντρο 171)**

Το πρόγραμμα αυτό σχεδιάστηκε και εφαρμόστηκε με σκοπό την παροχή πληροφοριών, την άμεση διερεύνηση παραπόνων και καταγγελιών, καθώς και την επίλυση των προβλημάτων που παρουσιάζονται κατά την διάρκεια των διακοπών των ξένων και ελλήνων επισκεπτών.

Το τηλεφωνικό κέντρο 171 λειτουργεί σε 24ωρη βάση ενημερώνοντας την Διεύθυνση Επιθεώρησης του ΕΟΤ, η οποία στη συνέχεια συντονίζει τις ενέργειες 200 επιθεωρητών σε όλη την Ελλάδα για την άμεση και επιτόπου επίλυση των διαφόρων θεμάτων.

Κατά την διάρκεια εφαρμογής του προγράμματος ΕΣΤΙΑ 2000, το κέντρο 171 δέχτηκε 56.400 κλήσεις για γενικές πληροφορίες και καταγγελίες – παράπονα. Από αυτά, τα 12.000 παράπονα αφορούσαν καταγγελίες ως προς την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, την αισχροκέρδεια και την έλλειψη οργάνωσης και υποδομής των τουριστικών τόπων και επιλύθηκαν άμεσα με την παρέμβαση των εποπτών του

προγράμματος. Μεγάλος αριθμός καταγγελιών αντιμετωπίστηκε τηλεφωνικά μέσω του κέντρου 171 χωρίς να χρειασθεί η επέμβαση των επιθεωρητών.

Προς πληροφόρηση και ενημέρωση των ξένων και Ελλήνων επισκεπτών κυκλοφόρησε από τον ΕΟΤ, το φυλλάδιο «ΕΛΛΑΣ 2000» στο οποίο περιλαμβάνονται χρήσιμες πληροφορίες για την χώρα και την λειτουργία του προγράμματος ΕΣΤΙΑ. Το φυλλάδιο διανεμήθηκε σε όλα τα σημεία εισόδου της χώρας.

• Έλεγχος ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών

Με στόχο την ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος συστήθηκε Κεντρική Ομάδα (Task Force), με σκοπό διενέργεια ελέγχων σε τουριστικές επιχειρήσεις, με έμφαση στις περιοχές που παρουσιάζουν τουριστικό ενδιαφέρον.

Με κλιμάκια 60 περίπου υπαλλήλων ελέγχθηκαν συνολικά 1.837 τουριστικές επιχειρήσεις. Από τους ανωτέρω ελέγχους διαπιστώθηκε έλλειψη καθαριότητας, ανεπαρκής παροχή υπηρεσιών, και πλημμελής συντήρηση κτιρίων. Σε πολλές περιπτώσεις έγιναν συστάσεις και επιβλήθηκαν πρόστιμα.

• Διυπουργική συνεργασία για την βελτίωση των υπηρεσιών

Ιδιαίτερη έμφαση αποδίδεται στην αντιμετώπιση των προβλημάτων «πρόσβασης» προς την χώρα, όπως πχ η κατάσταση των αεροδρομίων, των λιμανιών και των συνοριακών σταθμών. Τα προβλήματα αυτά επιδείνωσαν στο παρελθόν το συγκριτικό μειονέκτημα της χρόνο-απόστασης από τις κύριες αγορές-πηγές του ελληνικού τουρισμού. Πέραν των σημαντικών έργων που ήδη εκτελούνται ή προγραμματίζονται στις υποδομές αυτές στο Γ ΚΠΣ, λαμβάνεται πρόνοια για τον εντοπισμό των τυχόν λειτουργικών προβλημάτων και την λήψη περαιτέρω οργανωτικών μέτρων, μέσω της συνεργασίας του ΕΟΤ που συγκεντρώνει και αξιολογεί τη σχετική πληροφόρηση και τα παράπονα τουριστών και tour operators.

- **Φυσικές καταστροφές και ενημέρωση των Ξένων αγορών**

Θα λειτουργήσει μία «Ομάδα Κρίσεων» με στόχο την διαχείριση απρόβλεπτων κρίσεων που έχουν άμεσες ή έμμεσες επιπτώσεις στον τουριστικό τομέα.

2. Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.

Στόχοι της εταιρείας είναι: η ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων, η άντληση επενδυτικών κεφαλαίων και η αξιοποίηση ανεκμετάλλετων τουριστικών εκτάσεων. Συγκεκριμένα:

Με την αξιοποίηση της δημόσιας τουριστικής περιουσίας θα ενισχυθούν σημαντικά οι στόχοι της πολιτικής για την αναβάθμιση της τουριστικής ζήτησης. Το πρόγραμμα ανάπτυξης της εταιρείας περιλαμβάνει τα εξής:

- α. Νέα τουριστικά προϊόντα
- β. υποδομές θαλάσσιου τουρισμού
- γ. Μεγάλες τουριστικές εγκαταστάσεις

3. Εναλλακτικός Τουρισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός σηματοδοτεί μία νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης και τουριστικής πολιτικής για τον Ευρωπαϊκό και Ελληνικό χώρο. Οι πρώτες προσπάθειες για εναλλακτικό τουρισμό που υπερβαίνει το παραδοσιακό μεσογειακό πρότυπο (Ήλιος και Θάλασσα) ξεκίνησαν και στην χώρα μας από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Ο αριθμός των ευρωπαϊκών πολιτών που στρέφεται και προς τον εναλλακτικό τουρισμό ξεπερνά τα 35.000.000 και αυξάνεται με ρυθμούς άνω του 20% κατά χρόνο. Τα στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό ντον τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης και εισοδήματος. Στην χώρα μας ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να γίνει σημαντικός μοχλός μιας νέας φάσης τουριστικής επέκτασης.

Τα σημαντικότερα είδη τουρισμού που συνθέτουν αυτό που ονομάζουμε εναλλακτικό τουρισμό είναι:

A. Οικοτουρισμός: τουρισμός με τοπική οικονομική ανάπτυξη, διαφύλαξη της ποιότητας του περιβάλλοντος και ανάδειξη των φυσικών πλεονεκτημάτων και της ιστορίας της περιοχής.

Η Ελλάδα παρουσιάζει ένα ευρύ φάσμα φυσικής ομορφιάς και ασυνήθιστης ζωικής παρουσίας στους φυσιολάτρεις τουρίστες. Με το τοπίο της κεντρικής χώρας να εναλλάσσεται μέσα από ψηλά βουνά, κοιλάδες, λίμνες, ανοιχτά δέλτα ποταμών και λιμνοθάλασσες, με την ποικιλία της σε χλωρίδα και πανίδα και με περισσότερα από 2,000 νησιά, η Ελλάδα είναι ένας παράδεισος για παρατηρητές πουλιών.

Στην επίπεδη και ημιορεινή περιοχή σημαντικές υδροβιόσφαιρες χαίρουν μεγάλης διεθνούς σημασίας και αναγνώρισης. Σημείο αναφοράς για χιλιάδες ενδημικά και αποδημητικά είδη πουλιών και αμφιβίων, ενδημικούς πληθυσμούς μαλάκιων και ψαριών, βοοειδή, ερπετά και μια μεγάλη ποικιλία εντόμων, οι υδροβιόσφαιρες είναι κομμάτια ενός πιο πολύπλοκου μωσαϊκού που περιλαμβάνει υδροβιότοπους, ξερά λιβάδια, θαμνώδεις εκτάσεις, χαμηλά δάση και αγροτικές εκτάσεις.

