

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ
2001 – 2004

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: Μ. ΙΓΓΛΕΣΗ ΒΕΝΙΕΡΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΣΚΑΛΤΣΟΓΙΑΝΝΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

ΠΑΤΡΑ 2002

22

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2001 – 2004

2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

- 1. Τα βασικά χαρακτηριστικά του Ελληνικού τουρισμού.*
- 2. Στόχοι τουριστικής πολιτικής*

ΝΕΑ ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- 3. Μέτρα για τις τουριστικές επιχειρήσεις.*

3. Η ΖΗΤΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

- 1. Αφίξεις τουριστών*
- 2. Κατά κεφαλή δαπάνη*
- 3. Προέλευση τουριστικής ζήτησης*
- 4. Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης*
- 5. Οργάνωση της διεθνούς αγοράς*
- 6. Συμβολή του τουρισμού στην οικονομία*
- 7. Εξερχόμενος τουρισμός*

4. Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.

- 1. Τουριστικά καταλύματα*
- 2. Εγκαταστάσεις ειδικής υποδομής*
- 3. Άλλες τουριστικές επιχειρήσεις*
- 4. Διάρθρωση τουριστικών επιχειρήσεων*
- 5. Εμπόδια εισόδου επιχειρήσεων: Καθεστώς «κορεσμού»*

5. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.

Πελατοκεντρικός τουρισμός

1. Οικοτουρισμός
2. Τουριστική ζήτηση υψηλότερου εισοδήματος
3. Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
4. Τουρισμός Σαββατοκόριακου – Αστικός τουρισμός
5. Ολυμπιάδα 2004
6. Προβολή – Διαφήμιση

6. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ.

1. Βελτίωση και έλεγχος υπηρεσιών
2. Δημόσιες τουριστικές υποδομές
3. Ιδιωτικές επενδύσεις
4. Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.
5. Εναλλακτικός τουρισμός
6. Θαλάσσιος τουρισμός
7. Αναδιάρθρωση της τουριστικής προσφοράς
8. Ασφάλιση τουριστικών επιχειρήσεων έναντι εξωγενών

7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ.

Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης (ΣΤΕ) και νέα τουριστικά επαγγέλματα.

1. Νέα εκπαιδευτική πολιτική
2. Θεσμικός εκσυγχρονισμός
3. Υποδομές και στελέχωση
4. Προπτυχιακά τμήματα ΑΕΙ

8. ΝΕΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.

1. Σύσταση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης
2. Περιφερειακές Διευθύνσεις Τουρισμού

3. *Αναδιάρθρωση του ΕΟΤ*

9. ΑΜΕΣΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ.

1. *Κατάταξη Καταλυμάτων*
2. *Αναθεώρηση Κορεσμένων Περιοχών*
3. *Κοινωνικό Πλαίσιο Στήριξης*

10. ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ

1. *Πρόσληψη Αποτιμητή και Χρηματοοικονομικού Συμβούλου*
2. *Διαμόρφωση Νέων Τουριστικών Προϊόντων*

ΠΗΓΕΣ - ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΔΕΛΤΙΩΝ ΤΥΠΟΥ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2001-2004

Στη διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών ο τουρισμός στην Ελλάδα, από μία περιορισμένης εμβέλειας δραστηριότητα που προσέλκυε λίγους και με ειδικά ενδιαφέροντα περιηγητές, μετεξελίχθηκε 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 ομαδικού τουρισμού όσο και των μεμονωμένων, ειδικών ενδιαφερόντων επισκεπτών έχουν αυξηθεί, ενώ ταυτόχρονα έχει αυξηθεί πολύ ο ανταγωνισμός ακόμα και από τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε πολύ μακρινές τοποθεσίες, ακόμη και σε άλλες ηπείρους.

Για να ανταποκριθούμε στις νέες απαιτήσεις και προκλήσεις, είναι επιτακτική ανάγκη να εφαρμόσουμε μία πολιτική η οποία να εκτείνεται σε όλη τη χώρα, να καλύπτει κάθε τουριστική δραστηριότητα. Πρέπει να σέβεται τον πολιτισμό και το περιβάλλον μας για να μπορέσει να ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας με έναν τρόπο, ο οποίος αντέχει και στις αξίες μας και στην αισθητική και στο χρόνο. Η πολιτική αυτή πρέπει να χαρακτηρίζεται από την **πολυμορφία**, την **ποιότητα** και τη **βιωσιμότητα** του τουριστικού προϊόντος.

Με στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού σε μία ανταγωνιστική προοπτική υψηλής ποιότητας, το Υπουργείο Ανάπτυξης σε συνδυασμό με τον ΕΟΤ σχεδίασε τους στόχους της τουριστικής πολιτικής και τα μέτρα που θα εφαρμοστούν κατά το διάστημα 2001-2004 με στόχο:

- Αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος σε όλες τις περιφέρειες.
- Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών
- Εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού στα νέα επαγγέλματα.
- Εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Η Ολυμπιάδα του 2004 θα προσελκύσει όπως είναι φυσικό, ένα τεράστιο αριθμό επισκεπτών οι οποίοι, θα πρέπει να εξυπηρετηθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και να τους παραχθούν οι καλύτερες δυνατές υπηρεσίες.

Η Αθήνα επιλέχθηκε ως η επόμενη διοργανώτρια πόλη των Ολυμπιακών Αγώνων την 5^η Σεπτεμβρίου 1997, στη Λοζάννη της Ελβετίας. Την ίδια ημέρα, υπεγράφη η Σύμβαση Διοργανώτριας Πόλης για τους Ολυμπιακούς της 28^{ης} Ολυμπιάδας του 2004. Όταν η Αθήνα παρέλαβε την Ολυμπιακή Σημαία στην Τελετή Λήξης στο Σίδνευ, ανέλαβε μια πολύπλοκη και δύσκολη ευθύνη. Η διοργάνωση της σημαντικότερης αθλητικής διοργάνωσης στο κόσμο, η οποία πραγματοποιείται κάθε τέσσερα χρόνια, απαιτεί την εκτέλεση μεγάλου αριθμού έργων και ενεργειών που πρέπει να ολοκληρωθούν εντός ενός συγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος.

Κατά το διάστημα 2001-2006, στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ, διατίθενται για τον τουρισμό συνολικοί πόροι 700 δις. δρχ. εκ των οποίων το ήμισυ θα είναι ιδιωτική συμμετοχή. Πρόκειται για μια από τις σημαντικότερες παρεμβάσεις στον ελληνικό τουρισμό η οποία, αν αξιοποιηθεί σωστά, θα ενισχύσει σημαντικά τις προοπτικές του ελληνικού τουρισμού.

2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Όπως προείπαμε, ο τουρισμός για πολλά κράτη, και ιδιαίτερα τα αναπτυσσόμενα, συμβάλλει στην οικονομία του κράτους και αποτελεί μια από τις πιο κερδοφόρες πηγές του. Είναι φυσικό τα χρήματα που δαπανούν οι ξένοι και ντόπιοι επισκέπτες να διοχετεύονται μέσα από τις τουριστικές επιχειρήσεις, στην εθνική αγορά βοηθώντας άλλες οικονομικές δραστηριότητες, οι οποίες είναι αναγκαίες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών.

Παράλληλα ο τουρισμός δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, έστω και αν αυτές έχουν εποχιακό χαρακτήρα. Είναι γνωστό ότι πολλοί ασχολούνται εποχιακά με διάφορα τουριστικά επαγγέλματα.

Επίσης ο τουρισμός δημιουργεί και θέσεις σε περιοχές όπου άλλοι κλάδοι της οικονομίας, όπως π.χ. γεωργία, δεν είναι δυνατόν να δημιουργηθούν. Τα περισσότερα νησιά δεν διαθέτουν καλλιεργήσιμη γη πράγμα που δυσκολεύει τους κατοίκους από την στιγμή που η αλιεία δεν αποτελεί ικανό οικονομικό έσοδο για την συντήρηση όλων αυτών των οικογενειών. Για αυτές τις περιοχές η τουριστική κίνηση μπορεί να αποτελέσει και ένα πρόσθετο εισόδημα στις οικογένειες και παράλληλα να συμβάλλει στα έσοδα για την τοπική αυτοδιοίκηση τα οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει για την καλύτερευση της περιοχής.

Πέρα από τα οικονομικά οφέλη που έχει μια οικονομία από τον τουρισμό, υπάρχουν και κοινωνικά οφέλη, που μπορεί να προσφέρει. Η δημιουργία θέσεων εργασίας σε περιοχές «άγονες» αποτρέπει τους κατοίκους να στραφούν στα μεγάλα αστικά κέντρα (εσωτερική μετανάστευση) για την εύρεση καλύτερης τύχης. Είναι λυπηρό να ερημώνουν περιοχές της χώρας μας, ενώ μπορούν αποτελέσουν πρόσφορο έδαφος για τουριστική ανάπτυξη.

1. ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Θα μπορούσαμε να χωρίσουμε τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού στα εξής βασικά: Παρατηρείται:

1. Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.

Αυξάνεται το μερίδιο των αεροπορικών αφίξεων. Νέες αεροπορικές εταιρίες έχουν δημιουργηθεί προσφέροντας υψηλών προδιαγραφών υπηρεσίες.

Συνέπεια: Κίνητρα δημιουργίας νέων τουριστικών υποδομών για την προσέλκυση και καλύτερη εξυπηρέτηση της αυξανόμενης πελατείας.

2. Κυριαρχία μαζικού τουρισμού μεσαίου και χαμηλού εισοδήματος.

Μείωση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης σε σταθερές τιμές.

Συνέπεια: Αυξανόμενη εξάρτηση από τον μαζικό τουρισμό. Για να μπορέσουμε να έχουμε οικονομικά οφέλη πρέπει να αυξήσουμε τον αριθμό των επισκεπτών, από την στιγμή που έχει μειωθεί το κατά κεφαλήν έξοδο δαπάνης του επισκέπτη.

3. Αύξηση του μεριδίου επισκεπτών από Ευρώπη.

Σημαντική μείωση του μεριδίου αμερικανών τουριστών. Αύξηση τουριστών από Ανατολική Ευρώπη.

Συνέπεια: Απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος. Είναι γνωστό ότι οι Αμερικάνοι τουρίστες έχουν οικονομική ευμάρεια και δαπανούν μεγάλο ποσό για τις διακοπές τους. Με την μείωση προσέλευσής τους στην χώρα μας μειώνεται ένα μεγάλο έσοδο για την οικονομία. Η αρνητική εικόνα που δημιουργήθηκε για την χώρα μας από τα μέσα επικοινωνίας της Αμερικής δείχνοντας την χώρα των ΗΠΑ ως ανεπιθύμητη για την χώρα μας συντέλεσε δραστική στην ανωτέρω μείωση.

4. Αυξανόμενη συμμετοχή εσωτερικού τουρισμού.

Συνέπεια: Δυνατότητα χρονικής κατανομής της ζήτησης. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση των Ελλήνων τουριστών. Όλο και πιο πολύ επισκεπτόμαστε την χώρα μας και μάλιστα και σε περιόδους που χαρακτηρίζονται ως *off season*. Αυτό μπορεί να αποτελέσει πηγή εκμετάλλευσης για να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος και πέρα των μηνών Απριλίου – Οκτωβρίου.

5. Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου.

Συνέπεια: Θερινή επιβάρυνση υποδομών, υπολειτουργία εκτός σεζόν. Ακόμα και την υψηλή περίοδο παρατηρείται ότι οι μήνες που πραγματικά είναι σε πλήρη λειτουργία είναι οι καθαρά καλοκαιρινοί. Σε αυτούς τους μήνες λόγω της πληρότητας που υπάρχει, μπορεί η παροχή υπηρεσιών να μην είναι αυτή που θα μπορούσε να παραχθεί από την εκάστοτε τουριστική επιχείρηση. Σε αντίθεση φυσικά, με την χαμηλή περίοδο όπου οι υπηρεσίες που μπορούν να προσφερθούν είναι υψηλές αφού δεν είναι η ζήτηση αρκετή.

6. Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: "Ήλιος -Θάλασσα".

Συνέπεια: Εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες. Είναι γνωστό ότι η Ελλάδα έχει πολύ καλές παραλίες και ο ήλιος μας προσελκύει ένα μεγάλο αριθμό τουριστών που θέλουν απλώς να περάσουν ζέγνοιαστες διακοπές, δίπλα στην θάλασσα κάνοντας μπάνιο και χαλαρώνοντας. Αυτό όμως το ζέγνοιαστο μπορούν να το προσφέρουν εξίσου και η Ιταλία και η Ισπανία, οι γείτονες μεσογειακές χώρες. Για να μπορέσουμε να επιβιώσουμε μέσα σε αυτόν τον ανταγωνισμό πρέπει να μπορέσουμε να προσφέρουμε κάτι το επιπλέον, κάτι το παραπάνω που θα τραβήξει τους επισκέπτες για να επισκεφτούν την χώρα μας.

Υπάρχει φυσικά και η αντίθετη άποψη η οποία υποστηρίζει ότι θα πρέπει να συνεχίσουμε να στηρίζουμε την διαφήμιση μας και το τουριστικό μας προϊόν σε αυτό το σλόγκαν «Ήλιος – Θάλασσα». Υποστηρίζουν ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν

εμπεριέχει στοιχεία, τα οποία ως φυσικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά, δεν θα χάσουν ποτέ την μοναδικότητα τους. Πάντοτε θα αποτελούν πόλο έλξης. Της Ελλάδας το συγκριτικό πλεονέκτημα σ' αυτά τα στοιχεία βρίσκεται και η αξιοποίηση αυτών των στοιχείων θα προσελκύσει και αυξήσει την τουριστική ζήτηση.

7. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα(φυσικό περιβάλλον, πολιτισμική κληρονομιά).

Συνέπεια: Υπάρχει σημαντικό περιθώριο ποιοτικής βελτίωσης με τη δόμηση νέων ανθρωπογενών πλεονεκτημάτων. Μπορούμε να εκμεταλλευτούμε τις υπέροχες παραλίες και τα γραφικά μας νησιά καθώς επίσης και τις επιβλητικές μας οροσειρές, όπου μπορείς να χαθείς κοιτάζοντας τις ατέλειωτες πεδιάδες.

8. Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής.

Συνέπεια: Άνιση ανάπτυξη της περιφέρειας. Είναι αλήθεια ότι η τουριστική ανάπτυξη της χώρας συντελέσθηκε ασύμμετρα.

9. Ξενοδοχειακές μονάδες/ καταλύματα:

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

Συνέπεια: Αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς *tour-operators*. Έχοντας μικρές ξενοδοχειακές μονάδες δεν είμαστε σε θέση να ικανοποιήσουμε τα *standards* των μεγάλων *tour operators* του εξωτερικού οι οποίοι απαιτούν υψηλές υπηρεσίες και μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες για τους πελάτες τους.

10. Διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές(κορεσμός).

Συνέπεια: Έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης, παράνομη τουριστική λειτουργία καταλυμάτων. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου έχει παρατηρηθεί να λειτουργούν καταλύματα χωρίς άδεια από το ΕΟΤ. Αυτά τα καταλύματα παρέχουν υποτυπώδες υπηρε-

Συνέπεια: Έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης, παράνομη τουριστική λειτουργία καταλυμάτων. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου έχει παρατηρηθεί να λειτουργούν καταλύματα χωρίς άδεια από το ΕΟΤ. Αυτά τα καταλύματα παρέχουν υποτυπώδες υπηρεσίες δημιουργώντας έτσι άσχημη εντύπωση στους διαμένοντες και επιπλέον λειτουργώντας παράνομα δεν επιπίπτει σε φορολογία που υπόκεινται όλα τα άλλα ξενοδοχειακά καταλύματα.

11. Μικρό μέγεθος των μη-ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων.

Συνέπεια: Πληθώρα φορέων, προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα. Όταν υπάρχουν μικρές επιχειρήσεις είναι δύσκολο να προσαρμοστούν στα νέα τεχνολογικά δεδομένα και να εισάγουν στις επιχειρήσεις τους τα νέα συστήματα που θα μπορέσουν να τους διευκολύνουν.

2. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Από την τουριστική "**μονοκαλλιέργεια**"
στην **πολυμορφία**, την **ποιότητα** και τη **βιωσιμότητα**
του τουριστικού προϊόντος.

1. Αξιοποίηση περιουσίας (Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.):

- Πρόσληψη αποτιμητή και χρηματοοικονομικού συμβούλου.
- Διαμόρφωση νέων τουριστικών προϊόντων. Άμεση προκήρυξη έργων.
- Α.Ε. για το καζίνο Πάρνηθας- Κέρκυρας.
- Εισαγωγή στο Χ.Α.Α.

2. Ολοκληρωμένες τουριστικές εγκαταστάσεις:

- Συνεκμετάλλευση Ε.Τ.Α.- ιδιωτικών κεφαλαίων.
- Π.Ο.Τ.Α.

3. Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου:

Η τουριστική μας περίοδο είναι από Απρίλιο – Οκτώβριο και κατά την διάρκεια των εορταστικών γιορτών Χριστούγεννα – Πρωτοχρονιά. Οι υπόλοιποι μήνες είναι «νεκροί», και δεν προσφέρονται για διακοπές και τουριστική εκμετάλλευση. Σε αυτούς τους μήνες, για να αποδώσουν μπορούν να προβληθούν ευνοϊκά πακέτα off-season: Μάρτιος και Νοέμβριος.

Εκτός από τις χαμηλές τιμές και τα δελεαστικά πακέτα για τους μη παραγωγικούς, μπορούν και άλλες δραστηριότητες να προσελκύσουν την κίνηση, όπως πολιτιστικές εκδηλώσεις και η διοργάνωση φεστιβάλ.

4. Ολυμπιακός τουρισμός:

- Φιλοξενία 2004.
- Βελτίωση τουριστικών υποδομών Αττικής (Παραλία, Θεματικά Πάρκα, συνεδριακοί χώροι κ.λ.π.).

5. Οικοτουρισμός:

- Τουρισμός με τοπική ανάπτυξη και προστασία περιβάλλοντος.
- Ευκαιρία ανάδειξης εγκαταλειμμένων χωριών και περιοχών.
- Δημιουργία τοπικών επιχειρήσεων. Νέα επαγγέλματα.
- Ειδικές δράσεις Γ' Κ.Π.Σ.. Συνεργασία με δήμους.

6. Διεθνείς δραστηριότητες:

- Συνέδριο Οικοτουρισμού το φθινόπωρο του 2001.
- Διεκδίκηση Συνέλευσης Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού 2003.

7. Τουριστική Εκπαίδευση:

- Εκσυγχρονισμός σχολών. Αναβάθμιση και διαπίστευση ειδικοτήτων.
- Ένταξη νέων ειδικοτήσεων, ιδιαίτερα στον οικοτουρισμό.
- Συντονισμός με Τ.Ε.Ι. και Α.Ε.Ι.

8. Αντιμετώπιση διυπουργικών εκκρεμοτήτων:

- Επιτροπή Οικονομικής και Κοινωνικής Πολιτικής.
- Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού.

9. Νέα θεσμική διάρθρωση στον τομέα Τουρισμού:

- Γ.Γ. Τουρισμού.
- Περιφερειακή διάρθρωση Διευθύνσεων Τουρισμού.
- Επιτελικός Ε.Ο.Τ.
- Αναμόρφωση Γραφείων Εξωτερικού.

Η ΝΕΑ ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΟΤ	ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ	ΚΑΖΙΝΟ ΠΑΡΗΓΩΑΣ ΚΑΙ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΛΙΜΕΝΕΣ
ΣΧΟΛΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ		ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΖΙΝΟ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ		ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΖΙΝΟ
ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

3. ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

1. Αναβάθμιση καταλυμάτων (σύστημα Αστέρων+ κλειδιών):

Επιβάλλεται η αλλαγή και η αναπροσαρμογή του συστήματος κατηγορίας των καταλυμάτων σε αστέρια, η οποία είναι πλέον η μόνη κλίμακα διαχωρισμού και κατάταξης των καταλυμάτων.

2. Αντιμετώπιση πολεοδομικά αυθαιρέτων τουριστικών επιχειρήσεων:

Στην χώρα μας παρατηρείται να υπάρχουν παράνομων χουν πολλές τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν αυθαίρετα και χωρίς τις απαιτούμενες άδειες από τον Ε.Ο.Τ. και τα αντίστοιχα υπουργεία. Με συχνούς ελέγχους μπορούμε να εντοπίσουμε αυτές τις επιχειρήσεις και για να αποτρέψουμε την δημιουργία και νέων παράνομων τουριστικών επιχειρήσεων, με την καθιέρωση αντικινήτρων και προστίμων στους παραβάτες.

3. Αύξηση μεγέθους επιχειρήσεων:

Με το να υπάρχουν πολλές μικρές επιχειρήσεις, που προσφέρουν χαμηλής ποιότητας και στοιχειώδης υπηρεσίες δεν εξυπηρετούν ούτε τους ιδιοκτήτες, ούτε τους φιλοξενούμενους. Η συγχώνευση και η συγκέντρωση ξενοδοχειακών και εν γένει τουριστικών επιχειρήσεων είναι επιτακτική ανάγκη για να μπορέσουν να επιβιώσουν και να προσφέρουν καλύτερες υπηρεσίες και προϊόντα.

4. Ένταξη των τουριστικών επιχειρήσεων στις νέες τεχνολογίες:

Οι νέες τεχνολογίες και δεδομένα όπως το διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό εμπόριο, έχουν μπει για τα καλά στην ζωή μας, και αποτελούν το καινούριο τρόπο επικοινωνίας και ζωής. Το ηλεκτρονικό shopping, αλλά και η διοργάνωση και πληρωμή ενός ταξιδιού γίνεται μέσω του υπολογιστή και των e-mails. Πρέπει οι επιχειρήσεις να επανδρωθούν και να εξοπλιστούν καταλλήλως για να μπορέσουν να

ανταποκριθούν στην νέα αυτή τάξη πραγμάτων. Ακόμα και το marketing αλλάζει και ο τρόπος προώθησης των προϊόντων προσαρμόζεται και δείχνει αυτή την αλλαγή. Η νέες τεχνολογίες μπορούν να αξιοποιηθούν και να για την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς τουριστικού προϊόντος.

5. Ταμείο Αντασφάλισης Τουριστικών Επιχειρήσεων:

Πάγιο αίτημα των τουριστικών φορέων, είναι η αντιμετώπιση του φαινομένου για την αποζημίωση των επιχειρήσεων σε δυσμενής συνθήκες όπως η πτώση της τουριστικής κίνησης λόγω πολέμου ή φυσικών καταστροφών.

6. Νέα τουριστικά επαγγέλματα και επιχειρήσεις.

Νέα επαγγέλματα και απαιτήσεις θα δημιουργηθούν με την ανάπτυξη των νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

7. Χρηματοδότηση επενδύσεων από το Γ' ΚΠΣ:

- Τομεακό Πρόγραμμα Υπουργείου Ανάπτυξης.
- Κοινωνία της Πληροφορίας.
- Τομεακά Προγράμματα Ενέργειας και Έρευνας.
- Περιφερειακά Προγράμματα.

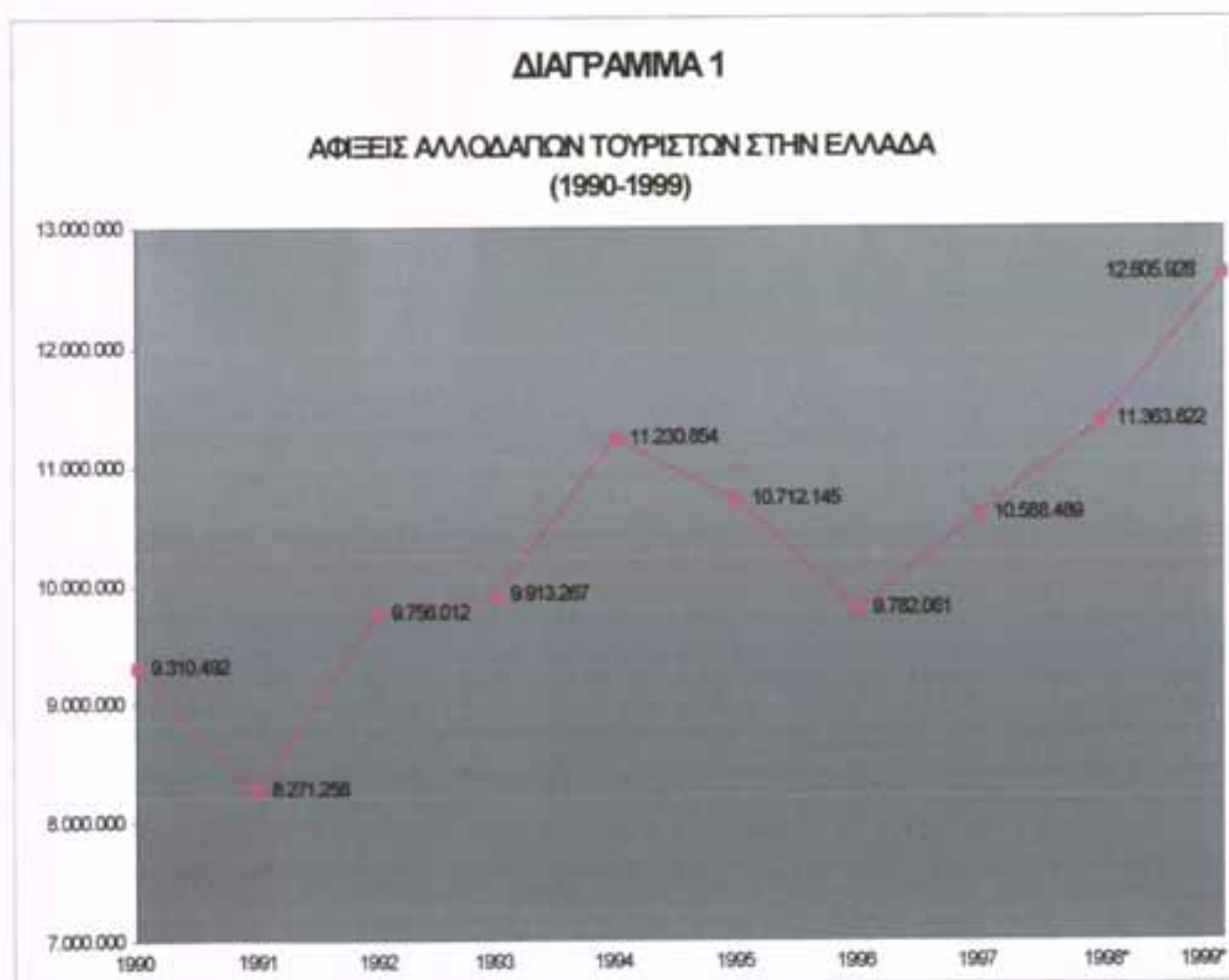
8. Επέκταση περιόδου:

- Επιδότηση ανά άφιξη τους μήνες Μάρτιο και Νοέμβριο.