Αναγνωρίζοντας τη σημαντικότητα της περιοχής, έχουν δημιουργηθεί βιολογικοί σταθμοί που χρησιμοποιούνται από μαθητές, επιστήμονες και επισκέπτες ερευνητές, όπως και για

σεμινάρια και εθελοντικές δραστηριότητες. Αυτή τη στιγμή πραγματοποιούνται πολλά προγράμματα για τη χρηματοδότηση της διαμόρφωσης των τοπικών παραδοσιακών κτιρίων που χρησιμοποιούνται για διαμονή και συναντήσεις, τα οποία διευθύνονται κυρίως από γυναικίους αγροτικούς συνεταιρισμούς. Η βασική υποδομή που υπάρχει έδωσε κίνητρα σε ιδιωτικούς φορείς ως προς την παροχή φαγητού, διαμονής και άλλων υπηρεσιών και ταυτόχρονα προσελκύει δημόσιες επενδύσεις που προσανατολίζονται στον οικότουρισμό.

Κατόπιν της προσχώρησης της Ελλάδας το 1975 στη Συνθήκη Ραμσάρ, η προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος αποτέλεσε σημαντικό μέλημα της Εθνικής μας Πολιτικής. Ο επιτυχής συνδυασμός του τουρισμού και της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος και των κατοικιών στην Ελλάδα, είναι πρότυπο και για άλλες σημαντικές περιοχές στα Βαλκάνια και την Ανατολική Μεσόγειο.

Β. Αρχαιολογικός τουρισμός: Με μια ιστορία 4.000 ετών, η Ελλάδα είναι η κοπίδα του Ευρωπαϊκού πολιτισμού. Είναι η χώρα που γέννησε μοναδικούς φιλοσόφους, όπως ο Σωκράτης και ο Πλάτων, ηγέτες όπως ο Περικλής, ο Αριστείδης και ο Θεμιστοκλής, στρατηλάτες όπως ο Φίλιππος ο Μακεδών και ο γιος του ο Μέγας Αλέξανδρος.

Είναι η χώρα όπου αναπτύχθηκαν και μεγαλούργησαν πολιτισμοί όπως ο Κυκλαδικός, ο Μυκηναϊκός, ο Μινωικός, ο Σπαρτιατικός, ο Μακεδονικός, ο Αθηναϊκός και ο Κορινθιακός. Είναι η πατρίδα της μυθολογίας, του Παρθενώνα, των Δελφών, της Αρχαίας Ολυμπίας, όπου διεξήχθησαν οι πρώτοι Ολυμπιακοί Αγώνες, και της Κρήτης.

Με την επικράτηση του Χριστιανισμού, οι Έλληνες απέκτησαν εθνική συνείδηση και έθεσαν τα θεμέλια της παντοδύναμης Βυζαντινής Αυτοκρατορίας. Ο Βυζαντινός πολιτισμός είναι η συνέχιση του αρχαίου Ελληνικού πολιτισμού με πολλά Ρωμαϊκά και ανατολικά στοιχεία.

Η Ελλάδα έχει άπειρα αρχαιολογικά μνημεία, συναρπαστικά μουσεία και θεαματικούς αρχαιολογικούς χώρους, προσφέροντας την ευκαιρία για μια ιστορική περιπλάνηση στους αιώνες, την πιθανότητα για μια νοερή αναδρομή στους μύθους, την ιστορία και την κουλτούρα από τους κλασσικούς χρόνους έως και τις μέρες μας.

Πολλά τουριστικά γραφεία οργανώνουν θαυμάσιες περιηγήσεις με αρχαιολογικό ενδιαφέρον, ομιλίες από διακεκριμένους ανθρώπους των γραμμάτων, επισκέψεις σε χώρους ανασκαφών και συναντήσεις με κατοίκους για συμμετοχή των επισκεπτών σε κοινές πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Γ. Συνεδριακός τουρισμός: οργάνωση συνεδρίων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες.

Η Ελλάδα πραγματικά έχει τις δυνατότητες με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, το μοναδικό φυσικό περιβάλλον με το ήπιο κλίμα, την πολυμορφία του τουριστικού πλούτου να αναδειχθεί σαν ιδανικός προορισμός για τον παγκόσμιο συνεδριακό τουρισμό, τα ταξίδια κινήτρων (incentives) και όχι μόνο. Μη ξεχνάμε ότι η ιδέα των συνεδρίων ξεκίνησε από την Αρχαία Ελλάδα με τις Δελφικές Αμφικτιονίες. Βελτιώνοντας συνεχώς τις υποδομές της με πλήθος νέων έργων και ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, όπως το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος, ένα από τα μεγαλύτερα και πιο σύγχρονα στον κόσμο, τη δημιουργία μεγάλων συνεδριακών και εκθεσιακών κέντρων με πλήθος πολυτελών ξενοδοχείων με ξενοδοχειακές αίθουσες με έμπειρους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, στοχεύει πολύ ψηλά.

Μοναδική επιδίωξη Φορέων και επαγγελματιών, όπως το Υπουργείο Ανάπτυξης, ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (ΣΕΠΟΣ) η προβολή της ανταγωνιστικότητας της χώρας μας, η ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών, η δημιουργία γραφείων πληροφόρησης για τον συνεδριακό τουρισμό που δημιουργούνται στις μεγάλες πόλεις της Ελλάδας (ήδη λειτουργεί το γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Θεσσαλονίκης TCNB) και αναμένεται πολύ σύντομα της Αθήνας, της Ρόδου, της Κρήτης και η άμεση κατασκευή του μεγάλου Συνεδριακού Κέντρου της Αθήνας στο παλιό αεροδρόμιο του Ελληνικού.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 που θα πραγματοποιηθούν στη χώρα μας, τα μεγάλα έργα υποδομής που ολοκληρώνονται, οι συντονισμένες προσπάθειες που γίνονται από όλους τους φορείς θα βοηθήσουν ώστε η χώρα μας να κερδίσει ένα πολύ μεγαλύτερο μερίδιο από την πίτα της διεθνούς ανταγωνιστικής συνεδριακής αγοράς και να καθιερωθεί σαν μια ιδανική επιλογή και προορισμός για συνέδρια, ταξίδια κινήτρων και

για πληθώρα οργανωμένων και εξειδικευμένων εκδηλώσεων που αποτελούν τη βιομηχανία του συνεδριακού τουρισμού.

Δ. Αθλητικός τουρισμός: συνδυαζόμενος με αθλητικά γεγονότα, προπονήσεις ή και ατομικό αθλητισμό, πχ ιστιοπλοΐα, ποδηλασία, κλπ. Η πλειάδα των αθλητικών εγκαταστάσεων που θα προκύψουν μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 θα μπορούν να αξιοποιηθούν στα πλαίσια του αθλητικού τουρισμού καθώς επωφελούμενοι και του καλού κλίματος, ξένοι αθλητές θα μπορούν να προετοιμάζονται αγωνιστικά στην χώρα μας.

Η Ελλάδα έχει πολύ ανεπτυγμένη τουριστική και αθλητική υποδομή, ιδανικούς για απαιτητικούς παραθεριστές που επιζητούν ένα συνδυασμό άθλησης και διακοπών. Υπάρχει μεγάλος αριθμός εγκαταστάσεων όπως γήπεδα τένις, μπάσκετ και βόλεϊ, υπαίθρια ή κλειστά, με δυνατότητα νυχτερινού φωτισμού, πισίνες, γυμναστήρια, αθλητικά κέντρα με υδρομασάζ, σάουνα και άλλα. Η μεγαλύτερη συμβολή της χώρας στον αθλητισμό αναγνωρίζεται από την καθιέρωση των Ολυμπιακών Αγώνων και την μακράιωνη παράδοση στα αγωνίσματα στίβου.