3. Η ΖΗΤΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

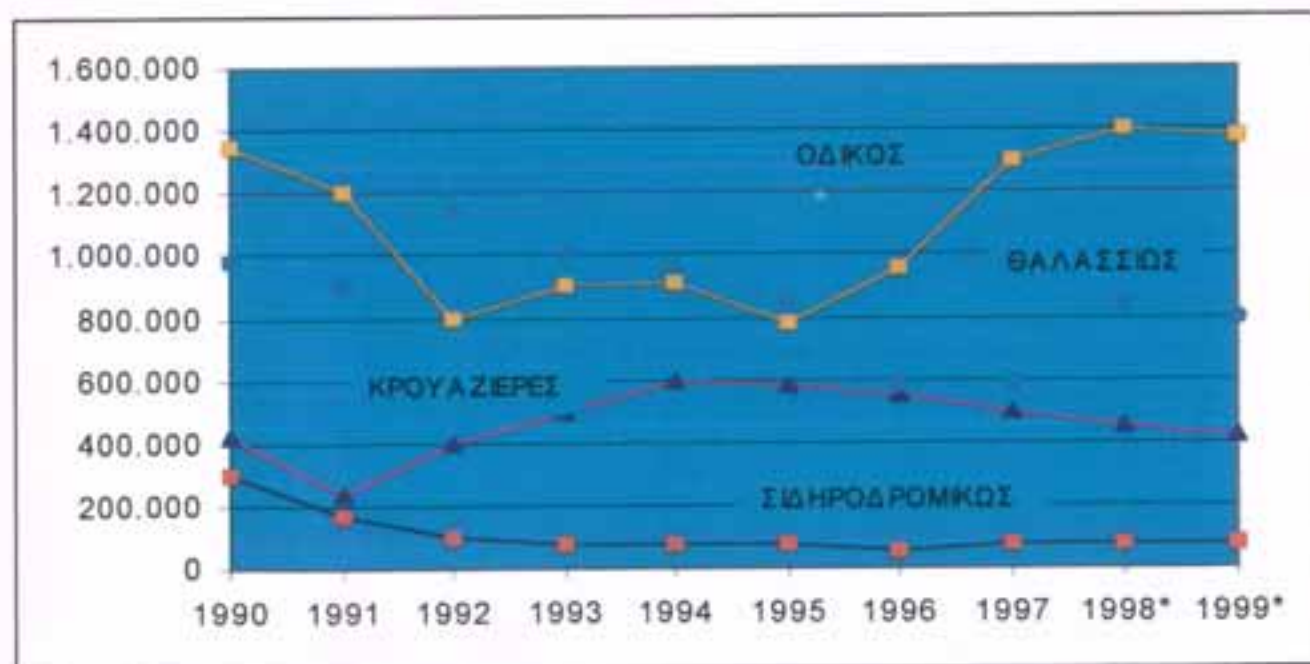
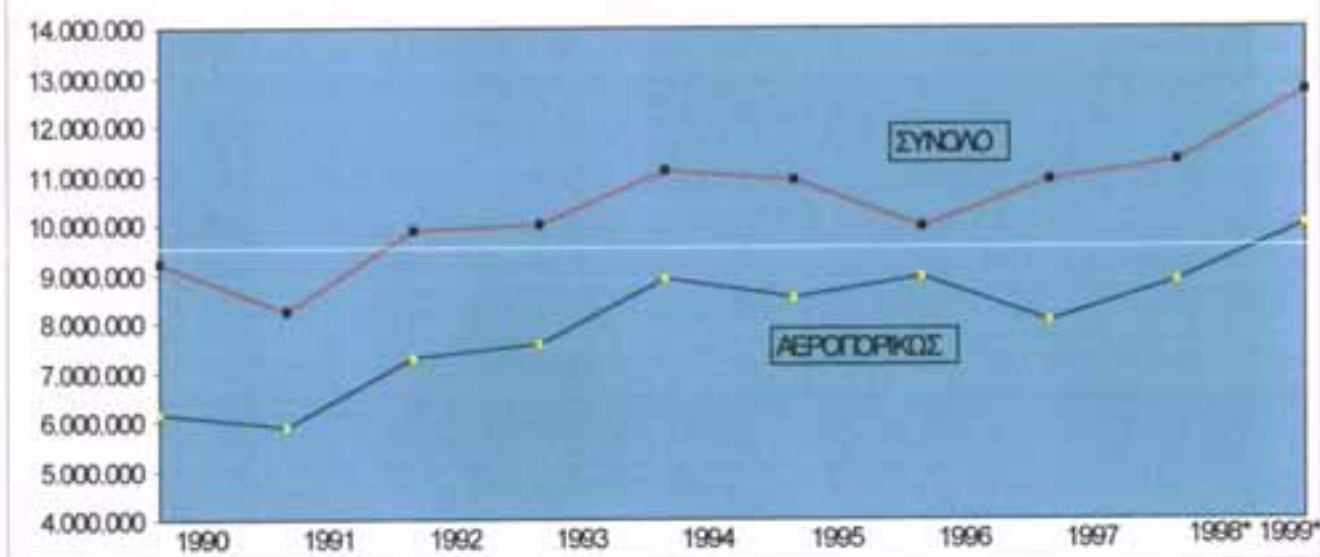
1. Αφίξεις τουριστών (Διάγραμμα 1 και 2):

Το 1999 οι αφίξεις επισκεπτών στα σύνορα ήταν 12,6 εκατ. άτομα και σημείωσαν αύξηση 11% έναντι εκείνων του 1998, παρά την κρίση στο Κοσσυφοπέδιο και το σεισμό του Σεπτεμβρίου 1999. Κατά την 10ετία του 1990 οι αφίξεις τουριστών εμφάνισαν συνολική αύξηση 35%, ενώ την 10ετία του 1980 είχαν συνολική αύξηση 67%.



Το 1999 ποσοστό 82% του συνόλου έφτασε στη χώρα με αεροπλάνο έναντι 69% του 1981. Η συμμετοχή του αεροπλάνου αυξάνεται σταθερά λόγω και της απελευθέρωσης των αεροπορικών συγκοινωνιών και της μείωσης των ναύλων, ενώ μειώνεται αντίστοιχα η συμμετοχή των άλλων μέσων μεταφοράς. Η δραματική μείωση των σιδηροδρομικών και οδικών αφίξεων οφείλεται στην παρατεταμένη κρίση στη Γιουγκοσλαβία.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2
ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ



Οι διερχόμενες κρουαζιέρες, εμφανίζουν τα τελευταία δύο χρόνια μείωση κατά 20% έναντι του 1996. Η φθίνουσα αυτή τάση οφείλεται κυρίως στην μείωση από την αμερικάνικη αγορά η οποία ήταν και η κύρια.

2. Κατά κεφαλή δαπάνη

Τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα, έχουν σημειώσει θεαματική άνοδο τα τελευταία 30 χρόνια. Σε τρέχουσες τιμές η κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη έχει τριπλασιαστεί. Εξάλλου σκοπός της τουριστικής πολιτικής είναι να εξασφαλίσει τις καλύτερες τουριστικές υπηρεσίες και τα καλύτερα τουριστικά αγαθά με σκοπό τη μεγιστοποίηση της κατά κεφαλήν κατανάλωσης και κατ' επέκταση της ωφελιμότητας από αυτή.

Η μέση δαπάνη κατά κεφαλήν αφικνούμενου αλλοδαπού τουρίστα, σε τρέχουσες τιμές, κυμαινόταν γύρω στα 300 δολ. Η.Π.Α. στη διάρκεια της δεκαετίας του '80, άρχισε να αυξάνεται όμως σημαντικά προς το τέλος της δεκαετίας του '90.

Ωστόσο, όταν λάβουμε υπ' όψιν μας πραγματικές τιμές, τότε βλέπουμε ότι τα πραγματικά κατά κεφαλήν έσοδα έχουν σημειώσει μείωση 30%. Αυτή οφείλεται, ασφαλώς, στην μεγάλη διεθνή ανατίμηση του αμερικανικού δολαρίου εκείνη την εποχή. Ωστόσο, σε σημαντικό βαθμό εξηγείται και από την σταδιακή αποχώρηση των Αμερικανών από την ελληνική αγορά μετά το 1980, οι οποίοι γενικά ταξιδεύουν πιο ανεξάρτητα και ξοδεύουν σημαντικά ποσά κατά τις διακοπές τους.

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. Αυτό φαίνεται πολύ παραστατικά, από τη σύγκριση με την Ιταλία.

Παρόλο που και η γειτονική μας χώρα έχει επενδύσει στο προϊόν του μαζικού τουρισμού, ωστόσο έχει καταφέρει να δώσει έναν ιδιαίτερο ποιοτικό χαρακτήρα στις παρεχόμενες υπηρεσίες της με αποτέλεσμα και τη σημαντική αύξηση της κατά κεφαλήν δαπάνης σε πραγματικούς όρους. (Πίνακας 1).

Πίνακας 1: Σύγκριση Κατά Κεφαλή Δαπάνης από εξωτερικό τουρισμό Ελλάδας/ Ιταλίας (Δαπάνη στην Ελλάδα ως % της δαπάνης στην Ιταλία)

ΧΡΟΝΙΑ	1970	1975	1980	1985	1990	1995	1998
ΠΟΣΟΣΤΑ	135%	116%	89%	66%	51%	44%	55%

Προτιμήθηκε η σύγκριση της δαπάνης αντί των απόλυτων μεγεθών, επειδή μετά το 1995 άλλαξε διεθνώς το σύστημα μέτρησης.

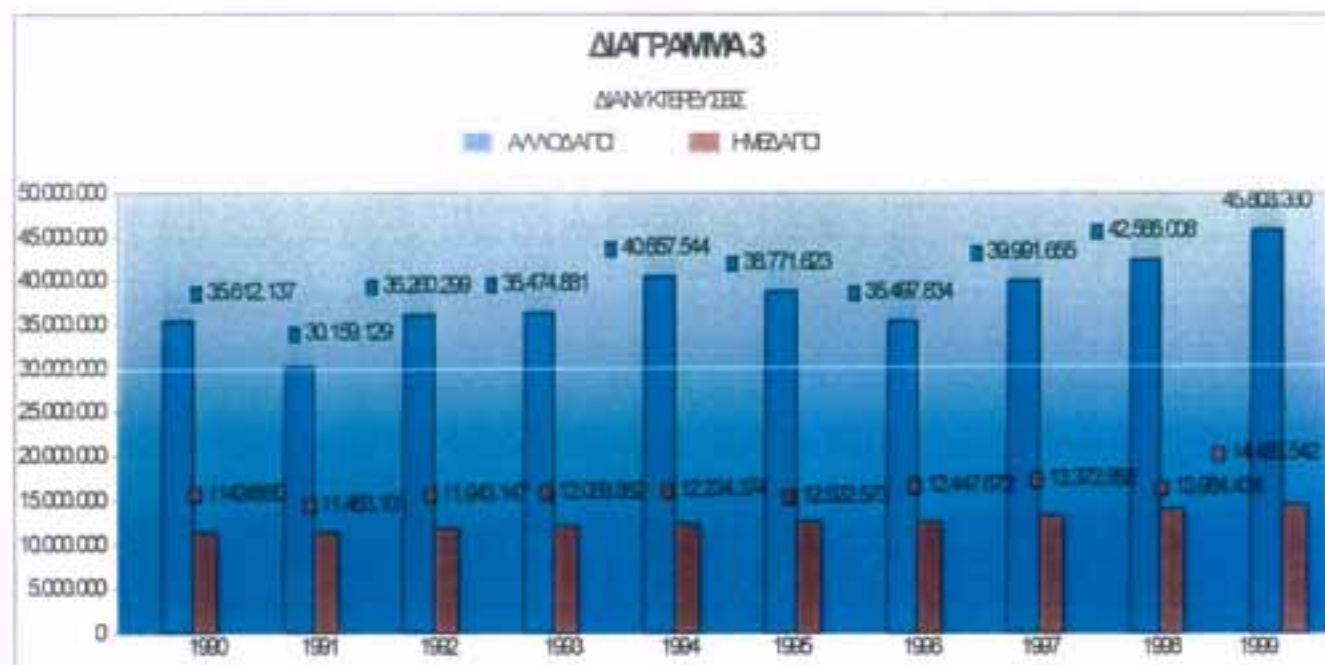
3. Προέλευση τουριστικής ζήτησης (Διάγραμμα 3)

Ποσοστό 72% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στα σύνορα πραγματοποιήθηκαν από πολίτες της Ε.Ε., 21% από άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ενώ μόλις 2,5% πραγματοποιήθηκαν από την Αμερικανική 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 του 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 της κίνησης από το εξωτερικό.



4. Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης

- *Τουριστική μονοκαλλιέργεια:*

Η ζήτηση για τη χώρα μας και τους επί μέρους προορισμούς της αφορά σε συντριπτικό βαθμό την κυρίαρχη μορφή οργανωμένης ζήτησης για "Ήλιο και Θάλασσα". Οι ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν αγορές, που διακινούν μικρά μεν πλην όμως ενδιαφέροντα από τη σκοπιά της οικονομικής απόδοσης, μεγέθη.

- *Μέση διάρκεια παραμονής:*

Η διάρκεια παραμονής των ξένων τουριστών στην χώρα μας ποικίλλει ανάλογα

με τον σκοπό του ταξιδιού αλλά και την περιοχή του προορισμού τους. Η μέση διάρκεια των διακοπών αλλοδαπών στα ελληνικά θέρετρα είναι 15 ημέρες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής τους σε ξενοδοχειακά καταλύματα είναι 6 ημέρες.

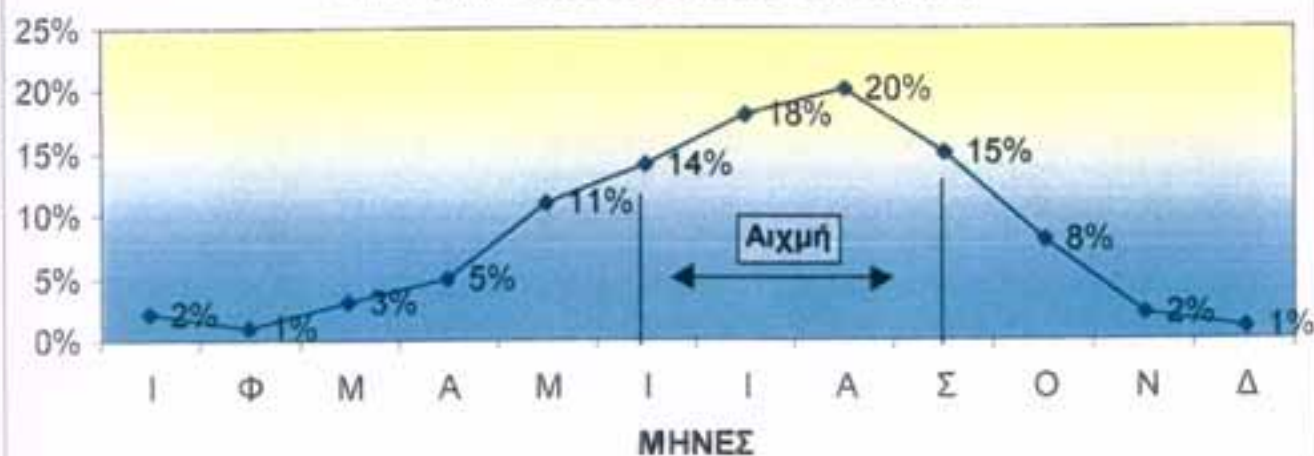
• *Εποχικότητα ζήτησης (Διάγραμμα 4) :*

Υψηλή τουριστική ζήτηση από ξένους επισκέπτες, συγκεντρώνουν προορισμοί στους οποίους κυριαρχεί η μορφή του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού. Η τουριστική αύξηση που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια οξύνει ακόμα περισσότερο τα προβλήματα ανταπόκρισης στις απαιτήσεις των επισκεπτών με τις υπάρχουσες υποδομές.

Η ζήτηση της παραδοσιακής 7μηνης τουριστικής περιόδου (Απρίλιος- Οκτώβριος) παρουσιάζει μία αυξανόμενη εποχικότητα. Με βάση τις συνολικές αφίξεις, το ποσοστό του επταμήνου ήταν 88% το 1981 και 90% το 1999. Η ίδια αύξηση παρατηρείται και για το τετράμηνο, που αποτελεί την αιχμή της τουριστικής περιόδου(Ιούνιος- Σεπτέμβριος), το οποίο ήταν 62% το 1981 και ανήλθε στο 65% το 1999.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4

Κατανομή διανυκτερεύσεων κατά μήνα



5. Οργάνωση της διεθνούς αγοράς :

Η συμπεριφορά της διεθνούς αγοράς προς τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς χαρακτηρίζεται από μια έντονη συγκέντρωση και καθετοποίησης των ξένων ταξιδιωτικών επιχειρήσεων. Το φαινόμενο που παρατηρείται στην τουριστική αγορά είναι οι συγχωνεύσεις μεγάλων τουριστικών ομίλων, οι αλληπάλληλες και εξελισσόμενες εξαγορές και συμμαχίες μεταξύ πιστωτικών συγκροτημάτων, αερομεταφορέων και τουριστικών επιχειρήσεων μαζικών πωλήσεων-πακέτων (tour operators) έχει αλλάξει ριζικά την όλη ροή της αγοράς. Εκτός από τον διεθνή ανταγωνισμό από άλλους τουριστικούς προορισμούς, ο ελληνικός τουρισμός έχει πλέον να αντιμετωπίσει και καταστάσεις, που κατευθύνουν τις μαζικές τουριστικές ροές. Βεβαίως υπάρχει και η τάση ενός μικρού, αλλά διευρυνόμενου τμήματος της διεθνούς αγοράς, που επιδιώκει την ανεξάρτητη μεταφορά σε επιλεγμένους προορισμούς με αποφυγή του μαζικού τουρισμού και που αναζητούν εναλλακτικές δυνατότητες και ξεχωριστές εμπειρίες.

Η διεθνής τουριστική αγορά χαρακτηρίζεται από τη ραγδαία εξάπλωση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής. Η προβολή, η ενημέρωση και χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, με τα συστήματα αυτόματων κρατήσεων και πωλήσεων των ενδιαφερόμενων. Η ένταξη των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων στην «Κοινωνία της Πληροφορίας» αποτελεί ανάγκη και για την καλύτερη προώθηση των υπηρεσιών και του ευρύτερου ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον διεθνή ανταγωνισμό.

6. Συμβολή του τουρισμού στην οικονομία :

Η συμμετοχή του τουρισμού στα βασικά μεγέθη της οικονομίας, είναι διαπιστωμένη. Το 1999, η Τράπεζα της Ελλάδος κατέγραψε εισπράξεις που φτάνουν τα 8.784 εκ. δολαρίων ΗΠΑ από τουριστικές επιχειρήσεις, με βάση τις

οποίες η Ελλάδα καταλαμβάνει την 10η θέση στη σχετική κατάταξη του Π.Ο.Τ. Οι τουριστικές υπηρεσίες καλύπτουν σήμερα το **50%** του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, σε σχέση το 1981 που κάλυπτε το 28%. Επίσης η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ σήμερα είναι 7% ενώ το 1981 ήταν μόνο το 4%.

Πρέπει να αναφερθεί επίσης η συμμετοχή του τουρισμού στα Δημόσια Έσοδα, η συμμετοχή του στα έσοδα των ΟΤΑ (αφού μόνο 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 12% του συνόλου των απασχολούμενων. Πάντως η καταμέτρηση του προϊόντος και της απασχόλησης στον τουρισμό σε διάφορες χώρες δεν είναι ακόμα μεθοδολογικά αξιόπιστες και μεταξύ τους συγκρίσιμες. Για το λόγο αυτό προωθείται η καθιέρωση ενός συνδεδεμένου συστήματος καταγραφής των οικονομικών δραστηριοτήτων του τουρισμού με τη μορφή του **Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού (Tourism Satellite Account)**.

7. Εξεργόμενος Τουρισμός :

Οι δαπάνες του εξεργόμενου τουρισμού καλύπτουν ήδη το 25% των επίσημων εισπράξεων από τον εισερχόμενο τουρισμό. Το 1999 οι εξερχόμενες δαπάνες ανήλθαν σε 2,3 δις. δολ. ΗΠΑ, έναντι 1,6 δις. δολ το 1991 σημειώνοντας αύξηση κατά 44%.

Οι ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί αρχίζουν να δέχονται την πίεση από την αύξηση που παρουσιάζουν οι προορισμοί του εξωτερικού. Επίσης σημαντικό είναι το ενδιαφέρον και η διεϊσδυση ξένων τουριστικών επιχειρήσεων σε ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, που φυσικά 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 διακοπών στο ε-

σωτερικό). Σημαντικός είναι και ο αριθμός **συνταξιούχων** που κάνει διακοπές(16% του συνόλου).

1. Τουριστικά Καταλύματα (Διάγραμμα 5):

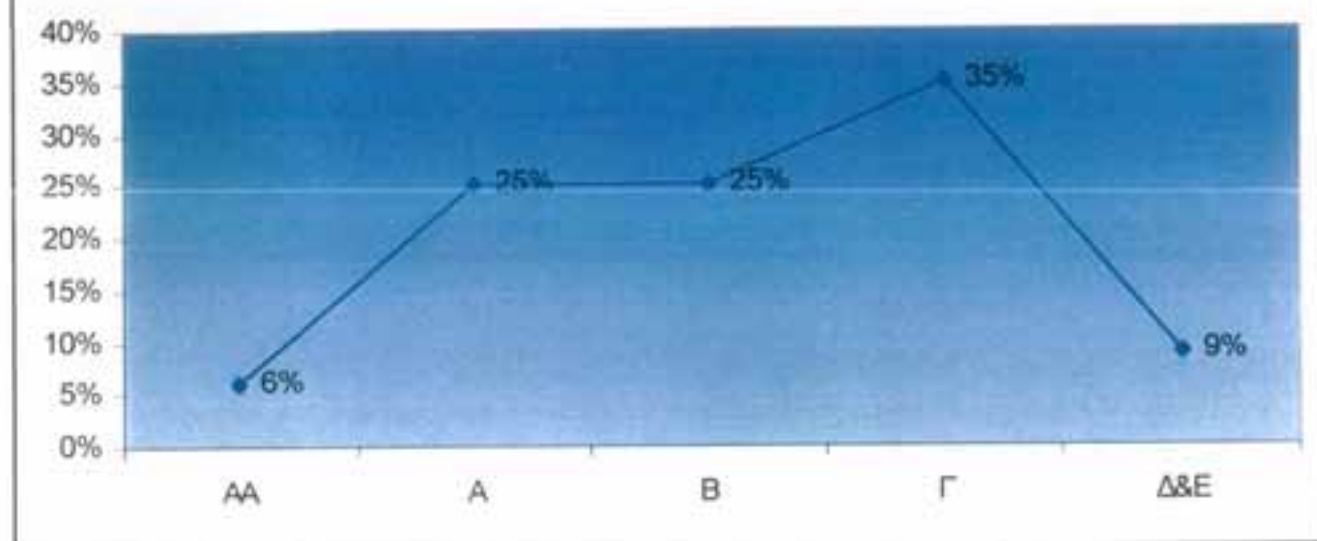
Στη χώρα λειτουργούν νόμιμα 8.025 ξενοδοχειακές μονάδες με 311.840 δωμάτια και 591.652 κλίνες.