Όπως και στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης, το ποδόσφαιρο και το μπάσκετ είναι τα πιο δημοφιλή αθλήματα και στην Ελλάδα, ενώ η τοξοβολία και το γκολφ έχουν αποκτήσει τα τελευταία χρόνια σημαντική θέση στις προτιμήσεις των Ελλήνων. Στη χώρα μας διοργανώνονται διάφοροι τοπικοί και εθνικοί αγώνες τοξοβολίας κάθε χρόνο, καθώς και αγώνες της Ευρωπαϊκής και Μεσογειακής Ένωσης Τοξοβολίας. Το άθλημα της τοξοβολίας που συνεχώς αποκτά μεγαλύτερη δημοτικότητα, αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του πακέτου των δραστηριοτήτων που προσφέρουν πολλά Ελληνικά τουριστικά γραφεία. Επίσης σχεδόν πάντα συμπεριλαμβάνεται στις υπηρεσίες της πλειοψηφίας των μεγάλων Ελληνικών ξενοδοχειακών συγκροτημάτων. Οι οπαδοί του γκολφ καθώς και εκείνοι που στη διάρκεια των διακοπών τους επιθυμούν να δοκιμάσουν το άθλημα έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε πέντε θαυμαστές τοποθεσίες :

- ~ τη Γλυφάδα, ένα από τα πλέον κοσμοπολίτικα προάστια των Αθηνών,
- ~ την Χαλκιδική, τη διάσημη χερσόνησο,
- ~ την μαγευτική Κέρκυρα,
- ~ την ηλιόλουστη Ρόδο, όπου δύο φορές κάθε χρόνο διοργανώνεται το παγκόσμιο πρωτάθλημα γκολφ και
- ~ την πανέμορφη Κρήτη.

Τα πέντε αυτά γήπεδα είναι ανοιχτά για το κοινό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και πολλά τουριστικά γραφεία προσφέρουν διάφορα πακέτα διακοπών γκολφ σε συνδυασμό με επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και Ελληνικά νησιά.

Οι Ελληνικές ακτές σε συνδυασμό με το μεσογειακό κλίμα ενισχύουν τις δυνατότητες για θαλάσσια σπορ. Όλα σχεδόν τα μεγάλα ξενοδοχεία επενδύουν σ' αυτόν τον τομέα, με άρτια οργανωμένες υπηρεσίες και προγράμματα που ενισχύονται από ένα μεγάλο αριθμό ιδιωτικών λεσχών και δημοτικών εγκαταστάσεων, πράγμα που καθιστά τη Ελλάδα ως ιδανικό προορισμό για αθλητικές δραστηριότητες όλο το χρόνο.

Ε. Αγροτουρισμός : Μερικά από τα πιο όμορφα αξιοθέατα της Ελλάδας βρίσκονται στην Ηπειρωτική χώρα. Το φυσικό περιβάλλον και τα τοπία σε πολλές περιοχές προσφέρουν ιδανικές συνθήκες για την ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων, όπως ο αγροτουρισμός, που ξεκίνησε με στόχο την καλύτερευση της ζωής των αγροτών, ιδίως στις ορεινές περιοχές.

Οι Έλληνες σταδιακά ασχολούνται όλο και περισσότερο με τον αγροτουρισμό. Ο αριθμός των παραδοσιακών καταλυμάτων ολοένα αυξάνεται και η χώρα εξελίσσεται με ταχύτητα σε κορυφαίο προορισμό αγροτουρισμού. Αρκετά χωριά σε όλη τη χώρα διαθέτουν πανδοχεία με παραδοσιακή αρχιτεκτονική, με απλά αλλά άνετα δωμάτια. Μερικά από αυτά τα καταλύματα διαθέτουν κήπους και παραδοσιακές ταβέρνες που σερβίρουν γευστικές απολαύσεις με αγνά υλικά.

Με τα αγροτουριστικά προγράμματα, ο κουρασμένος κάτοικος της πόλης καλύπτει την ανάγκη του για μια πιο στενή επαφή με τη φύση και δραστηριότητες από καιρό

ξεχασμένες ή πρωτόγνωρες, όπως η παρασκευή ψωμιού ή παραδοσιακού γλυκού, η βόλτα με άλογα, ο περίπατος στο δάσος, η καλλιέργεια της γης, η ζωή στη φύση με γαλήνιους ρυθμούς.

Ο αγροτουρισμός δημιουργεί ένα κανάλι επικοινωνίας απομονωμένων περιοχών με μεγάλα πληθυσμιακά κέντρα μέσω του οποίου αναπτύσσονται οι τοπικές κοινωνίες, συνεχίζεται η παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων, αναβιώνουν έθιμα, διατηρούνται τέχνες που πιθανόν σε διαφορετική περίπτωση να είχαν εκλείψει. Η Ελληνική Κυβέρνηση έχει προσφέρει μεγάλη στήριξη σε όλα τα αγροτουριστικά προγράμματα που εφαρμόζονται σε διάφορες περιοχές σε όλη τη χώρα, καθώς και οικονομική ενίσχυση για επενδύσεις στον αγροτουρισμό και τις σχετικές με αυτόν χειροτεχνίες.

ΣΤ. Συνδυασμοί: όλων ή κάποιων από αυτά τα είδη σε πακέτα που περιέχουν και γαστρονομία, ψυχαγωγία και ενημέρωση για τον πολιτιστικό πλούτο μίας ολόκληρης περιοχής.

Η ανάπτυξη διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί προτεραιότητα, λόγω του ρόλου της στην άμβλυνση της χωρικής συγκέντρωσης τουριστικής δραστηριότητας, αλλά και για την αναβάθμιση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος. Οι απαιτήσεις μίας επιθετικής πολιτικής για τον εναλλακτικό τουρισμό, που εξετάζονται ήδη από 12 περιφερειακές μελέτες, μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν:

- Καταγραφή και αξιολόγηση δυνατοτήτων ανάπτυξης σε Δήμους, Νομούς, Περιφέρειες. Στόχος είναι να αξιοποιηθούν εκείνοι οι τουριστικοί πόροι, που αποτελούν συγκριτικό πλεονεκτημάτων διαφόρων περιοχών ώστε να διαμορφωθούν εξειδικευμένα θεματικά προϊόντα, με βάση τα ενδιαφέροντα ειδικών ομάδων τουριστών (πολιτιστικά, οικολογικά, αθλητικά). Παράλληλα επιδιώκεται μεγαλύτερη ενσωμάτωση θεματικών υποδομών και προϊόντων στα τουριστικά πακέτα του οργανωμένου τουρισμού.

- Ευέλικτα τοπικά σχήματα που ιδρύονται με απλές διαδικασίες για σύγχρονες προδιαγραφές.
- Νέου τύπου, συνήθων μικρές και πρωτότυπες υποδομές που δεν μπορούν να υλοποιηθούν χωρίς προδιαγραφές, μεταφορά τεχνογνωσίας και εκπαίδευσης (πχ. Χάραξη μονοπατιών και σήμανση τους). Ο ιδιωτικός δεν έχει την διάθεση ή και την εμπειρία να αναλάβει τέτοιων πολλών και χωρίς σημαντικό οικονομικό ενδιαφέρον υποδομών.
- Δημιουργίας νέων επαγγελματών οικοτουρισμού, (πχ. Οδηγοί βουνού, εκτροφείς και φροντιστές αλόγων κλπ) και της εκπαίδευσης στελεχών. Στην Γαλλία πχ υπάρχουν σειρά ιδιωτικών σχολών που διδάσκουν τα νέα επαγγέλματα.
- Προσπάθεια μαζικής στροφής της νέας γενιάς αγροτών ή και των παλαιότερων προς δραστηριότητες και καλλιέργειες παραδοσιακών προϊόντων. Δημιουργία μικρών αγορών παραδοσιακών και οικολογικών προϊόντων, κουζίνας με αναβίωση τοπικών πρότυπων διατροφής, κλπ.

Όλα αυτά στοχεύουν στην δημιουργία πακέτων συνεργασίας ανάμεσα στο βουνό και στην θάλασσα, στον παραδοσιακό και νέο τουρισμό καθώς και στην στροφή της πολιτικής στο γεωργικό τομέα και γενικότερα στην ανάπτυξη του αγροτικού χώρου και στην αναβίωση των ορεινών και ημιορεινών ζωνών. Τα σχετικά προγράμματα και οι αντίστοιχες δημόσιες και ιδιωτικές επενδύσεις ενισχύονται από το Γ' ΚΠΣ (ΕΠΑΝ, ΠΕΠ, πρωτοβουλίες Interreg III και leader Plus).