Η κατανομή των υφισταμένων μονάδων σε τάξεις, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα, είναι "ανάποδη" από την κατανομή μίας ποιοτικής αγοράς. Έχει μόλις το 6% σε μονάδες πολυτελείας (ΑΑ) και το 44% στις χαμηλές κατηγορίες (ΙΓ, Δ, Ε). Η αγορά χαρακτηρίζεται επίσης από το πολύ μικρό μέγεθος, αφού το ήμισυ σχεδόν των μονάδων έχει κάτω από 100 κλίνες. Η πληρότητα των ξενοδοχείων κυμαίνεται στο 55-60% της δυναμικότητας.

Υπάρχουν επίσης άλλες 414.916 κλίνες σε 27.435 μονάδες ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων καθώς και 30.354 θέσεις κατασκήνωσης σε 329 κάμπινγκ που μπορούν να φιλοξενήσουν περίπου 90.000 άτομα. Μαζί με τις ξενοδοχειακές κλίνες, το σύνολο των νομίμων τουριστικών καταλυμάτων κάθε κατηγορίας έχει δυναμικότητα ταυτόχρονης φιλοξενίας 1.100.000 ατόμων.



ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ



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 νόμο, άλλα 12 έχουν λάβει έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων ΕΟΤ και τέλος άλλα 9 διαθέτουν έγκριση σκοπιμότητας υπαγωγής στον αναπτυξιακό νόμο.
- 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 ένα των 9), ενώ άλλο ένα γήπεδο γκολφ έχει υπαχθεί στον αναπτυξιακό νόμο.
- 2 Κέντρα Θαλασσοθεραπείας με σήμα ΕΟΤ, άλλο ένα είναι υπό κατασκευήν και άλλα 5 έχουν έγκριση σκοπιμότητας ΕΟΤ.
- Ένα σύγχρονο ιδιωτικό υδροθεραπευτήριο και άλλο ένα έχει έγκριση σκοπιμότητας ΕΟΤ.
- Κατασκευάζονται 4 ιδιωτικές μαρίνες και ξενοδοχειακοί λιμένες.

3. Άλλες τουριστικές επιχειρήσεις

Εκτός από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις υπάρχουν, επίσης άλλες κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες είναι οι εξής:

4.500 τουριστικά γραφεία

738 Τουριστικές Επιχειρήσεις Οδικών Μεταφορών

1.455 Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων ΙΧ χωρίς οδηγό

200 ναυλομεσιτικά γραφεία

2000 περίπου διπλωματούχοι ξεναγοί ως ατομικοί επαγγελματίες.

4. Διάρθρωση τουριστικών επιχειρήσεων(Διάγραμμα 6)

- ***Γεωγραφική κατανομή:***

Με βάση τη γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχείων, γύρω από τα οποία συγκεντρώνονται συνήθως οι λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις, διαπιστώνεται μια έντονη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε λίγες περιοχές της χώρας. Πέντε 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 σε κλίνες παρατηρούνται στην Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου (24% του συνόλου), την Κρήτη (19%), τα Ιόνια Νησιά (11%), την Αττική (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 που παρουσιάζονται, όπως είναι η χαμηλή στάθμη προσφερομένων υπηρεσιών, αδυναμία παρακολούθησης των εξελίξεων των αγορών και των απαιτήσεων της ζήτησης, καθώς και των τάσεων της προσφοράς σε ανταγωνιστικούς προορισμούς κλπ.

- Όλες οι μονάδες ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων είναι Πολύ

Μικρές Επιχειρήσεις (Π.Μ.Ε.) με έως 12-20 δωμάτια. Άνω του 98% των λοιπών μορφών τουριστικών επιχειρήσεων (τουριστικά γραφεία, ναυλομεσιτικά γραφεία, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων Ι.Χ κλπ) είναι μικρού μεγέθους και απασχολούν λιγότερα από 10 άτομα η καθεμία. Η τάση για μεγέθυνση των τουριστικών επιχειρήσεων είναι μικρή. Στην χώρα μας υπάρχουν 47 μικρές αλυσίδες ξενοδοχείων.

- 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. Δεν είναι τυχαίο το «φλερτ» των κυπριακών αερογραμμών για την αγορά του εθνικού μας αερομεταφορέα.

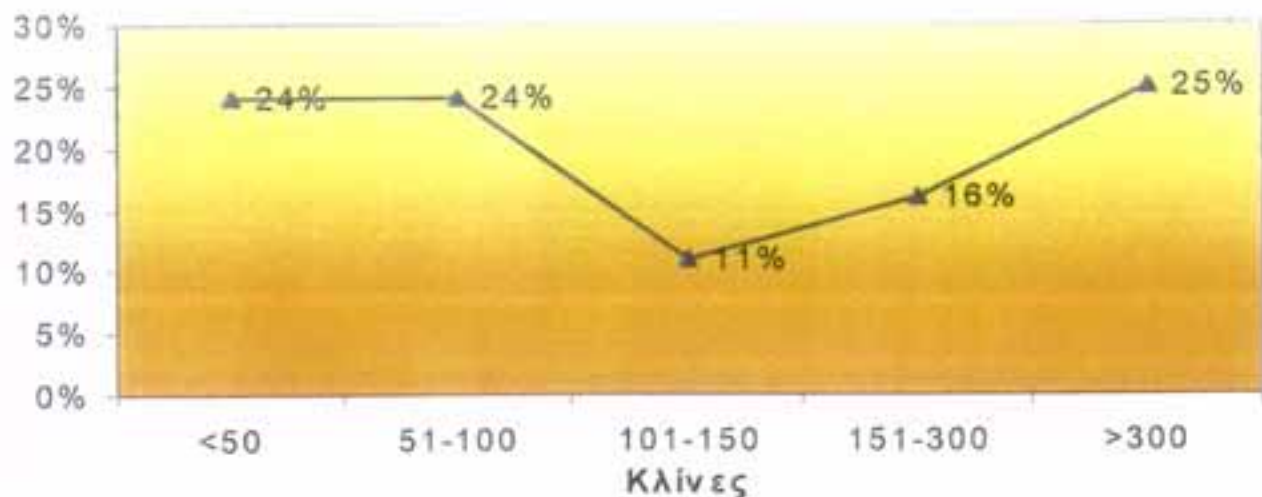
- ***Εποχικότητα λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων:***

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 όπως της εστίασης, αναψυχής κλπ, οι οποίες όταν υφίσταται σημαντική δυναμικότητα σε ξενοδοχειακές κλίνες και επομένως μεγάλο αριθμό τουριστών.

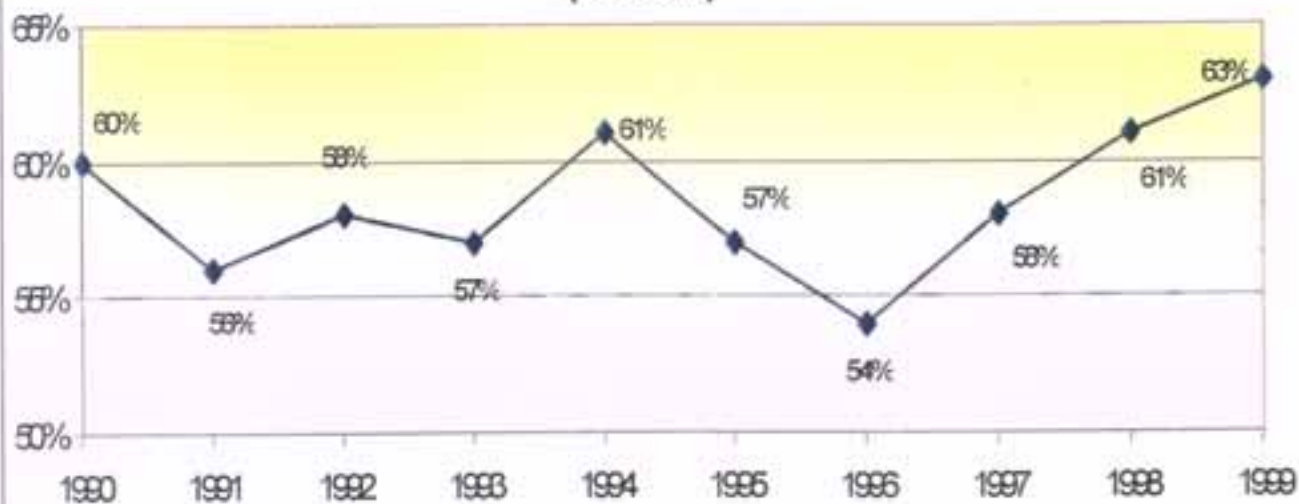
- Στους παραδοσιακούς παραθεριστικούς προορισμούς, η εποχικότητα λειτουργίας εμφανίζει ακόμα πιο έντονη με έντονη επίδραση στην ανεργία.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑ



**ΜΕΣΗ ΗΤΗΡΙΑ ΓΩΡΗΡΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΣΤΗ ΝΕΜΑΔΑ
(1990-1999)**



5. Εμπόδια εισόδου επιχειρήσεων: Καθεστώς "κορεσμού"

Με την Υπουργική Απόφαση 2647/86 ορισμένες περιοχές της χώρας χαρακτηρίστηκαν ως «Περιοχές Ελέγχου Τουριστικής Ανάπτυξης». Υπάρχουν

τμήματα των περιοχών αυτών που παρουσίαζαν τη μεγαλύτερη συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών, και χαρακτηρίστηκαν ως «Κορεσμένες Τουριστικά Περιοχές», στις οποίες δεν επιτρέπεται η ανέγερση νέων ξενοδοχείων ή η επέκταση των ήδη 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 αυτό πάρθηκε για δύο βασικούς λόγους: α) για να προστατευθεί ή να ανασχεθεί η υποβάθμιση του περιβάλλοντος από την υπερβολική τουριστική και οικοδομική δόμηση καθώς και την υπέρβαση των αντοχών της ήδη υπάρχουσας υποδομής και β) για να διασφαλίσει της επιβίωση των ήδη λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων, σε περιοχές που παρουσιάζουν έντονη αρνητική εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης.

Το καθεστώς κορεσμού είναι δυνατόν να αρθεί ή να τροποποιηθεί. Σε αρκετές κορεσμένες περιοχές το καθεστώς αυτό έχει τροποποιηθεί μέσω μεταγενέστερου σχεδιασμού και αλλαγής του πολεοδομικού σχεδιασμού.

Το αποτέλεσμα της επιβολής εμποδίων στην εισόδου του ξενοδοχειακού κλάδο ήταν τα εξής:

- να προστατεύονται αδιακρίτως καλές και κακές επιχειρήσεις
- να εμποδίζεται η φυσική ανανέωση και αναβάθμιση των επιχειρήσεων του κλάδου
- να μην επιτρέπεται η δημιουργία καλύτερων από τις υφιστάμενες μονάδες
- 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.

Όλα τα παραπάνω αποτελέσματα είναι αρνητικά για την εξέλιξη των τουριστικών υπηρεσιών.

Υπάρχει βεβαία περίπτωση όπου η τουριστική ανάπτυξη δεν μπορεί να επεκταθεί πλέον χωρικά. Σημείο κορεσμού για την τουριστική ανάπτυξη μιας 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 μια περιοχή «κορεσμένη» πρέπει να προηγηθεί συγκεκριμένη μελέτη για την συγκεκριμένη «τουριστική ενότητα», (π.χ παραλία, ευαίσθητο φυσικό περιβάλλον, παραδοσιακός οικισμός, αγροτική περιοχή κ.λ.π.)

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 του τουριστικού περιβάλλοντος της Αθήνας από τα ξενοδοχεία δεν υφίσταται και πολύ περισσότερο δεν υφίσταται στην ευρύτερη 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, να «κλειδώσουν» τα μερίδια της αγοράς και να κρατήσουν για τον εαυτό τους την μερίδα του λέοντος. Ήδη, με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης (ΦΕΚ 1511/Β/14.12.00) ο κορεσμός του ηπειρωτικού τμήματος της Αττικής αίρεται, προκειμένου, μέσα σε χρονικό διάστημα δύο μηνών από τη δημοσίευσή της, να υποβληθούν στον ΕΟΤ για έγκριση καταλληλότητας ξενοδοχειακών κλινών ΑΑ και Α τάξης, οι φάκελοι υποψηφίων επενδυτών, που μέχρι σήμερα αντιμετώπιζαν το κώλυμα του κορεσμού.

Της απόφασης αυτής προηγήθηκε διερεύνηση του υφιστάμενου επενδυτικού ενδιαφέροντος σε κορεσμένα και μη τμήματα της Αττικής, μέσω σχετικής προκήρυξης, και διαπιστώθηκε, ότι ικανός αριθμός κλινών υψηλών τάξεων θα δημιουργηθεί και σε μη κορεσμένα τμήματα, αλλά και με αναβάθμιση ήδη λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων. Αναμένεται, κατά συνέπεια, στο δυναμικό της Αττικής να προστεθούν συνολικά 9.000 περίπου επί πλέον κλίνες ΑΑ και Α τάξης, εκ των οποίων οι 4.000 περίπου εντός των περιοχών κορεσμού.

Όσον αφορά στις λοιπές «κορεσμένες» τουριστικές περιοχές, μελέτες που προκηρύχθηκαν πρόσφατα από τον Ε.Ο.Τ., μεταξύ άλλων, θα προσεγγίσουν με επιστημονικά κριτήρια τη «φέρουσα ικανότητα» των αντίστοιχων περιοχών και θα περιλάβουν πορίσματα για την αντιμετώπιση του προβλήματος.

Πελατοκεντρικός τουρισμός: Από την μονοκαλλιέργεια στην πολυμορφία, την ποιότητα και την βιώσιμότητα.

Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να εξελιχθεί σταδιακά και χωρίς κλυδωνισμούς από μαζικό σε επιλεκτικό. Να προσανατολιστεί στις απαιτήσεις και τα ενδιαφέροντα του καταναλωτή, έτσι ώστε να περιοριστεί η δυνατότητα υποκατάστασης της Ελλάδας από άλλους μεσογειακούς προορισμούς, (π.χ. Ιταλία) με την ανάδειξη της μοναδικότητας των πόρων της. Η εξέλιξη αυτή δεν συνεπάγεται καθόλου τον περιορισμό του οργανωμένου τουρισμού, αλλά έχει ως σκοπό την ποιοτική αναβάθμιση, την βελτίωση της εισοδηματική διαστρωμάτωσης που επισκέπτεται την χώρα και την χρονική επέκταση της τουριστικής ζήτησης προς την χώρα μας.

Για να πετύχουμε τον σκοπό αυτό χρειάζεται να επιδιώξουμε τα εξής:

- A) αύξηση της ζήτησης ιδιαίτερα από τις υπερπόντιες αγορές και φυσικά από την Δυτική και Ανατολική Ευρώπη.
- B) προσέλκυση ζήτησης ανώτερων εισοδηματικών στρωμάτων που μπορούν κατ' επέκταση να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα για τις διακοπές τους.
- Γ) προσέλκυση οργανωμένου τουρισμού από χώρες υψηλής οικονομικής ανάπτυξης (πχ. Χώρες Ν.Α. Ασίας), για τις οποίες απαιτείται η διαμόρφωση πακέτου με «εθνικές προδιαγραφές» όπως ιδιαιτερότητες διατροφής, οργάνωσης, θρησκευτικών συνήθειών, κλπ. Είναι γνωστό ότι οι επισκέπτες από τις συγκεκριμένες χώρες επιθυμούν να επισκεφτούν αρχαιολογικούς χώρους, να μάθουν για την κουλτούρα, να δοκιμάσουν τοπικές σπεσιαλιτέ και να γνωρίσουν την θρησκευτική μας παιδεία.

Δ) διαμόρφωση εμπλουτισμένων τουριστικών προϊόντων τα οποία θα συνεχίζουν μεν να αξιοποιούν το πρότυπο «ήλιος-θάλασσα», αλλά με παράλληλη ένταξη του πολιτιστικού στοιχείου και των άλλων πλεονεκτημάτων της χώρας.

Ε) βελτίωση των θεματικών αγορών (αγορές-θύλακες), όπως ο συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός, τουρισμός υγείας, οικοτουρισμός κλπ.

Οι δυνατότητες καθώς και πρότυπα ανάπτυξης των θεματικών μορφών τουρισμού προσεγγίστηκαν με ειδικές μελέτες, που ανέθεσε ο ΕΟΤ, όπως η Μελέτη Οικολογικού Τουρισμού, που εκπόνησε η WWF Hellas, η Μελέτη για τη Δημιουργία Convention Bureaux στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και άλλους συνεδριακούς προορισμούς, η Μελέτη για την Ανάπτυξη Χειμερινού Τουρισμού κλπ. Οι μελέτες αυτές θα αποτελέσουν βάση για την λεπτομερή σχεδιασμό των αντιστοίχων δράσεων του υπουργείου Ανάπτυξης και για τις δράσεις που πρέπει να πάρει ο ΕΟΤ

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

Η διαμόρφωση ενός ποιοτικού και πολύμορφου τουριστικού προϊόντος, μέσο της ποιοτικής αναβάθμισης των καταλυμάτων και των υπόλοιπων τουριστικών υπηρεσιών, σε συνδυασμό με την αξιοποίηση και ένταξη στο τουριστικό προϊόν νέων φυσικών πόρων (ορεινή ενδοχώρα, ποτάμια, μικρά νησιά, σημεία οικολογικού ενδιαφέροντος), μπορούν αν αξιοποιηθούν και να αποτελέσουν πόλο έλξης τουρισμού. Επίσης και οι πολιτιστικού πλούτου (βυζαντινά, μεταβυζαντινά και νεώτερα μνημεία, παραδοσιακή αρχιτεκτονική, ελληνική κουζίνα, σύγχρονη εικαστική και λογοτεχνική παραγωγή) μπορούν να εκμεταλλευτούν και να δημιουργήσουν υποδομές για την ικανοποίηση ποικίλων αναγκών και ενδιαφερόντων των τουριστικών.

Στόχος πρέπει να είναι ο συνδυασμός της αναξιοποίητης ενδοχώρας και όπως συμβαίνει και με τις γειτονικές ανεπτυγμένες περιοχές, 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, και συνεχίζουν να τα εγκαταλείπουν. Στα πλαίσια μιας σωστής τουριστικής ανάπτυξης, είναι σκόπιμο να διευρυνθεί η δυνατότητα συνολικής αξιοποίησης των χωριών αυτών (παραδοσιακοί οικισμοί, παραδοσιακά καφενεία τοπικά παραδοσιακά προϊόντα), μέσο 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 ανασχεση του ρεύματος εγκατάλειψης και του φαινομένου της εσωτερικής μετανάστευσης. Είναι λυπηρό να βλέπεις μέρη που κάποτε έσφυζαν από ζωή τώρα να αργοπεθαίνουν εγκαταλελειμμένα. Νέα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης, όπως αυτό του αγροτουρισμού και του οικοτουρισμού θα μπορέσουν να εφαρμοσθούν και να εξελιχθούν, μετατρέποντας τις περιοχές αυτές από προβληματικές σε οικονομικά αναπτυγμένες και ικανές να σταθούν μόνες στα πόδια τους.

Στην κατεύθυνση αυτή, θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει και ένα καινούργιο θεσμικό πλαίσιο οικονομικής υποστήριξης από το κράτος για τους αντίστοιχους επιχειρηματίες κάνοντας πιο θελκτική την πρωτοβουλία αυτή.

2. Τουριστική ζήτηση υψηλότερου εισοδήματος.

Ένας από τους στόχους της τουριστικής πολιτικής πρέπει να είναι η αύξηση των επισκεπτών υψηλότερου εισοδήματος. Για να υλοποιηθεί αυτό πρέπει σταδιακά να γίνουν τα 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 κλπ)

3. Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Σταδιακή επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου πρέπει να γίνει, αρχικά προς τους μέσους μήνες και στη συνέχεια καθ' όλη την χειμερινή περίοδο. Για να επιτευχθεί αυτό χρειάζεται μια πολιτική που να υποστηρίζεται με ειδικές ενισχύσεις προς τους διοργανωτές τουριστικών πακέτων προς τις ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές τους μήνες Μάρτιο και Νοέμβριο. Μετά από σχετική μελέτη και διαβουλεύσεις με τους κυριότερους tour operators, προκύπτει ότι το προσφορότερο κίνητρο είναι η συμμετοχή του ΕΟΤ στην ανάληψη του κινδύνου δρομολόγησης σειράς ναυλωμένων πτήσεων εκτός της καθιερωμένης σε κάθε προορισμό τουριστικής περιόδου, ενώ ποσοστό του αυτού κινδύνου θα κληθούν να αναλάβουν και οι ωφελούμενοι ξενοδόχοι των τουριστικών αυτών προορισμών.

Οι εκτός αιχμής προορισμοί θα υποστηριχθούν για να διαθέτουν ένα ελκυστικό προϊόν, από την άποψη του επιπέδου και της σύνθεσης των τουριστικών πόρων και υπηρεσιών για να υπάρξει και συνέχεια στο συγκεκριμένο εγχείρημα.

4. Τουρισμός Σαββατοκύριακου-Αστικός τουρισμός

Διεθνώς παρατηρείται μια αυξητική τάση στον αστικό τουρισμό, λόγω της διάδοσης των επαγγελματικών ταξιδιών και συνεδρίων, της αναζήτησης

πολιτιστικών δραστηριοτήτων, μείωση των αεροπορικών ναύλων λόγω ανταγωνισμού με τις νέες εταιρείες, κατάργηση συνοριακών ελέγχων, καθιέρωση του ενιαίου ευρωπαϊκού νομίσιματος, τεχνολογικές εξελίξεις (τρένα υψηλών ταχυτήτων, διαδίκτυο, κλπ.).

Η χώρα μας δεν έχει κατορθώσει να επωφεληθεί από τις εξελίξεις αυτές, που θα επέτρεπαν, μεταξύ άλλων, και την επέκταση της τουριστικής περιόδου κατά τη χειμερινή περίοδο. Η γεωγραφική της απόσταση από τις χώρες της Ε.Ε της στερεί τη δυνατότητα επισκέψεων από όμορες χώρες συνοριακό έλεγχο.

Αντίθετα, η εσωτερική αγορά θα μπορούσε να προσφέρει εναλλακτική δυνατότητα, αν δεν προσέκρουε στην σημαντική έλλειψη κατάλληλων υποδομών και πόλων έλξης κατά την εκτός αιχμής περίοδο. Απουσιάζουν οργανωμένες πολιτιστικές εκδηλώσεις με κατάλληλο προγραμματισμό και έγκαιρη προβολή, οι δημοτικές τουριστικές υπηρεσίες υπολειπονται, δεν έχουν αναπτυχθεί θεματικά πάρκα, πολιτιστικές διαδρομές και χώροι αναψυχής και δεν υπάρχουν οργανωμένες αγορές για ψώνια. Η πολιτική χρονικής επιμήκυνσης προϋποθέτει παρεμβάσεις σε όλα αυτά τα ζητήματα.

Η πολιτική επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου θα συνδυαστεί επίσης με μια συγκροτημένη προσπάθεια προσέλκυσης ζήτησης βραχυχρόνιων διακοπών στα μεγάλα αστικά κέντρα (αρχικά Αθήνα και Θεσσαλονίκη) με την χορήγηση κινήτρων στους διοργανωτές τουριστικών προγραμμάτων και κατάλληλο μάρκετινγκ.

5. Ολυμπιάδα 2004

- **Φιλοξενία 2004:** Έχει υπογραφεί Μνημόνιο Συνεργασίας μεταξύ του Οργανισμού Αθήνα 2004 και της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών έχει τεθεί σε εφαρμογή και στις αρχές του Σεπτεμβρίου 2000 όπου ο Οργανισμός είχε αναλάβει το 55% των σχετικών δεσμεύσεων. Ο ΕΟΤ βρίσκεται σε συνεννόηση

με τις λίγες ξενοδοχειακές μονάδες, που μέχρι στιγμής δεν έχουν προβεί σε κρατήσεις με βάση τους όρους του Μνημονίου.

- **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 του Φεστιβάλ)
- Η νέα εικόνα της Αθήνας λόγω των νέων μεγάλων έργων γενικής υποδομής (αεροδρόμιο, Μετρό, οδικό δίκτυο ταχείας κυκλοφορίας κλπ)
- Οι νέες τουριστικές υποδομές της Αθήνας
- Η αναβάθμιση και αύξηση των ξενοδοχειακών μοναδών

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, τις πρωτοβουλίες του Οργανισμού «Αθήνα 2004» και του υπουργείου πολιτισμού. Σύμφωνα με τα σχέδια του ΕΟΤ έχει προκηρύσσει την εκπόνηση ειδικού marketing plan για την περίοδο 2001-2005 για την ευρύτερη περιοχή της Αττικής.

6. Προβολή – Διαφήμιση

A. Στρατηγική Διαφήμιση – Marketing Plan: Οι κύριες κατευθύνσεις της επικοινωνιακής πολιτικής και της διαφήμισης πρέπει να είναι η ανάδειξη της

ιδιαιτερότητας και της συνθετότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ώστε να αντιμετωπιστεί η δυνατότητα υποκατάστασης από άλλες τουριστικές αγορές.