Με βάση ειδικές μελέτες του ΕΟΤ, έχουν διατυπωθεί οι όροι και προϋποθέσεις εφαρμογής προγραμμάτων ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού. Οι μελέτες αυτές αποτελούν το εργαλείο του ΕΟΤ, των περιφερειακών διοικήσεων, της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης, κατά τον σχεδιασμό των αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Με χρηματοδότηση του Γ' ΚΠΣ, ολοκληρώνονται μελέτες Τουριστικής ανάπτυξης των 13 περιφερειών, που θα υποδείξουν τους αξιοποιήσιμους τουριστικούς πόρους καθώς και τα ενδεδειγμένα μεγέθη ανάπτυξης και τις αναγκαίες υποδομές.

4. Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο νησιωτικός χαρακτήρας της Ελλάδας προσδίδει ένα μοναδικό συγκριτικό πλεονέκτημα στο χώρο του θαλάσσιου τουρισμού, που δεν έχει αξιοποιηθεί μέχρι σήμερα αρκετά. Εκτιμάται πχ ότι ο αριθμός των ναυλώσεων θα μπορούσε να τετραπλασιαστεί (δηλ. από τις 20.000 περίπου να φτάσει στις 80.000) μέσα στα τέσσερα επόμενα χρόνια. Κύριος λόγος είναι οι καθυστερήσεις στην δημιουργία υποδομών, είτε λόγω έλλειψης πόρων, είτε λόγω του σύνθετου χαρακτήρα των λιμενικών έργων που απαιτούν σύνεση πολλών φορέων και έχουν σημαντικές περιβαλλοντικές παραμέτρους.

Σήμερα λειτουργούν ή ολοκληρώνονται 12.000 θέσεις ελλιμενισμού σε δημόσιους και ιδιωτικούς τουριστικούς λιμένες. Υπολογίζεται ότι καλύπτουν μόνο το 65% της ζήτησης, ενώ οι θέσεις αυτές δεν ανταποκρίνονται συμμετρικά στην γεωγραφική κατανομή της ζήτησης. Παράλληλα με την ολοκλήρωση των υπό κατασκευήν δημόσιων και ιδιωτικών λιμένων, εκπονήθηκε νέα μελέτη για την χωρική κατανομή και μεγέθους του δικτύου λιμένων όλων των μορφών, ενώ εφαρμόζονται τα εξής μέτρα:

- Η χρηματοδότηση μαρίνων από τον αναπτυξιακό νόμο,
- Η προώθηση τουριστικών αγκυροβολιών, που αρμόζουν περισσότερο στις ανάγκες του αλλοδαπού θαλάσσιου τουρισμού και έχουν μικρό ή και μηδενικό περιβαλλοντικό κόστος,
- Εκσυγχρονισμός του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου, ώστε οι ιδιωτικές επενδύσεις σε τουριστικούς λιμένες να ενθαρρυνθούν περαιτέρω και να αρθούν τα κάθε μορφής αντικίνητρα,
- Προβολή του θαλάσσιου Τουρισμού

5. Αναδιάρθρωση της τουριστικής προσφοράς

Η ραγδαία συγκέντρωση της ζήτησης στην Ευρώπη συμπιέζει τις τιμές και την κερδοφορία της τουριστικής βιομηχανίας των ανταγωνιστικών προορισμών της Μεσογείου. Χρειάζεται η καλλιέργεια μιας νέας επιχειρηματικής αντίληψης με στόχο την υιοθέτηση ενός κοινά αποδεκτού Κώδικα Σχέσεων μεταξύ Tour Operators και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Η Ελλάδα έχει θέσει την ανάγκη αυτή προς τα όργανα της

ΕΕ, προβάλλοντας όχι μόνο την ανάγκη προστασίας των ΜΜΕ του τομέα, αλλά σε τελευταία ανάλυση και του καταναλωτή.

Η Ελληνική τουριστική προσφορά σήμερα, υστερεί σε διαπραγματευτική ισχύ απέναντι στα ισχυρά ολιγοψώνια, που ελέγχουν την ευρωπαϊκή ζήτηση. Μέσω του προγράμματος ενίσχυσης των τουριστικών ΜΜΕ όλων των κλάδων, χρηματοδοτούνται δράσεις συνεργασίας, συνένωσης, συγχωνεύσεων ή και απλών κοινοπραξιών επιχειρήσεων στο επίπεδο της πραγματοποίησης οικονομιών κλίμακας σε προμήθειες και εξοπλισμούς. Από τα μέτρα του Ε.Π. κοινωνία της Πληροφορίας ενισχύεται η είσοδος όλων των τουριστικών επιχειρήσεων στην ψηφιακή οικονομία, ώστε να υιοθετήσουν μορφές ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Σημαντικό εργαλείο στην βελτίωση της θέσης των Ελληνικών επιχειρήσεων θα είναι η αναβάθμιση των υπηρεσιών τους (κτιριακά, εξοπλισμοί, οργάνωση, μάρκετινγκ), αλλά και η ποιοτική αναβάθμιση του συνόλου των υπηρεσιών της τουριστικής αλυσίδας και ιδιαίτερα των δημόσιων υποδομών (αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, λιμάνια, δημόσιες παροχές). Συγχρόνως, μέσω των προγραμμάτων κατάρτισης, θα επιδιωχθεί η ενημέρωση των επιχειρηματιών για τις σύγχρονες εξελίξεις στη ζήτηση και προσφορά και τις δυνατότητες διεκδίκησης βελτιωμένης θέσης στις διεθνείς αγορές τους ή διείσδυσης σε νέες.

V. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΑΤΕΙ)

Κεντρικό άξονα της τουριστικής πολιτικής και των μέτρων βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα, που προωθεί το Υπουργείο Ανάπτυξης, αποτελεί η ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η αναβάθμιση αυτή προϋποθέτει την επένδυση σε ανθρώπινους πόρους με την παροχή υψηλού επιπέδου εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης στο ασχολούμενο στον τουριστικό τομέα προσωπικό. Ο εμπλουτισμός και η διαφοροποίηση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος συμβάλλουν σταδιακά στην δημιουργία νέων εξειδικευμένων επαγγελματών τα οποία εισέρχονται τόσο στις παραδοσιακές επιχειρήσεις καταλυμάτων οι οποίες συνδυάζουν όλο και περισσότερο την προσφορά υπηρεσιών αναψυχής, άθλησης και διάθεσης του ελεύθερου χρόνου του επισκέπτη, όσο και στις επιχειρήσεις οι οποίες εξειδικεύονται στις μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Επίσης στην Ελληνική τουριστική αγορά και ιδιαίτερα στην ενδοχώρα και τα μικρά νησιά αναπτύσσονται συνδυασμένες μορφές επιχειρείν και απασχόλησης, όπως στον πρωτογενή τομέα και τον τουρισμό.