Πρόθεση του υπουργείου σε συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ. είναι να σχεδιασθεί και υλοποιηθεί μία ενιαία διαφημιστική εκστρατεία για όλες τις διεθνείς αγορές (14 χώρες) 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:

Το έτος 1998 δεν πραγματοποιήθηκε διαφημιστικό πρόγραμμα στο εξωτερικό μέσω διαφημιστικής εταιρίας. Αντ' αυτού όμως αποφασίστηκε αυξημένος αριθμός σημαντικών έκτακτων διαφημιστικών ενεργειών (εξωτερική διαφήμιση σε μεγάλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες, τηλεόραση κλπ) καθώς και αυξημένη παρουσία σε διεθνή έντυπα με συνολικό κόστος 2 δισ. δρχ.

Το 1999 το κεντρικό διαφημιστικό πρόγραμμα του ΕΟΤ στο εξωτερικό ανατέθηκε μετά από διαγωνισμό σε διαφορετικές εταιρίες (κυρίως τοπικές), να διαφημίσουν τη χώρα μας στις συγκεκριμένες χώρες – αγορές. Το συνολικό κόστος του προγράμματος ανήλθε σε 3 δισ. δρχ.

Το 2000 η διαφημιστική εκστρατεία ήταν ενιαία και υλοποιήθηκε από την κοινοπραξία NOSTOS με συνολικό προϋπολογισμό 7 δις. δραχμών περίπου ποσό μεγάλο για την αξιόλογη προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό.

6. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΝΔΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Η ανάγκη να συντονιστεί μια πολιτική προσέλευσης – ζήτησης υψηλότερων εισοδημάτων σε συνδυασμό με μια πολιτική παροχής τουριστικού προϊόντος, που να ανταποκρίνεται σε μια τέτοια υψηλή ζήτηση είναι επιτακτική.

Τα μέτρα που πρέπει να παρθούν για να αναβαθμιστεί ποιοτικά και να εμπλουτιστεί η τουριστική προσφορά μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

1. Βελτίωση και έλεγχος υπηρεσιών

Σύμφωνα με το Υπουργείο Ανάπτυξης και τον Ε.Ο.Τ. τα κυριότερα μέτρα που λήφθηκαν κατά την τουριστική περίοδο 2000 εντάσσονται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες:

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

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα σχεδιάστηκε και εφαρμόστηκε με σκοπό την παροχή πληροφοριών, την άμεση διερεύνηση παραπόνων και καταγγελιών, καθώς και την επίλυση των προβλημάτων που παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου, έλληνες και ξένοι επισκέπτες παραπονιούνται για τυχόν προβλήματα που παρουσιάζονται στις διακοπές τους. Το τηλεφωνικό κέντρο 171 λειτουργεί σε 24ωρη βάση ενημερώνονται την Διεύθυνση Επιθεώρηση 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 τη διάρκεια εφαρμογής του προγράμματος ΕΣΤΙΑ 2000 το κέντρο 171 δέχθηκε 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.

- ***Έλεγχοι ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών***

Στόχος κάθε πολιτικής είναι η ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και για τον λόγο αυτό συστήθηκε Κεντρική Ομάδα (Task force), που διενεργεί ελέγχους σε τουριστικές επιχειρήσεις, με έμφαση στις περιοχές που παρουσιάζουν μεγαλύτερο τουριστικό ενδιαφέρον όπως η Μύκονος, η Ρόδος, Σαντορίνη κλπ.. Ελέγχθηκαν συνολικά 1.837 τουριστικές επιχειρήσεις από 60 υπαλλήλους. Από τους ανωτέρω ελέγχους διαπιστώθηκε έλλειψη καθαριότητας, ανεπαρκής παροχής υπηρεσιών, και πλημμελής συντήρηση κτιρίων. Σε πολλές περιπτώσεις έγιναν συστάσεις προς συμμόρφωση με τους κώδικες υγιεινής και σε άλλες περιπτώσεις επιβλήθηκαν πρόστιμα.

Η τράπεζα δεδομένων του ΕΟΤ ενημερώνεται με καταχωρήσεις των αποτελεσμάτων των επιθεωρήσεων για περαιτέρω παρακολούθηση και επεξεργασία.

- ***Διωπουργική συνεργασία για την βελτίωση των υπηρεσιών***

Ιδιαίτερη έμφαση αποδίδεται στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που κάνουν την «πρόσβασης» προς τη χώρα, 'όπως πχ. η κατάσταση των αεροδρομίων, των λιμανιών και των συνοριακών σταθμών δύσκολη. Τα προβλήματα αυτά επιδείνωσαν στο παρελθόν το συγκριτικό μειονέκτημα της χρονοαπόστασης από τις κύριες αγορές-πηγές του ελληνικού τουρισμού. Σημαντικά έργα προγραμματίζονται για την ευκολότερη πρόσβαση στα λιμάνια, αεροδρόμια (π.χ. Αττική Οδός) μέσα από το Γ' Κ.Π.Σ.. Σοβαρά υπ' όψιν πρέπει να λαμβάνουν και τα παράπονα τόσο των τουριστών όσο και των tour operators.

Η σχετική συνεργασία σε επίπεδο Γενικών Γραμματέων και υπηρεσιακών παραγόντων κάλυψε θέματα, όπως οι βασικές υποδομές (αεροδρόμια, λιμάνια,

οδικό δίκτυο) και τα τυχόν λειτουργικά τους προβλήματα όπως, ο κυκλοφοριακός φόρτος που κάνει την πρόσβαση πχ. Στο Ελευθέριος Βενιζέλος δύσκολη και ιδιαίτερα αντικοινωνική. Άλλα προβλήματα είναι η αστυνόμευση και η ενίσχυση του ρόλου της Τουριστικής Αστυνομίας, τα προβλήματα της ακτοπλοΐας, αναθεωρούν τις τιμές των υπηρεσιών, και κατ' επέκταση επηρεάζουν τις τιμές των τουριστικών πακέτων (τέλη αεροδρομίων, εισιτήρια μουσείων, εισιτήρια πλοίων κλπ), ακόμα και τα ωράρια των μουσείων, κ.α. Ανάλογα με τη φύση των θεμάτων, εντοπίστηκαν και προωθήθηκαν άμεσες ενέργειες ή διαμορφώθηκε συναίνεση για οριστική επίλυση.

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

Σε περίπτωση πυρκαγιών, σεισμών ή άλλων απρόβλεπτων κρίσεων έχει διαμορφωθεί από τον Ε.Ο.Τ. μία « **Ομάδα Ετοιμότητας**» με σκοπό να αντιμετωπίσει αυτές τις κρίσεις και οποιαδήποτε έμμεσες ή έμμεσες επιπτώσεις έχουν στον τουριστικό τομέα. Κάθε καλοκαίρι με το σύνηθες φαινόμενο των πυρκαγιών, ο Ε.Ο.Τ. βρίσκεται σε ετοιμότητα για να ενημερώνει έγκυρα και έγκαιρα διπλωματικές αντιπροσωπίες περιοχές και τουριστικούς παράγοντες και Μ.Μ.Ε., της περιοχής δικαιοδοσίας των. Ταυτόχρονα, ο Ε.Ο.Τ. παρακολούθησε συστηματικά τις αντιδράσεις των αγορών απέναντι στις εν λόγω καταστροφές και ιδίως αυτή της Σάμου, προκειμένου να ληφθούν έγκαιρα τα μέτρα υποστήριξης των περιοχών που επλήγησαν.

Στην περίπτωση πχ του ναυαγίου του «**Εξπρές Σάμινα**» κλιμάκιο του Ε.Ο.Τ. ανέλαβε αμέσως την παροχή πληροφόρησης και βοήθειας στους ξένους επισκέπτες, καθώς επίσης και την παρακολούθηση και ενημέρωση του ξένου τύπου σχετικά με τις πραγματικές διαστάσεις των γεγονότων αυτών ούτως ώστε να μην παρουσιάζονται τα γεγονότα διογκωμένα και να μην παραπλανούν την τουριστική αγορά, δημιουργώντας δυσμενή εικόνα για την ναυτιλία και τις τουριστικές υπηρεσίες στην χώρα μας .

2. Δημόσιες τουριστικές υποδομές

Με το Β'Κ.Π.Σ. χρηματοδοτήθηκαν και ολοκληρώνονται μια σειρά από έργα τουριστικής υποδομής τα οποία αναβαθμίζουν και εμπλουτίζουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Στο Πρόγραμμα Ανταγωνιστικές του Υπουργείο Ανάπτυξης προβλέπεται η προώθηση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (μαρινών, χιονοδρομικών κέντρων, συνεδριακών κέντρων, υδροθεραπευτηρίων κλπ) ως ιδιωτικών επενδύσεων ενυσχυμένες μέσω του αναπτυξιακού νόμου(Ν.2601/98).

3. Ιδιωτικές επενδύσεις

Στο Γ'Κ.Π.Σ. προβλέπεται να ενταχθούν πολλές ιδιωτικές επενδύσεις όπως οι παρακάτω:

- Επενδύσεις θα γίνουν σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, όπως σε μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, κέντρα θαλασσοθεραπείας, γήπεδα γκολφ, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά κέντρα κλπ.
- Επενδύσεις ποιοτικού εκσυγχρονισμού ξενοδοχειακών μονάδων και κάμπινγκ.
- Επενδύσεις ποιοτικού εκσυγχρονισμού και των υπόλοιπων μορφών καταλυμάτων.
- Επενδύσεις θα γίνουν για εκσυγχρονισμό της οργάνωσης όπως η δημιουργία όπως συμβουλευτικές υπηρεσίες,για να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των Μ.Μ.Ε. όλων των κλάδων του τουριστικού τομέα
- Καινοτόμες επενδύσεις πρέπει να γίνουν για την ένταξη της ελληνικής κουζίνας και στοιχείων του ελληνικού πολιτισμού, όπως η εικαστική και λογοτεχνική παραγωγή, στην ελληνική τουριστική αγορά.

- Επένδυση του κράτους για την είσοδο των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων στα νέα δεδομένα ψηφιακής επικοινωνίας (internet) και εκμετάλλευση των δυνατοτήτων του.
- Μεγάλες επενδύσεις πρέπει να γίνουν για να στηριχθούν οι μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες περικυκλώνονται και ασφυκτιούν από τον κλοιό των μεγάλων αλυσίδων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Εξετάζονται ορισμένες προσαρμογές στον αναπτυξιακό νόμο για να εντάσσονται σ' αυτόν και νέες μορφές επενδύσεις προαγωγής των ξενοδοχείων σε ανώτερη τάξη. Έτσι θα επιταχυνθεί ο εκσυγχρονισμός του υφιστάμενου δυναμικού καταλυμάτων, ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (Π.Ο.Τ.Α)

Στο χώρο των ιδιωτικών τουριστικών επενδύσεων, η δημιουργία της Π.Ο.Τ.Α Μεσσηνίας, μιας αυτόνομης ολοκληρωμένης τοπικής αγοράς υψηλού επιπέδου, η λειτουργία της οποίας θα καθιερώσει και θα γνωστοποιήσει ολόκληρη την περιοχή της Δυτικής Πελοποννήσου στις μεγάλες τουριστικές αγορές θεωρείται μια καινοτόμα πρωτοβουλία. Μετά από σημαντικές καθυστερήσεις λόγω της ανάγκης συμπλήρωσης του θεσμικού πλαισίου και της εμπλοκής πληθώρας κεντρικών και αποκεντρωμένων φορέων, η Π.Ο.Τ.Α αναμένεται σύντομα να λάβει την έγκριση οριοθέτησης και να προχωρήσει αμέσως σε ταχεία υλοποίησης.

Η δημιουργία του Συνεδριακού Κέντρου μεγάλης δυναμικότητας της Αθήνας, αποτελεί πάγιο αίτημα των εκπροσώπων του Τουριστικού Τομέα από την 10ετία του 80. Δεν νοείται μια πόλη η οποία θα διεκπαιρέώσει τους Ολυμπιακούς του 2004 και να μην έχει ένα συνεδριακό κέντρο ικανό να δεχτεί μεγάλο αριθμό συνέδρων. Ήδη δρομολογείται η δημιουργία του σε τμήμα του χώρου και των εγκαταστάσεων του Ανατολικού Αερολιμένα του Ελληνικού (κτίριο Saarinen και γειτονικά κτίσματα). Επιλύεται έτσι το βασικότερο πρόβλημα, δηλ. η εξεύρεση κατάλληλου και ελεύθερου χώρου. Σημειωτέον, ότι η καταλληλότητα του χώρου του αερολιμένα, όπως και η βέλτιστη δυναμικότητα του Συνεδριακού Κέντρου διερευνήθηκαν και προσεγγίστηκαν, από ειδικό εμπειρογνώμονα που ανέθεσε ο Ε.Ο.Τ.

4. Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.

Η εταιρεία Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα είναι μια πρωτοπόρος εταιρεία η οποία έχει ως σκοπό την εκμετάλλευση και την ανάπτυξη της περιουσίας του Ε.Ο.Τ. μέσω των διεθνών οικονομικών επενδύσεων για το καλύτερο δυνατό κέρδος – αποτέλεσμα, για το καλό τόσο του Ε.Ο.Τ. όσο και την τουριστικής βιομηχανίας.

Η ακίνητη περιουσία των Ε.Τ.Α. ανέρχεται στα τρία τρισεκατομμύρια δραχμές.

Η Ε.Τ.Α. αποτελείται από ένα επταμελές συμβούλιο. Αναμένεται στις αρχές του 2002 η εταιρία να μπει στο Χρηματιστήριο Αθηνών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα κέρδη της εταιρείας για το 2001 αναμένονται να φτάσουν τα 17 δισεκατομμύρια δραχμές, ενώ αναμένονταν να φτάσουν τα 12 δισεκατομμύρια, σε σχέση με το 2000 που τα κέρδη ήταν 8 δισεκατομμύρια.

Επίσης στόχος είναι η ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων μέσα από την αξιοποίηση των τουριστικών εκτάσεων. Συγκεκριμένα:

- Με τα **Νέα Τουριστικά Προϊόντα** (Θεματικά Πάρκα, ιαματικός τουρισμός, θαλάσσιος κλπ) διαφοροποιείται η σύνθεση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και αντιμετωπίζονται διαρθρωτικές αδυναμίες της αγοράς
- Με την ανάπτυξη και την αναβάθμιση της **Παραλίας Αττικής** συμβάλλει στην προαγωγή του φυσικού ψυχαγωγικού προορισμού της.
- Με την αξιοποίηση των μεγάλων ανενεργών Τουριστικών Δημοσίων Κτημάτων συμβάλλει στη δημιουργία ολοκληρωμένων Τουριστικών Επιχειρήσεων στην περιφέρεια και ικανοποιεί παραμέτρους της πολιτικής ζήτησης (προσέλκυση υψηλού εισοδήματος, γεωγραφική κατανομή, καθετοποίηση, διαφοροποίηση των ποιοτικών χαρακτηριστικών της ζήτησης).

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

- α. Νέα τουριστικά προϊόντα
- β. Υποδομές θαλασσίου τουρισμού
- γ. Μεγάλες τουριστικές εγκαταστάσεις
- δ. Εκσυγχρονισμός των κρατικών καζίνο

(Τα έργα περιγράφονται αναλυτικά στους Πίνακες στο τέλος της εργασίας)

5. Εναλλακτικός Τουρισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός σηματοδοτεί μια νέα τουριστική 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 στη χώρα μας από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Ο αριθμός των ευρωπαϊών 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 τον τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης και εισοδήματος. Στη 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:

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

β. Πολιτιστικός τουρισμός: επίσκεψη με την αφορμή πολιτιστικών συμβάντων, ή για μνημεία.

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

δ. Αθλητικός τουρισμός: συνδυαζόμενος με αθλητικά γεγονότα, προπονήσεις ή και ατομικό τουρισμό, π.χ. 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 στη χώρα μας.

ε. Θρησκευτικός τουρισμός: εκκλησίες, μοναστήρια, πανηγύρεις.

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

Η ανάπτυξη διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού πρέπει να αποτελέσει προτεραιότητα, λόγω του ρόλου που μπορεί να παίξει στην άμβλυνση της χωρικής συγκέντρωσης τουριστικής δραστηριότητας, αλλά και για την αναβάθμιση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος.

Οι απαιτήσεις μιας σωστής πολιτικής για τον εναλλακτικό τουρισμό, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνουν:

- Καταγραφή και αξιολόγηση δυνατοτήτων ανάπτυξης σε Δήμους, Νομούς, Περιφέρειες. Στόχος είναι να αξιοποιηθούν εκείνοι οι τουριστικοί πόροι, που αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα των διαφόρων περιοχών ώστε να διαμορφωθούν εξειδικευμένα θεματικά προϊόντα, με βάση τα ενδιαφέροντα ειδικών ομάδων τουριστικών (πολιτιστικά, οικολογικά, αθλητικά). Παράλληλα θα ήταν φρόνιμο να επιδιώξουμε μεγαλύτερη ενσωμάτωση θεματικών υποδομών και προϊόντων στα τουριστικά πακέτα του οργανωμένου τουρισμού.
- Ευέλικτα τοπικά επιχειρήματα σχήματα που ιδρύονται με απλές διαδικασίες και σύγχρονες προδιαγραφές.
- Νέου τύπου, συνήθως μικρές και πρωτότυπες υποδομές που δεν μπορούν να υλοποιηθούν χωρίς προδιαγραφές, μεταφορά τεχνογνωσίας και εκπαίδευσης (π.χ. χάραξη μονοπατιών και σήμανσή τους). Ο ιδιωτικός τομέας δεν έχει την διάθεση ή και την εμπειρία να αναλάβει την κατασκευή τέτοιων πολλές μικρών και χωρίς σημαντικό οικονομικό ενδιαφέρον υποδομών
- Δημιουργίας νέων επαγγελμάτων οικοτουρισμού (π.χ. 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 προτύπων διατροφής κλπ.

Όλα αυτά στοχεύουν στην δημιουργία πακέτων συνεργασίας ανάμεσα στο βουνό και στη θάλασσα, στον παραδοσιακό και νέο τουρισμό καθώς και στην στροφή της πολιτικής στο γεωργικό τομέα και γενικότερα την ανάπτυξη του αγροτικού χώρου και στην αναβίωση των ορεινών και ημιορεινών ζωνών και όλα

αυτά με βάση ειδικές μελέτες του Ε.Ο.Τ., των Περιφερειακών Διοικήσεων, της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Τέλος, με χρηματοδότηση του Γ.Κ.Π.Σ., προωθούνται Μελέτες Τουριστικής Ανάπτυξης των 13 Περιφερειών, που θα υποδείξουν τους αξιοποιήσιμους τουριστικούς πόρους καθώς και τα ενδεδειγμένα μεγέθη ανάπτυξης και τις αναγκαίες υποδομές.

*Με τον τρόπο αυτό προωθείτε πιο αποτελεσματικά η αρχή **Βιωσιμότητας στην Τουριστική Ανάπτυξη**. Επίσης έτσι προετοιμάζεται η χώρα μας για να συμμετέχει στις δραστηριότητες του διεθνούς **Οικοτουρισμού το 2002**.*

6. Θαλάσσιος τουρισμός

Ο νησιωτικός χαρακτήρας της Ελλάδας προσδίδει ένα μοναδικό πλεονέκτημα της χώρας μας στο χώρο του θαλάσσιου τουρισμού, που δεν έχει αξιοποιηθεί μέχρι σήμερα όσο θα έπρεπε. Εκτιμάται πχ. ότι ο αριθμός των ναυλώσεων θα μπορούσε να τετραπλασιαστεί (δηλ. από τις 20.000 περίπου να φθάσει τις 80.000) μέσα στα τέσσερα επόμενα χρόνια. Κύριος λόγος είναι οι καθυστερήσεις στη δημιουργία υποδομών, είτε λόγω έλλειψης πόρων, είτε λόγω του σύνθετου χαρακτήρα των λιμενικών έργων, που απαιτούν συναίνεση 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 στη γεωγραφική κατανομή της ζήτησης. Παράλληλα με την ολοκλήρωση των υπό κατασκευήν δημοσίων και ιδιωτικών λιμένων, εκπονείται νέα μελέτη για την χωρική κατανομή και μεγέθη δίκτυο λιμένων αναψυχής όλων των μορφών, ενώ εφαρμόζονται τα εξής μέτρα:

- Η χρηματοδότηση μαρίνων από τον αναπτυξιακό νόμο
- Η προώθηση τουριστικών αγκυροβολίων, που αρμόζουν περισσότερο στις ανάγκες του αλλοδαπού θαλάσσιου τουρισμού και έχουν μικρό ή και μηδενικό περιβαλλοντικό κόστος, ως δημόσιων επενδύσεων στο Γ'Κ.Π.Σ.
- 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

7. 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 μίας 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 Ε.Ε., προβάλλοντας όχι μόνο την ανάγκη προστασίας των Μ.Μ.Ε. 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 Μ.Μ.Ε. όλων των κλάδων χρηματοδοτούνται δράσεις συνεργασίας, συνένωσης, συγχωνεύσεων ή και απλών κοινοπραξιών επιχειρήσεων στο επίπεδο των κρατήσεων και του μάρκετινγκ, ή ακόμη και 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.

Σημαντικού εργαλείο στη 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 δημοσίων υποδομών (αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, λιμάνια, δημόσιες παροχές).

Συγχρόνως, μέσο των προγραμμάτων κατάρτισης, θα επιδιωχθεί η ενημέρωσή των επιχειρηματιών για τις σύγχρονες εξελίξεις στη ζήτηση και προσφορά και τις δυνατότητες διεκδίκησης βελτιωμένης θέσης στις διεθνείς αγορές τους ή διείσδυσης σε νέες.

8. Ασφάλιση τουριστικών επιχειρήσεων έναντι εξωγενών κινδύνων.

Το τουριστικό προϊόν, λόγω της φύσης του (μεγάλες συγκεντρώσεις ατόμων, διακίνηση σε ομάδες τουριστικών, υψηλές καταναλωτικές απαιτήσεις, πολιτικές και οικονομικές διεθνείς συγκυρίες, φυσικές καταστροφές που απαξιώνουν επιχειρήσεων ή και ολόκληρους προορισμούς κλπ), εκτίθεται σε αυξημένους επιχειρηματικούς κινδύνους με αποτέλεσμα να καλούνται οι επιχειρηματίες όλων των κλάδων του τουρισμού και ιδιαίτερα οι μικρομεσαίοι, να αντιμετωπίζουν επιβαρύνσεις / υποχρεώσεις αστάθμητου οικονομικού ύψους και σύνθετου περιεχομένου.

Οι κίνδυνοι έχουν διαχρονικά διαπιστωθεί από τη λειτουργία της ελληνικής αγοράς. Μπορούν να ομαδοποιηθούν στις τρεις ακόλουθες κατηγορίες, που θα αντιμετωπιστούν στο μέλλον εκ μέρους των διαφόρων κλάδων του Τουρισμού με την αναγκαία οργάνωση και επαγγελματισμό, όπως ήδη ισχύει στις μεγάλες τουριστικές ευρωπαϊκές αγορές.

- α) *Κίνδυνοι από τις αυξημένες υποχρεώσεις των επιχειρήσεων που οργάνωνουν και πωλούν τουριστικά πακέτα, λόγω νομοθετικών ρυθμίσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Οδηγία 90/314 για τα οργανωμένα ταξίδια) και της ενσωμάτωσής τους στο ελληνικό δίκαιο.*

Σύμφωνα με την οδηγία αυτή ο διοργανωτής ή και ο πωλητής έχουν ευθύνη έναντι του καταναλωτή για την άρτια διεκπεραίωση του συνόλου του ταξιδιού, ακόμη και για τις υπηρεσίες που παρέχονται από τρίτες επιχειρήσεις, εφόσον αυτές περιλαμβάνονται στη σύμβαση ως τμήμα του πακέτου. Επίσης, ο διοργανωτής ή και ο πωλητής οφείλει να έχει εξασφαλίσει με ειδική εγγύηση ή ασφάλιση τον επαναπατρισμό των τουριστών σε κάθε περίπτωση, ακόμη και σε περίπτωση πτώχευσης του ή παύσης πληρωμών, όποτε θα πρέπει να επιστραφούν και τα ήδη καταβληθέντα ποσά στους πελάτες που δεν έχουν ολοκληρώσει το ταξίδι τους.

Οργανωτής ή και πωλητής, κατά την έννοια της οδηγίας, είναι το πρόσωπο το οποίο κατά τρόπο μη ευκαιριακό διοργανώνει ταξίδια και τα πωλεί απ' ευθείας ή μέσω πωλητή. Επομένως διοργανωτές μπορούν να είναι οι τουριστικοί πράκτορες, οι ναυλομεσίτες, οι ιδιοκτήτες κρουαζιερόπλοιων, και οι ξενοδόχοι, όταν προσφέρουν δύο τουλάχιστον από τις ακόλουθες υπηρεσίες: διαμονή, μεταφορά, άλλες τουριστικές υπηρεσίες μη συναφείς με τη μεταφορά ή τη διαμονή.