Το τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων των ΤΕΙ προήλθε από το αντίστοιχο Τμήμα Στελεχών Τουριστικών Επιχειρήσεων και είναι πολύ σημαντικό στο χώρο των ΑΤΕΙ αλλά και γενικότερα στο χώρο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Το περιεχόμενο σπουδών του Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων καλύπτει το γνωστικό αντικείμενο της Διοικητικής Επιστήμης με εξειδίκευση εφαρμογής στις τουριστικές επιχειρήσεις γενικά τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα. Με την ολοκλήρωση των σπουδών του ο απόφοιτος του τμήματος διαθέτει τις απαραίτητες επιστημονικές και τεχνολογικές γνώσεις και δεξιότητες, ώστε να μπορεί να δραστηριοποιηθεί επαγγελματικά σε όλους τους τομείς του γνωστικού αντικείμενου του Τμήματος είτε ως στέλεχος τουριστικών επιχειρήσεων, οργανισμών και υπηρεσιών του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, είτε ως αυτοαπασχολούμενος. Ειδικότερα, ο πτυχιούχος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων :

- ♣ Ασκεί σύγχρονη διοίκηση για την επίτευξη των στόχων της τουριστικής επιχείρησης.
- ♣ Εφαρμόζει επιστημονικές και τεχνολογικές διοικητικές μεθόδους και πρακτικές στην παραγωγή, τιμολόγηση, διανομή και προώθηση τουριστικών προϊόντων.
- ♣ Διεξάγει έρευνα τουριστικής αγοράς, προκειμένου να διαπιστωθεί ποια προϊόντα ζητούν οι δυνητικοί τουρίστες.
- ♣ Προγραμματίζει την οικονομική –και όχι μόνο- δραστηριότητα της τουριστικής επιχείρησης με απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον, τόσο το φυσικό όσο και αυτό που αποτελεί δημιούργημα των ανθρώπων.
- ♣ Διερευνά και αξιολογεί τις δυνατότητες εκμετάλλευσης των τουριστικών πόρων / προορισμών και κατ' επέκταση της τουριστικής τους ανάπτυξης.
- ♣ Διαχειρίζεται κατά τον αποτελεσματικότερο τρόπο τους ανθρώπινους πόρους της τουριστικής επιχείρησης.
- ♣ Διατυπώνει, προγραμματίζει και εφαρμόζει πολιτικές σε μικροτουριστικό και μακροτουριστικό επίπεδο, προκειμένου να επιτύχει επιθυμητούς και εφικτούς στόχους.
- ♣ Είναι γνώστης των σύγχρονων εφαρμογών των ηλεκτρονικών υπολογιστών στον τουριστικό τομέα.

Αν οι τάσεις αυτές στηριχθούν με κατάλληλα μέτρα πολιτικής, μπορούν να οδηγήσουν σε μαζική έναρξη νέων επιχειρήσεων και δημιουργία πολλών θέσεων απασχόλησης. Ήδη προωθείται νέος νόμος που αναμορφώνει τις «Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης» για να μπορέσουν να ανταποκριθούν στα σύγχρονα δεδομένα και στις συνθήκες που δημιουργεί ο έντονος διεθνής ανταγωνισμός.

VI. ΝΕΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Τη νέα πολιτική πρόταση της κυβέρνησης για το πως θα πορευτεί ο τουρισμός τα επόμενα χρόνια, μέχρι το 2008, παρουσίασε ο υπουργός Ανάπτυξης Κος Ακης Τσοχατζόπουλος σε συνέντευξη Τύπου. Με βασικό στόχο τη γενικότερη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού προϊόντος διεθνώς αλλά και ειδικότερα την προσέλκυση Άμεσων Ξένων Επενδύσεων στη χώρα μας, ο υπουργός ανακοίνωσε αλλαγές που εντοπίζονται κυρίως στην οργάνωση και τη δομή της διοίκησης των τουριστικών πραγμάτων.

Πλέον, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού αλλάζει πρόσωπο, καθώς η πολιτική ηγεσία του υπουργείου Ανάπτυξης προχωρεί σε αναθεώρηση του ρόλου του οργανισμού. Αποκλειστική αρμοδιότητα του νέου ΕΟΤ θα είναι η προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος διεθνώς, η προβολή και διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις κ.α. Επίσης στο πλαίσιο του νέου ΕΟΤ προβλέπεται η λειτουργία ειδικής υπηρεσίας Οικονομίας του Τουρισμού, όπου θα καλύπτονται μεταξύ άλλων οι δορυφορικοί λογαριασμοί του τουρισμού. Ανακοινώθηκε επίσης η ίδρυση Ανώνυμης Εταιρίας Μάρκετινγκ, θυγατρικής του ΕΟΤ, με τη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα και των Περιφερειών, που θα στηρίζεται σε ένα συγκεκριμένο πενταετές πρόγραμμα χρηματοδότησης για να μπορέσει να καλυφθεί η επικοινωνιακή πολιτικής προβολής που θα προωθεί.

Όσον αφορά τη Γενική Γραμματεία Τουρισμού στο υπουργείο Ανάπτυξης, αυτή αναδεικνύεται πλέον ο κύριος πυλώνας χάραξης της στρατηγικής του ελληνικού τουρισμού, ενώ θα επωμισθεί και την μεταφορά των υπόλοιπων αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ. Μεγάλο βάρος θα δοθεί από τη Γραμματεία στο συντονισμό των περιφερειακών διευθύνσεων Τουρισμού. Εκτεταμένο θα είναι και το πρόγραμμα εκσυγχρονισμού των γραφείων του ΕΟΤ στο εξωτερικό, προκειμένου να ανταποκριθούν στο νέο τουριστικό πρόσωπο της χώρας. Το νέο θεσμικό πλαίσιο, που βρίσκεται υπό επεξεργασία, θα κατατεθεί στη Βουλή προς έγκριση το αργότερο σε ένα μήνα. Μέτρα στήριξης τουριστικών επενδύσεων.

Όσον αφορά το δεύτερο σκέλος, δηλαδή τα μέτρα για τη ανάπτυξη των τουριστικών επενδύσεων, ιδιωτικών και κρατικών, ο κ.Τσοχατζόπουλος επανέλαβε τις πρωτοβουλίες που έχει αναλάβει η ΕΤΑ ΑΕ για την αξιοποίηση της δημόσιας τουριστικής περιουσίας προωθώντας επενδύσεις ύψους 500 εκατ. ευρώ και διασφαλίζοντας ταυτόχρονα τη δυνατότητα αξιοποίησης της αργούσας κρατικής υποδομής ("Ξενία", κάμπινγκ κ.α). Με την είσοδο των Ελληνικών Τουριστικών Ακινήτων στο ΧΑ στα τέλη της χρονιάς θα ενταθεί αυτή η διαδικασία, σημείωσε ο υπουργός. Φιλοδοξία του υπουργείου Ανάπτυξης είναι η προσέλκυση Άμεσων Ξένων Επενδύσεων στον τουριστικό τομέα, όπου η Ελλάδα υστερεί σημαντικά. Στο πλαίσιο αυτό ο υπουργός σημείωσε ότι θα συμβάλλει σημαντικά η ανακήρυξη σε όλη την Ελλάδα 15 έως 20 τουριστικών κτημάτων της ΕΤΑ ως Μείζονος Επενδυτικής Σημασίας Περιοχές, βάσει της ισχύουσας νομοθεσίας, από το διυπουργικό όργανο τουρισμού. Με αυτόν τον τρόπο οι εν λόγω περιοχές θα καταστούν ελκυστικές σε ξένους επενδυτές, καθώς απαλλαγμένοι από κάθε είδους γραφειοκρατικές διαδικασίες, θα είναι σε θέση να προβούν σε υλοποίηση των επενδυτικών τους σχεδίων. Το διυπουργικό όργανο θα είναι αυτό που θα αναλάβει προηγουμένως την όλη διαδικασία για αδειοδότηση, προχωροθέτηση και κάθε είδους εγκρίσεις, ώστε οι ενδιαφερόμενοι επενδυτές να ξέρουν ότι έχουν να κάνουν με ένα "καθαρό" ακίνητο και ότι δεν θα μπλέξουν στα γρανάζια της γραφειοκρατίας. Στην κατεύθυνση εξάλλου της αναβάθμισης της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, συμφωνήθηκε να προωθηθεί η αλλαγή χρήσης παλαιών ξενοδοχείων και παλαιωμένων δωματίων για να μπορέσει η τουριστική αγορά να απαλλαγθεί από το βάρος των εν λόγω εγκαταστάσεων. Στο πλαίσιο αυτό το υπουργείο προχωρά σε μερική ή ολική άρση του κορεσμού, σε όσες περιοχές κρίνεται απαραίτητη η τουριστική ανάπτυξη τους, ενώ παράλληλα προβλέπεται αυξημένη επενδυτική ενίσχυση σε αναβαθμισμένα τουριστικά προϊόντα (κέντρα θαλασσοθεραπείας, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ κ.α).