Ήδη, πριν την έναρξη ισχύος της οδηγίας, τα τουριστικά γραφεία είχαν καθιερώσει την ασφάλιση των ταξιδιών με κάλυψη της αστικής ευθύνης τους. Όσον αφορά όμως, τη συμμόρφωση προς την οδηγία και πιο συγκεκριμένα προς το Π.Δ 339/96, με το οποίο το ελληνικό δίκαιο εναρμονίστηκε προς την οδηγία, διαπιστώνεται δυσχέρεια ασφάλισης της διευρυμένης συμβατικής ευθύνης οργανωτών και πωλητών, εκ του γεγονότος ότι οι ασφαλιστικές εταιρίες αρνούνται να καλύψουν το σύνολο των κινδύνων της οδηγίας (άμεσος επαναπατρισμός – επιστροφή καταβληθέντων), μη δυνάμενες να εκτιμήσουν το ύψος των

ενδεχόμενων απαιτήσεων, να εξαγάγουν σχετικούς δείκτες και να αξιολογήσουν την πιθανότητα επέλευσης του ασφαλιστικού κινδύνου, φαινόμενο σε κάποιο βαθμό πανευρωπαϊκό και όχι μόνο ελληνικό.

- β) *Κίνδυνοι από διεθνείς ή εσωτερικές συγκυρίες, που επηρεάζουν τα δεδομένα της αγοράς, όπως το εμπόργκο κατά Σερβίας και του Μαυροβουνίου το 1992, κρίση στο Κοσσυφοπέδιο το 1999, αλλά και από φυσικές καταστροφές (πυρκαγιές, σεισμοί, πλημμύρες κλπ) ή από αιφνίδιες και σημαντικές αλλαγές στην τιμολόγηση της τουριστικής αλυσίδας λόγω κρατικής παρέμβασης.*

Στις περιπτώσεις αυτές, το κράτος καλείται να δαπανήσει σημαντικά κονδύλια είτε υπό μορφή ενίσχυσης των ελληνικών επιχειρηματιών (περίπτωση εμπόργκο 1992), είτε και υπό μορφή κινήτρων προς τους Tour Operators (περίπτωση Κοσόβου «επιστροφή σπατόσημου») κλπ. Τα κονδύλια αυτά διατίθενται μετά από ad hoc εξέταση των δεδομένων, χωρίς όμως να δημιουργούνται δομές, που θα επέτρεπαν την «αυτοδιαχείριση» των κρίσεων από τον ίδιο κλάδο τουλάχιστον ως ένα βαθμό.

- γ) *Συνήθεις κίνδυνοι κατά την τρέχουσα λειτουργία των επιχειρήσεων κυρίως των καταλυμάτων, όπως π.χ. φωτιά, κλοπές, ατυχήματα πελατών κλπ, που η κάθε επιχείρηση αντιμετωπίζει αυτοτελώς με συνήθεις ασφαλιστικές συμβάσεις.*

Το πρόβλημα ασφάλισης των οργανωτών-πωλητών κατά το ΠΔ 339/96 έχει πλειστάκις προταθεί από την ΗΑΤΤΑ να επιλυθεί με την δημιουργία ειδικού ταμείου (Fund). Η ΗΑΤΤΑ αδυνατεί να συγκεντρώσει το αναγκαίο αρχικό κεφαλαίο και αδυνατεί να υποκαταστήσει τουλάχιστον μεσοπρόθεσμα τις ιδιωτικές ασφαλιστικές εταιρίες.

Χρειάζεται Μελέτη Σκοπιμότητας για την δημιουργία του ειδικού φορέα ασφάλισης των τουριστικών επιχειρήσεων προς ανάληψη των ως άνω κινδύνων. Η μελέτη σκοπιμότητας θα αναλύσει και θα αξιολογήσει τα ακόλουθα ζητήματα:

- Προβλήματα, κωλύματα, αντικίνητρα στην κάλυψη των ως άνω ασφαλιστικών κινδύνων από τις ιδιωτικές ασφαλιστικές εταιρίες. Διαμόρφωση ασφαλιστρών.
- Αναλογιστική μελέτη του φορέα (εκτίμηση εσόδων από ασφαλιστρα, εκτίμηση εκροών σε αποζημιώσεις, παραδοχές για την επέλευση των ασφαλιστικών κινδύνων κατά κατηγορία, αξιολόγηση της ανάγκης και δυνατότητα κάλυψης όλων των κατηγοριών κινδύνων ή ορισμένων μόνον εξ αυτών.

Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης (ΣΤΕ) και νέα τουριστικά επαγγέλματα

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 απασχολούμενο στον τουριστικό τομέα προσωπικό.

Ο εμπλουτισμός και η διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος συμβάλλουν σταδιακά στη δημιουργία νέων εξειδικευμένων επαγγελμάτων, τα νέα επαγγέλματα 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.

Οι τάσεις αυτές εάν στηριχθούν με κατάλληλα μέτρα πολιτικής, μπορούν να οδηγήσουν σε μαζική έναρξη νέων επιχειρήσεων και δημιουργία πολλών θέσεων απασχόλησης.

Συγκεκριμένα, ο τουρισμός αναμένεται να συμβάλει την επόμενη εξαετία στη δημιουργία περίπου 20.000 νέων θέσεων απασχόλησης. Σ' αυτές θα πρέπει να προστεθούν οι θέσεις απασχόλησης, που θα δημιουργηθούν από τα κονδύλια που εγκρίνονται από το υπουργείο και από κοινοτικών πρωτοβουλιών.

Σκοπός του Υπουργείου Ανάπτυξης και του ΕΟΤ είναι να μετατρέψει τις «Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης», σε ιδρύματα υψηλής παροχής τουριστικής εκπαίδευσης, με διάφορες επιχορηγήσεις, με σειρά μέτρων και συντονισμένων ενεργειών, αφήνοντας τα τμήματα Τουριστικών Επιχειρήσεων των ΤΕΙ σε δεύτερη μοίρα ενώ είναι γνωστό ότι αυτό το τμήμα θα έπρεπε εδώ και πολλά χρόνια να είναι ισάξιο ΑΕΙ όπως σε όλες τις Ευρωπαϊκές χώρες, κράτη – μέλη της ΕΟΚ.

1. Νέα εκπαιδευτική πολιτική

Το Υπουργείο Παιδείας σε συνδυασμό με το Υπουργείο Ανάπτυξης, θα πρέπει να προχωρήσουν σε μια νέα εκπαιδευτική πολιτική, η οποία θα προσαρμοστεί στις ανάγκες της νέας τουριστικής πραγματικότητας. Συγκεκριμένα θα πρέπει να γίνει:

- Αναμόρφωση των απαρχαιωμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων - έχουν πάρα πολλά χρόνια να αναθεωρηθούν- (δεν είναι τυχαίο που το μάθημα «Συστήματα Κρατήσεων με Υπολογιστή» στα Τ.Ε.Ι. ενώ υπήρχε ως ονομασία, το σύστημα Galileo εφαρμόστηκε στα Τ.Ε.Ι. Πάτρας το 1997). Παράλληλα να βελτιωθούν οι μέθοδοι διδασκαλίας, να αντικατασταθούν το πεπαλαιωμένο εκπαιδευτικό υλικό, εμπλουτισμός των συμπληρωματικών δραστηριοτήτων, εισαγωγή συστήματος αξιολόγησης εκπαιδευτικών προγραμμάτων και εκπαιδευτών, κλπ. Συστηματική παρακολούθηση των νέων συνθηκών που διαμορφώνονται στην διεθνή τουριστική αγορά εργασίας και διαρκή προσαρμογή του εκπαιδευτικού έργου στις σύγχρονες εξελίξεις ώστε οι απόφοιτοι των σχολών να είναι όσο το δυνατόν πιο ενημερωμένοι και έτοιμοι να αφομοιωθούν στα εκάστοτε εργασιακά δεδομένα.
- Επέκταση σε νέα τουριστικά επαγγέλματα. Προγράμματα ταχύρυθμης κατάρτισης ιδιοκτητών ενοικιαζόμενων δωματίων, κάμπινγκ, ειδικά ταχύρυθμα προγράμματα βοηθητικού προσωπικού ξενοδοχείων, ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας, κλπ. για να μπορέσουν να εξελιχθούν σε προσωπικό άριστα καταρτισμένο.

-
- Με την ανάληψη από την χώρα μας των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, δημιουργούνται νέες ανάγκες και θα πρέπει οι σχολές τουριστικών επιχειρήσεων να οργανώσουν εγκαίρως και με την αρμόζουσα προσοχή τα προγράμματα τους.

2. Θεσμικός εκσυγχρονισμός

- Πρέπει να επιλυθεί το ζήτημα της ισοτιμίας των πτυχίων των Τ.Ε.Ι. με αντίστοιχα πανεπιστημιακά ιδρύματα του εξωτερικού, καθώς επίσης είναι επιτακτική ανάγκη η αναβάθμιση της σχολής Τουριστικών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ι. σε Πανεπιστημιακό επίπεδο Α.Ε.Ι.
- Αποδέσμευση των Σ.Τ.Ε. από δραστηριότητες που την βαρύνουν και δεν συνάδουν με τον εκπαιδευτικό χαρακτήρα της (π.χ. είσπραξη και απόδοση Ι.Κ.Α. των εργοδοτικών εισφορών για τους ξεναγούς).
- Κωδικοποίηση της νομοθεσίας που διέπει την τουριστική εκπαίδευση στην Ελλάδα, η οποία σήμερα είναι διάσπαρτη σε διάφορα νομοθετήματα και διατάξεις.
- Συνεργασία με αντίστοιχες σχολές άλλων χωρών και εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων που παρέχονται για κοινά προγράμματα, ανταλλαγές σπουδαστών, βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και γενικά ανταλλαγή πληροφοριών και εμπειριών.

3. Υποδομές και στελέγωση

- Αναβάθμιση εκπαιδευτικού και εργαστηριακού εξοπλισμού και εμπλουτισμό των εκπαιδευτικών προγραμμάτων με την διδασκαλία μεθόδων και τεχνικών που παρέχει η σύγχρονη τεχνολογία (π.χ. internet, e-mail, εσωτερική επικοινωνία μεταξύ χώρου εστιατορίου και κουζίνας με την χρήση Η/Υ, κ.ο.κ)

- Ποιοτική αναβάθμιση των στελεχών των Σ.Τ.Ε. με την διενέργεια εσωτερικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων και δημιουργία προϋποθέσεων για την προσέλκυση σ' αυτές ατόμων με αυξημένα προσόντα και εμπειρία σε θέματα εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης.

4. Προπτυχιακά τμήματα Α.Ε.Ι.

Έως τώρα η τουριστική εκπαίδευση στη χώρα μας έχει βασιστεί στα τμήματα Τουριστικών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ι. και στις Σχολές Τουριστικών Επαγγελμάτων. Για να αναβαθμιστεί ποιοτικά η επαγγελματική κατάρτιση του στελεχιακού τουριστικού δυναμικού, είναι επιτακτική η δημιουργία τμήματος τουριστικής πολιτικής σε επίπεδο προπτυχιακού τμήματος Α.Ε.Ι. Επιπλέον η δημιουργία ενός τέτοιου πανεπιστημιακού τμήματος θα βοηθήσει και την πιο εύρυθμη λειτουργία δύο ήδη υφισταμένων μεταπτυχιακών προγραμμάτων στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου και στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Στις συνθήκες της δεκαετίας του 1950, οι ανάγκες ισόρροπης ανάπτυξης του τουρισμού επέβαλαν την δημιουργία ενός κρατικού φορέα, ο οποίος εκτός από τον ρυθμιστικό του χαρακτήρα έπρεπε να λειτουργήσει και ως επιχειρηματίας επειδή η ιδιωτική πρωτοβουλία δεν είχε ούτε την γνώση και ίσως ούτε τους πόρους για να αναπτύξει σημαντική δραστηριότητα. Ο φορέας που έπαιξε αυτόν τον ρόλο ήταν ο Ε.Ο.Τ., ο οποίος επανασυστήθηκε το 1950 με την ίδια περίπου θεσμική μορφή με την οποία είχε ιδρυθεί επί Ελευθέριου Βενιζέλου.

Μέχρι πρόσφατα ο Ε.Ο.Τ. κατέβαλε προσπάθεια να ανταποκριθεί στο ρόλο του ρυθμιστή, του σχεδιαστή και του επιχειρηματία έχοντας στην αρμοδιότητα του την διοίκηση, διαχείριση και εκμετάλλευση επιχειρηματικών μονάδων και πλήθους περιουσιακών στοιχείων (χιονοδρομικά κέντρα, μαρίνες, ιαματικές πηγές, ξενοδοχεία, καζίνο, πλαζ, ανεκμετάλλευτες εκτάσεις κ.λ.π). Παράλληλα έχει αναλάβει την τουριστική προβολή της χώρας στο εσωτερικό και εξωτερικό, αποφασίζει μέτρα και ρυθμίσεις για την ομαλή λειτουργία της τουριστικής αγοράς, αδειοδοτεί και ελέγχει τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά και εισηγείται την τουριστική πολιτική της χώρας.

Το εύρος αυτών των δραστηριοτήτων γνώσεις και μεθόδους υλοποίησης είναι τόσο μεγάλο που δεν είναι δυνατό να ασκείται αποτελεσματικά από έναν μόνο οργανισμό, αφού κάθε μια από αυτές απαιτεί πλέον ειδική στρατηγική.

Με την κατά καιρούς ίδρυση Υπουργείου Τουρισμού, έγιναν προσπάθειες να αποδεσμευτεί ο Ε.Ο.Τ. από μέρος των δραστηριοτήτων του ώστε να ασκήσει ικανοποιητικά τις υπόλοιπες. Όμως κάτι τέτοιο στην πράξη δεν ολοκληρώθηκε αφού δεν υπήρξε η κατάλληλη οργάνωση και στελέχωση των υπηρεσιών σε επίπεδο Υπουργείου ή Γενικής Γραμματείας. Το έτος 1998 με την ψήφιση του Ν. 2636/98 συστάθηκαν δύο ανώνυμες εταιρίες προκειμένου να αναλάβουν μέρος των δραστηριοτήτων του ΕΟΤ που δεν ήταν δυνατόν να ασκούνται πλέον από φορέα με

μορφή Ν.Π.Δ.Δ. Οι εταιρίες αυτές ήταν το «Ελληνικό Φεστιβάλ Α.Ε.», το οποίο ανέλαβε αμέσως το σύνολο των δραστηριοτήτων του Ε.Ο.Τ. στον τομέα των καλλιτεχνικών εκδηλώσεων και η «Εταιρία Αξιοποίησης Περιουσίας Ε.Ο.Τ.», η οποία άρχισε σταδιακά να παραλαμβάνει τις επιχειρηματικές μονάδες και τα περιουσιακά στοιχεία του Ε.Ο.Τ.

Με τον Ν.2837/2000 περιήλθε αυτοδίκαια και άμεσα στην ανώνυμη εταιρία η χρήση, διαχείριση και εκμετάλλευση όλων ανεξαιρέτως των περιουσιακών στοιχείων του Ε.Ο.Τ. συμπεριλαμβανομένων και των Καζίνο Πάρνηθας και Κέρκυρας. Η εταιρία μετονομάστηκε σε **Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.** και οι μετοχές περιήλθαν στο Ελληνικό Δημόσιο.

Αποτέλεσμα των ρυθμίσεων είναι να εξειδικευθεί ο ρόλος του Ε.Ο.Τ. σε αρμοδιότητες που αφορούν την ρυθμιστική εποπτεία της αγοράς, τον ποιοτικό έλεγχο του τουριστικού προϊόντος και το μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού.

Παράλληλα απαιτούνται ρυθμίσεις που θα εναρμονίσουν την άσκηση δραστηριοτήτων του Ε.Ο.Τ. με τους λοιπούς τομείς της κρατικής διοίκησης και της Εθνικής Οικονομίας. Στους άλλους τομείς δραστηριοτήτων του ελληνικού δημοσίου υλοποιήθηκε ήδη αποκέντρωση κρατικών αρμοδιοτήτων σε περιφερειακό επίπεδο, αλλά κάτι ανάλογο δεν συνέβη ακόμη στον τομέα του τουρισμού.

Με βάση τις ρυθμίσεις του Ν. 2636/98 και του πρόσφατου νόμου προωθούνται τα προεδρικά διατάγματα για την αποκέντρωση των αρμοδιοτήτων, την νέα οργανωτική δομή του Ε.Ο.Τ. και του τομέα του Τουρισμού του Υπουργείου Ανάπτυξης. Η επεξεργασία των Προεδρικών Διαταγμάτων έχει ολοκληρωθεί και προβλέπεται:

1. **Σύσταση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης**, η οποία κατ' αρχής θα αποτελείται από τις υπηρεσίες του πρώην Υπουργείου Τουρισμού που έχουν συγχωνευθεί στο Υπουργείο Ανάπτυξης. Στην Γ.Γ. Τουρισμού προβλέπεται η συγχώνευση της Ειδικής Γραμματείας Τουριστικών

Λιμένων, η μεταφορά των αδειοδοτικών αρμοδιοτήτων του Ε.Ο.Τ. και η αναδιοργάνωση των υπηρεσιών με σύσταση ή κατάργηση οργανικών μονάδων έτσι ώστε να δημιουργηθεί ο κατάλληλος και ευέλικτος διοικητικός μηχανισμός σε επίπεδο Υπουργείου. Το Υπουργείο έχει την ευθύνη προσδιορισμού της τουριστικής πολιτικής, του συντονισμού των συναρμόδιων φορέων, την εποπτεία των Ν.Π.Δ.Δ. και Ν.Π.Ι.Δ. τις διεθνείς σχέσεις του Τομέα Τουρισμού, την σύναψη των αναγκαίων διακρατικών συμφωνιών για την ανάπτυξη του τουρισμού και όσων αρμοδιοτήτων κριθεί ότι πρέπει να ασκούνται από την κεντρική διοίκηση.

2. Περιφερειακές Διευθύνσεις Τουρισμού. Το Π.Δ. προβλέπει μεταφορά αρμοδιοτήτων του Ε.Ο.Τ. που αφορούν αδειοδότηση τουριστικών επιχειρήσεων και έλεγχο της λειτουργίας τους στις Περιφερειακές και με σύσταση Δ/σεων Τουρισμού στις Περιφέρειες οι οποίες θα αναλάβουν τις μεταβιβαζόμενες αρμοδιότητες μαζί με τους αντίστοιχους υπαλλήλους και πόρους.

3. Αναδιάρθρωση του Ε.Ο.Τ., ο οποίος ένα ουσιαστικότερο και πιο επιτελικό ρόλο με τη μορφή Ν.Π.Δ.Δ.. Ο νέος επιτελικός ρόλος του Ε.Ο.Τ. συνοψίζεται στα εξής:

Εκπόνηση μελετών τουριστικής ανάπτυξης, ενημέρωση επενδυτών για τις δυνατότητες επενδύσεων στον τουριστικό τομέα. Μελέτη και προώθηση μέτρων για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και καθοδήγηση των φορέων που αναλάβουν την υλοποίηση νέων τουριστικών προϊόντων. Προγράμματα ποιότητας, διαπίστευσης και έλεγχος της τουριστικής αγοράς. Προγράμματα προβολής και διαφήμισης της χώρας στο εσωτερικό και το εξωτερικό.

Λειτουργία Γραφείων Εξωτερικού, με νέα δομή και δραστηριότητες ως προωθητές του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Έρευνα αγοράς, συγκέντρωση και ανάλυση στατιστικών στοιχείων σχετικών με την τουριστική ζήτηση σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

1. Κατάταξη καταλυμάτων

Το Υπουργείο Ανάπτυξης προωθεί τη θεσμοθέτηση του νέου συστήματος κατάταξης των ξενοδοχείων σε κατηγορίες Αστέρων, αντί των τάξεων που ισχύουν σήμερα. Το νέο σύστημα θα περιλαμβάνει για πρώτη φορά, εκτός από τις υποχρεωτικές Τεχνικές Προδιαγραφές και λειτουργικά-ποιοτικά κριτήρια (π.χ. 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. Θα είναι δηλαδή πιο κοντά στις δικές τους συνήθειες και έτσι θα ξέρουν ότι όταν το εκάστοτε ξενοδοχείο ανήκει στην κατηγορία των πέντε αστέρων π.χ. θα έχει τις αντίστοιχες υπηρεσίες και εξοπλισμό. 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 ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων, σε κατηγορίες κλειδιών, έχει ήδη καταρτιστεί. Σχετικό Π.Δ έχει υπογραφεί και αρχίζει η εφαρμογή του.

2. Αναθεώρηση κορεσμένων περιοχών

Το μέτρο για τις κορεσμένες περιοχές εφαρμόστηκε πριν από 14 χρόνια. Είναι ανάγκη να γίνει μια νέα εκτίμηση των περιοχών και ενδεχομένως να τροποποιηθεί με βάση τα νεότερα δεδομένα των τουριστικών περιοχών. Η αποτίμηση θα προκύψει από ειδικές μελέτες τουριστικής ανάπτυξης από έμπειρους εκτιμητές, 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.

Σε ορισμένες ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές, τμήματα των οποίων είναι κορεσμένα, πραγματοποιούνται τα τελευταία χρόνια εξαγορές λειτουργουσών μονάδων και δεν υφίστανται σοβαρές πιέσεις για τις περισσότερες κορεσμένες περιοχές. Κάποιες εξαιρέσεις ισχύουν για ορισμένα νησιά όπως η Μύκονος και η Σαντορίνη, αλλά για σημεία όπου η τουριστική χρήση της γης αποκλείεται, ούτως ή άλλως, από τον θεσμοθετημένο σχεδιασμό.

Αντίθετα, σημαντικές πιέσεις καταγράφονται για την περιοχή της Αττικής εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων 2004. Με βάση τις ως τώρα εκτιμήσεις για τις ανάγκες σε ξενοδοχειακές κλίνες, είναι αναγκαίο να επανεξεταστεί **άμεσα** το καθεστώς κορεσμού της ευρύτερης περιοχής της πρωτεύουσας.

Δεν πρέπει να βιαστούμε σε μια γενική άρση του υφιστάμενου κορεσμού γιατί αυτό μπορεί να οδηγήσει στη μαζική δημιουργία και κατώτερης ποιότητας μονάδων, πράγμα που θα οδηγήσει σε ποιοτική υποβάθμιση της ξενοδοχειακής υποδομής. Το μέτρο για την άρση του κορεσμού πρέπει να εφαρμοστεί μόνο για μονάδες πολυτελείας και υψηλών προδιαγραφών, που θα έχει ως αποτέλεσμα τη βελτίωση της ποιότητας της ξενοδοχειακής υποδομής σε όλες τις κατηγορίες.

Ήδη το Υπουργείο Ανάπτυξης προέβη στην άρση του κορεσμού για την Αττική και δημοσιεύτηκε από τον Ε.Ο.Τ., πρόσκληση για την ανέγερση ξενοδοχειακών κλινών πολυτελείας στην Αττική.

3. Κοινωνικό Πλαίσιο Στήριξης

Οι συνολικοί πόροι, που θα απορροφήσει ο Τουρισμός στα πλαίσια του Γ' Κ.Π.Σ. υπολογίζεται σε 700 δισ. δρχ. περίπου εκ των οποίων περίπου το ήμισυ θα είναι η ιδιωτική συμμετοχή.

Από τα χρήματα αυτά, οι βασικές προτεραιότητες που πρέπει να υλοποιηθούν στον Τουρισμό έχουν διατυπωθεί ως εξής:

Τεχνολογική αναβάθμιση τουριστικών επιχειρήσεων: Ο τουρισμός γίνεται πλέον ένας βασικός χρήστης 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. Επίσης οι τηλεπικοινωνίες και οι τεχνολογίες της πληροφορίας θα αλλάξουν ριζικά τις εμπορικές συναλλαγές μεταξύ των τουριστικών 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.

Μέσο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Κοινωνία της Πληροφόρησης», 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 υπηρεσιών και διατήρηση του επιπέδου της ποιότητας τους, μέσω του ολοκληρωμένου εκσυγχρονισμού των αντίστοιχων επιχειρήσεων. Τα κίνητρα επενδύσεων που δίνονται 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 με 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. Επιβάλλεται να χρηματοδοτηθούν ολοκληρωμένα προγράμματα προσέλκυσης τουριστικής ζήτησης κατά τη χειμερινή περίοδο, για να καταφέρουμε να μειώσουμε την εποχικότητα που παρουσιάζει ο Τουρισμός στην χώρα μας.

Προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Στόχος θα είναι η εξασφάλιση ενός σταθερού προϋπολογισμού προβολής. Η προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό πρέπει να γίνει από μια αξιόπιστη εταιρία όπου θα βρει και θα τονίσει τα καλύτερα χαρακτηριστικά της χώρας μας. Δαπανούνται αρκετά χρήματα για την προβολή της χώρα και καλό θα ήταν να εκμεταλλευτούμε αυτή την ευκαιρία στο έπακρο, η οποία ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 θα μπορέσει να μας βοηθήσει και μελλοντικά .

Αναδιάρθρωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Η αναδιάρθρωση και αναθεώρηση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης έχει στόχο την καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς. Πρέπει να δημιουργηθεί πρόσφορο έδαφος για νέες συνεργασίες για τον καθορισμό του περιεχομένου των σπουδών και της πρακτικής εξάσκησης κατά τη διάρκεια της κατάρτισης. Η ενθάρρυνση για διεθνείς συνεργασίες μεταξύ κρατικών ή ιδιωτικών φορέων εκπαίδευσης είναι μια από τις καλύτερες ευκαιρίες για γνωριμία και αξιολόγηση της εκπαίδευσης, κατάρτισης των άλλων χώρων..

Με βάση τις προτεραιότητες αυτές, τα Μέτρα Τουρισμού στο ενιαίο «Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας» (Ε.Π.ΑΝ.) διαρθρώνονται ως εξής:

- A) Δίκτυο συμβουλευτικής και μελετητικής υποστήριξης των Μ.Μ.Ε. του τουρισμού.
- B) Αναβάθμιση καταλυμάτων και ενίσχυση Μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων.
- Γ) Προώθηση της επιχειρηματικής αριστείας σε τουριστικές επιχειρήσεων.
- Δ) Ενίσχυση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής.
- Ε) Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (Π.Ο.Τ.Α.).
- ΣΤ) Ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού.
- Ζ) Τουριστική προβολή
- Η) Προσέλκυση τουριστικής ζήτησης κατά την χειμερινή περίοδο.
- Θ) Εκπαίδευση και κατάρτιση στο χώρο του Τουρισμού.
- Ι) Χρήση προηγμένων τεχνολογικών για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος (π.χ. εξοικονόμηση ενέργειας κ.λ.π.).

1. Πρόσληψη αποτιμητή και χρηματοοικονομικού συμβούλου.

Ολοκληρώθηκε η πρόσληψη Χρηματοοικονομικού Συμβούλου και Εξειδικευμένων Συμβούλων στον τραπεζικό όμιλο Fuji Bank Ltd και των βασικών συνεργατών του, «American Appraisal», «Dromos Consulting» και «Ζέππος & Ζέππος».

Με την ολοκλήρωση της διαδικασίας πρόσληψης Χρηματοοικονομικού Συμβούλου, η προσπάθεια αξιοποίησης της τεράστιας περιουσίας του Ε.Ο.Τ. , ενισχύεται και περιβάλλεται με την εγγύηση ενός χρηματοπιστωτικού οργανισμού διεθνούς κύρους και αξιοπιστίας.

Παράλληλα διευκολύνεται η επίτευξη βασικών στόχων της τουριστικής ανάπτυξης πολιτικής, καθώς διασφαλίζεται: η επιτάχυνση των διαδικασιών προσέλκυσης επενδυτικών κεφαλαίων και αποτελεσματική παραχώρηση των διαχειρίσεων των μεγάλων μονάδων και στοιχείων στην ιδιωτική πρωτοβουλία, η εξασφάλιση υφιστάμενων και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, η δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και η μέγιστη δυνατή εξασφάλιση των συμφερόντων του Ελληνικού Δημοσίου.

Τα έργα και οι επενδύσεις που αφορούν στο «Ολυμπιακό Τουριστικό Πακέτου» θα πρέπει να έχουν ολοκληρωθεί πριν το 2004 (Μαρίνες, ακτές Αττικής, παράκτιες εκτάσεις Αττικής, Ιαματικό προϊόν, εκτάσεις και εγκαταστάσεις σε συγκεκριμένες περιοχές περιφέρειες) θα πρέπει να αναλυθούν και να προωθηθούν κατά προτεραιότητας, εκτός του γενικού χρονοδιαγράμματος του έργου του Συμβούλου.

α. Γενικό Στρατηγικό Σχέδιο.

Κύριο έργο του Συμβούλου είναι η κατάστρωση Στρατηγικού Σχεδίου το οποίο περιλαμβάνει:

Λεπτομερή καταγραφή όλων ανεξαιρέτως των περίπου 300 περιουσιακών στοιχείων (ακίνητα, εγκαταστάσεις, εκτάσεις, εξοπλισμός, κινητές αξίες κ.ο.κ), του χαρτοφυλακίου της Ε.Τ.Α. Α.Ε.. Η καταγραφή θα γίνει με τις πλέον σύγχρονες μεθόδους και εφαρμογές της πληροφορικής.

Αξιολόγηση (αποτίμηση) των περιουσιακών στοιχείων με την εξέταση κάθε περίπτωσης από νομικής και οικονομοτεχνικής πλευράς, ούτως ώστε να εντοπιστούν τυχόν εκκρεμότητες (δικαστικές αποφάσεις, όροι συμβάσεων κ.λ.π) και προβλήματα νομικής ή άλλης φύσης (καταπατήσεις, κακές εκτελέσεις συμβάσεων, αντιδικίες κ.ο.κ), καθώς και για να αναδειχθούν τα βασικά οικονομοτεχνικά χαρακτηριστικά κάθε στοιχείου.

Διαμόρφωση προτάσεων αξιοποίησης περιουσιακών στοιχείων, οι οποίες θα συντάσσονται με συνεκτίμηση του βαθμού δυσκολίας της εκάστοτε περίπτωσης, τού νομικού καθεστώσ στο οποίο υπάγεται και των επενδυτικών προοπτικών που εμφάνίζει.

β. Αναλυτικά Στρατηγικά Σχέδια

Προβλέπεται **αναλυτικό στρατηγικό σχέδιο** για κάθε περιουσιακό στοιχείο, το οποίο περιλαμβάνει:

- ❖ Αξιολόγηση των πιθανών επιλογών αξιοποίησης.
- ❖ Εκπόνηση χρηματοοικονομικού μοντέλου επένδυσης.
- ❖ Πρόσκληση ενδιαφέροντος επενδυτών.
- ❖ Τελική πρόταση στρατηγικής υλοποίησης.
- ❖ Προκήρυξη διαγωνισμών.
- ❖ Αξιολόγηση υποψηφίων αναδόχων.

Η αποτίμηση του χαρτοφυλακίου του Ε.Ο.Τ. θα ανατεθεί σε ελεγκτικούς και αποτιμητικούς Οίκους προκειμένου να αυξηθεί το κεφάλαιο της Ε.Τ.Α Α.Ε., με την καθαρή θέση που θα προκύψει σύμφωνα με το Γενικό Λογιστικό Σχέδιο.

2. Διαμόρφωση νέων τουριστικών προϊόντων

Η Δημόσια Τουριστική Περιουσία συμβάλλει στην προώθηση των στόχων στην εξής κατεύθυνση

Με τα Νέα Τουριστικά Προϊόντα (Θεματικά Πάρκα) διαφοροποιεί τη σύνθεση του προσφερόμενου Τουριστικού Προϊόντος και θεραπεύει τις δομικές αδυναμίες της αγοράς (διάρκεια λειτουργίας).

Με την ανάπτυξη και την αναβάθμιση της παραλίας της Αττικής συμβάλλει στην προαγωγή του φυσικού ψυχαγωγικού προορισμού της μητρόπολης ...

Με την αξιοποίηση των μεγάλων ανενεργών Τουριστικών Δημοσίων Κτημάτων συμβάλλει στην δημιουργία ολοκληρωμένων Τουριστικών Επιχειρήσεων στην περιφέρεια και ικανοποιεί παραμέτρους της πολιτικής ζήτησης (προσέλκυση υψηλού εισοδήματος, γεωγραφική κατανομή, καθετοποίηση, διαφοροποίηση των ποιοτικών χαρακτηριστικών της ζήτησης).

Με την εισαγωγή στην αγορά της Δημόσιας Τουριστικής Περιουσίας θα ενισχυθούν σημαντικά οι στόχοι της νέας πολιτικής ζήτησης.

Weekend

Πελατοκεντρικός

Ολυμπιακός-Μεταολυμπιακός

Εναλλακτικός-Εκπαίδευση

Εσωτερικός Ψυχαγωγικός

Ενίσχυση της αγοράς με σημαντικές άμεσες επενδύσεις (2001-2004) ~ 300 δισ.

Απασχόληση: 15.000 θέσεις εργασίας

Νέες Επενδύσεις

Προάντληση (1^ο τρίμηνο 2001) 100 δισ.

Ιδιωτικές Επενδύσεις (στρατηγικού χαρακτήρα) 100 δισ.

Θεσμικοί επενδυτές και Δανειοδοτήσεις 100 δισ.

αποδόσεις προ Φόρων Ελληνικού Δημοσίου 25 δισ/έτος

Θεματικό Πάρκο Αναβύσσου

Προϋπολογισμός: 35 Δις. Δρχ.

Χρονοδιάγραμμα: Ωρίμανση 14 μήνες

Κατασκευή 24 μήνες

Λειτουργία: 2004

Ενυδρείο και πάρκο θαλάσσιων επιστημών και τεχνολογίας (περιοχή Βούλας)

Προϋπολογισμός: 15 Δις. Δρχ.

Χρονοδιάγραμμα: Ωρίμανση 14 μήνες

Κατασκευή 24 μήνες

Λειτουργία: 2004

Ιαματικό Προϊόν: Ανάπτυξη σύγχρονου ιαματικού προϊόντος (SPA) σε συνδυασμό με βιομηχανικά προϊόντα υγείας.

Περιοχές: Φθιώτιδα, Εύβοια, Ηλεία, Σέρρες.

Προϋπολογισμός: 30 Δις. Δρχ.

Χρονοδιάγραμμα: Ωρίμανση 12 – 18 μήνες

Κατασκευή 24 – 36 μήνες

Λειτουργία: 2004 – 6

Αποτελέσματα:

Ανάπτυξη βιομηχανίας – προσέλκυσης επενδύσεων από μεγάλες διεθνής βιομηχανίες του κλάδου.

Παραγωγή υδροθεραπευτικών φαρμακευτικών προϊόντων με ονομασία προέλευσης Σύγχρονα υδροθεραπευτήρα με προσφορά γκάμας προϊόντων.

Waterlands (τουριστικά χωριά με συνδυασμό ιαματικών πηγών και θάλασσας)

Ε.Τ.Α. Α.Ε: Θαλάσσιος Τουρισμός

1. Εκσυγχρονισμός και κατηγοριοποίηση Μαρίνων Ε.Ο.Τ.

Προϋπολογισμός: 15 Δις. Δρχ.

Χρονοδιάγραμμα: Ωρίμανση 8 μήνες

Κατασκευή 20 μήνες

Λειτουργία: 2003

Ζέα: Ένταξη στον αστικό ιστό με δημιουργία πόλου ψυχαγωγίας
(Fisherman Warf)

Βουλιαγμένη: Πολυτελής Μαρίνα με ξενοδοχειακή υποστήριξη Resort.

Άλιμος – Φλοίσβος : Μαζικές Μαρίνες μικρών και μεγάλων σκαφών με παροχή ολοκληρωμένων χερσαίων υπηρεσιών.

2. Εκσυγχρονισμός Ακτών Αττικής και χώρων αναψυχής –ψυχαγωγίας

Προϋπολογισμός: 5 Δις. Δρχ.

Χρονοδιάγραμμα: Ωρίμανση 6 μήνες

Κατασκευή 20 μήνες

Λειτουργία: 2002

3. Ολυμπιακή Μαρίνα

Πρόβλημα: Κορεσμός της υπάρχουσας υποδομής (2400 θέσεις)

Ζήτηση: 3000 νέων θέσεων

Λύση: Ολυμπιακή Μαρίνα / Μαρίνα Σταδίου Ε.Φ. Περιοχές αστικές χωρίς δυνατότητα ανάπτυξης ακτών λουομένων.

Ε.Τ.Α Α.Ε.: Μεγάλες Τουριστικές Εγκαταστάσεις

1. Ολοκληρωμένες Εγκαταστάσεις σε εκτάσεις του Ε.Ο.Τ.

Περιοχές:

Αττική

Χανιά

Ηράκλειο

Ρόδος

Πελοπόννησος

Χαλκιδική

Κομοτηνή

Παρνασσός

Προϋπολογισμός: 120 Δις. Δρχ.

Χρονοδιάγραμμα: Ωρίμανση 12 – 24 μήνες

Κατασκευή 24 – 36 μήνες

Λειτουργία: 2004 – 2006

Αποτελέσματα:

Ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης υψηλών εισοδημάτων.

Δημιουργία πόλων ισχυρής τουριστικής συγκέντρωσης

2. Εκσυγχρονισμός Καζίνο Παρνηθας και Κέρκυρας

Α. ΦΑΣΗ: Δημιουργία της Resort Casino, θυγατρικής της ΕΤΑ

Προϋπολογισμός: 1,5 Δις. Δρχ.

Ολοκλήρωση: Α' εξάμηνο 2001

Β. ΦΑΣΗ: Εμπλουτισμός υπηρεσιών (Ξενοδοχείο, Καζίνο, Πάρκο)

Προϋπολογισμός: 1,5 Δις. Δρχ.

Ωρίμανση: 6 μήνες

Κατασκευή: 16 μήνες

Λειτουργία: 2003

ΠΗΓΕΣ – ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ε.Ο.Τ. Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων

Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα

Ι.Τ.Ε.Π.

Η Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα και τις Ανταγωνίστριες χώρες (Αθ.

Κ. Τσίτουρας PhD)

Το Πανόραμα του Παγκόσμιου Τουρισμού (Π.Γ. Παυλόπουλος)

Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός Ι.Τ.Ε.Π.

Περιοδικό Business & Τουρισμός

Περιοδικό «Σύνδεσμος» ΗΑΤΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΔΕΛΤΙΩΝ

ΤΥΠΟΥ

Business & Τουρισμός

❖ Έως το τέλος του έτους η ανάθεση των έργων



Στις 7 Σεπτεμβρίου ξεκινάει ο κύκλος ιδιωτικοποιήσεων της εταιρείας Ελληνικά Καζίνο Παράγειας με την καλύτερη προσφορά



Η αναβάθριση και η αξιοποίηση των μαρινών θα είναι οι υψίστης προτεραιότητας τουριστικές ανάγκες

Στην τελική ευθεία οι διαγωνισμοί για τα καζίνα και τις μαρίνες

Χειμώνας με πολλή δουλειά αναμένεται να είναι ο φετινός για την ηγεσία της εταιρείας Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, καθώς ήδη έχουν προκηρυχθεί προς πώληση για την αξιοποίησή τους τα μεγαλύτερα «κομμάτια» της περιουσίας του ελληνικού τουρισμού.

ΕΩΣ ΤΟ ΤΕΛΟΣ του έτους θα έχουν δοθεί σε ιδιώτες τα κυριότερα περιουσιακά στοιχεία του τουρισμού, όπως καζίνα, μαρίνες, εκτάσεις, προκειμένου να επιτευχθεί η καλύτερη αξιοποίησή τους, ενώ σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα θα προκηρυχθούν η έκταση της Ανεβύσσου, καθώς και οι ιαματικές πηγές οι οποίες εντάσσονται στο Ολυμπιακό Τουριστικό Πλακέτο.

Ειδικότερα, στις 7 Σεπτεμβρίου 2001 ξεκινάει ο κύκλος ιδιωτικοποιήσεων της εταιρείας Ελληνικά Καζίνο Παράγειας Α.Ε. με την κατάθεση προσφορών μη δεσμευτικού ενδιαφέροντος για την απόκτηση ποσοστού 19,9%-51% από 37 διεθνείς και ελληνικούς ομίλους-κοινοπραξίες και αναμένεται να ολοκληρωθεί έως το τέλος του έτους. Επρωύνονται ότι έως το τέλος της εβδομάδας -έως τις 23 Σεπτεμβρίου- θα αξιολογηθούν οι φέρουσες ώστε να περιλάβει στην εκδήλωση δεσμευτικού ενδιαφέροντος τους απαραίτητους όρους προκειμένου να εξασφαλιστούν η πλήρης διαφάνεια και η πλήρης αξιοπιστία στο διεγγωνισμό.

Επισημαίνεται ότι η σοβαρότητα, η διαφάνεια των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, η αξιοπιστία και η συνέπεια του σχήματος θα αποτελέσουν το βασικό κριτήριο για την προεπιλογή των σχημάτων που θα κληθούν να καταθέσουν τη δεσμευτική οικονομική τους προσφορά με τη διαδικασία των πολλαπλών γύρων (bidding).

Στο στάδιο αυτό του διαγωνισμού θα τεθούν στον έπαισο το τελικό ποσοστό των μετόχων που θα διατεθεί, ο χρόνος της σχετικής σύμβασης και τα λοιπά ζητήματα που αφορούν στη διεκπερί-

ση (management) της επιχείρησης και στο σχέδιο ανάπτυξής της. Η ιδιωτικοποίηση, η οποία γίνεται με την προοπτική ότι δεν θα εκδοθεί δεύτερη άδεια καζίνο για την Αττική, που προέβλεπε ο Ν. 2206/94, και δεν θα επιτραπεί η μετεγκατάσταση του Καζίνο Παράγειας για δύο χρόνο ισχύει η δέσμευση αυτή, αναμένεται να επιφέρει σημαντικές θετικές αλλαγές στο τουριστικό προϊόν και ιδιαίτερα στην τουριστική κίνηση των Αθηνών. Επίσης, θα

της ΤΖΙΝΑΣ Ι. ΑΓΓΟΥΡΗ

αυξήσει σημαντικά τα έσοδα και έμμεσα έσοδα του Δημοσίου από αυτή την πηγή, το οποίο από την 1η Ιουλίου 2001 διατίθενται, όπως είναι γνωστό, αποκλειστικά για τη διεθνή προβολή του ελληνικού τουρισμού. Μελλοντικά η ίδια διαδικασία θα ακολουθηθεί και με το Καζίνο της Κέρκυρας. Μεγάλες επιχειρήσεις και κοινοπραξίες από τις ΗΠΑ, την Ευρώπη και την Ελλάδα κατέθεσαν πρόταση μη δεσμευτική τόσο για το Καζίνο της Παράγειας όσο και για τα δύο ξενοδοχεία και το τελεφερί, δεδομένου ότι με τις καταλλήλες επενδύσεις τα κέρδη μπορεί και να ξεπεράσουν τα 50 δισ. δρχ. το χρόνο. Επισημαίνεται ότι από τους 37 ομίλους που υπέβαλαν πρότασης, οι 19 κατέχουν ήδη σχετική άδεια λειτουργίας καζίνο: οι 10 διατίθενται την προέθεσή τους να συνεργαστούν με κατάτους αδελών καζίνο, ενώ οι υπόλοιποι 8 δι-

ώσουν τη σχετική εμπειρία τους και θεωρείται βέβαιο πως θα επιδιώξουν επίσης συνεργασία με κάποιο αδελφό καζίνο. Στη λίστα των υποψηφίων για την ανάληψη λειτουργίας του Καζίνο της Παράγειας περιλαμβάνονται όλα τα ελληνικά καζίνα που λειτουργούν καθώς επίσης και γνωστά καζίνα του εξωτερικού, αλλά και μεγάλες ελληνικές κατασκευαστικές εταιρείες. Επίσης στις 3 Σεπτεμβρίου ξεκίνησε η παραλαβή των τευχών δημοπρατήσης από τις εταιρείες που ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν στο διαγωνισμό για τη μακροχρόνια εκμίσθωση των μαρινών Αλιψού, Φλοίσβου και Ζέας. Στα τεύχη αυτά περιγράφονται τα χαρακτηριστικά της κάθε μαρίνας, οι δυνατότητες επενδύσεων, η οικονομική τους κατάσταση και οι δυνατότητες ανάπτυξης. Στο τέλος του μήνα, στις 30 Σεπτεμβρίου,

οι ενδιαφερόμενες εταιρείες θα πρέπει να υποβάλουν μη δεσμευτικές προτάσεις για τη συμμετοχή τους στα διαγωνιστικά, έτσι ώστε να γίνει η αξιολόγηση των προτάσεων και έως το τέλος του έτους να έχει ολοκληρωθεί η αξιολόγηση, η διαπραγματεύση και η επιλογή. Η αναβάθριση και η αξιοποίηση των μαρινών θα πραγματοποιηθεί σε αυστηρό πλαίσιο ήπιας τουριστικής ανάπτυξης με τη διατήρηση του υπάρχοντος πολιτισμικού και γενικότερου περιβαλλοντικού ισολογισμού. Σε κάθε μαρίνα θα αναδειχθούν τα ιδιαίτερα πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά τους, προσελκύοντας διαφορετικού είδους επισκεπτών και πελατών: η) Η Μαρίνα Ζέας ως αναπόσπαστο κομμάτι μιας πόλης-κόμβου όπως η Πειραιάς, β) Η Μαρίνα Φλοίσβου ως ιδιαίτερως υψηλής ποιότητας, που μπορεί να προσελκύσει μεγάλου ιδιωτικού σκάφους, γ) Η Μαρίνα Αλιψού ως η μεγαλύτερη μαρίνα μεσαίου μεγέθους σκαφών της Δυτικής Μεσογείου, με προανατολισμό στους ιδιοκτήτες επαγγελματιών σκαφών, καθώς και σε μικρούς και μεσαίους ιδιοκτήτες που ενεργοποιούνται δυναμικά στο θαλάσσιο τουρισμό, δ) Στη Μαρίνα Βουλιαγμένης ολοκληρώνονται οι συμφωνίες με την ΑΕΕ Αστήρ για την παραχώρηση των δικαιωμάτων διαχείρισης, ώστε να προκύψει ο συνδυασμός ενός ξενοδοχειακού συγκροτήματος resort πολυτελείας.

Τέλος, σε σύντομο χρονικό διάστημα, πρόκειται να προκηρυχθούν οι εκτάσεις της Ανεβύσσου και της Αρζίνου Ρόδου, καθώς και οι ιαματικές πηγές των περιοχών Κορώνων Βούρλων, Υπότης, Πλαυσιστόμου, Θερμοπυλών-Ψαρονέριου και Αιθιώτη. Η προκήρυξη αναμένεται έως το τέλος του έτους, δεδομένου ότι η αξιοποίηση τους εντάσσεται στο Ολυμπιακό Τουριστικό Πλακέτο του υπουργείου Ανάπτυξης και θα πρέπει να ξεκινήσουν οι απαραίτητες ενέργειες έτσι ώστε να είναι όλα έτοιμα το καλοκαίρι του 2004 για τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

ΕΟΤ

Έως 11 Οκτωβρίου οι προσφορές για τη νέα διαφημιστική καμπάνια

ΤΟ ΑΡΓΟΤΕΡΟ έως τις 11 Οκτωβρίου 2001 θα πρέπει να υποβληθούν οι προτάσεις από τους ενδιαφερόμενους για να αναλάβουν το διαφημιστικό πρόγραμμα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για το έτος 2002 στο εξωτερικό, συνολικού προϋπολογισμού 7 δισ. δρχ.

Ο ανάδοχος ή οι ανάδοχοι θα αναλάβουν την εκπόνηση, εφαρμογή και παραγωγή του δημογραφικού μέρους της διαφημιστικής εκστρατείας, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της εκστρατείας αυτής στα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή και τα δύο παραπάνω σε συνδυασμό για το έτος 2002.

Οι χώρες στις οποίες θα εφαρμοστεί το διαφημιστικό πρόγραμμα είναι: Γερμανία, Μ. Βρετανία, Γαλλία, Ιταλία, Ολλανδία, Βέλγιο, Η.Π.Α., Αυστρία, Ελβετία, Σουηδία, Τσεχία - Σλοβακία - Ουγγαρία - Πολωνία, Ισπανία, Ιαπωνία, Ρωσία. Όπως τονίζεται στην προκήρυξη προϋπόθεση συμμετοχής είναι η προσκόμιση εγγυητικής επιστολής ποσού ίσου με το 5% του συνόλου του προϋπολογισμού. Εφόσον η πρόταση αφορά μόνο το δημογραφικό μέρος, η εγγυητική επιστολή θα είναι ύψους ποσού ίσου με το 5% της οικονομικής προσφοράς που υποβάλλεται. Εφόσον η πρόταση αφορά μόνο το σχεδιασμό και την υλοποίηση της διαφημιστικής εκστρατείας στα ΜΜΕ, η εγγυητική επιστολή θα είναι ύψους ποσού ίσου με το 5% των 20.542.920,02 EURO ή 7 δισ. δρχ. Στην περίπτωση που η πρόταση αφορά και τα δύο μέρη (δημογραφικό και Μέσο), τότε η εγγυητική επιστολή θα είναι ύψους ποσού ίσου με το 5% των 20.542.920,02 ευρώ και του ποσού που προτείνεται ο συμμετέχων ως αμοιβή του για το δημογραφικό μέρος. Οι εγγυητικές επιστολές πρέπει να τακτούν για τρεις τουλάχιστον μήνες από την τελευταία ημερομηνία υποβολής των προσφορών (11 Οκτωβρίου 2001). Για τις λοιπές εγγυητικές που θα απαιτηθούν κατά την υλοποίηση της σύμβασης, οι ενδιαφερόμενοι θα ενημερωθούν από την αναλυτική προκήρυξη. Η ισχύς των προσφορών θα είναι εξήντα (60) ημερών. Ο ανάδοχος που θα επιλεγεί θα δεσμεύεται από την πρότασή του για επτά (7) ημερολογιακές ημέρες.