Στον άξονα ενίσχυσης του εσωτερικού τουρισμού υλοποιούνται δράσεις που αφορούν τα άτομα με ειδικές ανάγκες, την τρίτη ηλικία, αλλά και τη νεολαία. Ευρύ είναι και το πλέγμα δράσεων που προωθούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ενισχύοντας δράσεις αγροτουρισμού, ανάπτυξης τουρισμού πόλεων, ιατρικού τουρισμού και συνεδριακού. Ειδικότερα στο συνεδριακό τουρισμό, έως το 2006 αναμένεται να είναι σε πλήρη λειτουργία το συνεδριακό κέντρο της Αθήνας, ενώ

επίκειται η προώθηση διαγωνισμού για υλοποίηση συνεδριακού κέντρου στη Θεσσαλονίκη 8.000 θέσεων. Το σχέδιο στρατηγικής ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού για τη δεκαετία περιλαμβάνει συγκεκριμένους ποσοτικούς στόχους, επιτεύξιμους μέχρι το 2008. Συγκεκριμένα στοχεύει :

- ⊗ στην ενίσχυση της απασχόλησης (αύξηση των απασχολουμένων στον ελληνικό τουρισμό κατά 16%),

- ⊗ στην αύξηση του τουριστικού ρεύματος στην Ελλάδα (στα 20 εκατ. τουρίστες από 13 εκατ. περίπου που είναι σήμερα) αλλά και

- ⊗ στην αύξηση της συνεισφοράς του τουρισμού στο ΑΕΠ (πλέον των δυο ποσοστιαίων μονάδων).

Κοινός παρανομαστής των ανωτέρω δράσεων θα είναι η διυπουργική επιτροπή, ένα νέο όργανο μέσω του οποίου θα εξασφαλίζεται η συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων υπουργείων σε τουριστικά ζητήματα. Στο πλαίσιο αυτό θα λειτουργήσει παράλληλα με την διυπουργική επιτροπή η σύνοδος των γενικών γραμματέων των υπουργείων που συμμετέχουν σε αυτήν και οι οποίοι θα συναντώνται πιο τακτικά από τους υπουργούς.

ΠΙΝΑΚΑΣ: Οι διοικητικές δομές του τουρισμού στα έτη 1914-2000

1914	Σύσταση «Γραφείου Ξένων και Εκθέσεων» στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1922	Σύσταση Αυτοτελούς «Υπηρεσίας Ξένων και Εκθέσεων» στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1929	Ίδρυση «Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού» ως Ν.Π.Δ.Δ υπαγόμενου στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1936	Κατάργηση ΕΟΤ, ίδρυση Υφυπουργείου Τύπου και Τουρισμού
1941	Κατάργηση Υφυπουργείου, σύσταση Δ/σης Λουτροπόλεων και Τουρισμού στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1944	Μετατροπή της Δ/σης σε Γενική Διεύθυνση Τουρισμού Λουτροπόλεων και Εκθέσεων
1945	Σύσταση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού υπαγόμενης στον Πρωθυπουργό
1946	Μετάβαση της εποπτείας της Γεν. Γραμματείας Τουρισμού στον Υπουργό Συντονισμού
1950	Επανασύσταση ΕΟΤ υπό την εποπτεία του Υπουργού Εθνικής Οικονομίας
1968	Ανάθεση εποπτείας στο Υπουργείο Συντονισμού, όπου μεταφέρθηκε η Υπηρεσία Τουρισμού υπό τον Υπουργό Προεδρίας
1969	Ανάθεση εποπτείας στον Αναπληρωτή Υπουργό Συντονισμού
1971	Εποπτεία από τον Υπουργό Συντονισμού
1974	Εποπτεία από τον Υπουργό Προεδρίας Κυβερνήσεως
1985	Εποπτεία από τον Υφυπουργό Εθνικής Οικονομίας
1989	Σύσταση Υπουργείου Τουρισμού
1992	Κατάργηση Υπουργείου Τουρισμού και ανάθεση της εποπτείας στο ΥΠΕΘΟ
1993	Ανασύσταση Υπουργείου Τουρισμού
1996	Συγχώνευση του Υπουργείου Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης
1998	Σύσταση των εταιριών «Αξιοποίηση περιουσίας ΕΟΤ» και «Ελληνικού Φεστιβάλ»
2000	Ίδρυση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού, εταιρίας «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε», Καζίνο, αναβάθμιση της ΣΤΕ, μετατροπή του ΕΟΤ σε επιτελικό ΝΠΔΔ, μεταβίβαση αδειοδοτικών και ελεγκτικών αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ στις Περιφέρειες

VII. ΑΜΕΣΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

1. Κατάταξη καταλυμάτων

Θεσμοθετήθηκε το νέο σύστημα κατάταξης των ξενοδοχείων σε κατηγορίες Αστέρων, αντί των τάξεων που ίσχυαν έως σήμερα. Το νέο σύστημα περιλαμβάνει για πρώτη φορά εκτός από τις υποχρεωτικές Τεχνικές Προδιαγραφές, και λειτουργικά-ποιοτικά κριτήρια (πχ παρεχόμενες υπηρεσίες), με βάση τα οποία θα γίνεται η αξιολόγηση και κατάταξη των ξενοδοχειακών μονάδων. Με το σύστημα αυτό επιτυγχάνεται η βελτίωση της συνολικής ποιότητας των ξενοδοχείων με τρόπο αναγνωρίσιμο από τους ξένους καταναλωτές και επαγγελματίες του τουρισμού. Το σύστημα αυτό θα αποτελέσει «εργαλείο ποιότητας» για την προετοιμασία της ξενοδοχειακής υποδομής της χώρας ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων 2004. Παρόμοιο σύστημα κατάταξης των μη κύριων καταλυμάτων, δηλ. των ενοικιαζόμενων δωματίων και διαμερισμάτων, σε κατηγορίες κλειδιών, έχει ήδη θεσμοθετηθεί και αρχίζει η εφαρμογή του.

2. Αναθεώρηση κορεσμένων περιοχών

Μετά από 14 χρόνια εφαρμογής του μέτρου είναι αναγκαία η αποτίμηση των αποτελεσμάτων και ενδεχομένως η τροποποίηση με βάση τα νεότερα δεδομένα των τουριστικών περιοχών. Η αποτίμηση θα προκύψει από ειδικές μελέτες τουριστικής ανάπτυξης για κάθε μία από τις 13 περιφέρειες της χώρας, στα πλαίσια των οποίων θα διενεργηθεί αποτίμηση της φέρουσας ικανότητας των κορεσμένων περιοχών (carrying capacity assessment) με βάση τα σημερινά τουριστικά μεγέθη.

3. Κοινοτικό πλαίσιο στήριξης

Οι βασικές προτεραιότητες της υλοποιούμενης πολιτικής του Γ' ΚΠΣ στον τουρισμό έχουν διατυπωθεί ως εξής:

- **Τεχνολογική αναβάθμιση τουριστικών επιχειρήσεων:** Ο τουρισμός γίνεται πλέον βασικός χρηστής των κυριότερων καινοτόμων τεχνολογιών, ενώ νέες εξελίξεις στην τεχνολογία των μεταφορών θα βελτιώσουν την κινητικότητα, την ασφάλεια και την άνεση των τουριστών που ταξιδεύουν με οποιοδήποτε μέσο μεταφοράς, οι τηλεπικοινωνίες και οι τεχνολογίες της πληροφορίας θα αλλάξουν ριζικά τις εμπορικές στρατηγικές των τουριστικών θεσμών και επιχειρήσεων και θα προσφέρουν νέους τρόπους προβολής των τουριστικών προορισμών.