ΤΖ.Ι.Α

Οι προτεραιότητες του νέου υπουργού Ανάπτυξης για τον τουρισμό



Μέσω της Διυπουργικής Επιτροπής Αποκρατικοποιήσεων ο κ. Νίκος Χριστοδουλάκης έχει ουσιαστικά δεσμεύσει το νέο υπουργό Ανάπτυξης να συνεχίσει το πρόγραμμα αποκρατικοποιήσεων στον τουρισμό, αφού μια εβδομάδα πριν «πέρασε» από την Επιτροπή το χρονοδιάγραμμα διενέργειας των διαγωνισμών για την ιδιωτικοποίηση των μεγάλων ακτών της Αττικής, του καζίνο της Πάρνηθας, των επενδύσεων στις εκτάσεις του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού στην Ανάβυσσο και στο Γκολφ Αφάντου Ρόδου, καθώς και για τη δημιουργία του συνεδριακού και εκθεσιακού κέντρου της Αθήνας στις ε-

γκαταστάσεις του ανατολικού αερολιμένα.

Εκ των πραγμάτων, δηλαδή, ο νέος υπουργός Ανάπτυξης, Ακης Τσοχατζόπουλος, οφείλει να τηρήσει αυτό το χρονοδιάγραμμα, καθώς και τους όρους με τους διαγωνισμούς βρίσκονται σε εξέλιξη (καζίνο, μαρίνες) και το «όποιο κοινωνικό πρόσωπο» θέλει να επιδείξει στον τουριστικό τομέα θα το προωθήσει σε άλλες πολιτικές.

Στον τομέα του τουρισμού, επίσης, βρίσκεται ήδη διαμορφωμένη την αναδιάρθρωση του ΕΟΤ, καθώς υλοποιούνται τα ΠΔ για τη Γενική Γραμματεία Τουρισμού, τη μεταφορά αρμοδιοτήτων στις περιφέρειες και τον «μικρό» ΕΟΤ, που απέμεινε, σε εκτελεστικό ρόλο.

Οι προτεραιότητες

Η πρώτη του προτεραιότητα στον τουρισμό θα είναι η αντιμετώπιση των παρενεργειών της κρίσης, μέσω συγκεκριμένων μέτρων, ενώ από τους τουριστικούς φορείς θα τεθεί ξανά ο σχεδιασμός μιας μακροχρόνιας τουριστικής πολιτικής, με ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους.

Όπως χαρακτηριστικό έχει αναφέρει ο ΣΕΤΕ, η Τουρκία, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει μπει δυναμικά στο τουριστικό στερέωμα, ανακοίνωσε πρόσφατα ότι στόχος της είναι το 2010 να έχει 25 δισ. δολάρια τουριστικό συνάλλαγμα από 30 εκ. τουρίστες, που θα φιλοξενηθούν σε 1 εκ. κλίνες. Η Ελλάδα, έχει αναρωτηθεί ο ΣΕΤΕ, ποιο στόχο έχει;

Ο κ. Τσοχατζόπουλος μπορεί πραγματικά να γίνει δημοφιλής στον τουριστικό κόσμο εάν ξεκινήσει το έργο του από αυτό το σημείο: Τη χάραξη μακροχρόνιας πολιτικής, που θα περιγράφει τους στόχους, τον τρόπο επίτευξης, την επιθυμητή ανάπτυξη ανά ευρύτερη περιοχή...

Πιό γρήγορα οι ιδιωτικοποιήσεις

Την επιτάχυνση των ιδιωτικοποιήσεων στον τουριστικό τομέα αποφάσισε η Διυπουργική Επιτροπή Αποκρατικοποιήσεων.

Ετσι, σύντομα αρχίζουν οι διαδικασίες εισαγωγής στο Χρηματιστήριο της εταιρίας Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε., η οποία αναμένεται να ολοκληρωθεί στο β' εξάμηνο του 2002. Σε τροχιά ιδιωτικοποιήσεων βρίσκονται οι μαρίνες Ζέας, Αλίμου και Φλοίσβου και η διαδικασία αναμένεται να ολοκληρωθεί τον προσεχή Μάρτιο. Ανάλογες κινήσεις προβλέπονται για τις πρώην αλυκές Αναβύσσου και για την έκταση μαζί με τις εγκαταστάσεις

του Γκολφ Αφάντου Ρόδου.

Οι διαδικασίες για τη δημιουργία συνεδριακού κέντρου στις εγκαταστάσεις του Ανατολικού Αερολιμένα προχωρούν κανονικά. Η προκήρυξη εκδήλωσης ενδιαφέροντος θα γίνει στις 15 Δεκεμβρίου και η ολοκλήρωση της διαδικασίας προβλέπεται για το Μάιο 2002, ενώ η κατασκευή θα απαιτήσει 20 μήνες. Τέλος, σε εξέλιξη βρίσκεται ο διαγωνισμός για την ιδιωτικοποίηση του καζίνο Πάρνηθας, που αναμένεται να ολοκληρωθεί το Μάρτιο 2002 και αφορά την πώληση μέχρι και του 51% των μετοχών και την παραχώρηση του μάντζιμεντ.

(Μετρόγραμμα)

22/10



ΦΘΙΣΒΟΣ, ΑΛΙΜΟΣ ΚΑΙ ΖΕΑ

Προσκληση ενδιαφέροντος

Τρεις μαρίνες

Εκινούν οι διαδικασίες της πρώτης φάσης των τριών διεθνών διαγωνισμών για την αξιοποίηση των τουριστικών λιμένων (μαρινών) του ΕΟΤ Ζέας, Φθισβού και Αλίου. Δόθηκαν στη δημοσιότητα από την εταιρεία Έλληνικά Τουριστικά Ακίνητα ΑΕ (ΕΤΑ) οι σχετι-

κες προκηρύξεις για το φιλοδοξό αυτό πρόγραμμα, με το οποίο η ΕΤΑ σκοπεύει να προσεέλθει επενδύσεις συνολικού ανώ των 32,5 δισ. δολχ. αμερ. και να αναμορφώσει ριζικά την εικόνα και το επίπεδο υπηρεσιών στον παραλιακό άξονα της Αττικής.

Θέματα

κλήση ενδιαφέροντος αφορά τη διαχείριση των τριών μαρι-
συνδυασμό με την εκτέλεση έργων αναβάθμισης και εκσυλ-
του και απευθύνεται σε επιχειρηματικά σχήματα που δραστη-
ούνται στο χώρο του θαλάσσιου τουρισμού, των κατασκευών,
χείρισης ελεύθερου χρόνου αθλή και σε επενδυτές και σε άλλ-
χειρήσεις (χρηματοπιστωτικές, διαχείρισης ακινήτων κ.λπ.).
γραμμα της ΕΤΑ και οι τρεις διεθνείς διαγωνισμοί αφορούν:

αρίνα της Ζέας, η οποία θα αναδειχθεί σε μία μαρίνα
παιστικού χαρακτήρα, άρρηκτα και αισθητικά συνδεδεμένη
την πόλη του Πειραιά. Προβλέπονται επενδύσεις μέχρι 17 δισ.

αρίνα του Φλοίσβου, τη μεγαλύτερη της Μεσογείου, η οποία

της Βαρκελώνης (επίσης μητροπολιτικού κέντρου και τόπου τέλε-
σης των Ολυμπιακών Αγώνων).

Κάθε διαγωνισμός θα διεξαχθεί σε δύο στάδια:

- Εκδήλωση ενδιαφέροντος, υποβολή μη δεσμευτικών προσφορών και προεπιλογή των υποψηφίων
- Υποβολή δεσμευτικών προσφορών, ανάδειξη ηθαιοδότη, διαπραγματεύσεις και υπογραφή συμβάσεων.

Οι διαδικασίες των διαγωνισμών υποστηρίζονται από τον χρηματοοι-
κονομικό σύμβουλο της ΕΤΑ, την Fuji bank Ltd, που ηθαιοιώνεται από
εξειδικευμένους συμβούλους και έχει συντάξει τις σχετικές αναπτυ-
ξιακές μελέτες.

Υπενθυμίζεται ότι για τη μαρίνα Βου-
λιαγμένης ολοκληρώνονται οι δια-
πραγματεύσεις με την ξενοδοχειακή
επιχείρηση "ΑΣΤΗΡ", έτσι ώστε να πα-
ραχωρηθούν τα δικαιώματα διαχείρι-
σης και να διαμορφωθεί ένα μεγάλο
ξενοδοχειακό συγκρότημα πολυτελεί-
ας σε συνδυασμό με τη γειτονική μα-
ρίνα ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
Με το πρόγραμμα αξιοποίησης των μα-
ρινών Αττικής, η ΕΤΑ, αποσκοπεί στη
διαμόρφωση ενός σύνθετου μείγμα-
τος παρεμβάσεων, με την ανάληψη συ-
γκεκριμένων ρόλων από διάφορους
φορείς:

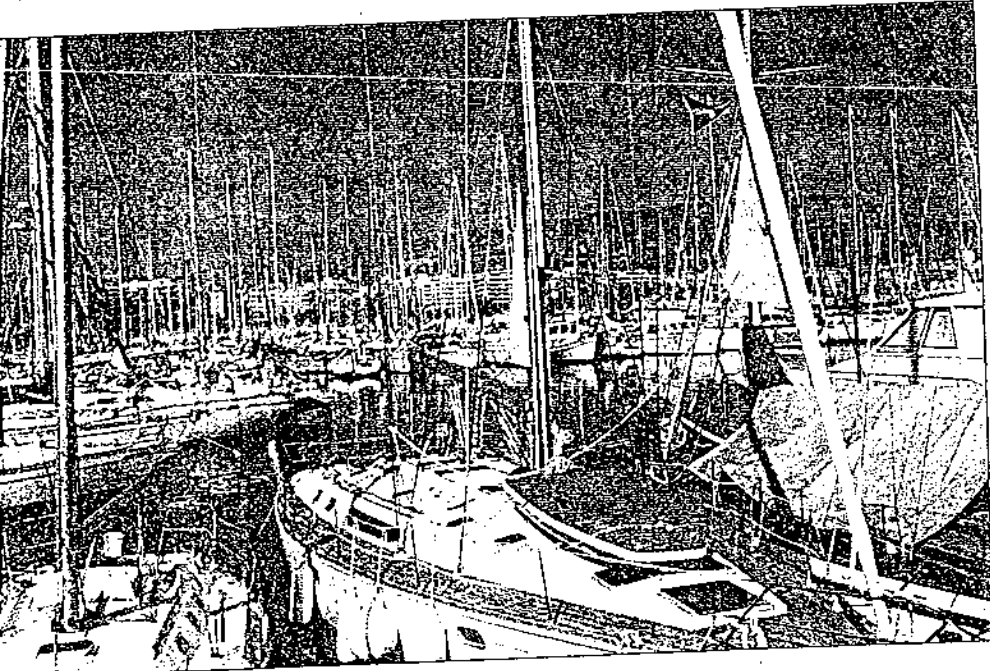
- Ο ιδιωτικός τομέας θα καλύψει την, σε καθορισμένο πλαίσιο διαχείρισης των μαρινών, καθώς και τη χρηματοδότηση και υλοποίηση των απαιτούμενων επενδύσεων.

ο μετεξελιχθεί στην επίσημη Μαρίνα Ολυμπιακής Φιλοξενίας
του 2004. Θα είναι επιπλέον η μαρίνα VIP, ιδιαίτερα υψηλής
ποιότητας και η οποία θα μπορεί να φιλοξενήσει μεγάλα ιδιωτικά
κόφη. Το προβλεπόμενο ύψος επενδύσεων είναι της τάξης των
2 δισ. δρχ..

η μαρίνα Αθήνου, που θα αξιοποιηθεί ως η μεγαλύτερη μαρίνα
καφών μεσαίου μεγέθους της Δυτικής Μεσογείου με
προσανατολισμό στους ιδιοκτήτες επαγγελματιών σκαφών
αθώς και σε μικρούς και μεσαίους ιδιοκτήτες που
ενεργοποιούνται δυναμικά στον θαλάσσιο τουρισμό.
Προβλέπονται επενδύσεις της τάξης των 5,6 δισ. δρχ.

εμβάσεις θα γίνουν και στους χερσαίους χώρους των μαρινών
τη διαμόρφωση "κέντρων πολιτιστικών δραστη-
τητών" (event-centers), που θα απευθύνονται σε όλες τις ηθι-
ς και ιδιαίτερα στη νεολαία, με στόχο τη διαμόρφωση ενός νέ-
ψυχαγωγικού προτύπου, σύμφωνα και με την ανάλογη εμπειρία

- Η ανάπτυξη των νέων χρήσεων θα αποφασισθεί σε συνεργασία με τους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης, τους όμορους δήμους και τις τοπικές κοινωνίες.
- Θα επιδιωχθεί η επιπλέον χρηματοδότηση συγκεκριμένων έργων, ως μέρος πακέτου αντισταθμιστικών ωφελειών όπως η ανάληψη του κόστους διαμόρφωσης και συντήρησης πάρκων και λοιπών χώρων πρασίνου. Έτσι, θα εξασφαλισθεί η πρόσβαση των Αθηναίων σε καλοίσθητους και καλά διατηρημένους χώρους πρασίνου και η σημαντική βελτίωση του επιβαλλόντικού ισοζυγίου.
- Η ΕΤΑ συγκροτεί το Επιτελικό Κέντρο, που θα εγγυηθεί τη σύζευξη των αποφάσεων της πολιτείας (κράτος, ΟΤΑ κ.λπ.), με την επιχειρηματική δυναμική και τις πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα και των Ελλήνων και ξένων επενδυτών.
- Ως ιδιαίτερος στόχος καταγράφεται η ενίσχυση των επιχειρήσεων θαλάσσιου τουρισμού.



Υπουργείο Τουρισμού ζητεί ο ΣΕΤΕ - Νέα προϊόντα θέλει ο ΗΑΤΤΑ

Πακέτο έκτακτων μέτρων για να τονωθεί ο Τουρισμός

1,5 δισ. για διαφημιστική καμπάνια αποφάσισε να διαθέσει η Επιτροπή Διαχείρισης Κρίσεων

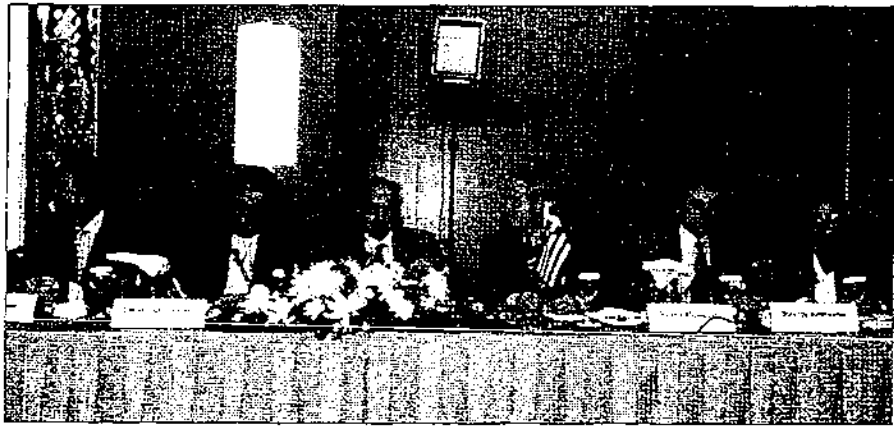
Η κρίση υπάρχει. Σε αυτό τουλάχιστον συμφώνησαν όλοι -υπουργείο Ανάπτυξης και τουριστικοί φορείς- στο δεύτερο συνέδριο Τουρισμού που διοργάνωσε το Ελληνοβρετανικό Εμπορικό Επιμελητήριο σε συνεργασία με τη βρετανική πρεσβεία στην Αθήνα.

Το επόμενο βήμα που αναζητείται από όλους είναι ο τρόπος με τον οποίο θα συνταχθούν οι «διαφορετικές» απόψεις με στόχο να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο μέτρων που θα οδηγήσει τον ελληνικό τουρισμό όχι μόνο «έξω από το τούνελ», αλλά θα ισχυροποιήσει τη θέση του σε ένα ιδιαίτερα δύσκολο διεθνές τουριστικό περιβάλλον.

Προς την κατεύθυνση αυτή ο υπουργός Ανάπτυξης, Ν. Χριστοδουλάκης, αναφέρθηκε σε μια σειρά μέτρων ενίσχυσης τόσο του ελληνικού τουριστικού προϊόντος όσο και της ζήτησής του στις διεθνείς αγορές.

Είναι το πακέτο μέτρων που είχε ανακοινώσει πρόσφατα στη συνάντησή του με εκπροσώπους της τουριστικής αγοράς. Διαφήμιση ανά αγορά και μορφή τουρισμού, συνδιαφήμιση με τουριστικούς οργανισμούς του εξωτερικού, παρακολούθηση των εξελίξεων από την Επιτροπή Διαχείρισης Έκτακτων Καταστάσεων, λήψη μέτρων, κ.λπ.

Στην στρατηγική αυτή ο κ. Ν. Χριστοδουλάκης πρότεινε τόσο τον διπλασιασμό του προγράμματος κοινωνικού τουρισμού (εξετάσσεται η χρήση του προπολιτιστικού, της χρονικής διάθεσής του και της περιοχής κάλυψής του, αλλά και η εφαρμογή του σε αδικές κατηγορίες τουρισμού) όσο και την ενίσχυση της Αθήνας μέσω της καθε-



Διαφορετικές οι προτάσεις που κατάθεσαν οι τουριστικοί φορείς στο δεύτερο συνέδριο τουρισμού. Το υπουργείο Ανάπτυξης πρέπει να συνταχθεί αυτές τις απόψεις

ρωτικής της (κυρίως διαφημιστικά) ως χριστουγεννιάτικου προορισμού στην εσωτερική αλλά κυρίως στην διεθνή αγορά.

Όσοσο για την υλοποίηση των δύο αυτών πρωτοβουλιών απαιτείται μια σειρά από ενέργειες που θα συμβάλουν στην αποτελεσματικότητα των μέτρων αυτών.

Τι προτείνουν οι επιχειρήσεις

Το δημιουργία υπουργείου Τουρισμού που επδίδωλει οι κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες του κλάδου στην Ελλάδα πρότεινε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) μέσω του προέδρου του κ. Σ. Ανδρεαίδη κατά τη διάρκεια

του Συνεδρίου, θεωρώντας ότι μέσα από το θεσμικό αυτό πλαίσιο ο κλάδος θα μπορεί να απευχθεί την κατάλληλη δομή που θα του επιτρέψει να ξεπερνά πιο γρήγορα και επιτυχημένα τα όποια προβλήματα.

Ο κ. Σ. Ανδρεαίδης επισημάνει ότι, υπό τις παρούσες συνθήκες, αν και είναι νωρίς ακόμη, οι ενέργειες της πολιτείας θα πρέπει να προσανατολισθούν προς την κατεύθυνση τόνωσης της επιχειρηματικότητας -εξουχάλιστη βιωσιμότητας επιχειρήσεων και των θέσεων εργασίας- αλλά και τόνωσης της ζήτησης μέσω από την καταγραφή των επιπτώσεων και ειδικά έρευνα.

Ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ,

μεταξύ των άλλων, σταθασκά σπρηία για την σημερινή κρίση αλλά και γενικότερα για την εικόνα του ελληνικού τουρισμού, επισήμανε ότι:

- Είναι θετική η κατάσταση της Επιτροπής Διαχείρισης Κρίσεων, ωστόσο η όλη κατάσταση θα επιρροήσει όλον τον ελληνικό τουρισμό και δεν αφορά μόνο τον τουρισμό της Αθήνας και της κρουαζιέρας.
- Μόνο το 2,1 τοις χιλίοις των εσόδων από τον τουρισμό πηγαίνει για διαφήμιση και προβολή.
- Υπάρχει αποουσία μακροχρόνιου σχεδιασμού.
- Είναι ελλιπίης ο συντονισμός μεταξύ των συναρμόδιων υπουργείων
- Η όποια αύξηση των τουριστικών μεγεθών (π.χ.,

από τη βρετανική αγορά) είναι θέμα εξωγενών παραγόντων και δεν οφείλεται σε ενέργειες τουριστικής πολιτικής

Τι ζητούν τα τουριστικά γραφεία

Η δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων, αλλά και ο προσανατολισμός όλων των τμημάτων της αγοράς στην ποιότητα αποτελεί συμφωνία με τον πρόεδρο του Συνδέσμου Τουριστικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ) κ. Γ. Ευαγγέλου τον βασικό άξονα στον οποίο θα πρέπει να προσανατολισθούν οι ενέργειες της ελληνικής πλευράς για την ισχυροποίηση του ελληνικού τουρισμού.

Στις άμεσες ενέργειες που θα πρέπει να αναλάβει η πολιτεία και προς την κατεύ-

θυνση ενίσχυσης των τουριστικών γραφείων, είναι η ανάληψη πρωτοβουλιών για τη στήριξη της ζήτησης μέσω δράσεων προβολής και διαφήμισης.

Ο ΗΑΤΤΑ, επισήμανε ο κ. Γ. Ευαγγέλου, έχει καταθέσει μια σειρά από προτάσεις μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται συγκεκριμένες ενέργειες προβολής, τροποποιήσεις στα κίνητρα επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, ενίσχυση των ειδικών μορφών τουρισμού, αντιμετώπιση εργασιακών θεμάτων κατά την περίοδο της κρίσης.

Η Επιτροπή Διαχείρισης Κρίσεων

Η αγορά των ΗΠΑ αποτελεί τον πρώτο στόχο της επικοινωνιακής πολιτικής, που θα ακολουθήσει η χώρα μας στις αγορές του εξωτερικού.

Ειδικότερα κατά τη χθεσινή συνεδρίαση της Επιτροπής Διαχείρισης Κρίσης για τον τουρισμό αποφασίστηκε:

- Η ύψωση ποσού 1,5 δισ. δρχ. για διαφημιστικές ενέργειες.
- Η συνεργασία με εξειδικευμένη εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων που θα αναλάβει μέσο από συγκεκριμένες ενέργειες την επικοινωνιακή πολιτική του ελληνικού τουρισμού στις ειδικές συνθήκες που επικρατούν στην σημερινή αγορά.
- Η συνδιαφήμιση με τουριστικά γραφεία.
- Η συνεργασία με τον σύνδεσμο των αμερικανικών τουριστικών επιχειρηματιών (ΑΣΤΑ).
- Η διοργάνωση σεμιναρίων σε επαγγελματίες της τουριστικής αγοράς των ΗΠΑ.
- Η καταγραφή των επιπτώσεων ανά τουριστικό κλάδο (αερομεταφορές, κρουαζιέρες)

Π. Κ. Δημοκρατικός

Κατά 18% μειώθηκε η πληρότητα στα ξενοδοχεία της Αθήνας τον Σεπτέμβριο

Μετά το τρομοκρατικό κτύπημα στην Αμερική οι επιπτώσεις ανά διαμέρισμα δείχνουν μείωση της τάξης του 16%

Σημαντική μείωση της τάξης του 18% στην πληρότητα καταγράφηκε τα αθηναϊκά ξενοδοχεία τον Σεπτέμβριο, ενώ ανάλογη είναι η μείωση που εμφανίζουν τα έσοδα των ξενοδοχείων, καθώς οι εισπράξεις από διαθέσιμο δωμάτιο τον Σεπτέμβριο εμφάνισαν μείωση της τάξης του 16%.

Τα στοιχεία αυτά παρουσιάσε κατά τη διάρκεια του 2ου Συνεδρίου Τουρισμού ο υπεύθυνος του τμήματος Hospitality and Leisure για την Ελλάδα κ. Δ. Σπανός και αποτελούν μέρος των μεγεθών που έχει καταγράψει η διεθνής εταιρεία για τις επιπτώσεις του τρομοκρατικού κτυπήματος στην παγκόσμια τουριστική

βιομηχανία. Το ίδιο διάστημα (Σεπτέμβριο) η μεγαλύτερη μείωση στις πληρότητες εμφανίζουν τα ξενοδοχεία στο Παρίσι με μείωση 19,2% σε σχέση με τον Σεπτέμβριο του 2000 και ακολούθησαν η Αθήνα, τα ξενοδοχεία του Μονάχου με μείωση κατά 15,9% στην πληρότητα της Μαδρίτης με 15,5%, του Λονδίνου 14,9%, ενώ τη μικρότερη μείωση εμφάνισαν τα ξενοδοχεία στη Ρώμη, καθώς με βάση την Athlet Andersen η μείωση της πληρότητας τον φετινό Σεπτέμβριο έφτασε το 12,9%.

Η μείωση αυτή ερμηνεύεται κατά ένα μεγάλο μέρος με τον βαθμό εξάρτησής της κάθε αγοράς από την αμερικανική

πελατεία. Η αθηναϊκή αγορά εξαρτάται κατά 30% από την αμερικανική αγορά και κατά 7% από την ασιατική. Παράλληλα ο ελληνικός προορισμός, όπως και άλλοι, «ήταν τυχερός» με την ατύχησή του, καθώς η τουριστική περίοδος ήταν προς τη λήξη της την ημερομηνία του κτυπήματος στις ΗΠΑ.

Σημαντικό ενδιαφέρον έχουν και οι εκτιμήσεις της Athlet Andersen που κατέθεσε στο Συνέδριο ο κ. Δ. Σπανός περιγράφοντας το π. έλλει γενέσθαι την επομένη ημέρα.

Σύμφωνα λοιπόν με τη διεθνή εταιρεία ην επιστροφή στην ομαλότητα θα ακολουθήσουν:

- Κύρια εξαγορών και συγχωνεύσεων μέσω των οποίων θα αναδυθεί μια ισχυρότερη ξενοδοχειακή βιομηχανία.
- Απουσία από την αγορά των επιχειρήσεων που έχουν ελλειμματική διοίκηση κυρίως όραμα, μεγάλη εξάρτηση από αμερικανική και ασιατική αγορά, έλλειψη πατών πελατών και υψηλό δανεισμό.
- Νέες τεχνολογίες στα ξενοδοχεία προκειμένου να περιοριστούν το λειτουργικό κόστος και να θελωθεί η αποτελεσματικότητα.
- Επενδύσεις στον τομέα των υπηρεσιών ασφαλείας
- Εκπόνηση εναλλακτικών σχεδίων διαχείρισης κρίσεων.



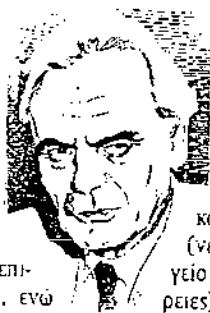
Άργος Τύπου
Από το 1911

Εταιρεία Διαχείρισης
Αποκομμάτων Τύπου

Πηγή: ΕΞΠΡΕΣ
Ημερομηνία: 24/10/2001
Σελίδα: 7

Σοβαρές εκκρεμότητες στον τουρισμό

«ΜΟΥΔΙΑΣΜΕΝΟΣ» και προβληματισμένος, ο τουριστικός κόσμος της χώρας δεν βιώνει απλώς μία ακόμη αλλαγή φρουράς στην πολιτική ηγεσία του τομέα, καθώς αυτή τη φορά η παράδοση καθηκόντων και αρμοδιοτήτων από τον έναν υπουργό στον άλλον γίνεται εν μέσω σοβαρότατης κρίσης, σε διεθνές και εθνικό επίπεδο και εξαιρετικά δύσκολων συνθηκών για τον κλάδο.



Αυτό που σπεύδουν, ως πρώτη εκτίμηση, να επισημάνουν παράγοντες του τουρισμού, είναι ότι, ενώ αυτές τις μέρες, το σύνολο του κρατικού μηχανισμού στον τομέα του τουρισμού θα έπρεπε να είναι πλήρως δραστηριοποιημένο και ΝΑ υλοποιεί αποφάσεις και μέτρα, αντί αυτού αναμένεται μία περίοδος σχετικής στασιμότητας και ενδεχομένως και ανακατατάξεων στη διοικητική ιεραρχία.

Πέραν όμως των εκτιμήσεων, υποθέσεων και σεναρίων, η πραγματικότητα είναι αμείλικτη και οι εξελίξεις δεν αφήνουν περιθώρια άλλων καθυστερήσεων. Υπαιθίεται, άλλωστε, ότι οι βασικές κατευθύνσεις που έχουν χαραχθεί στον τομέα του Τουρισμού, αποτελούν, εν μέρει και τουλάχιστον όσον αφορά το πρόγραμμα αποκρατικοποιήσεων, κύριο άξονα και της κυβερνητικής οικονομικής πολιτικής.

Οι εκκρεμότητες, πάντως, που θα πρέπει να διευθετήσει στον τομέα Τουρισμού ο κ. Α. Τσοχατζόπουλος, ως νέος υπουργός, είναι σημαντικές.

Βραχυπρόθεσμα:

- Αντιμετώπιση των επιπτώσεων της διεθνούς κρίσης στον Ελληνικό προορισμό, στήριξη των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, δράσεις και παρεμβάσεις στις αγορές όπου διαπιστώνεται πρόβλημα, κινητοποίηση και συντονισμός δημόσιων και ιδιωτικών φορέων.
- Ολοκλήρωση των διοικητικών και οργανωτικών αλλαγών στον δημόσιο μηχανισμό Τουρισμού (νέος ΕΟΤ, Γενική Γραμματεία Τουρισμού - Υπουργείο Ανάπτυξης, Διευθύνσεις Τουρισμού στις Περιφέρειες).
- Υλοποίηση της εκστρατείας προβολής και διαφήμισης του ελληνικού τουρισμού στις αγορές εξωτερικού.
- Επίσπευση των διαδικασιών υλοποίησης των μέτρων του Γ' ΚΠΣ και της ένταξης σε αυτών των ιδιωτικών επενδύσεων. Μεσοπρόθεσμα:
- Προώθηση και ολοκλήρωση των διαγωνισμών για την ιδιωτικοποίηση, αξιοποίηση ή εκμίσθωση των σημαντικότερων περιουσιακών στοιχείων της δημόσιας τουριστικής περιουσίας, την οποία διαχειρίζεται η ΕΤΑ Α.Ε. Μεταξύ αυτών, τα καζίνο Πάρνηθας και Κέρκυρας, οι μαρίνες Αττικής, οι εκτάσεις Αναβύσσου και Αφάντου (Ρόδος).
- Η δημιουργία Συνεδριακού Κέντρου στις εγκαταστάσεις του Ελληνικού.
- Η υλοποίηση του νέου συστήματος κατάταξης των ξενοδοχείων με βάση τα αστέρια.

Γ.Ν. Αγγελιάς

ΑΚΟΙΝΩΘΗΚΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΑ

Εντονότατο ήταν, όπως αναμενόταν άλλωστε, το ενδιαφέρον ελληνικών και ξένων ή και ανόμικτων σχημάτων που εκδηλώθηκε στο πλαίσιο της πρόκλησης εκδήλωσης γενικού μη δε-

σμευτικού ενδιαφέροντος, από την εταιρία «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα» για το Καζίνο της Πάρνηθας, με την οποία ξεκίνησε και η διαδικασία εύρεσης και επιλογής στρατηγικού επενδυτή.

Χηρά ονόματα

Φερτάρουν το Καζίνο της Πάρνηθας

«Ελληνικό Καζίνο Πάρνηθας Α.Ε.» διαχειρίζεται την άδεια καζίνο, δύο ξενοδοχεία και τις εγκαταστάσεις τελεφερίκ, σε μία έκταση που συνολικά φθάνει τα 3.000 στρέμματα.

Προς αρμόδιους κυβερνητικούς παράγοντες εξετάζεται πολύ σοβαρά η σκέψη να παραχωρηθεί τελικά το πλειοψηφικό ποσοστό της εταιρίας του καζίνο

από τα μεγαλύτερα επιχειρηματικά ονόματα της διεθνούς αγοράς των/θερέτρων περιλαμβάνονται στη λίστα των 37 ομίλων και κινήσεων που εκδήλωσαν ενδιαφέρον.



θέματα

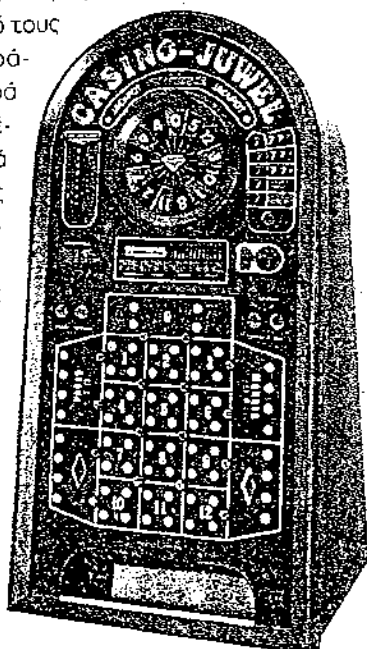
Η εταιρία «Ελληνικό Καζίνο Πόρνηθος Α.Ε.» (100% θυγατρική της ΕΤΑ), διαχειρίζεται την άδεια καζίνο, δύο ξενοδοχεία και τις εγκαταστάσεις τηλεφερικό, σε μία έκταση που συνοδικά φθάνει τα 3.000 στρέμματα.

Αντικείμενο της πρόκλησης εκδήλωσης ενδιαφέροντος είναι η προσέλκυση υποψηφίων με σκοπό την επιλογή στρατηγικού επενδυτή, ο οποίος θα αποκτήσει ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου της θυγατρικής εταιρίας με παράλληλη ανάληψη της διαχείρισής της. Ο τρόπος απόκτησης του ποσοστού 19,9% έως και 51%, θα κα-

Η προεπιλογή των ενδιαφερόμενων επιχειρηματικών σχημάτων θα γίνει σύμφωνα με ποικίλα κριτήρια, όπως η κατοχή άδειας λειτουργίας καζίνο σε χώρα με αυστηρό σχετικό θεσμικό πλαίσιο, εμπειρία στη διαχείριση καζίνο και γενικότερα επιχειρήσεων τουρισμού και αναψυχής, οικονομική επιφάνεια, που να καλύπτει τις απαιτούμενες επενδύσεις, αποδεκτό σχέδιο ανάπτυξης κ.ο.κ.

θοριστεί σε επόμενο στάδιο του διαγωνισμού. Λαμβάνοντας υπόψη το ενδιαφέρον που θα εκδηλωθεί και την προβλεπόμενη εισαγωγή της εταιρίας στο ΧΑΑ μέσω δημόσιας εγγραφής.

Οι τελευταίες δημοσιογραφικές πληροφορίες, πάντως, αναφέρουν ότι από τους αρμόδιους κυβερνητικούς παράγοντες εξετάζεται πολύ σοβαρό και φαίνεται ότι «ωριμάζει» η σκέψη να μην παραχωρηθεί τελικά το πλειοψηφικό ποσοστό της εταιρίας του καζίνο, κάτι βεβαίως που ενδέχεται να μετριάσει το ενδιαφέρον ορισμένων εκ των σχημάτων που ανταποκρίθηκαν στην πρώτη πρόκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος. Η οριστική απόφαση για το ποσοστό που θα διατεθεί επρόκειτο να ληφθεί πριν τις 20 Σεπτεμβρίου, καθώς η εταιρία «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.», μετά την αξιολόγηση των φακέλων των ενδιαφε-



ΟΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΕΞΗΣ:

1. Global Resort S.A. (GRSA) - Νότια Αφρική
2. Visbis Gaming Associates, ΗΠΑ
3. Glory Worldwide Holdings (Π.Ε.), Κύπρος
4. Swiss Casinos Services A.G., Ελβετία
5. Mandalay Resorts Group, Luxor - Excallbur - Circus, Circus Ltd Vegas - Gold Strike/Tunica - Colorado Belle/Edgewater - Circus - Circus Reno - Gold Strike properties - Motor City Casino, ΗΠΑ
6. Nu Oasis International INC, Κεντρική Αμερική - Μπαχάμες
7. XNC Trust of Bahamas (XNC Holding Ltd of Bahamas), Κεντρική Αμερική - Μπαχάμες
8. Δικηγορικό Γραφείο Fidelity Corporation, ΗΠΑ
9. Sun International Management Ltd Royal Resorts B.V., Ελβετία - Ολλανδία
10. Δικηγορικό Γραφείο Barak Seifer, Ισραήλ
11. Accor Casinos, Γαλλία
12. Donald Robinson Casino Consultant, Καναδάς
13. Groupe Partouche - Damco Energy S.A. - Tehnoinvest S.A., Γαλλία - Ελλάδα
14. Τεχνική Ολυμπιακή Α.Ε. (Ομίλος Εταιριών), Ελλάδα
15. Δελφοί Συμβουλευτική Α.Ε., Ελλάδα
16. Καζίνο Ρίο (Theros International Gaming Inc), Ελλάδα
17. Compangline Financiere Regional, Γαλλία
18. Las Vegas Sands Venetian Venture Development LC, Club H Casino Loutraki S.A. - Τρανζέζα Πειραιώς, ΗΠΑ - Ελλάδα
19. Sun International - Stan Fulton - ΓΕΚ Α.Ε. ΗΠΑ - Ελλάδα
20. Europeene de Casinos, Γαλλία
21. Setarcos, Καναδάς
22. Porto Carras Casino S.A., Ελλάδα
23. Καζίνο Αιγαίου Α.Ε., Ελλάδα
24. CIS Σαραντόπουλος, Ελλάδα
25. London Clubs International, Αγγλία
26. Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc, Καναδάς - ΗΠΑ
27. Hyatt Regency - Ελληνική Τεχνοδομική Α.Ε., Ελλάδα
28. Tab Corp Holdings Ltd - E.C. Business & Innovation Centre of Attica, Αυστραλία
29. Investments Development Consultants Lic, ΗΠΑ
30. K & P Treuhand AG, Ελβετία
31. Ομίλος Επιχειρήσεων Φ. Βρυώνης, Ελλάδα
32. Universal Casino Consultants Ltd, Αγγλία
33. Aspinalis Club Ltd, Αγγλία
34. Acepoker International Ltd, Αγγλία
35. Comexport Ltd, Ελβετία
36. ΠΑΣΙΦΙΚ ΕΠΕ, Ελλάδα
37. ΧΕΡΚΟΥΛΕΣ Α.Ε., Ελλάδα

Θέματα

ΖΥΜΑΡΙ
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΕΣΩΤ

ρόμενων, έπρεπε να δημοσιεύσει μέχρι τις 23 Σεπτεμβρίου τους απαραίτητους όρους του διαγωνισμού και των διοδοχικών φάσεων που θα τον χαρακτηρίζουν.

Από το σύνολο των ενδιαφερόμενων, τα ονόματα των οποίων ανακοινώθηκαν, 19 δήλωσαν τη σχετική άδεια λειτουργίας καζίνο, 8 δήλωσαν τη σχετική εμπειρία τους και 10 την πρόθεσή τους να συνεργασθούν με κατόχους άδειας καζίνο.

Είναι ευνόητο ότι συμμετοχή ελληνικών συμφερόντων μπορεί να υπάρχει ή να εκδηλωθεί και σε άλλα σχήματα, κάτι όμως που θα φανεί αργότερα.

Τα δεξένα σχήματα που εκδήλωσαν ενδιαφέρον, προέρχονται από πολλές χώρες και μεταξύ τους συγκαταλέγονται ορισμένα από τα μεγαλύτερα ονόματα της διεθνούς αγοράς παίγιων και καζίνο/θέρετρων.

Το αμιγώς ελληνικό ενδιαφέρον, η συμμετοχή δηλαδή ελληνικών εταιριών, μεταξύ των σχημάτων που εμφανίστηκαν, εντοπίζεται εμφανώς σε 13 επιχειρηματικά σχήματα, μεταξύ των οποίων και κατοσκευαστικές εταιρίες:

- **Groupe Partouche, Damco Energy SA-TechnoInvest S.A.** (οι δύο τελευταίες εντάσσονται στον Όμιλο Κοπεθούζου)
- **Τεχνική Ολυμπιακή Α.Ε.** (Οικογένεια Στέγγου)
- **Δελφοί Συμβουλευτική**
- **Καζίνο Ρίο (Theros International Gaming/Αφοί Μαυράκι)**
- **Las Vegas Sands Venetian Venture Development- Club Hotel Casino Loutraki SA-Τράπεζα Πειραιώς**
- **Sun International (Casino operator στον όμιλο που είχε διεκδικήσει το καζίνο του Φλοίσβου), Stan Fulton, ΓΕΚ.**
- **Porto Carras Casino S.A.**
- **Καζίνο Αιγαίου Α.Ε.**
- **Κ. Ι. Σαραντόπουλος**
- **Hyatt Regency, Ελληνική Τεχνοδομική Α.Ε.**
- **Ομίλος Επιχειρήσεων Φ. Βρυώνης**
- **Πασίφικ ΕΠΕ**
- **Χερκούρες ΑΕ.**

Είναι πολύ πιθανό, για να μην πούμε βέβαιο, ότι μέχρι τη στιγμή της υποβολής των δεσμευτικών προσφορών, θα έχει μεταβληθεί τόσο η σύνθεση της ήστως των ενδιαφερομένων, όσο και η σύνθεση των ίδιων των επιχειρηματικών σχημάτων, καθώς αναμένονται συνεργασίες, αποχωρήσεις ή προσθήκες νέων ονομάτων.

Υπενθυμίζεται ότι τα σχήματα που θα προεπιλεγούν θα κληθούν να καταθέσουν τη δεσμευτική οικονομική τους προσφορά με τη διαδικασία των πωλησιών γύρων (auction).

Ο διεθνής διαγωνισμός θα διεξαχθεί σε τρία διακριτά στάδια:

- Εκδήλωση γενικού μη δεσμευτικού ενδιαφέροντος (ολοκληρώθηκε στις 7/9/2001)

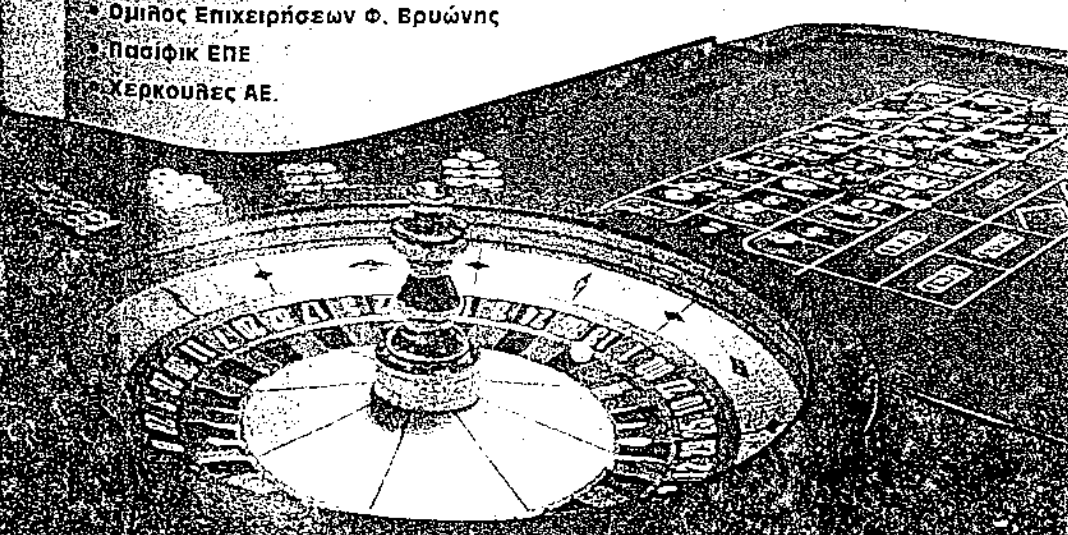
ΚΩΔ. ΠΟΛΥΘΡΟΝ

ΚΩΔ. ΠΟΛΥΘΡΟΝΑ ΝΑ

ΚΩΔ. 6 ΠΟΛΥΘΡΟΝΑ ΤΑΠ ΜΕ ΣΥΝΘΕΤΙΚΟ

ΖΗΤΗΣΤΕ ΜΑΣ WOOD WELL - M

Γραφείο - Έκθεση: Τ.Κ.: 122 42
Τηλεφωνικό κέντρο: 34.62
Εργοστάσιο: 1εξ
Κεντρικές αποθήκες: Θέσ
e-mail: wc
e-mail: wood
http://wv



Θέματα

ση δεσμευτικού ενδιαφέροντος και προεπιλογή

ή δεσμευτικών προσφορών

λογή των ενδιαφερόμενων επιχειρηματικών σχημάτων θα
φωνα με ποικίλα κριτήρια, όπως η κατοχή άδειας λειτουρ-
ο σε χώρα με συστηρό σχετικό θεσμικό πλαίσιο, εμπειρία
ίριση καζίνο και γενικότερα επιχειρήσεων τουρισμού και
οικονομική επιφάνεια, που να καλύπτει τις απαιτούμενες
εις, αποδεκτό σχέδιο ανάπτυξης κ.ο.κ.

ουξη απευθύνεται σε επιχειρηματικά σχήματα, που δρα-
ιούνται διεθνώς στη βιομηχανία τυχερών παιχνιδιών, στην
ή βιομηχανία, στη βιομηχανία ελεύθερου χρόνου καθώς
ήλους επενδυτές.

ο με ανακοίνωσή της, η ETA επι-
εν ενεργοποίηση ευρύτερων ανα-
ών πρωτοβουσιών και επενδύσε-
ην αξιοποίηση του όλου συγκρο-

ίνο του Μονπαρνάς, διατηρώντας
ρόδωση της φιλικότητας, που το
αδειάζει σε σημείο αναφοράς για
αθηναίους στη διάρκεια των τριών
αίων δεκαετιών, θα μετατραπεί σε
α διεθνών προδιαγραφών που σε
ελεύς χώρους θα παρέχει σε πελά-
ο σύνολο των απαιτούμενων υπη-
ν σε πολύ υψηλό επίπεδο.

νοδοχείο του καζίνο θα αναβαθμι-
ε πολυτελή μονάδα ΑΑ' κατηγο-
Με αυτό τον τρόπο θα καλυφθούν
όγκες των πελατών του καζίνο κα-
και άλλων επισκεπτών υψηλής ει-
ματικής τάξης, που θα διαμένουν
συγκρότημα αξιοποιώντας το μονο-
του πλεονεκτήματα (ψυχαγωγία,
ατικές και καλλιτεχνικές δραστηριό-
κ.λπ.)

ύτερη Ξενοδοχειακή μονάδα (Ξενία)
ναβαθμιστεί σε Α' κατηγορίας ώστε
ειτουργήσει, μαζί με το Μονπαρνάς,
μεν την προοιμιακή περίοδο ως
δοχείο φιλοξενίας των επισκεπτών
αθλητιόδοξ, μετά το 2004 ως Ξενο-
ακή μονάδα όπου μπορούν να εντο-
ιν ποικίλες δραστηριότητες (υδρο-
αγσία, φιλοξενία αθλητών κ.λπ.)

οι υποίθαυροι χώροι συνιστούν ένα

αυτοδύναμο στοιχείο, που θα αξιοποιηθεί με ήπιο τρόπο και με από-
λυτο σεβασμό στο περιβάλλον και στην οικολογική ισορροπία.
Οι διαδικασίες του Διεθνούς Διαγωνισμού αποσκοπούν στην, είτε με
άμεσο, είτε με έμμεσο τρόπο, μεγέθυνση του Δημόσιου Οφέλους:

- Σύμφωνα με τον Ν. 2919/25-6-2001, το 30% των κερδών του Κα-
ζίνο Πάρνηθας θα διατίθεται στον ΕΟΤ για την προβολή και τη δια-
φήμιση του ελληνικού τουρισμού, καθώς και για την επικορήγη-
ση του Ελληνικού Φεστιβάλ (Ηρώδειο, Επίδαυρος κ.λπ.)
Με αυτό τον τρόπο, η σημαντική αύξηση των εσόδων του Καζίνο
Πάρνηθας, που αναμένεται να προκύψει από την ανάθεση της δια-
χείρισής του στον στρατηγικό εταίρο, θα επιδρά άμεσα και πολ-
ληπλοπλασιαστικά στην ανάδειξη του ελλη-
νικού τουρισμού. Παρόλ'αυτα, ο Δημόσιος
Τουριστικός Τομέας (ΕΟΤ Φεστιβάλ κ.ά.)
καθίσταται οικονομικό αυτοδύναμο.

Από το σύνολο
των ενδιαφερόμενων, τα ονόματα
των οποίων ανακοινώθηκαν,
19 δήλωσαν τη σχετική άδεια
λειτουργίας καζίνο,
8 δήλωσαν τη σχετική εμπειρία τους
και 10 την πρόθεσή τους
να συνεργασθούν
με κατόχους άδειας καζίνο.



- Ως ήδη πραγματοποιηθέν άμεσο δημόσιο
οικονομικό όφελος, αναφέρεται ότι η ETA
απέκτησε την άδεια λειτουργίας του Κα-
ζίνο έναντι 5,5 δισ. δρχ. και ότι επιπλέον
από τα κέρδη του Καζίνο Πάρνηθας έχουν
διατεθεί προς το Ελληνικό Φεστιβάλ 2,5
δισ. δρχ.
- Ο στρατηγικός εταίρος θα κληθεί να συμ-
βάλλει στην υλοποίηση επενδύσεων με-
γύλου ύψους και στη χρηματοδότηση
αντισταθμιστικών ωφελειών δημόσιου
ενδιαφέροντος.
- Με την εισαγωγή στο Χ.Α.Α., θα κατο-
γραφούν στην αποτίμηση της Δημόσιας
Περιουσίας (μετοχές της ΕΚΠ στο χαρ-
τοφυλάκιο της ETA), οι υπεραξίες από
την παρουσία του στρατηγικού εταίρου
και την αναπτυξιακή πορεία του Συ-
γκροτήματος Καζίνο Πάρνηθας.

Θεωρείται χρήσιμη η επικέντρωση του εν-
διαφέροντος της ETA στον σχεδιασμό και
την εγγύηση της υλοποίησης των συμ-
φωνημένων δράσεων, καθώς και στη σύ-
ζευξη των επιλογών του Δημοσίου με την
επιχειρηματική δυναμική του Ιδιωτικού
Τομέα. Η ETA, ως εταιρία, της οποίας μό-
νος μέτοχος είναι το Δημόσιο, θα απο-
συρθεί από την καθημερινή διαχείριση
των μονάδων καζίνο, ενώ παράλληλα θα
συμμετέχει στο αποτέλεσμα της ανά-
πτυξής της.