Το Υπουργείο Ανάπτυξης παρέχει στήριξη και καθοδήγηση για την χρήση του Internet και άλλων ανάλογων τεχνολογιών σε οργανισμούς που ασχολούνται με το μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών και την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών.

Μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Κοινωνία της Πληροφορίας», θα ενισχυθούν οι τουριστικές επιχειρήσεις, ιδιαίτερα οι μικρές και οι μεσαίες, προκειμένου να ενταχθούν στην ψηφιακή οικονομία. Ειδικά μέτρα προβλέπουν μεταξύ άλλων την αναβάθμιση της μηχανοργάνωσης τους και την άμεση σύνδεσή τους στο Διαδίκτυο με το Πρόγραμμα «**Δικτυωθείτε**».

- **Αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών** και την διατήρηση του επιπέδου της ποιότητας τους, μέσω του ολοκληρωμένου εκσυγχρονισμού των αντίστοιχων επιχειρήσεων. Τα κίνητρα επενδύσεων σε νέες ξενοδοχειακές κλίνες ισχύουν με βάση τα δεδομένα των φυσικών, περιβαλλοντικών, πολεοδομικών και κοινωνικών αντοχών των τουριστικών περιοχών σε όλες τις Ελληνικές Περιφέρειες. Σύμφωνα με τα δεδομένα αυτά, περιοχές, οι οποίες εμφανίζουν επάρκεια τουριστικών κλινών δεν ενισχύονται για νέες κλίνες, αλλά μόνο για αναβάθμιση υφιστάμενων μονάδων.

- **Εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος**, με την δημιουργία των κατάλληλων υποδομών για εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Τα έργα ειδικής τουριστικής υποδομής αποτελούνται αποκλειστικά από ιδιωτικές επενδύσεις.
- **Μείωση της εποχικότητας** της τουριστικής δραστηριότητας. Θα χρηματοδοτηθούν ολοκληρωμένα προγράμματα προσέλκυσης τουριστικής ζήτησης κατά τη χειμερινή περίοδο, μετά από σχετική πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος.
- **Προβολή της Ελλάδας** ως τουριστικού προορισμού. Στόχος είναι η εξασφάλιση ενός σταθερού προϋπολογισμού προβολής με έμφαση σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους, η οποία στηρίζεται σε αξιόπιστη έρευνα αγοράς και προβλέπει συνεργασία με παράλληλες πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα.
- **Αναδιάρθρωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.** Η αναδιάρθρωση και αναθεώρηση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης έχει στόχο την καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς. Προβλέπονται νέες μορφές συνεργασίας για τον καθορισμό του περιεχομένου των σπουδών και της πρακτικής εξάσκησης κατά τη διάρκεια της κατάρτισης, όπως επίσης και πιο συμμετρική γεωγραφική κατανομή.

Συμπέρασμα

Κλείνοντας την πτυχιακή μου, θα ήθελα να αναφέρω τις απόψεις κάποιων επιφανών προσώπων που - με λίγα αλλά ουσιαστικά λόγια - μας επισημαίνουν την σημαντικότητα και την δυναμική του τουρισμού στην οικονομία μιας χώρας. Εξάλλου, είναι πέρα από κάθε αμφισβήτηση ότι ο τουρισμός, σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, μπορεί κάτω από συγκεκριμένες προϋποθέσεις να αποτελέσει σημαντικότατο παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης.

« Κατά πόσο ο τουρισμός πρέπει να βλέπεται σαν δύναμη για καλό ή κακό στον κόσμο, αποτελεί αντικείμενο ατέλειωτων συζητήσεων. Αυτό, όμως, που δεν πρέπει να αμφισβητηθεί είναι ότι τα έθνη θα πρέπει να συμβιβαστούν με τον διεθνή τουρισμό και οι επιδράσεις του θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στον προγραμματισμό των οικονομιών τους. »

J.C.Halloway (Συγγραφέας «The Bussiness of Tourism»)

« Πρέπει να οργανώσουμε τον τουρισμό έτσι ώστε να μην αποτελεί μόνο μια καλή δοσοληψία, αλλά και μια ευκαιρία για να δημιουργηθεί ένας περισσότερο καλλιεργημένος και ειρηνικός κόσμος. »

Arthur Haulot (Πρόεδρος Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού)

« Η σημασία του τουρισμού έχει τώρα αυξηθεί σε τέτοιο βαθμό, ώστε πολλές τριτοκοσμικές χώρες αδυνατούν να ισοσκελίσουν τους λογαριασμούς των διεθνών τους συναλλαγών χωρίς τα αξιόλογα κέρδη τους από τον τουρισμό. »

Douglas Foster (Συγγραφέας «Travel and Tourism Management»)

« Στα περισσότερα μέρη του κόσμου ο προγραμματισμός του τουρισμού είναι πολύ στενά συνδεδεμένος με τον προγραμματισμό της ανάπτυξης. »

G.J.H. Braddon (Συγγραφέας «Approaches to Tourism Planning Abroad»)

« Ο κόσμος δε θα πρέπει να βλέπει τον τουρισμό μόνο σαν μια εμπορική δσοσληψία, αλλά και σαν ένα μέσο με το οποίο οι άνθρωποι μπορούν να γνωρίζουν και να καταλαβαίνουν ο ένας τον άλλον. »

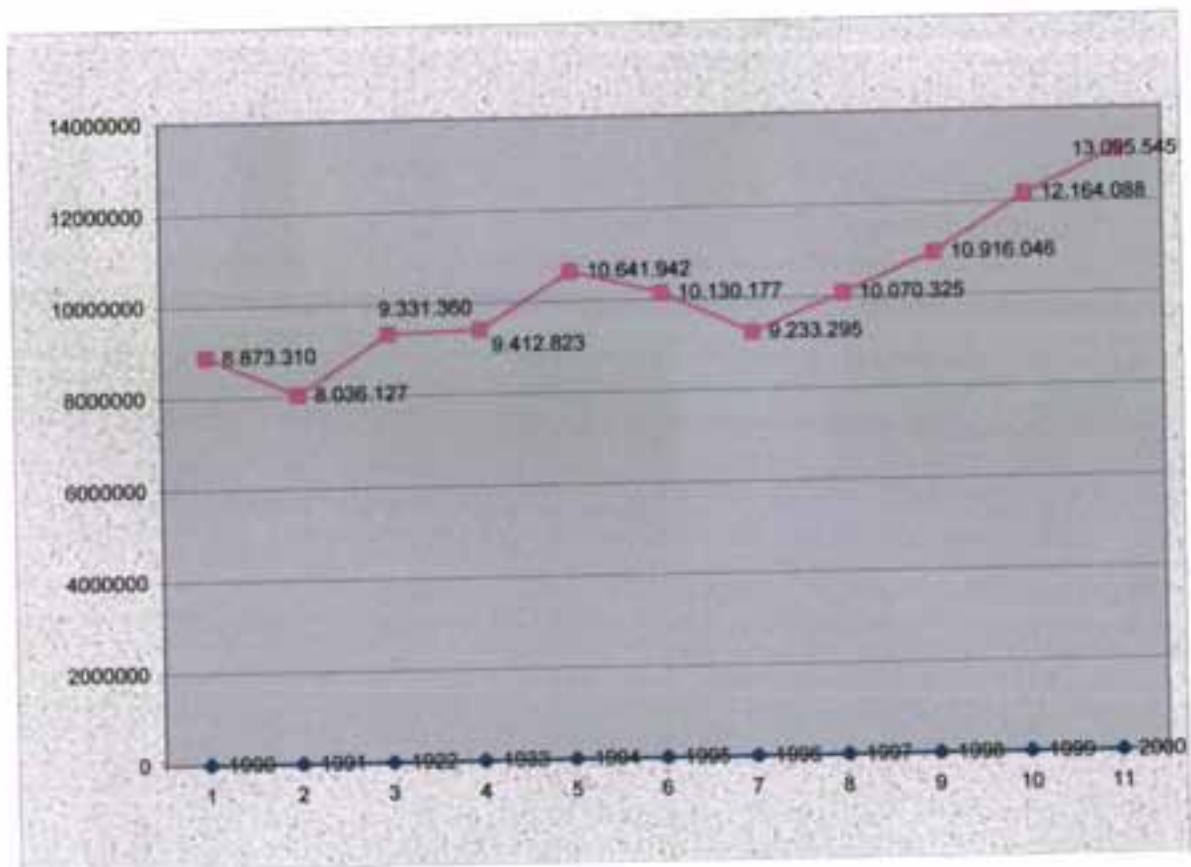
Gustavo Diaz Ordaz (Συνταγματικός Πρόεδρος Ηνωμένων Πολιτειών Μεξικού)



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

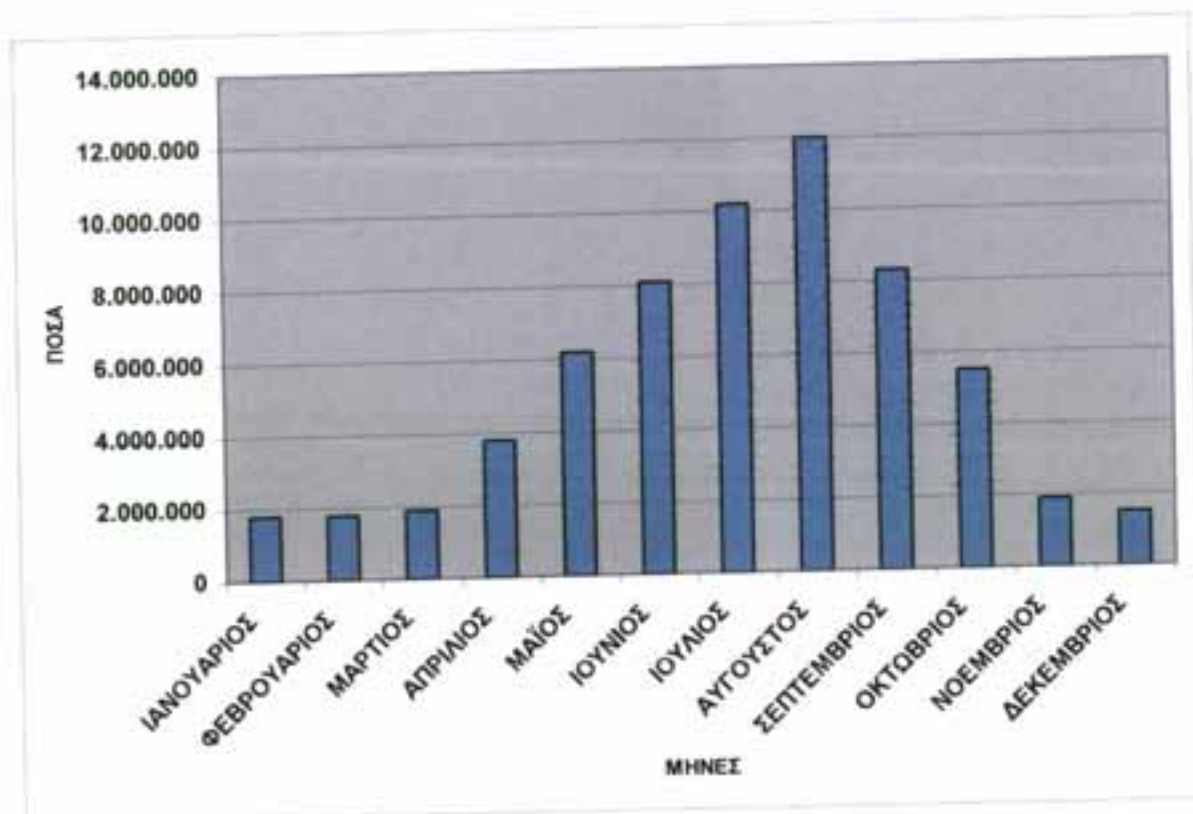
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (1990-2000)



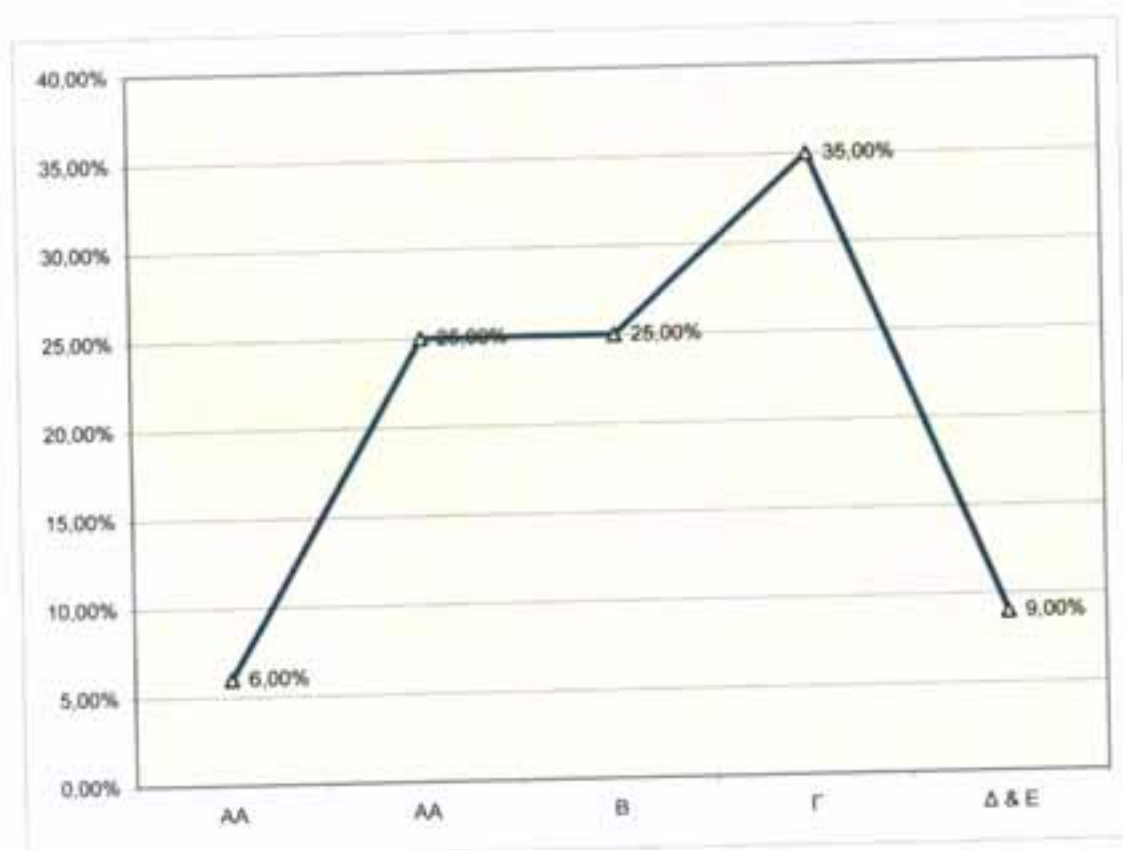
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2

ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2000



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ◆ Γ. Ζαχαράτος
«**Οικονομική του Τουρισμού & Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών**», 1999

- ◆ Γ. Ζαχαράτος
«**Φύση, λειτουργία και προβλήματα πολιτικής του ελληνικού τουρισμού**», 1995

- ◆ Χ. Κοκκώσης – Π. Τσάρτας
«**Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό**», 1999

- ◆ Γ. Ζαχαράτος – Π. Τσάρτας
«**Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης**», 1999

- ◆ Νίκος Γ. Ηγουμενάκης
«**Τουριστική Πολιτική**», Interbooks 1999

www.eot.gr

www.alternativetourism.gr

Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων (Hypersystems)